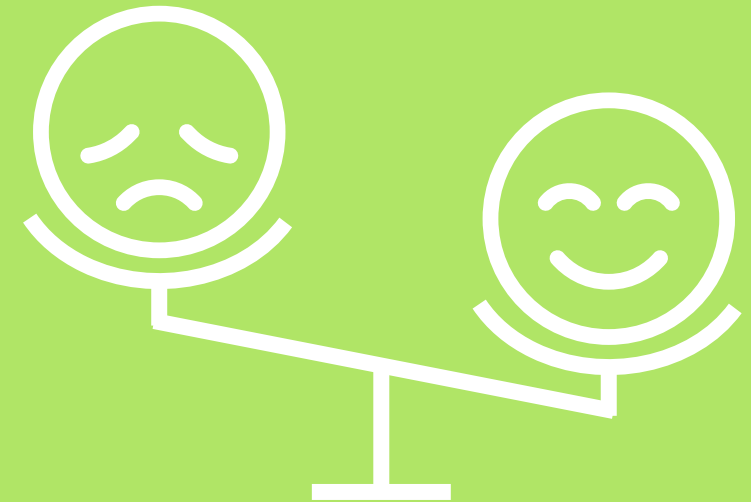


Life-Index

Eine DACH-Studie über Lebensgefühl in bewegten Zeiten



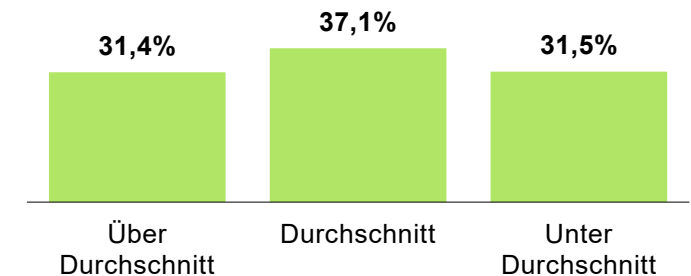
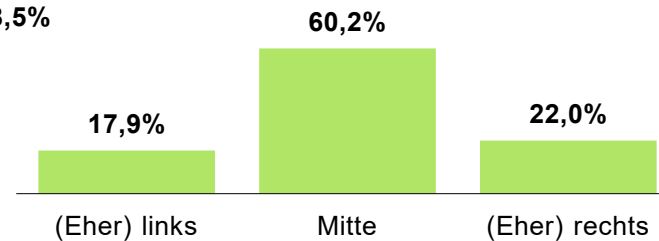
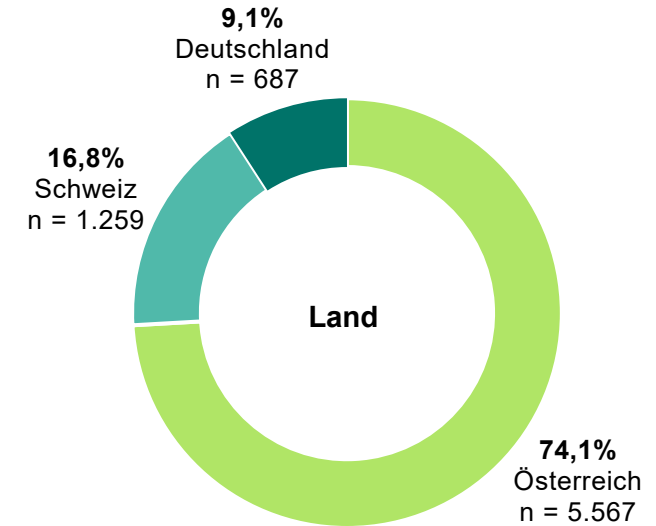
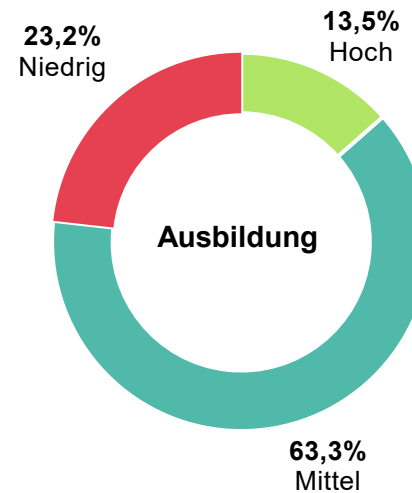
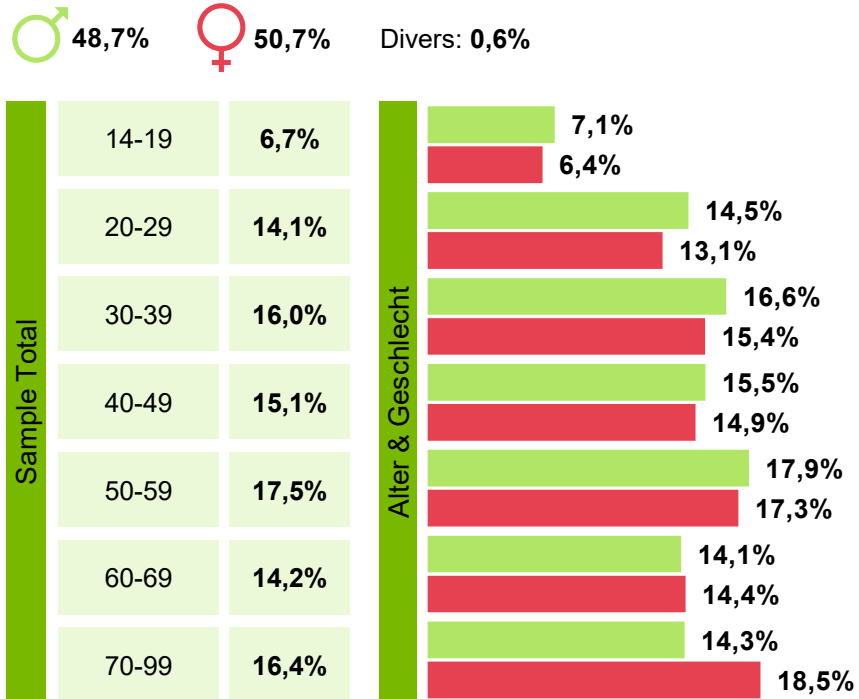
Juni 2025

marketagent.

