

Student*innen-Report

Einblick in die Lebenswelt der Studierenden von heute



September 2025

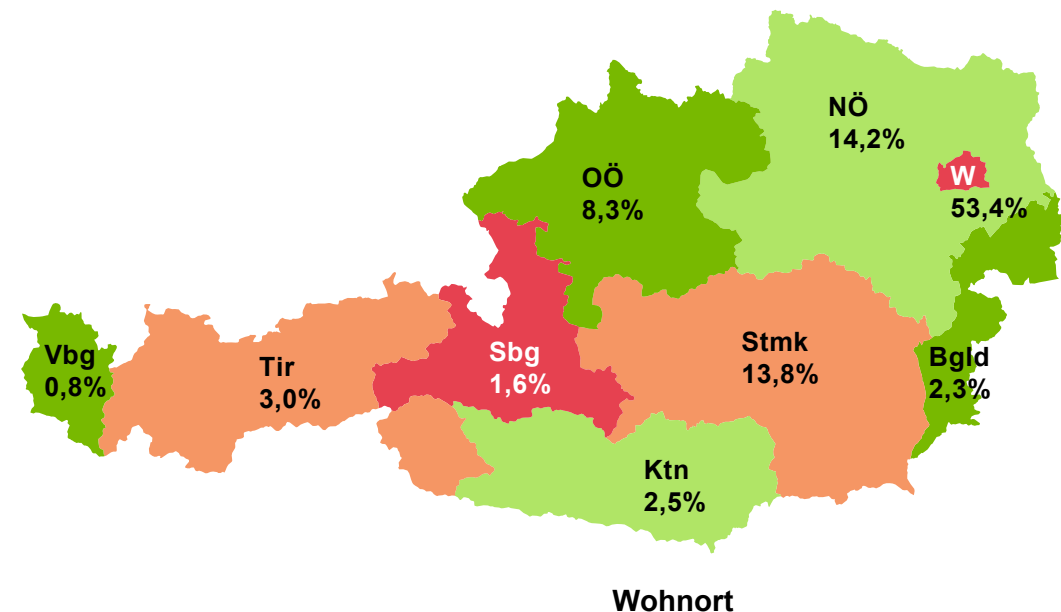
