

PRESSEMITTEILUNG

Research

Allianz Umfrage zur „Generation Reset“:

Lebenszufriedenheit junger Menschen im Sinkflug

- **Nur jede/r zweite 14- bis 24-Jährige mit Leben zufrieden – jede/r Dritte macht sich Sorgen um Zukunft**
- **Jede/r Vierte leidet unter psychischen Problemen: Jugend oft müde, gestresst und überfordert – vor allem junge Frauen betroffen**
- **Top-Risiko Klimawandel: jede/r Dritte wütend – Schuld ist vor allem Industrie**
- **Kein Leben ohne Smartphone – mehr als die Hälfte surft seit Pandemie deutlich länger – soziale Kontakte am stärksten vermisst**
- **Mehr als jede/r Zweite fühlt sich durch Corona bedroht**

Mit dem Lebensgefühl der jungen Generation ging es in den letzten Jahren steil bergab: Beinahe jede/r Zweite ist mit dem Leben unzufrieden, jede/r Dritte macht sich Sorgen um die Zukunft, jede/r Vierte leidet unter psychischen Problemen. Dies ermittelte die aktuelle Jugendstudie der Allianz in einer Befragung unter 14- bis 24-Jährigen. Stärker geworden ist der Tatendrang in Sachen Klimawandel, den die große Mehrheit der jungen in Österreich lebenden Menschen als Hauptbedrohung der nächsten 20 Jahre identifiziert. Bei jedem/jeder Dritten zeigt sich rund um das Thema Klimawandel Wut, die Schuld sieht die Jugend vorrangig bei der Industrie. Die Nutzung digitaler Medien, insbesondere das Smartphone, ist eine Selbstverständlichkeit im Alltag, wenngleich persönliche Kontakte gerade während der Pandemie heftig vermisst wurden.

„Wir tragen als Allianz Verantwortung für Generationen. Deshalb wollen wir wissen, was junge Menschen beschäftigt – was sind ihre Ziele und Prioritäten, was ihre Ängste und Sorgen? Und die Ergebnisse der Studie zeigen uns eines ganz deutlich: Wir müssen unserer Jugend als Gesellschaft Kraft und mehr Vertrauen schenken sowie Zuversicht und Perspektiven vermitteln“, betonte Rémi Vrignaud, CEO der Allianz Österreich, anlässlich der Präsentation der Umfrageergebnisse. Denn waren bei Vergleichsstudien 2011 noch 73 Prozent und 2017 immerhin 69 Prozent der 14- bis 24-Jährigen mit ihrem Leben zufrieden, so sind dies aktuell nur noch 57 Prozent. Gar nur 17 Prozent der „Generation Reset“ geben ihrem Leben insgesamt die Bestnote Eins. Die wachsende Unzufriedenheit zieht sich quer durch alle Lebensbereiche, vom Schul- und Berufsleben über die Freizeit bis zur Partnerschaft. Besonders betroffen davon sind junge Frauen sowie Personen mit schlechterem Gesundheitszustand.

Müde, gestresst und überfordert

Psychische Erkrankungen sind das größte Gesundheitsproblem der Jugend in Österreich. Im Laufe der letzten zehn Jahre hat sich die Zahl der jungen Menschen, die über psychische Probleme klagen, vervierfacht und liegt mittlerweile bei 24 Prozent. Weitere Zahlen der aktuellen Allianz Umfrage geben ebenso zu denken: 46 Prozent der 14-bis 24-Jährigen fühlen sich häufig müde und schlapp, 45 Prozent oft gestresst, 38 Prozent unter Druck von äußeren Einflüssen und 30 Prozent

generell überfordert. Mehr als jede/r Vierte ist häufig einsam und unglücklich. Die schwierige Corona-Zeit verschärfte diese Situation noch weiter: Drei von vier jungen Menschen vermissen die sozialen Kontakte sehr, und mehr als die Hälfte ist davon überzeugt, dass wir auch in den kommenden Jahren noch mit der Pandemie zu kämpfen haben werden.

Klimawandel Top-Thema bei den Jugendlichen

Entsprechend besorgt, verstärkt aber auch mit Energie, blickt die „Generation Reset“ in die Zukunft. Als Top-Risiko der nächsten 20 Jahre gilt für die große Mehrheit der Befragten der Klimawandel. Mit zunehmendem Alter und höherer Bildung begegnen die Jugendlichen diesem Thema mit Angst (50 Prozent) und Wut (42 Prozent), wesentlich öfter als vor vier Jahren aber auch mit Tatendrang (33 Prozent). Die eigene Verantwortung für eine bessere Klimazukunft sehen sie bei „uns allen“, auch wenn die Industrie nach wie vor als Hauptverursacher des Klimaproblems eingestuft wird. Gegenüber der Jugendstudie von 2017 ist die Angst vor Pandemien und vor Verarmung gestiegen, die Furcht vor Terror, instabiler politischer Weltlage und Datenmissbrauch hingegen gesunken.

