

Medienmitteilung

Wien, 26. September 2023

Helvetia Generationen-Studie: Österreicher:innen sind glücklich, aber die Hälfte hat zu geringes Einkommen zum Sparen

Von Babyboomer bis Gen-Z: Wie ticken die unterschiedlichen Generationen in Österreich? Was macht sie glücklich, was bedrückt sie? Wie wollen sie leben und wie sorgen sie vor? Helvetia präsentiert eine umfassende Generationen-Studie.

- **Glücklich über alle Generationen hinweg: 81 Prozent der Österreicher:innen sind trotz Multikrisen sehr oder ziemlich glücklich – je jünger, desto glücklicher**
- **Teuerung und Klimawandel bereiten generationenübergreifend die größten Sorgen: Generation Z fürchtet besonders Inflation, hohe Wohnkosten und Klimawandel, Babyboomer beunruhigt Armut, Krieg und Kriminalität**
- **Gehalt und Vergütung sind für alle Generationen wichtigster Aspekt bei der Arbeit, Work-Life-Balance nur für ein gutes Viertel (23 Prozent)**
- **Zwei Drittel (65 Prozent) sehen das Monatsgehalt als entscheidenden Faktor bei der Arbeitsplatzwahl**
- **Nur die Hälfte der Österreicher:innen kann etwas von ihrem Monatseinkommen sparen: Jüngere können mehr sparen als Ältere, bei über einem Viertel (26 Prozent) der Babyboomer ist das Einkommen zu gering zum Sparen**

Das Generationen-Thema hat an Relevanz zugenommen, es sind so viele unterschiedliche Generationen wie nie zuvor am Arbeitsmarkt. Wird häufig bei Studien eine einzelne Generation genauer unter die Lupe genommen, hat IPSOS im Auftrag der Helvetia Versicherung eine breit angelegte Generationen-Studie durchgeführt, um herauszufinden, wie die unterschiedlichen Altersgruppen in Österreich fühlen, denken und in die Zukunft blicken.

»Bemerkenswert auf den ersten Blick ist, dass es gar nicht so große Unterschiede zwischen den Generationen gibt, wie man meinen könnte. Die Österreicherinnen und Österreicher sind trotz zahlreicher Krisen in den letzten Jahren generationenübergreifend glücklich und auch punkto Arbeitswelt gibt es nur kleine Ausreißer über die Altersschichten«, fasst Studienautor Alexander Zeh von IPSOS die Ergebnisse zusammen.

Generation Z ist am glücklichsten

Über 80 Prozent der Österreicher:innen sind glücklich, zu diesem Ergebnis kommt die repräsentative Generationen-Studie der Helvetia Versicherung. Trotz Krieg, hoher Inflation und kürzlicher Pandemie ist das Glückchkeitslevel in Österreich hoch – es sinkt jedoch mit dem Alter. Sind bei der jüngsten Generation – der Generation Z – noch 86 Prozent ziemlich oder sehr glücklich, ist der Anteil der Glücklichen bei den Babyboomern mit 77 Prozent zwar immer noch hoch, aber im Altersschnitt am geringsten.

Glücklich macht – über alle Altersgruppen hinweg – insbesondere die eigene Gesundheit und das Wohlbefinden (66 Prozent sehr glücklich), gefolgt von »in der Natur sein« (63 Prozent), den eigenen Lebensbedingungen (63 Prozent) und der persönlichen Sicherheit (61 Prozent). Die Beziehung zu Partner:innen wie Kindern macht 59 Prozent der Befragten sehr glücklich und der Job ist es immerhin noch für über die Hälfte der Österreicher:innen (51 Prozent). Die eigene finanzielle Situation macht noch 33 Prozent sehr glücklich – gegenüber 18 Prozent, die darüber nicht glücklich sind. Am wenigsten glücklich macht Zeit auf Social Media mit zehn Prozent (Generation Z immerhin 16 Prozent) und der Zustand der Wirtschaft mit 13 Prozent.