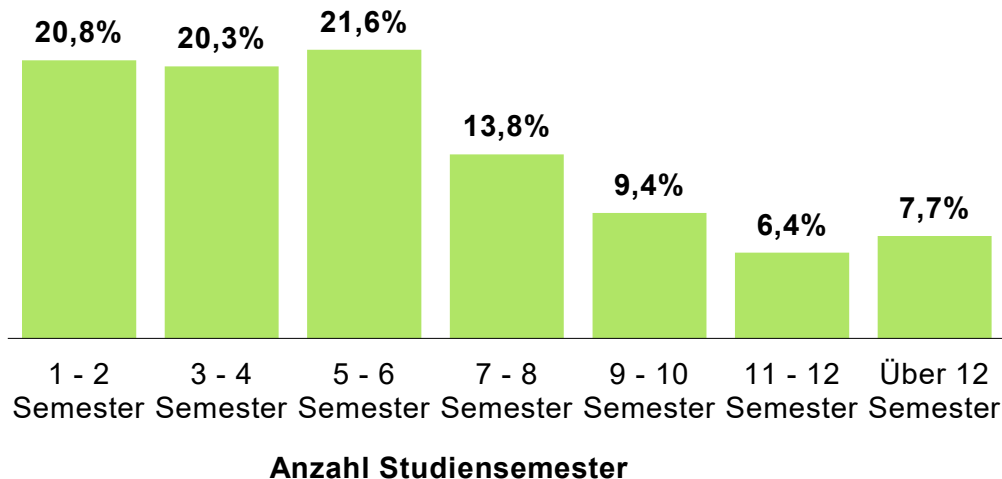
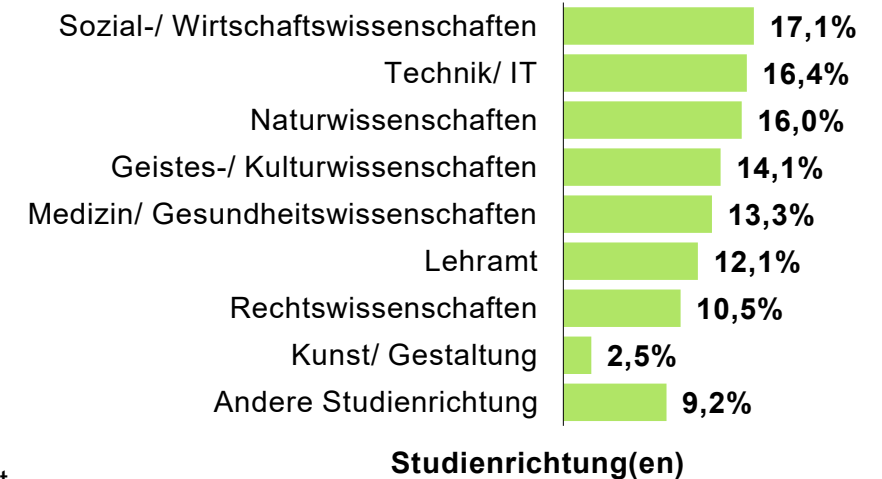
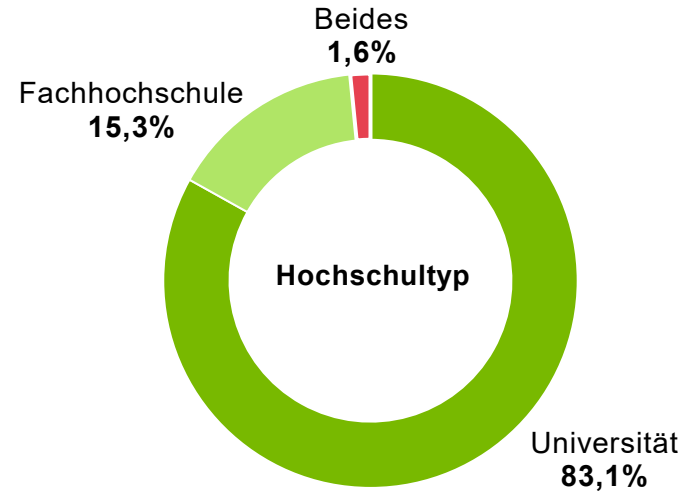
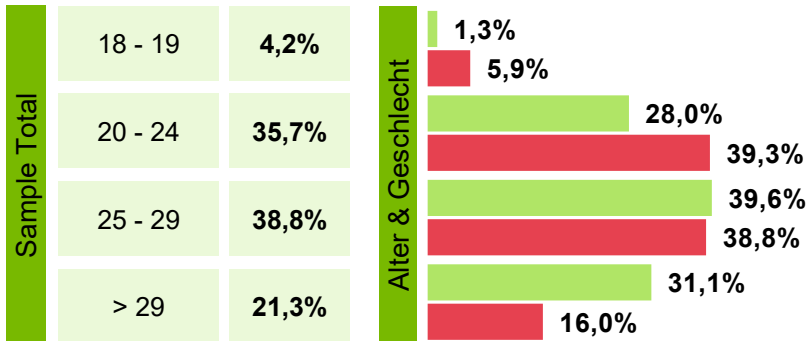