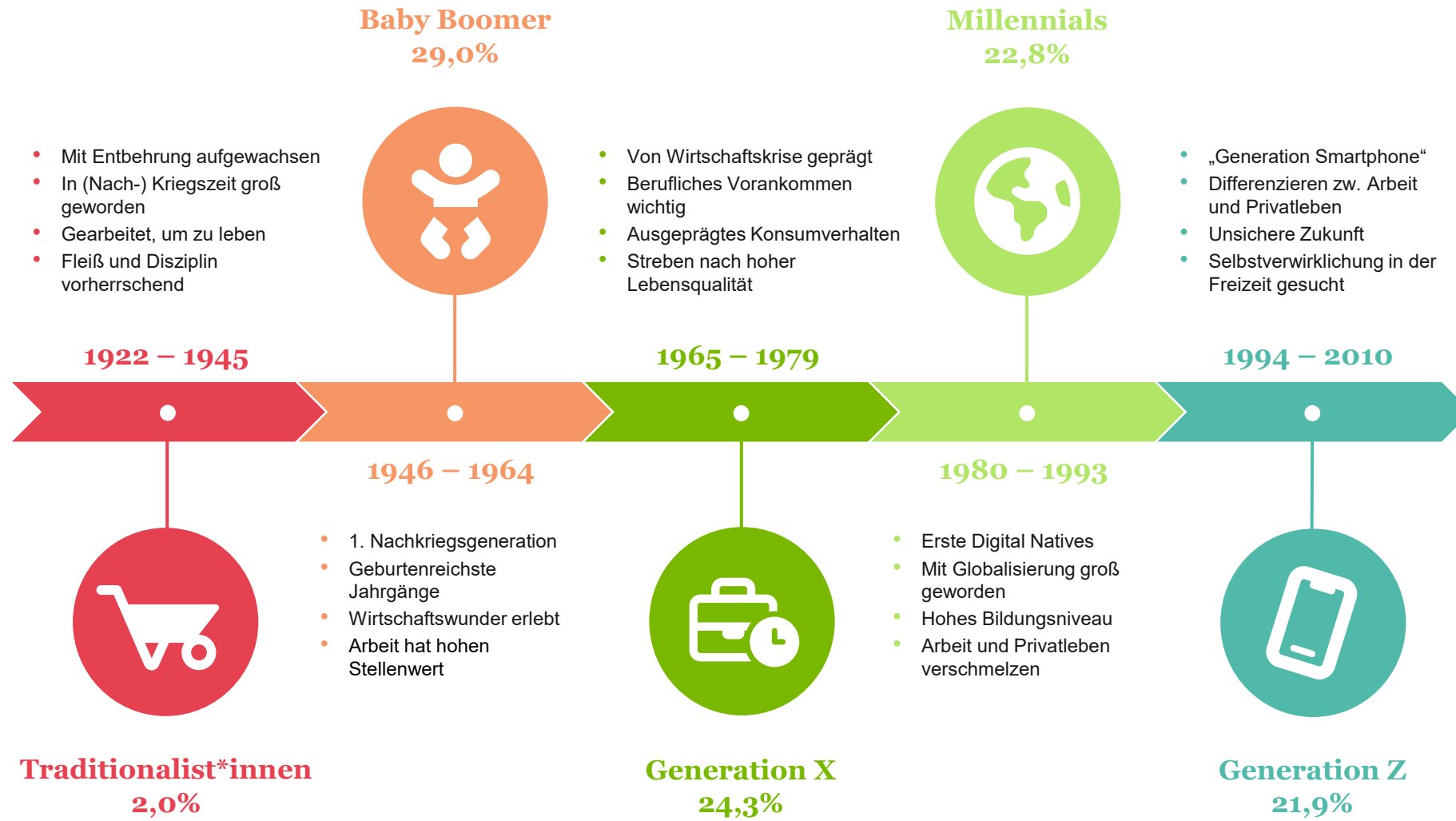
Umfrage-Basics

Auftraggeber	Eigenstudie
Methode	Mobile Research Tool via Smartphone-App
Sample-Größe	n = 7.513 Netto-Interviews
Kernzielgruppe	Personen im Alter von 14 bis 99 Jahren aus Deutschland, Österreich und der Schweiz Inzidenz: 100,0%
Quotensteuerung	Sample repräsentativ für die jeweilige Bevölkerung gewichtet
Feldzeit	04.04.2024 - 31.03.2025
Studienumfang	13 Fragen

Zusammensetzung des Samples | n = 7.513



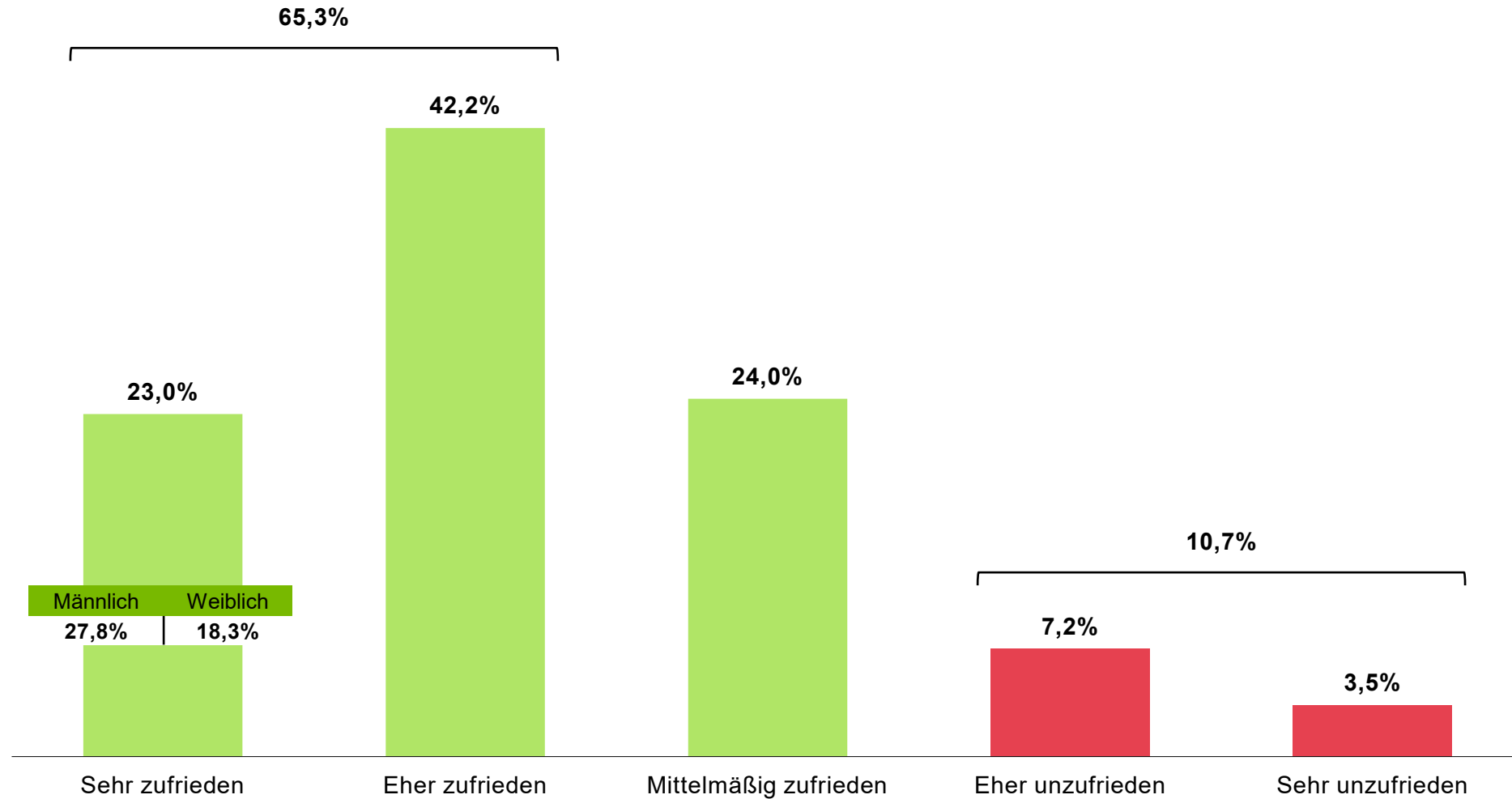
Generationen im Überblick | n = 7.513



Quick-Reader

- **Lebenszufriedenheit:** Die durchschnittliche Lebenszufriedenheit liegt bei 2,3 (Mittelwert auf einer 5-stufigen Skala). 63% der Schweizer*innen sind mit ihrem Leben sehr oder eher zufrieden. Die höchste Zufriedenheit herrscht mit der Wohnsituation (74%) und der Familie (70%), die geringste mit der Selbstverwirklichung (56%) und der finanziellen Situation (39%).
- **Lebensstil:** Jeweils rund 6 von 10 sind der Ansicht, dass sie sich ausgewogen ernähren (60%) bzw. insgesamt gesund leben (64%). Nur gut jede*r Zweite bewegt sich ausreichend (52%) bzw. schläft genug (54%).
- **Idealvorstellung:** Fast zwei Drittel geben an, dass ihr aktuelles Leben (eher) ihren Idealvorstellungen entspricht (65%). Trotzdem würden 47% rückblickend einiges oder nahezu alles ändern, wenn sie ihr Leben noch einmal leben könnten.
- **Persönliche Grundeinstellung und Lebensmotto:** 8 von 10 sehen sich selbst (eher) als Optimist*in (80%). Dennoch blicken nur knapp 6 von 10 positiv in ihre persönliche Zukunft (57%). Das beliebteste Lebensmotto ist „Denke positiv“ (52%).
- **Stress & Sorgen:** Fast ein Viertel empfindet das eigene Stresslevel als sehr oder eher hoch (24%). Am meisten Sorgen bereiten den Menschen die Inflation/steigenden Lebenshaltungskosten (66%), Kriege (63%) und Unsicherheit bezüglich der finanziellen Absicherung im Alter (61%).

