Medieninformation – Wien, 5. November 2026

Trotz multipler Krisen wieder mehr Lebensfreude: Österreich wird zuversichtlicher, die Mitte bleibt skeptisch

Aktuelle Sinus-Milieu®-Studie von INTEGRAL zeigt, wie sich die Prioritäten der Menschen seit 2022 verändert haben

- **Mehr Zuversicht trotz anhaltender Krisen:** 55% der Menschen in Österreich blicken optimistisch in ihre persönliche Zukunft – zehn Prozentpunkte mehr als 2022.
- **Mehr erleben, selbst gestalten:** Urlaubspläne, Freizeitaktivitäten und persönliche Erlebnisse gewinnen an Bedeutung. 79% planen einen Urlaub, 2022 waren es 68%.
- **Leistbarkeit und Verlässlichkeit gewinnen an Gewicht:** Der Preis wird beim Einkaufen wichtiger, bewährte Marken sind gefragt. Gleichzeitig werden Digitalisierung und KI zunehmend selbstverständlich, während der Klimaschutz an Priorität verliert.

Die Menschen in Österreich blicken wieder optimistischer in die Zukunft und wollen das Leben trotz anhaltender Krisen genießen. Doch die neue Zuversicht ist ungleich verteilt. Während vor allem die gehobenen gesellschaftlichen Milieus optimistischer werden, wächst in Teilen der Mitte die Skepsis und das Bedürfnis nach Sicherheit. Das zeigt die aktuelle Sinus-Milieu® Studie von INTEGRAL im Vergleich mit 2022, dem Ende der Corona-Pandemie.

Die österreichische Gesellschaft befindet sich im Wandel. Nach Jahren multipler Krisen, geprägt von Pandemie, Inflation und wirtschaftlicher Unsicherheit, zeichnen sich neue Prioritäten ab.

Vier gesellschaftliche Trends prägen das Bild

- Mehr Lebensfreude, Reisen und Freizeitaktivitäten
- Leistbarkeit und Verlässlichkeit gewinnen an Bedeutung
- Digitale Technologien werden im Alltag selbstverständlicher
- Klimaschutz verliert an Dringlichkeit

Das zeigt eine aktuelle Eigenforschung von INTEGRAL. „Was zunächst widersprüchlich erscheint, folgt einer gemeinsamen Logik: Die Menschen wollen nicht länger ihren Alltag von den großen Problemen bestimmen lassen. Sie richten ihren Blick wieder stärker auf das, was sie selbst beeinflussen können. Und sie versuchen, trotz schwieriger Rahmenbedingungen, das Beste aus ihrem Leben zu machen.“, erklärt Bertram Barth, Geschäftsführer von INTEGRAL.

Die Zuversicht kehrt zurück, aber nicht in allen Lebenswelten

Trotz anhaltender Krisenstimmung hat sich der Blick in die Zukunft deutlich aufgehellt. 55% der Menschen in Österreich sehen ihre persönliche Zukunft optimistisch, 2022 waren es erst 45%. Auch die

Zuversicht hinsichtlich der Entwicklung Österreichs ist von 38% auf 47% gestiegen. Zugenommen hat auch das Vertrauen in zumindest eine gesellschaftliche Institution, von 78% im Jahr 2022 auf aktuell 93%. Die Zufriedenheit mit dem Funktionieren der Demokratie liegt hingegen unverändert bei 55%.

Doch nicht alle gesellschaftlichen Gruppen teilen den neuen Optimus: Vor allem die gehobenen Sinus-Milieus blicken wieder zuversichtlicher nach vorne. In der gesellschaftlichen Mitte nehmen dagegen vielfach Skepsis und Verunsicherung sogar zu. Besonders die Nostalgisch-Bürgerlichen und Teile der Adaptiv-Pragmatischen Mitte beurteilen die Zukunft des Landes und die gesellschaftliche Entwicklung deutlich zurückhaltender. Das trägt zur Polarisierung zwischen den Milieus der Mitte und gehobenen Milieus bei.

Das Leben findet trotzdem statt

Wie sehr sich die Prioritäten verschoben haben, zeigt ein Blick auf das Freizeitverhalten. Die Menschen wollen wieder mehr unternehmen, reisen, Kultur erleben und aktiv sein. Der Anteil jener, die einen Urlaub planen, ist seit 2022 von 68% auf 79% gestiegen. Auch Fitness und Kulturangebote gewinnen an Bedeutung: Mittlerweile geht ein Viertel zumindest monatlich ins Fitnessstudio, 2022 waren es erst 16%. Theater- und Opernbesuche verzeichnen ebenfalls Zuwächse.

Dahinter steht auch eine Form von Eskapismus: Angesichts globaler Krisen und gesellschaftlicher Unsicherheit rückt das eigene, unmittelbar gestaltbare Leben stärker in den Vordergrund. Reisen, Freizeitaktivitäten und persönliche Erlebnisse bieten einen Ausgleich zu den Belastungen durch globale Krisen und gesellschaftliche Unsicherheit.

