



LGBTQIA-Umfrage von Queermentor x Appinio: 40 % der Deutschen sieht sich als Ally

Gemeinsame Studie von Queermentor und Appinio zur Pride 2024

Anlässlich zur Pride 2024 erscheint eine gemeinsam durchgeführte Studie von der gemeinnützigen Organisation Queermentor und dem Marktforschungsunternehmen Appinio rund um das Thema Queerness. Fokuspunkte sind hierbei die LGBTQIA* Community, Allyship und der CSD.

Key Inhalte aus der Studie:

- Die Mehrheit der Deutschen gibt an zu wissen, was queer bedeutet (67 %) und wofür LGBTQIA* steht (68 %).
- 40 % der Befragten würde sich als Ally der LGBTQIA* Community bezeichnen.
- Die klare Mehrheit der Deutschen (83 %) hat schon einmal vom CSD gehört. Interessanterweise geben in der älteren Bevölkerung (55-65 Jahre) mehr Befragte (89 %) an, schon einmal vom CSD gehört zu haben als in der jüngsten Gruppe (73 % in der Gruppe 16-24 Jahre), obwohl sich in der jüngeren Bevölkerung allgemein mehr Menschen der LGBTQIA* Community zugehörig fühlen.

Heidelberg, 28.06.2024: Der Pride Month, der offiziell im Juni jeden Jahres startet, und für viele mit den deutschlandweiten Christopher Street Days (CSDs) verbunden wird, stellt für die Mehrheitsgesellschaft öfters mal nur eine Zeit des Feierns, schillernder Outfits und lauter Musik dar. Der Pride Month läutet aber vor allem eine Zeit der Demonstrationen ein: für mehr Awareness und die Rechte der queeren Community. Viele wissen aber nicht, dass die Pride-Bewegung ihren Ursprung in einem Aufstand hat, der in der New Yorker Bar Stonewall Inn stattfand. In der Kneipe, gelegen an der Christopher Street, setzten sich queere Menschen wiederholter Polizeiwillkür zur Wehr. Daraus entwickelten sich die heutigen CSDs.

Als Diversity-Trainings-Plattform ermöglicht [Queermentor](#) kostenlose Mentorings und ein breites Netzwerk für queere Menschen und Allies. Vor dem Hintergrund des Pride-Months und der damit einhergehenden Veranstaltungen führte Queermentor mit [Appinio](#) eine national repräsentative Studie durch, um die Kenntnisse von 16-65-Jährigen rund um LGBTQIA*, der Pride und zu den CSDs zu erheben.

Bunt statt grau: Queerness ist keine Seltenheit

Über die Hälfte der Deutschen (67 %) geben an zu wissen, was queer bedeutet und wofür LGBTQIA* steht (68 %). Demnach ist Queerness längst ein Teil der Gesellschaft. Die größte Gruppe von denjenigen, die sich als Teil der Community identifizieren, ist zwischen 25 und 34 Jahren alt (28 %). Mehr als jeder fünfte Deutsche (20%) identifiziert sich sogar als Teil der LGBTQIA*, jede:r Zehnte (10 %) ist sich unsicher.

Weitere Erkenntnisse zeigen, wie sehr Allys ein Teil der Gesellschaft geworden sind. Allys unterstützen die LGBTQIA* Community und setzen sich für ihre Rechte und ihre Stellung in der Gesellschaft ein. Sie spielen eine wichtige Rolle im Kampf gegen Diskriminierung und für Gleichberechtigung. Die Befragten der Studie sehen die Bedeutung von Allies ebenfalls und damit nicht genug: Einige der Deutschen würden sich als Ally der LGBTQIA* Community bezeichnen (40 %), die größte Gruppe machen hier wieder die 25-34-jährigen aus (45 %). Hierbei ist den Unterstützer*innen wichtig, ihre Zustimmung auch in ihrem Handeln auszudrücken. Am häufigsten werden in diesem Zusammenhang das aktive Eintreten gegen Diskriminierung (62 %), Unterstützung der Freund*innen (61 %), Unterstützung von LGBTQIA* Rechten in sozialen Medien (47 %) und die Teilnahme an LGBTQIA*-Veranstaltungen (37 %) genannt.

Pavlo Strobilja, Gründer von Queermentor, ist die Sichtbarkeit und Unterstützung der queeren Community mit Hilfe der Studie besonders wichtig. *"Allyship ist eine Haltung, die auf ein Diversity Mindset basiert. „Wir sind über den Punkt hinaus, an dem „tolerant sein“ gegenüber der queeren Community ausreichend war. Die Haltung und das Verbündete-Dasein müssen jetzt in Taten umgesetzt werden, für mehr Akzeptanz, gegenseitige Wertschätzung und Zusammenhalt“*, so Strobilja.