Allgemeine Lebenszufriedenheit

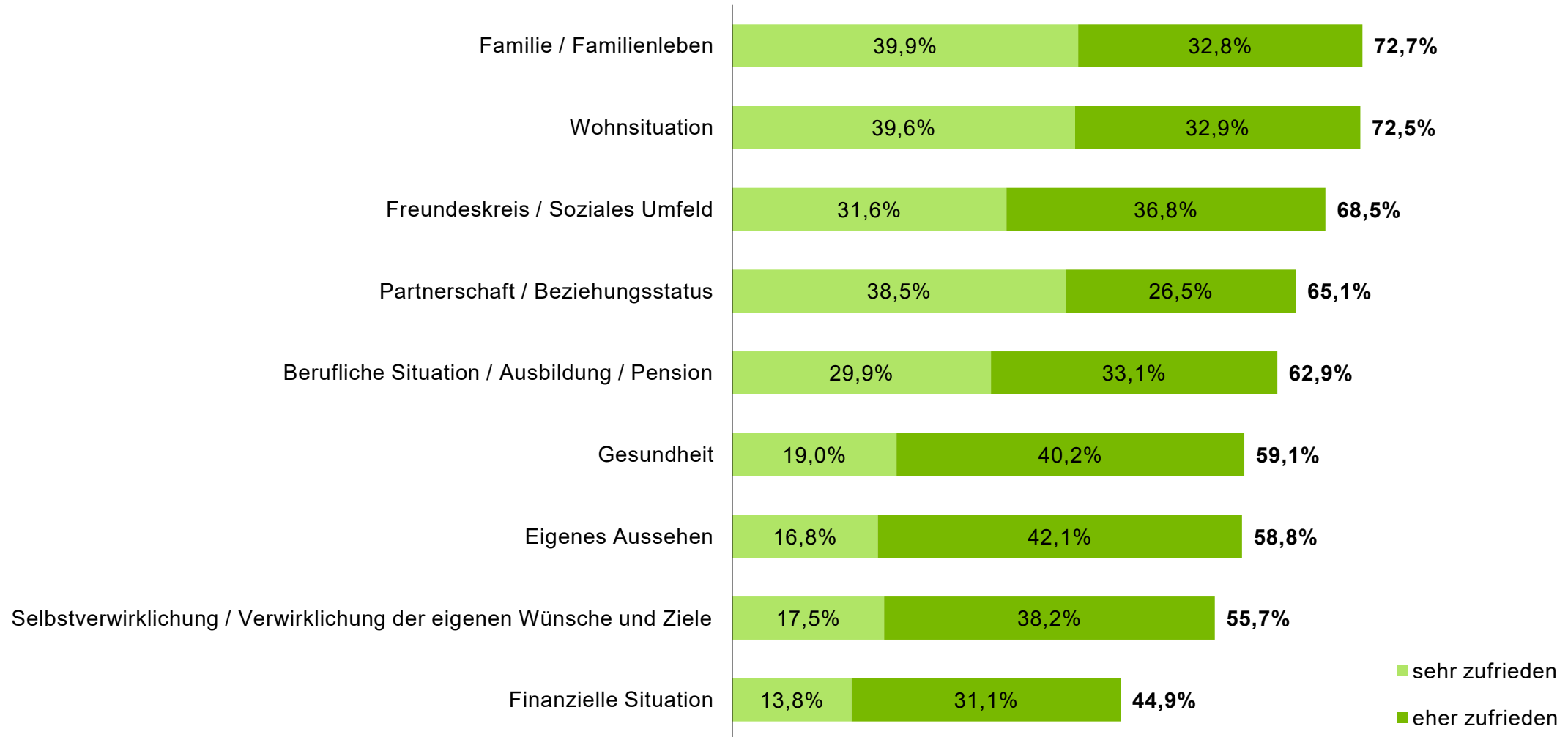


Allgemeine Lebenszufriedenheit

Land	 Sample Total	 Österreich	 Schweiz	 Deutschland
absolut	n=7.513	n=5.567	n=1.259	n=687
Mittelwert	2,3	2,2	2,3	2,5
Sehr zufrieden	23,0%	24,2%	17,5%	23,6%
Eher zufrieden	42,2%	42,7%	45,9%	32,0%
Mittelmäßig zufrieden	24,0%	23,1%	28,9%	22,9%
Eher unzufrieden	7,2%	6,4%	5,1%	17,6%
Sehr unzufrieden	3,5%	3,6%	2,7%	3,8%

Wie zufrieden bist Du derzeit ganz allgemein mit Deinem Leben? || Skala von "1 = Sehr zufrieden" bis "5 = Sehr unzufrieden"

Zufriedenheit in verschiedenen Lebensbereichen



Zufriedenheit in verschiedenen Lebensbereichen

Land	 Sample Total	 Österreich	 Schweiz	 Deutschland
Top-2-Box: sehr zufrieden / eher zufrieden	n=7.513	n=5.567	n=1.259	n=687
Familie / Familienleben	72,7%	74,2%	70,4%	65,2%
Wohnsituation	72,5%	73,0%	74,0%	65,7%
Freundeskreis / Soziales Umfeld	68,5%	69,8%	67,3%	59,8%
Partnerschaft / Beziehungsstatus	65,1%	65,5%	66,7%	59,0%
Berufliche Situation / Ausbildung / Pension	62,9%	64,8%	60,6%	51,8%
Gesundheit	59,1%	59,9%	59,5%	51,7%
Eigenes Aussehen	58,8%	59,5%	58,6%	53,8%
Selbstverwirklichung / Verwirklichung der eigenen Wünsche und Ziele	55,7%	57,1%	55,5%	44,6%
Finanzielle Situation	44,9%	46,5%	38,5%	43,4%