„Wir beobachten eine Art gesellschaftliches „Trotzdem“. Die Menschen nehmen die Krisen durchaus wahr, wollen aber nicht mehr ihr gesamtes Leben danach ausrichten. Wo die großen Entwicklungen kaum beeinflussbar erscheinen, rückt das in den Vordergrund, was sie im eigenen Alltag gestalten können: eine Reise, ein schönes Erlebnis, mehr Zeit für sich selbst.“, führt Bertram Barth aus.

Leistbarkeit und Verlässlichkeit gewinnen an Bedeutung

Die neue Erlebnisorientierung geht mit einem ausgeprägten Bedürfnis nach Verlässlichkeit einher. Die Inflation der vergangenen Jahre hat Spuren im Einkaufs- und Konsumverhalten hinterlassen. Für 55% ist beim Einkaufen meistens der niedrigste Preis entscheidend, ein Anstieg um sechs Prozentpunkte gegenüber 2022. Gleichzeitig wächst das Vertrauen in Bewährtes: 78% setzen auf altbewährte Produkte und gängige Marken, gegenüber 62% vor vier Jahren.

„Diese Entwicklung zeigt, dass Lebensfreude und Sparsamkeit keine Gegensätze sein müssen. Die Menschen wollen sich etwas gönnen, achten aber stärker darauf, wofür sie ihr Geld ausgeben. Verlässlichkeit, ein nachvollziehbarer Nutzen und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis gewinnen an Bedeutung. Besonders bemerkenswert ist, dass diese Haltung längst nicht mehr auf finanziell schwächere Gruppen beschränkt bleibt, sondern zunehmend auch progressive und moderne Milieus erfasst.“, ergänzt Martin Mayr, Mitglied der INTEGRAL-Geschäftsleitung.

Arbeit, Digitalisierung und Nachhaltigkeit: Der persönliche Nutzen zählt

Auch in der Arbeitswelt verändern sich die Erwartungen: Arbeit soll finanzielle Sicherheit und ein gutes Leben ermöglichen, steht aber nicht mehr selbstverständlich im Mittelpunkt der persönlichen Selbstverwirklichung. Die Suche nach einer besseren Work-Life-Balance ist somit Teil eines umfassenderen gesellschaftlichen Trends.

Bei digitalen Technologien zeigt sich der neue Pragmatismus besonders deutlich: Digitale Angebote werden zunehmend dort angenommen, wo sie einen unmittelbaren Nutzen oder zusätzliche Lebensqualität versprechen und den Alltag erleichtern.

Nachhaltigkeit ist weiterhin relevant, verliert aber an Dringlichkeit. Sie muss sich stärker mit anderen Bedürfnissen wie Leistbarkeit, Sicherheit und persönlicher Lebensqualität vereinbaren lassen. Die Entwicklung verläuft dabei nicht einheitlich. „Während Progressive Realisten weiterhin zu den stärksten Trägern nachhaltiger Werte zählen, messen vor allem die Milieus der Mitte, besonders die „alte“ Nostalgisch-Bürgerliche Mitte, dem Klimaschutz weniger Bedeutung bei. Für viele Menschen ist Nachhaltigkeit weiterhin wünschenswert, soll aber möglichst nicht mit zusätzlichen Belastungen oder Einschränkungen verbunden sein”, sagt Bertram Barth.

Österreich zwischen neuer Lebensfreude und dem Wunsch nach Sicherheit

Die aktuellen gesellschaftlichen Trends zeichnen das Bild einer Bevölkerung, die nach Jahren der Unsicherheit wieder mehr Zuversicht gewinnt und das eigene Leben stärker gestalten möchte. Steigende Reiselust und eine größere Offenheit gegenüber digitalen Möglichkeiten stehen neben wachsender Preissensibilität, dem Wunsch nach Verlässlichkeit und einer pragmatischeren Haltung zur Nachhaltigkeit. Gleichzeitig bleibt die gesellschaftliche Mitte ein ernstzunehmender Gegenpol zum neuen Optimismus. Ihre Sorgen um Leistbarkeit, Sicherheit und die Zukunft des Landes bestehen fort und prägen zunehmend die politischen Entwicklungen.

“Für Unternehmen, Marken und die Politik reichen daher abstrakte Zukunftsversprechen allein immer weniger aus. Gefragt sind vielmehr konkrete Lösungen, die den Alltag erleichtern, Sicherheit vermitteln und Raum für Lebensfreude schaffen. Die Menschen in Österreich ziehen sich nicht einfach in die Vergangenheit zurück, sondern suchen nach einem lebenswerten Heute - trotz aller Unsicherheiten”, bringt es Martin Mayr abschließend auf den Punkt.