Teuerung größter Sorgenfaktor

Bei den Sorgen der Österreicher:innen liegt die Inflation auf dem ersten Platz (37 Prozent), gefolgt vom leistbaren Wohnen und Armut (je 27 Prozent). Je jünger die Befragten, desto mehr steigt die Beunruhigung über die Teuerung. Stellt die Inflation für 45 Prozent der Generation Z eine Sorge dar, so sind nur 25 Prozent der Babyboomer beunruhigt. Die Wohnkosten sorgen 36 Prozent der Jüngeren, aber nur 22 Prozent der Babyboomer. Die ältere Generation sorgt sich mehr um Armut und soziale Ungleichheit sowie militärische Auseinandersetzungen und Kriminalität. Um das Klima macht sich ein gutes Viertel (26 Prozent) quer durch alle Altersklassen Sorgen, bei den Generationen Y (28 Prozent) und Z (30 Prozent) steigt die Beunruhigung im Altersvergleich.

Bei den Zukunftswünschen sind sich die Generationen einig: Gesundheit und finanzielle Sicherheit sind altersunabhängig die wichtigsten Faktoren für ein glückliches Leben. Gesundheit ist mit 44 Prozent der bedeutendste Wunsch über alle Altersklassen hinweg. Er gewinnt mit zunehmendem Alter jedoch deutlich an Relevanz: Bei der Gen Z ist zwar Gesundheit auch der wichtigste Glücks-Faktor, aber nur mit einem Fünftel (21 Prozent) Zustimmung. Bei der Gen Y sind es bereits 36 Prozent, bei der Gen X wünscht sich jed:er Zweite Gesundheit und bei den Babyboomern sind es mehr als sechs von zehn Befragten (63 Prozent).

Finanzielle Sicherheit und ausreichend Geld liegen altersunabhängig an zweiter Stelle bei den Zukunftswünschen mit 22 Prozent Zustimmung. In Geldfragen sind weniger Altersunterschiede erkennbar als bei Gesundheit. Hier sind die Millennials die Generation, der dieser Faktor mit 26 Prozent Zustimmung am wichtigsten ist. Bei Babyboomern sind es 18 Prozent, bei der Gen X 22 und bei den jüngsten 21 Prozent.

Die Jungen wollen nicht arbeiten...

»Es sind so viele unterschiedliche Generationen wie nie zuvor am Arbeitsmarkt vertreten – und gerade die Jüngeren haben mit einigen Vorurteilen zu kämpfen, die allerdings durch unsere Studienergebnisse entkräftet werden«, berichtet Zeh. Ein Ziel der Umfrage war, genau diese zu hinterfragen und die wahren Kriterien in der Arbeitswelt für die unterschiedlichen Generationen zu durchleuchten. So schätzen auch jüngere Generationen einen sicheren Arbeitsplatz (59 Pro-

zent der Generation Y, bei 47 Prozent gesamt) und stechen auch bei geringerer Wochenarbeitszeit nicht hervor (23 Prozent insgesamt dafür, 13 Prozent bei den Babyboomern). »Dass Junge nicht arbeiten wollen, können wir anhand der Studienergebnisse doch verneinen«, fasst Studienautor Alexander Zeh zusammen.

Was ist den Generationen bei der Arbeit nun wichtig? »Wenig überraschend ist der wichtigste Aspekt über alle Altersgruppen hinweg mit 41 Prozent das Gehalt. Am bedeutendsten ist die Vergütung für die Generation X mit 46 Prozent. Kein Wunder, denn diese Generation der etwa 44- bis 60-Jährigen hat auch meist eine hohe finanzielle Last – sei es in Form von Immobilienrückzahlungen oder Fürsorgearbeit – zu tragen«, ergänzt Helvetia CEO Thomas Neusiedler. Eine gute Work-Life-Balance ist für 30 Prozent der Gen Z entscheidend, wogegen nur zwölf Prozent der Babyboomer das so sehen – im Durchschnitt findet ein knappes Fünftel jeden Alters (23 Prozent), dass die Balance zwischen Job und Freizeit am wichtigsten ist. Arbeitsplatzsicherheit ist hingegen für die Babyboomer mit 29 Prozent doppelt so wichtig wie für die jüngste Generation (15 Prozent). »Mit diesen Zahlen lassen sich einige Vorurteile erklären. Work-Life-Balance steht lange nicht so im Fokus, wie es oft kolportiert wird. Auch die Arbeitsumgebung und Kultur sind nur für zehn Prozent der Gen Z ein Faktor. Insgesamt ist Österreich trotz des hohen Stellenwerts des Gehalts kein sehr karriereorientiertes Volk – nur fünf Prozent insgesamt sehen Aufstiegschancen und Karrieremöglichkeiten als entscheidend an«, fasst Thomas Neusiedler die Ergebnisse zusammen.