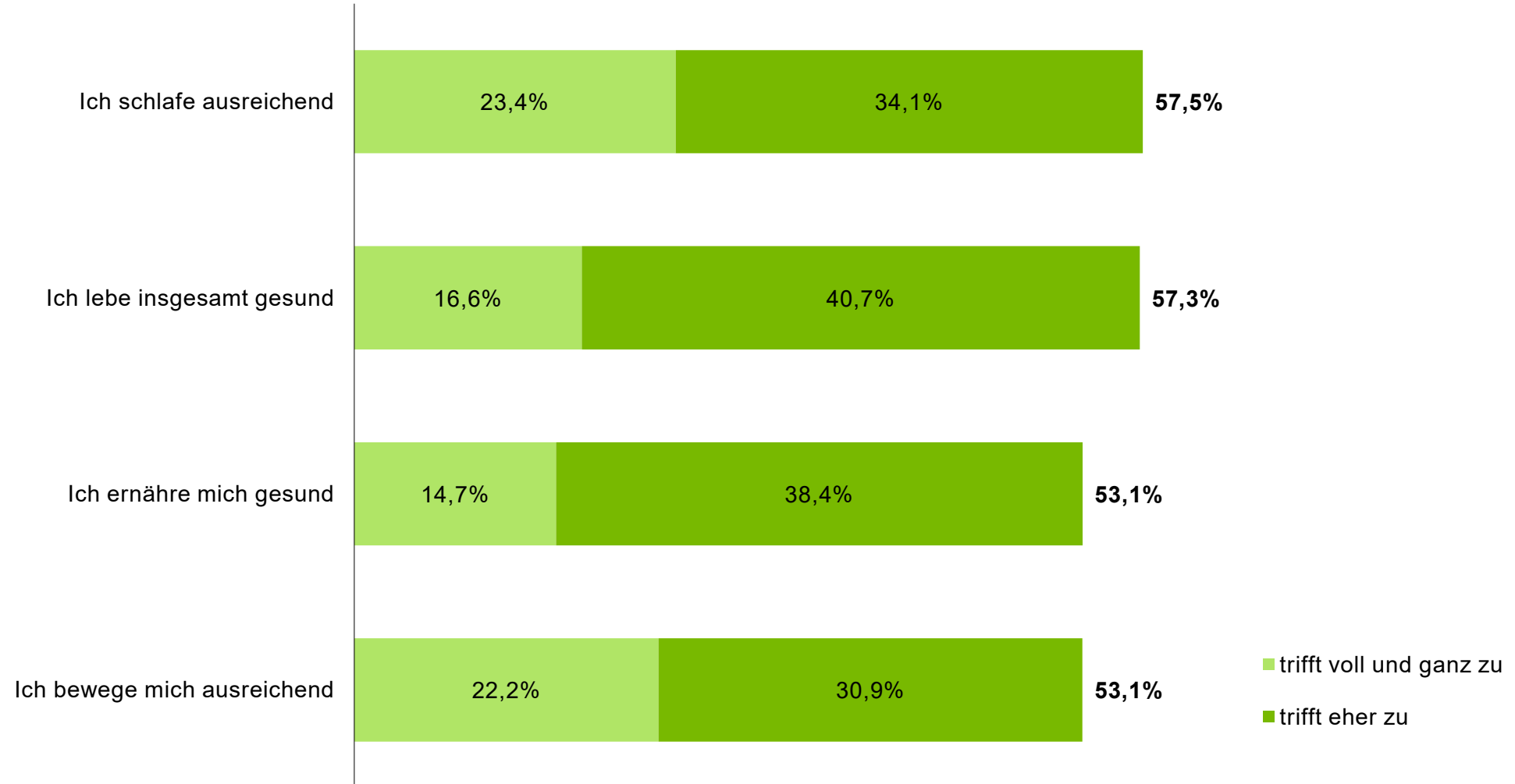


© Katharina Axmann

„In Zeiten von Teuerung, geopolitischer Instabilität und sich wandelnden Arbeitsbedingungen zeigt sich: Das Zuhause und die Familie bleiben der emotionale Anker der Menschen. Gerade in unsicheren Phasen suchen viele Halt im Privaten – es sind die vertrauten Beziehungen und das eigene Wohnumfeld, die Stabilität und Sinn vermitteln.“

Andrea Berger, Research & Communications

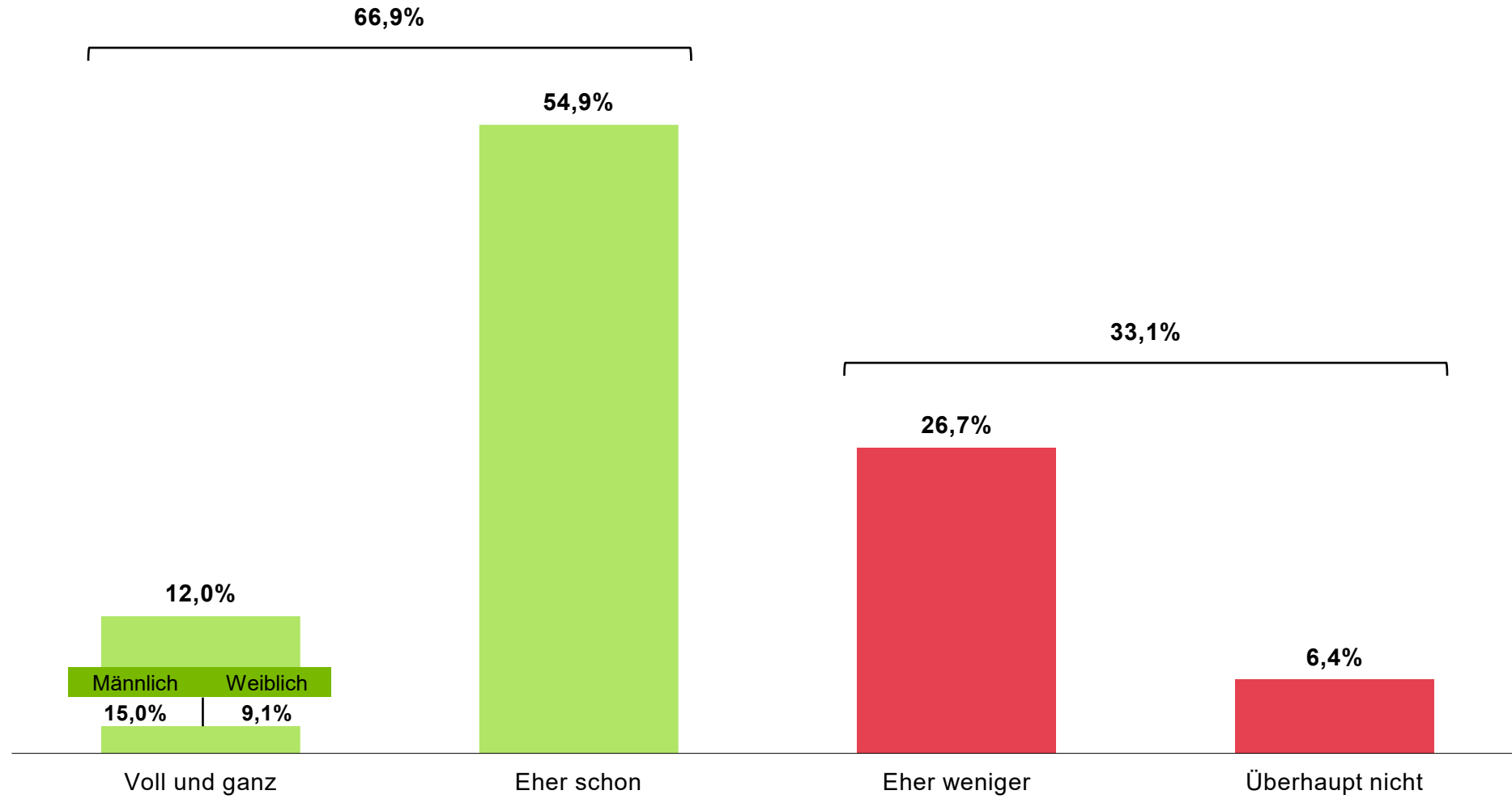
Einschätzung des eigenen Lebensstils



Einschätzung des eigenen Lebensstils

Land	 Sample Total	 Österreich	 Schweiz	 Deutschland
Top-2-Box: trifft voll und ganz zu / trifft eher zu	n=7.513	n=5.567	n=1.259	n=687
Ich schlafe ausreichend	57,5%	58,9%	53,8%	53,0%
Ich lebe insgesamt gesund	57,3%	56,7%	63,9%	49,9%
Ich ernähre mich gesund	53,1%	52,3%	60,4%	46,3%
Ich bewege mich ausreichend	53,1%	53,9%	52,2%	48,7%

Übereinstimmung des eigenen Lebens mit der Idealvorstellung



Inwieweit entspricht Dein Leben derzeit Deinen Idealvorstellungen? || n=7.513 || MW 2,3 (Skala von "1 = Voll und ganz" bis "4 = Überhaupt nicht")