Die Ergebnisse stammen aus der Sinus-Milieu-Aktualisierung 2026 von INTEGRAL. Von April bis Juni 2026 wurden rund 2.000 Personen der österreichischen Wohnbevölkerung ab 15 Jahren mittels persönlicher (n=500) und Online-Interviews (n=1.500) bzw. mittels zusätzlicher Online-Stichprobe (n=1.643 Online-Interviews) in der Wohnbevölkerung 16-75 Jahre befragt. Die ergänzenden Daten zur Digitalisierung stammen aus dem Austrian Internet Monitor 2026 mit rund 2.000 Interviews. Die Entwicklungen werden mit Ergebnissen aus dem Jahr 2022 verglichen.

Über INTEGRAL

INTEGRAL ist ein Full-Service-Institut und Anbieter maßgeschneiderter Marktforschungslösungen auf wissenschaftlicher Basis, von der Datenerhebung bis zur Lieferung handlungsrelevanter Informationen und Empfehlungen. INTEGRAL kooperiert eng mit den Schwesterunternehmen SINUS Markt- und Sozialforschung in Heidelberg und Berlin und OPINION Market Research & Consulting, Nürnberg (INTEGRAL-SINUS-OPINION Gruppe). In Kooperation mit dem Heidelberger SINUS-Institut, dessen Mehrheitsanteile INTEGRAL im Jahr 2009 übernommen hat, engagiert sich der österreichische Marktforscher intensiv in der Sinus-Milieu Forschung. Die Ergebnisse bieten Marketingentscheidern aus Unternehmen, Medien und Politik wettbewerbsrelevante Informationen über Märkte und Zielgruppen.

Bilddownload:

https://we.tl/t-rnCxWSvguAzoo4ae

Rückfragehinweis zur Studie:

INTEGRAL Markt- und Meinungsforschung
Mag. Sandra Cerny
Telefon: +43 1 799 19 94 – 21, Mail: office@integral.co.at

Medienkontakt:

Echt-Kommunikation
Doris Spiegl, Bakk. phil.: +43/676/540 15 94 oder ds@echt-kommunikation.at

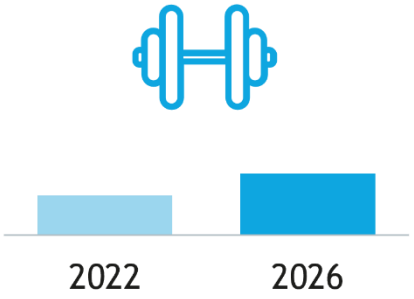
Sinus-Milieu-Studie 2026

Trotz multipler Krisen wieder mehr Lebensfreude: Veränderungen seit 2022



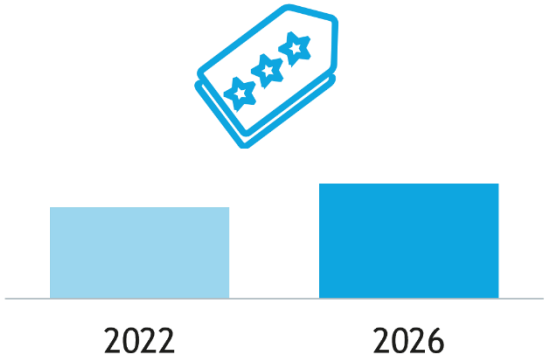
55%

blicken optimistisch in die **persönliche Zukunft (+10 Pkt.)**



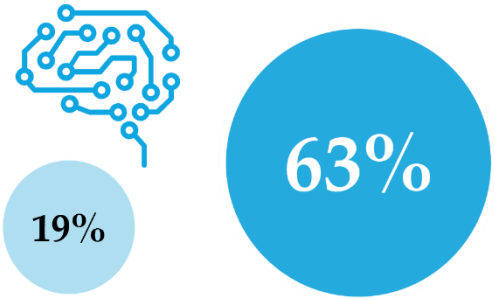
25%

gehen zumindest 1x pro Monat ins **Fitnessstudio (+9 Pkt.)**



78%

vertrauen auf altbewährte Produkte und gängige **Marken (+16 Pkt.)**



Haben **Künstliche Intelligenz** bereits genutzt **(+44 Pkt.)**

Quelle: INTEGRAL Sinus-Milieu-Aktualisierung 2026, österreichische Wohnbevölkerung ab 15 Jahren, n=2.000 Interviews (n=500 persönlich und n=1.500 Online; Studie 8289, April bis Juni 2026, Angaben in %

„Ganz allgemein gesprochen, schauen Sie im Moment eher optimistisch oder eher pessimistisch in die Zukunft?“ (Top2 auf 4-stufiger Skala)
„Bitte sagen Sie mir jeweils anhand dieser Liste, wie oft Sie diesen beschriebenen Tätigkeiten in Ihrer Freizeit nachgehen.“
„Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu: Ich vertraue auf altbewährte Produkte und gängige Marken (Top 2 auf 4-stufiger Skala)
„Welche der Anwendungen haben Sie schon einmal für private oder berufliche Zwecke genutzt?“ (zumindest eine KI-Anwendung wie ChatGPT, Gemini, Copilot, Perplexity, Midjourney etc.)