Vergütung entscheidend für Wahl des Arbeitsplatzes

Was nun für oder gegen eine Arbeitsstelle spricht, wollte Helvetia wissen. Immerhin zwei Drittel (65 Prozent) der Österreicher:innen geben den Monatslohn als entscheidend für die Auswahl der Stelle an, gefolgt von der Sinnhaftigkeit der Arbeit (47 Prozent). Neben diesen Aspekten sind Wertschätzung, Selbständigkeit, ein ethischer Ansatz des Arbeitgebenden und auch die Entfernung vom Wohnort ausschlaggebende Standards (alle zwischen 40 und 46 Prozent). Homeoffice-Möglichkeiten überzeugen jedoch nur mehr ein Drittel (34 Prozent). Gefragt nach den entscheidenden Vorteilen außerhalb dieser »Standardwünsche« führen 53 Prozent der Befragten zusätzliche Urlaubstage sowie einen schnelleren beruflichen Aufstieg (50 Prozent) an, die somit entscheidende Vorteile für Arbeitgebende bei der Suche nach Talenten darstellen.

Bei der Frage, wie wichtig gewisse Faktoren für die persönliche Zufriedenheit mit dem Arbeitsplatz sind, werden primär Sicherheit, eine gute Leistung und Stabilität (alle 85 Prozent) genannt, gefolgt von einer großen Aufgabenvielfalt (77 Prozent). Es treten jedoch bei den Arbeitsdimensionen signifikante Unterschiede zwischen Altersgruppen auf: Während 71 Prozent der Babyboomer einen sicheren Arbeitsplatz als wichtig empfinden, sind es bei der Generation Y 59 Prozent. Flexibilität wird vor allem von der jüngsten Generation geordert und einer geringeren Wochenarbeitszeit – wie oft gefordert – stimmen 23 Prozent der Befragten sehr zu (Babyboomer 13 Prozent). Gleichzeitig halten jedoch 25 Prozent Vollzeit und Überstunden für normal. Wechselbereitschaft zeigen 17 Prozent in hohem Ausmaß (Generation Z sogar 26 Prozent) und 41 Prozent »eher«.

Insgesamt wird die Zusammenarbeit unterschiedlicher Generationen in Unternehmen als positiv empfunden – 77 Prozent erkennen die Vorteile und nur drei Prozent sind eher von Nachteilen überzeugt.

Jüngere haben mehr Geld zum Sparen

Nachdem die Bevölkerung die aktuelle Wirtschaftslage nicht unbedingt glücklich macht, befragte IPSOS die Österreicher:innen auch zu ihrer persönlichen Wirtschaftslage. Mit steigender Inflation kann nur rund die Hälfte der Österreicher:innen jeden Monat etwas vom persönlichen Einkommen auf die Seite legen. Für 19 Prozent der Befragten sind die Einkünfte zu gering zum Sparen, ein knappes Drittel (29 Prozent) schafft es nur unregelmäßig. Bei Babyboomern steigt der Anteil der Nicht-Sparer:innen auf 26 Prozent und auch bei der Generation X kann knapp ein Viertel (24 Prozent) nichts auf die hohe Kante legen.

Werner Panhauser, Vorstand Vertrieb und Marketing bei Helvetia, gibt Einblicke in die wirtschaftliche Lage der unterschiedlichen Generationen: »Wie wichtig jedoch die finanzielle Vorsorge ist, ist angekommen – über alle Generationen hinweg wollen die Österreicher:innen finanziell unabhängig sein. Der Blick in die Zukunft ist bei den Babyboomern nicht so optimistisch wie bei jüngeren Generationen.« Während bei den Berufseinsteiger:innen über 70 Prozent von einer besseren finanziellen Zukunft ausgehen, erwartet über ein Drittel (38 Prozent) der Babyboomer eine schwächere persönliche Wirtschaftslage.