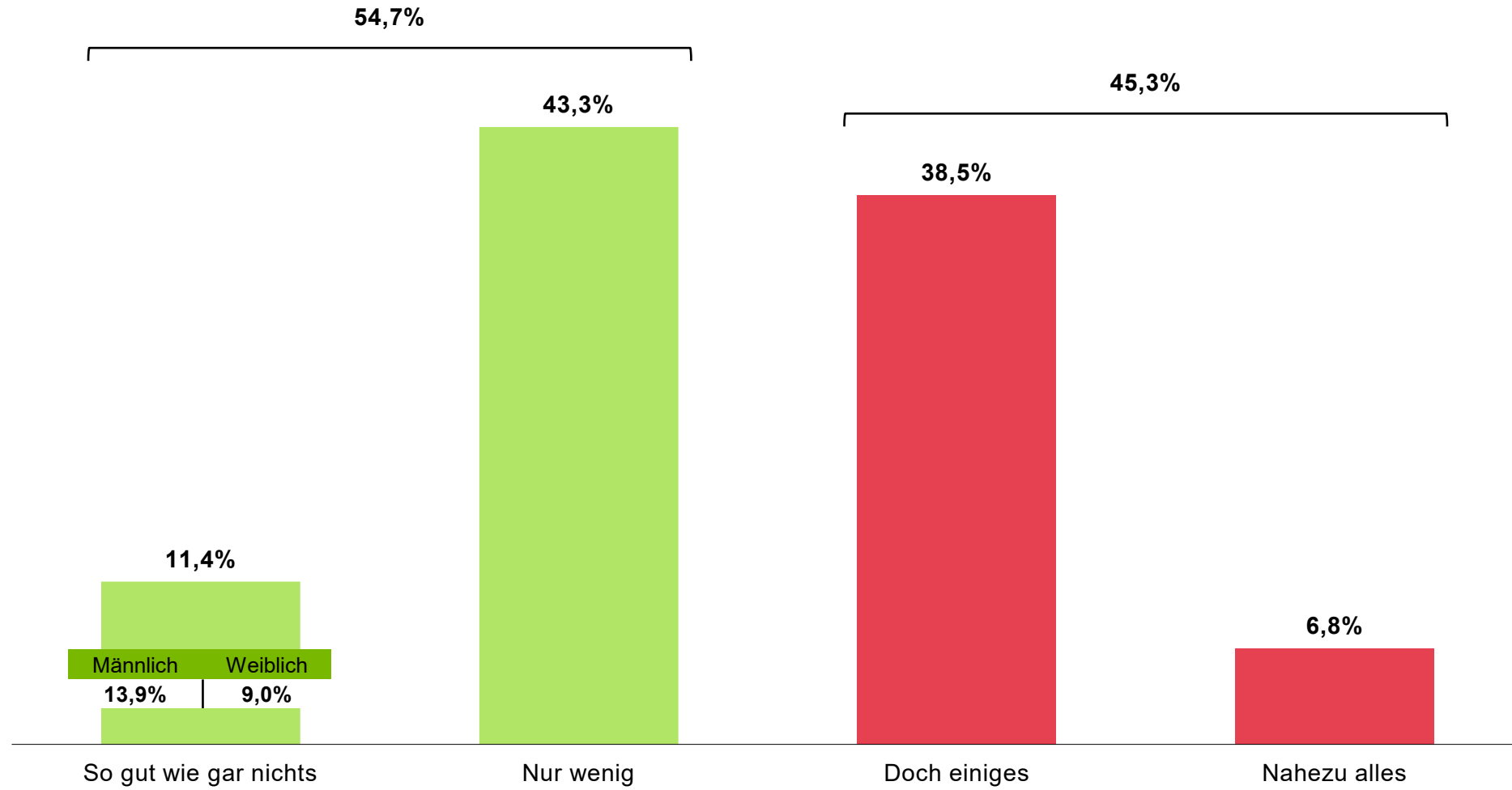
Übereinstimmung des eigenen Lebens mit der Idealvorstellung

Land	 Sample Total	 Österreich	 Schweiz	 Deutschland
absolut	n=7.513	n=5.567	n=1.259	n=687
Mittelwert	2,3	2,3	2,3	2,4
Voll und ganz	12,0%	12,3%	10,7%	12,1%
Eher schon	54,9%	56,1%	54,6%	45,9%
Eher weniger	26,7%	25,1%	29,5%	34,1%
Überhaupt nicht	6,4%	6,5%	5,1%	8,0%

Inwieweit entspricht Dein Leben derzeit Deinen Idealvorstellungen? || Skala von "1 = Voll und ganz" bis "4 = Überhaupt nicht"



Wunsch nach Veränderung des bisherigen Lebens



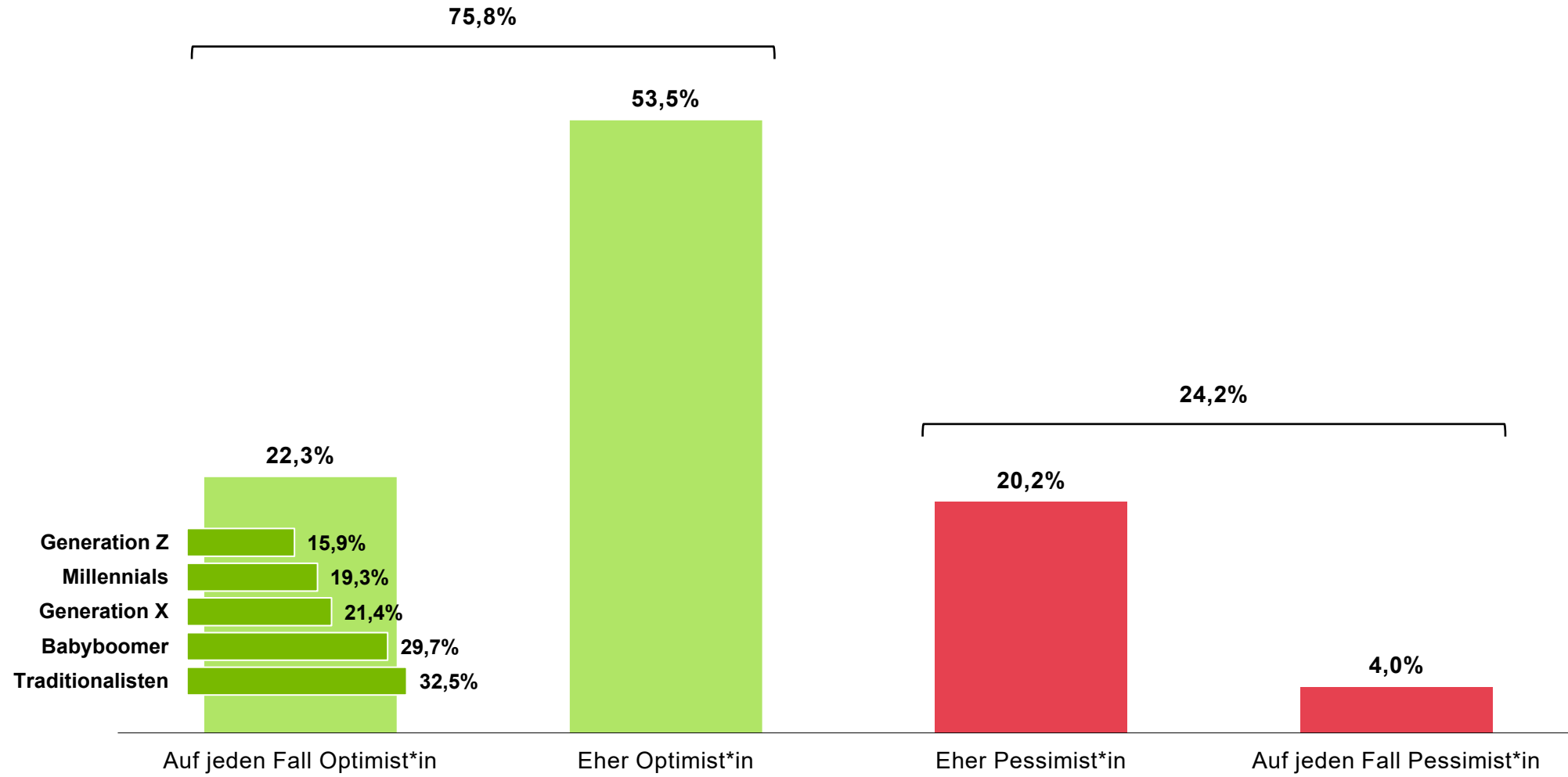
Wenn Du Dein Leben noch einmal leben könntest, wie viel würdest Du ändern? || n=7.513