Digitale Medien: Abwechslung und Kontaktpflege

Die Nutzung digitaler Services ist ungebrochen hoch und zur absoluten Normalität im täglichen Leben geworden, wie die Allianz Studie zeigt. Beschäftigung mit Smartphone (78 Prozent), Internet surfen (70 Prozent) und Social Networks (70 Prozent) sind die Top-3 der „nichtsportlichen“ Freizeitbeschäftigungen. Vier von zehn Jugendlichen beschäftigen sich mit ihrem Smartphone mehr als drei Stunden täglich. Streaming ist der große Gewinner in der Corona-Zeit. Als Motive für den Aufenthalt in der digitalen Welt wurde in der Umfrage – auch aufgrund fehlender Alternativen in der Pandemie – Langeweile genannt, aber auch das Bedürfnis, mit Freunden in Kontakt bleiben zu können oder andere Menschen „wiederzufinden“.

Perspektiven und Appell

„Die verschärften Anforderungen der Corona-Zeit haben die jungen Menschen in eine Lebenskrise gestürzt und zudem den Generationenkonflikt befeuert. Die Jugend ist sicherheitsorientiert und hat massive Existenzängste. Wo bleiben die ‚Jungen Wilden‘, die die Zukunft entwerfen?“, kommentiert Mag. Stefan Anzinger, Senior-Researcher des market Instituts, die Umfrageergebnisse. Jedenfalls hat die Jugend eine sehr hohe Sensibilität für die aktuell schwierige Situation entwickelt, wie die Studie zeigt. Die junge Generation hat auch klar gemacht, was sie braucht, beschäftigt und fordert. „Wir müssen alles daran setzen, jungen Menschen ihr positives Lebensgefühl zurückzugeben – rasch und auf breiter Basis“, so Vrignaud. Um den „Turnaround“ zu schaffen, müsse die Politik deutlich an Tempo zulegen. Deutlich wird das beim Thema Klima und Umwelt – damit die nachhaltige Transformation gelingt, brauche es einen konsequenten Klimafahrplan: schnellere Genehmigungsverfahren für nachhaltige Projekte, wie den Ausbau erneuerbarer Energien, raschere und bessere Transparenz- und Veröffentlichungsanforderungen, die die Datenlage zu nachhaltigen Aktivitäten verbessern, langfristig stabile Regularien, um Planungssicherheit gewährleisten zu können, ebenso wie klimaverträgliche Konjunkturpakete.

Die Allianz sieht die Ergebnisse auch als klaren Auftrag, ihre Kernthemen Gesundheitsförderung, Nachhaltigkeit und Digitalisierung mit noch stärkerem Nachdruck voranzutreiben. „Als Allianz investieren wir in Dinge, die Zukunft haben und Zukunft schaffen – so wollen wir unseren Beitrag leisten, indem wir als Gesundheitsversicherer insbesondere die mentale Gesundheit bestmöglich fördern, als Branchenpionier unsere Kundengelder nachhaltig veranlagen und moderne und smarte digitale Lösungen bieten“, so Vrignaud abschließend.

Die Umfrage wurde vom market Institut im Auftrag der Allianz Österreich als Online-Befragung durchgeführt. Befragt wurden 800 Personen zwischen 14 und 24 Jahren.

Wien, 24. Juni 2021

Downloads im [Allianz Pressecenter](#)

- Foto: Mag. Rémi Vrignaud (Abdruck honorarfrei unter Angabe des folgenden Copyright-Vermerks: ©Allianz/Foto: WILKE)
- Foto: Mag. Stefan Anzinger (© Market-Institut – Abdruck honorarfrei)
- Pressemitteilung als pdf
- Charts als pdf

Pressekontakte

Patricia Strampfer

Pressesprecherin
Head of Corporate Communications
Allianz Gruppe in Österreich
Tel: +43 5 9009 80690
E-Mail: patricia.strampfer@allianz.at

David Weichselbaum

Pressesprecher
Corporate Communications
Allianz Gruppe in Österreich
Tel: +43 5 9009 88602
E-Mail: david.weichselbaum@allianz.at

Social media



Follow us on LinkedIn [@Allianz Österreich](#)



Follow us on Facebook [@allianzoesterreich](#)



Follow us on Twitter [@AllianzAustria](#)



Follow us on Instagram [@allianz_oesterreich](#)

Disclaimer

Die Allianz Gruppe Österreich übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit und Vollständigkeit der enthaltenen Aussagen und Informationen. Aus dieser Pressemitteilung erwachsen keine Rechtsansprüche - gleichgültig welcher Art. Irrtümer und Tippfehler sind vorbehalten.

Die Allianz Gruppe Österreich übernimmt keine Verpflichtung, die in dieser Meldung enthaltenen Aussagen und Informationen zu aktualisieren, soweit keine gesetzliche Veröffentlichungspflicht besteht.