Gespart wird über alle Altersgruppen hinweg am häufigsten mittels Sparbuch bzw. Sparkonto – gefolgt von Bausparer und Lebensversicherung, wobei jüngere eher zum Bausparer und die mittleren Generationen eher zur Lebensversicherung greifen. »Es freut uns, dass bereits so viele der Generation X und Y eine Lebensversicherung, bei Helvetia mit großer Mehrheit fondsgebunden, als Vorsorge wählt. Sie bietet eine optimale Form, um sowohl Kapital aufzubauen als auch langfristig vorzusorgen«, so Werner Panhauser.

Gespart wird für den Notgroschen

So unterschiedlich die Sparformen, so gleich sind die Gründe zum Sparen: Für jede:n Zweite:n (47 Prozent) sind finanzielle Reserven und Sicherheit das wichtigste Argument. Für die Generation Z sind tendenziell Urlaub und Reisen wichtiger (45 Prozent im Vergleich zum Durchschnitt von 38 Prozent), ebenso wie Sparen für den Haus-, bzw. Wohnungskauf (27 Prozent, Durchschnitt: 14 Prozent). Rente und Sicherheit im Alter interessiert die Jungen mit 23 Prozent deutlich weniger als die älteren Generationen mit 31 Prozent. Für Kinder und Enkelkinder spart die Generation Y am meisten mit 27 Prozent.

»Zusammenfassend lässt sich sagen: Die Österreicher:innen sind über alle Altersgruppen hinweg glücklicher als man aufgrund aktueller Schlagzeilen vermuten würde. Zwar gibt es zahlreiche Sorgen, die von den Generationen unterschiedlich bewertet werden, aber in punkto Arbeitswelten sind diese Unterschiede kaum zu finden. Positiv ist für uns als Versicherer das Bewusstsein für finanzielle Absicherung – unser Aufklärungsauftrag ist angekommen und bereits 40 Prozent aller fondsgebundenen Lebensversicherungen gehen auf das Konto der Generation Y«, fasst Thomas Neusiedler die Ergebnisse zusammen.

Generationenüberblick:

- **Baby Boomer 1953 – 1964**
Den besonderen Namen trägt diese Generation aufgrund der hohen Geburtenrate, die mit zunehmendem Wohlstand einherging.
- **Generation X 1965 – 1979**
Sie wuchsen mit der Wirtschaftskrise, technischen Fortschritten, Arbeitslosigkeit und Umweltkatastrophen auf. Diese Generation betrachtet die Arbeit eher als Mittel zum Zweck.
- **Generation Y / Millennials 1980 – 1994**
Sie gehören zu den ersten Digital Natives und legen viel Wert auf eine gesunde Work-Life-Balance.
- **Generation Z 1995 – 2010**
Sie sind die erste Generation, die mit den digitalen Technologien aufgewachsen ist. Der Alltag findet sowohl in der virtuellen als auch in der realen Welt statt.

Zur Studie:

Auftraggeber: Helvetia Versicherungen AG

Marktforschungsinstitut: IPSOS

Zielgruppe: Versicherungsfähige Bevölkerung in Österreich, 15-70 Jahre

Methode: Quantitative Online-CAWI-Befragung

Sample: N=1.600, n=400 pro Generation disproportional, repräsentative Rückgewichtung, maximale Schwankungsbreite +-2,5%

Feldzeit: 30.05.2023 - 20.06.2023

Diese Medienmitteilung finden Sie auch auf der Website www.helvetia.at.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Michaela Angerer, MA

Unternehmenskommunikation & CR

Hoher Markt 10-11, 1010 Wien

T +43 (0)50 222-1239

michaela.angerer@helvetia.at

www.helvetia.at

www.facebook.com/helvetia.versicherungen.oesterreich

Mag. Bianca Herzog-Planko

Unternehmenskommunikation

Hoher Markt 10-11, 1010 Wien

T +43 (0)50 222 1214

bianca.herzog-planko@helvetia.at

www.helvetia.at

Über Helvetia Österreich

Helvetia betreibt in Österreich alle Sparten des Leben- und des Schaden-Unfallgeschäftes. Das Unternehmen betreut mit mehr als 850 Mitarbeitenden über 550.000 Kundinnen und Kunden.