Der CSD findet Anklang

Eine große LGBTQIA*-Veranstaltungsform ist der CSD im Rahmen der Pride, der in verschiedenen Großstädten stattfindet. Die Eventreihe setzt ein Zeichen gegen Diskriminierung von LGBTQIA*-Menschen und das bleibt nicht ohne Folgen: Die klare Mehrheit der Deutschen (83 %) hat schon einmal vom CSD gehört. Dabei geben mehr ältere Befragte an, schon einmal vom CSD gehört zu haben (89 % in der Gruppe 55-65 Jahre) als die jüngeren Befragten (73 % in der Gruppe 16-24 Jahre). Trotzdem fühlen sich in der jüngeren Gruppe mehr Personen der LGBTQIA* Community zugehörig.

Nicht nur die Veranstaltung, sondern auch die Botschaften und ihre Geschichte sind für die befragten Menschen relevant. 65 Prozent derjenigen, die schon einmal vom CSD gehört haben, wissen auch über die Geschichte des CSD Bescheid. Der knappen Mehrheit der Befragten (54 %) ist dabei die politische Botschaft des CSD eher bis sehr wichtig. Knapp ein Viertel (23 %) ist die Botschaft dagegen weder wichtig noch unwichtig. Jeder Fünfte (22 %) gibt an, dass ihm die Botschaft (gar) nicht wichtig ist.

Die Studie zeigt nicht nur, wie stark die Wahrnehmung von Queerness und dem CSD bereits in der Gesellschaft verankert ist, sondern auch, wie viele 25-34-jährigen sich als Teil der LGBTQIA*-Community identifizieren und ihre queeren Mitmenschen unterstützen. Dennoch wird anhand der Ergebnisse auch deutlich, dass es noch mehr Anstrengungen braucht, um Queerness zukünftig mehr Visibilität zu geben und den CSD gerade für die jüngere Zielgruppe (16-24 Jahre) noch bekannter zu machen.

Methodik

Die Umfrage wurde vom 24. bis 25. Juni 2024 von [Appinio](#) durchgeführt. Befragt wurden 1.000 Personen in Deutschland zwischen 16 und 65 Jahren, national repräsentativ für das Alter und Geschlecht der Bevölkerung. Die kürzlich durchgeführte Studie zeigt, dass sich die befragten Jugendlichen und junge Erwachsenen mit dem Thema Queerness und LGBTQIA* auseinandersetzen, indem die Mehrheit zum Beispiel den CSD kennt oder wissen, was unter queer verstanden wird.

Weitere Informationen zur Studie gibt es [hier](#).

Über Appinio

Appinio ist eine globale Marktforschungsplattform, die für innovative und unkomplizierte Marktforschung steht. Die Plattform ermöglicht es Unternehmen, schnell und effizient spezifische Zielgruppen zu befragen und repräsentative Ergebnisse in Echtzeit zu erhalten. Dabei liefert Appinio täglich Millionen Meinungen aus 190+ Märkten für über 2.600 Auftraggebende aus vielen Branchen, darunter Unternehmen aus den Bereichen Konsumgüter, Mobilität, Technologie sowie alle führenden Agenturen und Unternehmensberatungen. Das Unternehmen wurde 2014 von Jonathan Kurfess (Chairman), Max Honig (CEO) und Kai Granaß (CTO) gegründet und hat seinen Hauptsitz in Hamburg. Weitere Informationen unter <https://www.appinio.com/de/>

Kontakt Appinio

Pressebüro
Appinio
Anja Nitschke
PR & Communications Manager
presse@appinio.com
+49 40 808 127 130

Über Queermentor

Queermentor ist eine gemeinnützige Organisation, die Menschen aus der LGBTQIA+ Community bei der beruflichen und persönlichen Weiterentwicklung unterstützt und sich für Chancengerechtigkeit auf dem Arbeitsmarkt einsetzt. Das Social-Impact-Startup bietet queeren Personen ab 16 Jahren 1:1-Mentorings. Diese werden von Expert*innen durchgeführt, welche aus verschiedenen Bereichen kommen. Queermentor veranstaltet zudem regelmäßige Weiterbildungen, Workshops und bietet hybride Networking-Formate an, um einen inklusiven und sicheren Raum für Austausch und Vernetzung zu schaffen.

Queermentor steht für Inklusion, Diversität und Empowerment und baut Brücken zwischen der LGBTQIA+ Community und der heterosexuellen Mehrheitsgesellschaft. Die Mitgliedschaft bei Queermentor ist kostenlos.

Weitere Informationen unter www.queermentor.org

Kontakt Queermentor

Pressebüro
Peter Gehring
peter.gehring@ketchum.de
+491788585263