Wunsch nach Veränderung des bisherigen Lebens

Land	 Sample Total	 Österreich	 Schweiz	 Deutschland
absolut	n=7.513	n=5.567	n=1.259	n=687
So gut wie gar nichts	11,4%	11,9%	9,3%	11,1%
Nur wenig	43,3%	42,5%	44,1%	48,5%
Doch einiges	38,5%	38,4%	41,9%	33,7%
Nahezu alles	6,8%	7,2%	4,8%	6,7%



Persönliche Grundeinstellung zwischen Optimismus und Pessimismus



Würdest Du Dich selbst eher als Optimist*in oder eher als Pessimist*in bezeichnen? || n=7.513 ||
MW 2,1 (Skala von "1 = Auf jeden Fall Optimist*in" bis "4 = Auf jeden Fall Pessimist*in")

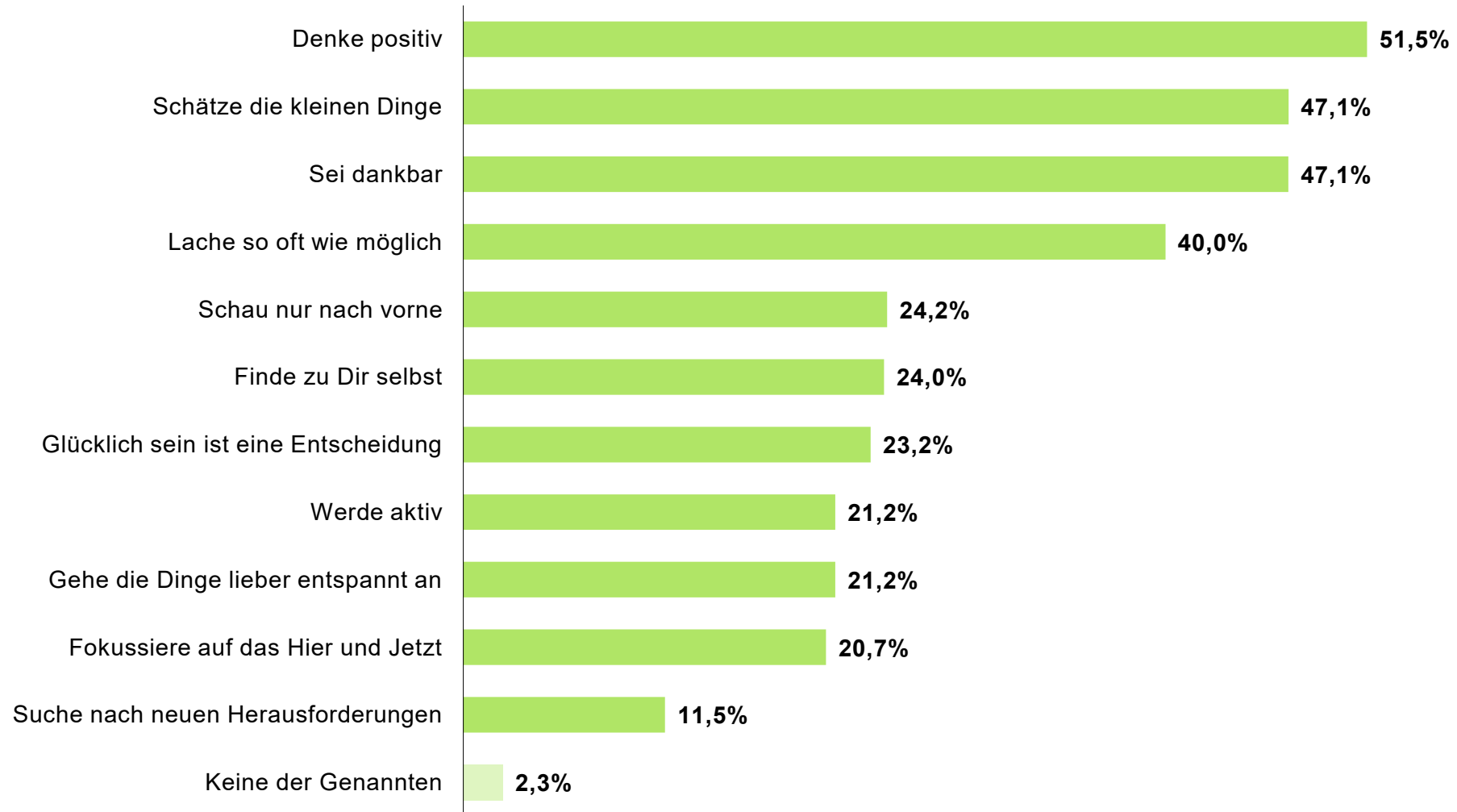
Persönliche Grundeinstellung zwischen Optimismus und Pessimismus

Land	 Sample Total	 Österreich	 Schweiz	 Deutschland
absolut	n=7.513	n=5.567	n=1.259	n=687
Mittelwert	2,1	2,1	2,1	2,0
Auf jeden Fall Optimist*in	22,3%	24,3%	15,2%	19,6%
Eher Optimist*in	53,5%	49,9%	64,6%	62,3%
Eher Pessimist*in	20,2%	21,5%	17,3%	14,9%
Auf jeden Fall Pessimist*in	4,0%	4,3%	2,9%	3,3%

Würdest Du Dich selbst eher als Optimist*in oder eher als Pessimist*in bezeichnen? || Skala von "1 = Auf jeden Fall Optimist*in" bis "4 = Auf jeden Fall Pessimist*in"



Lebensmottos für mehr Zufriedenheit



Was denkst Du, welche der folgenden Mottos / Grundsätze können die Zufriedenheit im Leben positiv beeinflussen? [...] || n=7.513 || Mehrfach-Nennung möglich

Lebensmottos für mehr Zufriedenheit

Land	 Sample Total	 Österreich	 Schweiz	 Deutschland
absolut	n=7.513	n=5.567	n=1.259	n=687
Denke positiv	51,5%	52,1%	51,6%	46,9%
Schätze die kleinen Dinge	47,1%	46,5%	45,1%	54,8%
Sei dankbar	47,1%	48,3%	40,5%	49,1%
Lache so oft wie möglich	40,0%	41,2%	36,2%	37,7%
Schau nur nach vorne	24,2%	24,0%	26,8%	20,7%
Finde zu Dir selbst	24,0%	22,6%	25,4%	32,8%
Glücklich sein ist eine Entscheidung	23,2%	23,2%	25,3%	19,5%
Werde aktiv	21,2%	20,4%	23,7%	23,3%
Gehe die Dinge lieber entspannt an	21,2%	20,9%	21,8%	23,0%
Fokussiere auf das Hier und Jetzt	20,7%	18,7%	30,6%	18,5%
Suche nach neuen Herausforderungen	11,5%	10,7%	13,6%	13,9%
Keine der Genannten	2,3%	2,4%	2,0%	1,8%