Im Geschäftsjahr 2022 betragen die Prämieinnahmen von Helvetia in Österreich EUR 582,1 Mio. (Leben-, Schaden-Unfall-Versicherung). Durch die Konzentration auf die Individualität unserer Kunden und die darauf abgestimmte Beratung übernehmen wir hier eine Vorreiterrolle in Österreich.

Corporate Sustainability: Als zukunftsorientiertes Versicherungs- und Vorsorgeunternehmen verfolgen wir den Ansatz, gesamtgesellschaftliche Entwicklungen mit Berücksichtigung ökologischer, sozialer und ökonomischer Aspekte (ESG-Kriterien) als Chance für nachhaltigen Erfolg zu sehen. Deshalb richten wir mit nachhaltigen Produktlösungen und diversen Engagements den Blick auf die Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden, Partner

und Mitarbeitenden. Als engagierte Standortpartnerin unterstützen wir aktiv den Klima- und Umweltschutz und Projekte für unsere Gesellschaft. In Kooperation mit den Österreichischen Bundesforsten konnten im Zuge der Schutzwald-Initiative bereits über 112.500 Jungbäume für einen klimafitten Wald gepflanzt werden. Als Kooperationspartnerin von Re-Use Austria (ehemals RepaNet) unterstützen wir seit 2021 österreichische Repair Cafés sowie deren ehrenamtliche Reparatur:innen und tragen damit zur Ressourcenschonung bei. Mit der Stiftung »IDEA helvetia« werden regionale Vereine in der Realisierung von Projekten mit Fokus auf Mensch, Natur und Umwelt finanziell unterstützt.

Über die Helvetia Gruppe

Helvetia Versicherungen mit Sitz in St. Gallen hat sich seit 1858 zu einer erfolgreichen Versicherungsgruppe mit über 12 000 Mitarbeitenden und mehr als 7 Millionen Kundinnen und Kunden entwickelt. Seit jeher ermöglicht sie ihren Kundinnen und Kunden, Chancen wahrzunehmen und Risiken einzugehen – Helvetia ist für sie da, wenn es darauf ankommt. Helvetia ist als beste Partnerin überall dort präsent, wo Absicherungsbedürfnisse entstehen, mit Versicherungs-, Vorsorge- und Anlagelösungen aus einer Hand sowie einfachen Produkten und Prozessen. Die Versicherungsgruppe kennt das Geschäft, von der Handy-Versicherung über die Absicherung des Gotthard-Basistunnel-Baus bis hin zur langfristigen Anlage von Kundengeldern. Mit Begeisterung entwickelt und erschließt Helvetia Geschäftsmodelle und treibt das eigene Geschäft kraftvoll und zukunftsgerichtet voran. Sie handelt in all ihrem Wirken vorausschauend und verantwortungsvoll: zugunsten ihrer Aktionär:innen, ihrer Kundinnen und Kunden und Mitarbeitenden sowie ihrer Partner, der Gesellschaft und Umwelt.

In der Schweiz ist Helvetia die führende Schweizer Allbranchenversicherung. Im Segment Europa mit den Ländern Deutschland, Italien, Österreich und Spanien verfügt das Unternehmen über fest verankerte Marktpositionen für überdurchschnittliches Wachstum. Im Segment Specialty Markets bietet Helvetia weltweite maßgeschneiderte Spezial- und Rückversicherungsdeckungen an. Bei einem Geschäftsvolumen von CHF 11.1 Mrd. erzielte Helvetia im Geschäftsjahr 2022 ein IFRS-Ergebnis nach Steuern von CHF 614.4 Mio. Die Aktie der Helvetia Holding AG wird an der Schweizer Börse SIX Swiss Exchange gehandelt.