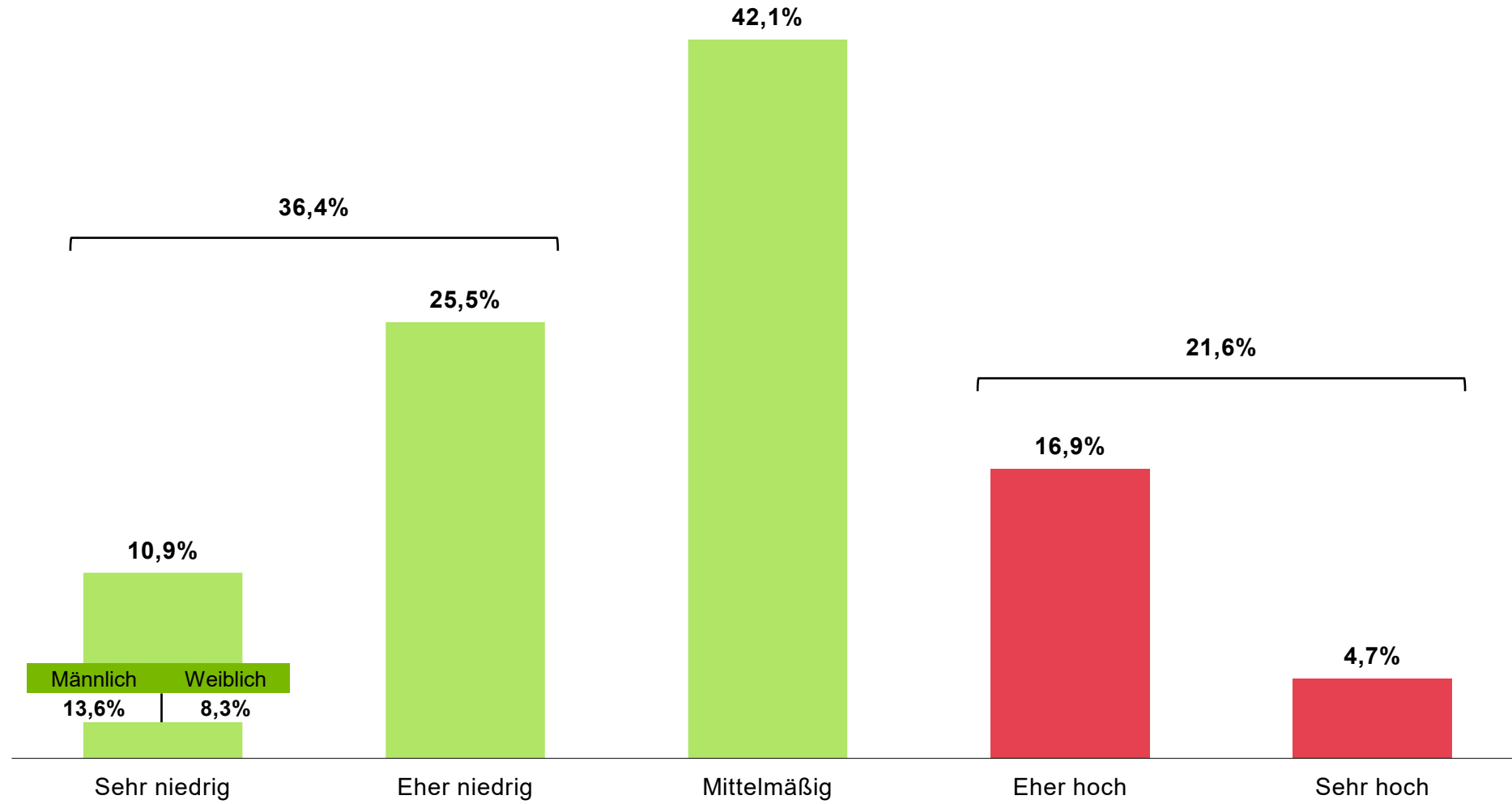


© Roland Zeindler

„Zwar bezeichnen sich viele Menschen weiterhin als optimistisch, doch dieser Optimismus wirkt zunehmend angestrengt. Positives Denken scheint oft weniger ein Zeichen echter Hoffnung zu sein als eine Strategie, um mit Unsicherheit und Belastung besser umgehen zu können. Inmitten globaler Krisen, wirtschaftlicher Sorgen und gesellschaftlicher Spannungen wird das Prinzip ‚Denke positiv‘ zu einer Art seelischem Überlebensmodus – nicht immer getragen von innerer Überzeugung, sondern oft von äusserem Druck.“

Roland Zeindler, Geschäftsführer von Marketagent Schweiz

Stresslevel im Alltag



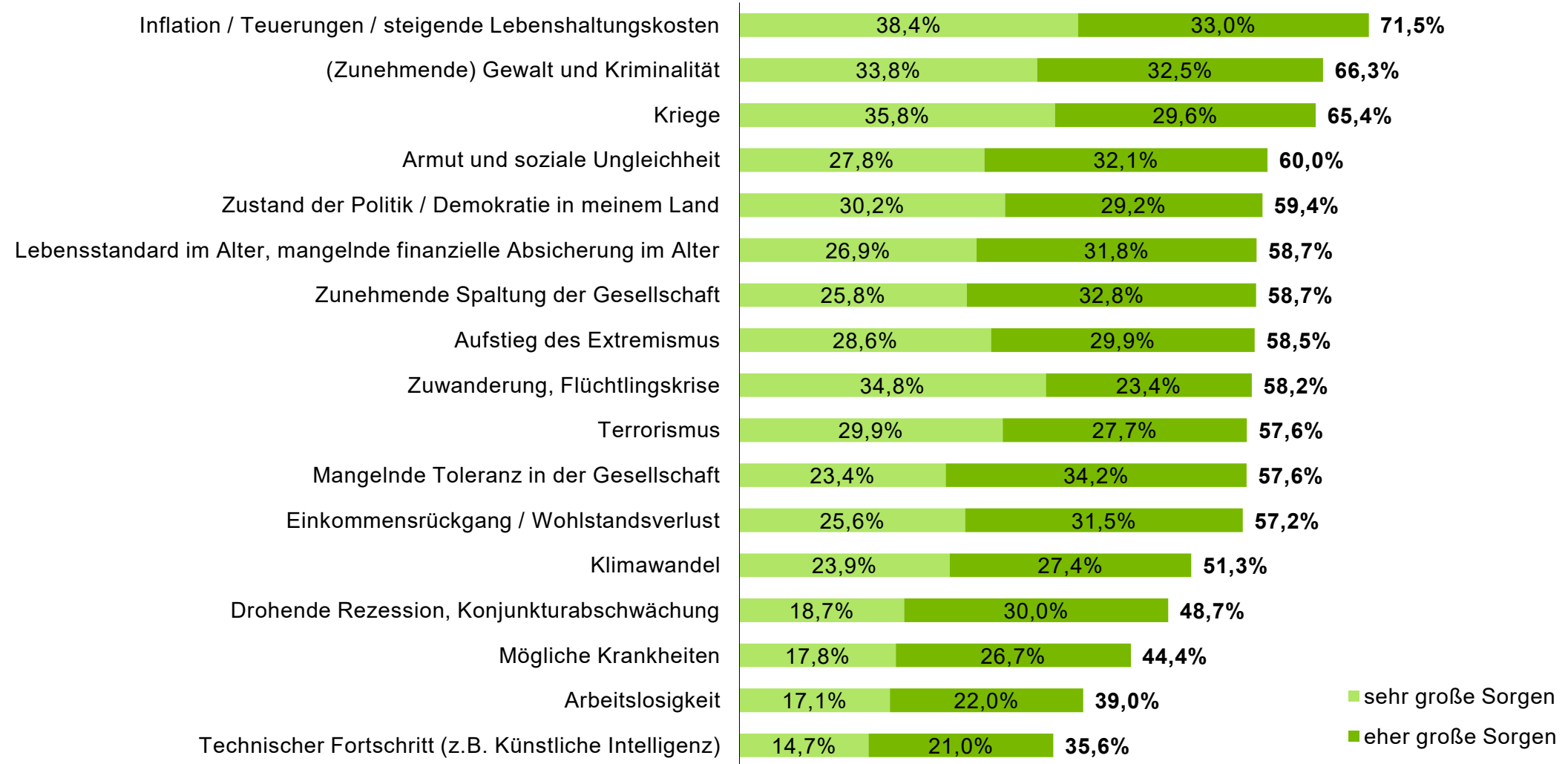
Wie würdest Du Dein aktuelles Stresslevel im Alltag einschätzen? || n=7.513 || MW 2,8 (Skala von "1 = Sehr niedrig" bis "5 = Sehr hoch")

Stresslevel im Alltag

Land	 Sample Total	 Österreich	 Schweiz	 Deutschland
absolut	n=7.513	n=5.567	n=1.259	n=687
Mittelwert	2,8	2,8	2,9	2,7
Sehr niedrig	10,9%	11,6%	8,2%	9,4%
Eher niedrig	25,5%	24,5%	25,2%	33,8%
Mittelmäßig	42,1%	42,4%	42,8%	37,7%
Eher hoch	16,9%	16,8%	20,7%	11,4%
Sehr hoch	4,7%	4,6%	3,0%	7,7%



Sorgen über gesellschaftliche und globale Entwicklungen



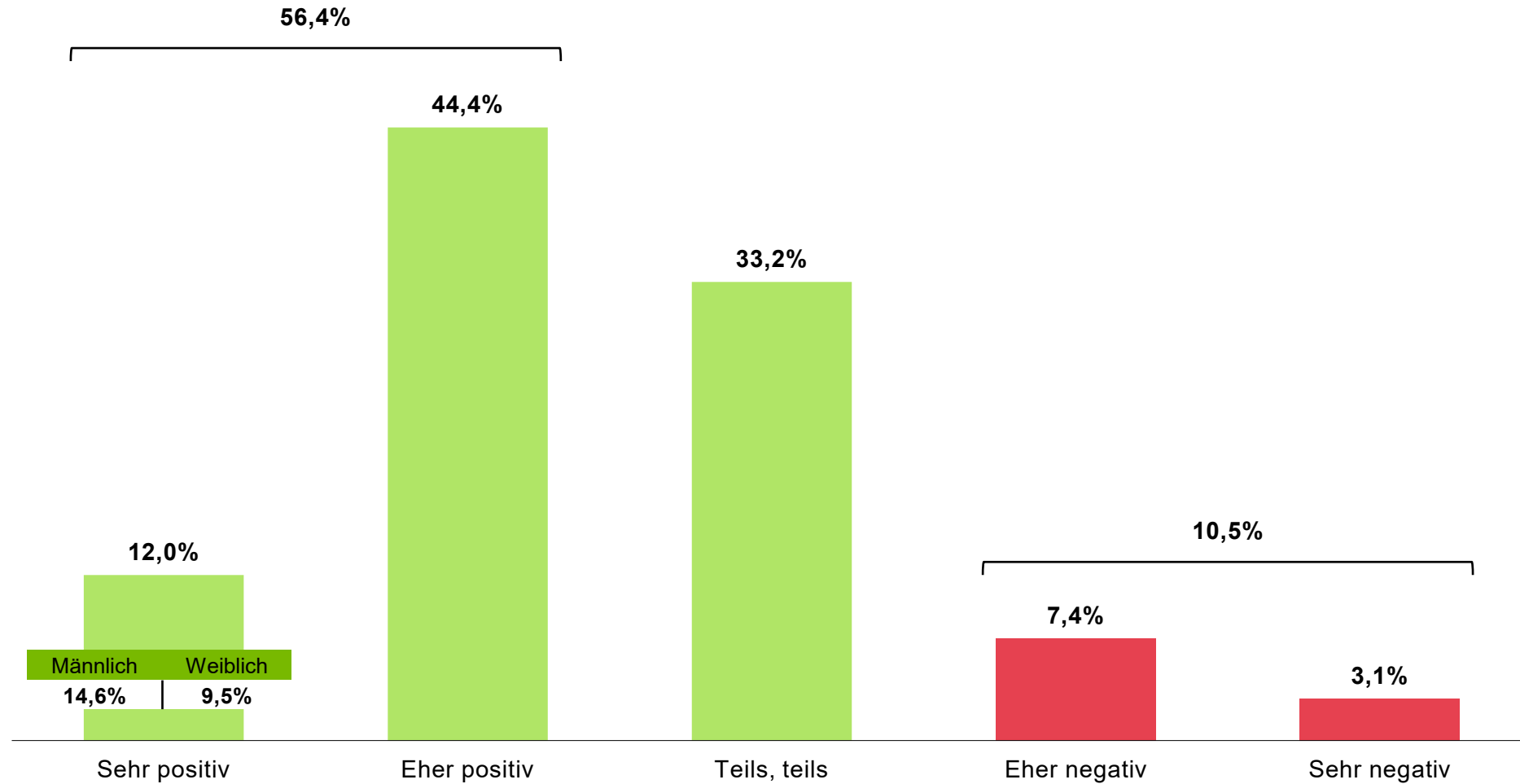
Sorgen über gesellschaftliche und globale Entwicklungen

Land	 Sample Total	 Österreich	 Schweiz	 Deutschland
Top-2-Box: sehr große Sorgen / eher große Sorgen	n=7.513	n=5.567	n=1.259	n=687
Inflation / Teuerungen / steigende Lebenshaltungskosten	71,5%	72,8%	66,3%	70,3%
(Zunehmende) Gewalt und Kriminalität	66,3%	69,4%	56,2%	59,8%
Kriege	65,4%	65,3%	62,5%	72,0%
Armut und soziale Ungleichheit	60,0%	60,4%	59,5%	57,2%
Zustand der Politik / Demokratie in meinem Land	59,4%	62,7%	39,2%	69,5%
Lebensstandard im Alter, mangelnde finanzielle Absicherung im Alter	58,7%	58,5%	60,6%	57,5%
Zunehmende Spaltung der Gesellschaft	58,7%	59,9%	50,1%	64,4%
Aufstieg des Extremismus	58,5%	58,7%	53,5%	65,7%
Zuwanderung, Flüchtlingskrise	58,2%	61,9%	45,7%	50,9%
Terrorismus	57,6%	60,7%	46,3%	53,2%
Mangelnde Toleranz in der Gesellschaft	57,6%	57,7%	56,0%	59,8%
Einkommensrückgang / Wohlstandsverlust	57,2%	57,7%	55,7%	55,7%
Klimawandel	51,3%	50,5%	56,6%	48,2%
Drohende Rezession, Konjunkturabschwächung	48,7%	50,2%	43,0%	46,9%
Mögliche Krankheiten	44,4%	45,6%	38,2%	46,5%
Arbeitslosigkeit	39,0%	41,1%	36,0%	27,4%
Technischer Fortschritt (z.B. Künstliche Intelligenz)	35,6%	37,0%	35,0%	25,8%

Inwieweit bereiten Dir die folgenden Entwicklungen und Ereignisse Sorgen? || Top-2-Box: sehr große Sorgen / eher große Sorgen



Erwartungen an die persönliche Zukunft



Wie sind deine Erwartungen für deine persönliche Zukunft? || n=7.513 || MW 2,5 (Skala von "1 = Sehr positiv" bis "5 = Sehr negativ")

Erwartungen an die persönliche Zukunft

Land	 Sample Total	 Österreich	 Schweiz	 Deutschland
absolut	n=7.513	n=5.567	n=1.259	n=687
Mittelwert	2,5	2,4	2,4	2,5
Sehr positiv	12,0%	12,8%	9,9%	9,6%
Eher positiv	44,4%	44,4%	47,3%	38,5%
Teils, teils	33,2%	31,9%	33,4%	43,1%
Eher negativ	7,4%	7,4%	8,6%	5,3%
Sehr negativ	3,1%	3,5%	0,7%	3,6%

Wie sind deine Erwartungen für deine persönliche Zukunft? || Skala von "1 = Sehr positiv" bis "5 = Sehr negativ"



**professionell
schnell
individuell**

Roland Zeindler

Geschäftsführer

+41 (0)43 555 06 51

r.zeindler@marketagent.com

Mag. Andrea Berger

Research & Communications

a.berger@marketagent.com

marketagent-schweiz.ch

Market and Social
Research by

SWISS INSIGHTS

marketagent.