Umfrage-Basics

Auftraggeber	Eigenstudie in Kooperation mit MIP Media in Progress GmbH
Methode	CAWI Computer Assisted Web Interviews
Sample-Größe	n = 639 Netto-Interviews
Kernzielgruppe	Student*innen aus dem Newsletter-Verteiler von Media in Progress, edustore & volume.at sowie aus dem Marketagent Online Access Panel
Feldzeit	02.07.2025 - 04.08.2025
Studienumfang	35 Fragen
Mobile Teilnahme	72,9%

Zusammensetzung des Samples | n = 639

♂ 35,2% ♀ 63,4% Divers: 1,4%



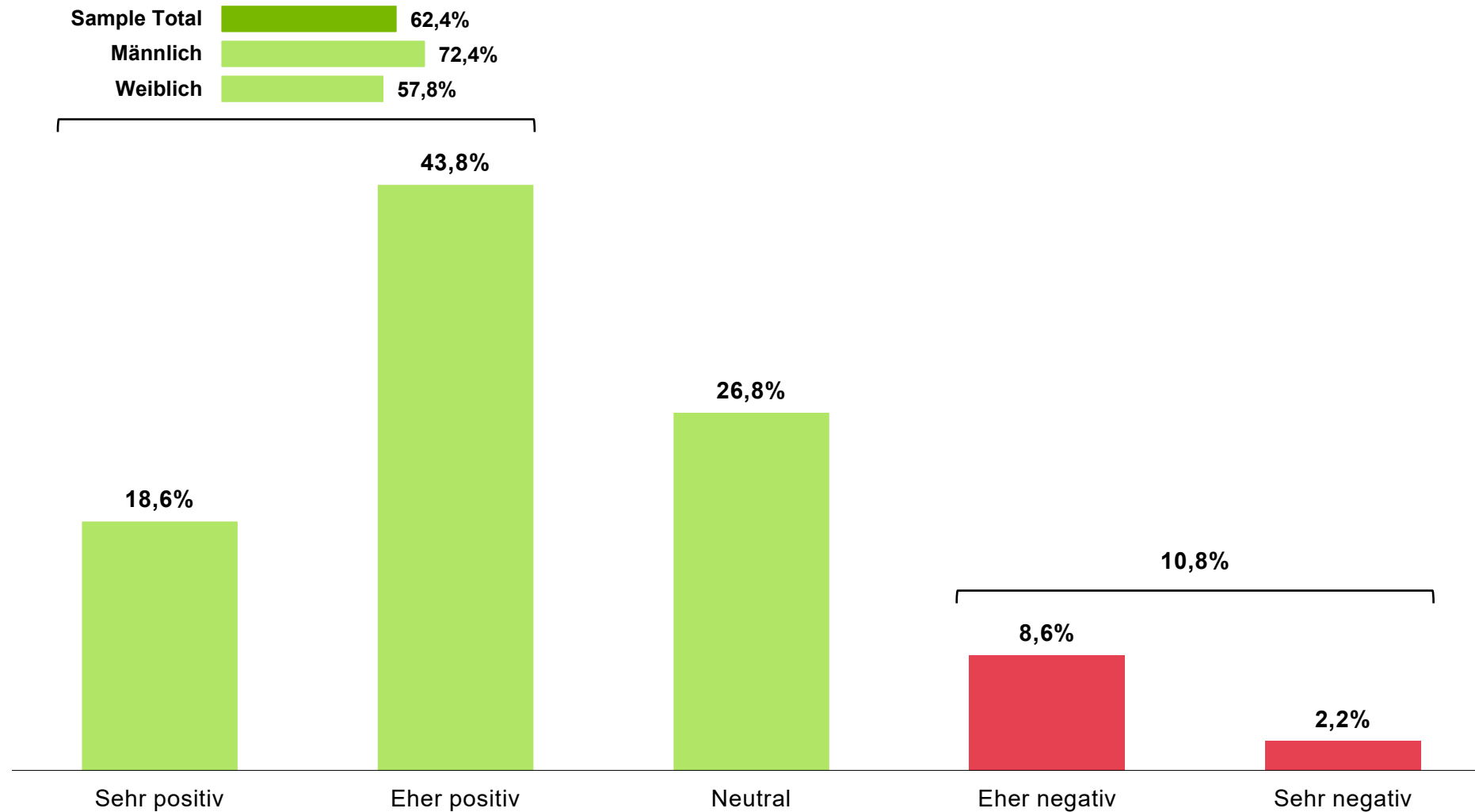
Quick-Reader

- **Künstliche Intelligenz:** 70 Prozent der Studierenden fühlen sich durch KI unterstützt, nur 14% bedroht. Dennoch sorgt sich mehr als jede*r Zweite zumindest teilweise wegen KI um die berufliche Zukunft.
- **Job & Karriere:** Nur knapp über die Hälfte glaubt, dass sich Leistung in der heutigen Arbeitswelt bezahlt macht (54%). Bei der Jobwahl zählen vor allem Arbeitsklima (54%), Gehalt (53%) und Work-Life-Balance (52%). Bevorzugte Arbeitgeber sind öffentliche bzw. staatsnahe Unternehmen (55%).
- **Politik:** 44 Prozent sind unzufrieden mit der politischen Landschaft. Jede*r Zweite fühlt sich in seiner Lebensrealität nicht wahrgenommen. 26 Prozent misstrauen der politischen Medienberichterstattung.
- **Freizeit:** 63 Prozent gehen seltener aus. Outdoor-Aktivitäten (53%), private Treffen (49%) und Restaurantbesuche (44%) haben an Bedeutung gewonnen, während Clubbesuche für zwei Drittel und Barbesuche für fast jeden Zweiten (46%) zur Ausnahme geworden sind. 40 Prozent trinken kaum oder keinen Alkohol. Rund 60 Prozent der Konsumenten haben ihren Konsum zeitweise reduziert oder pausiert.

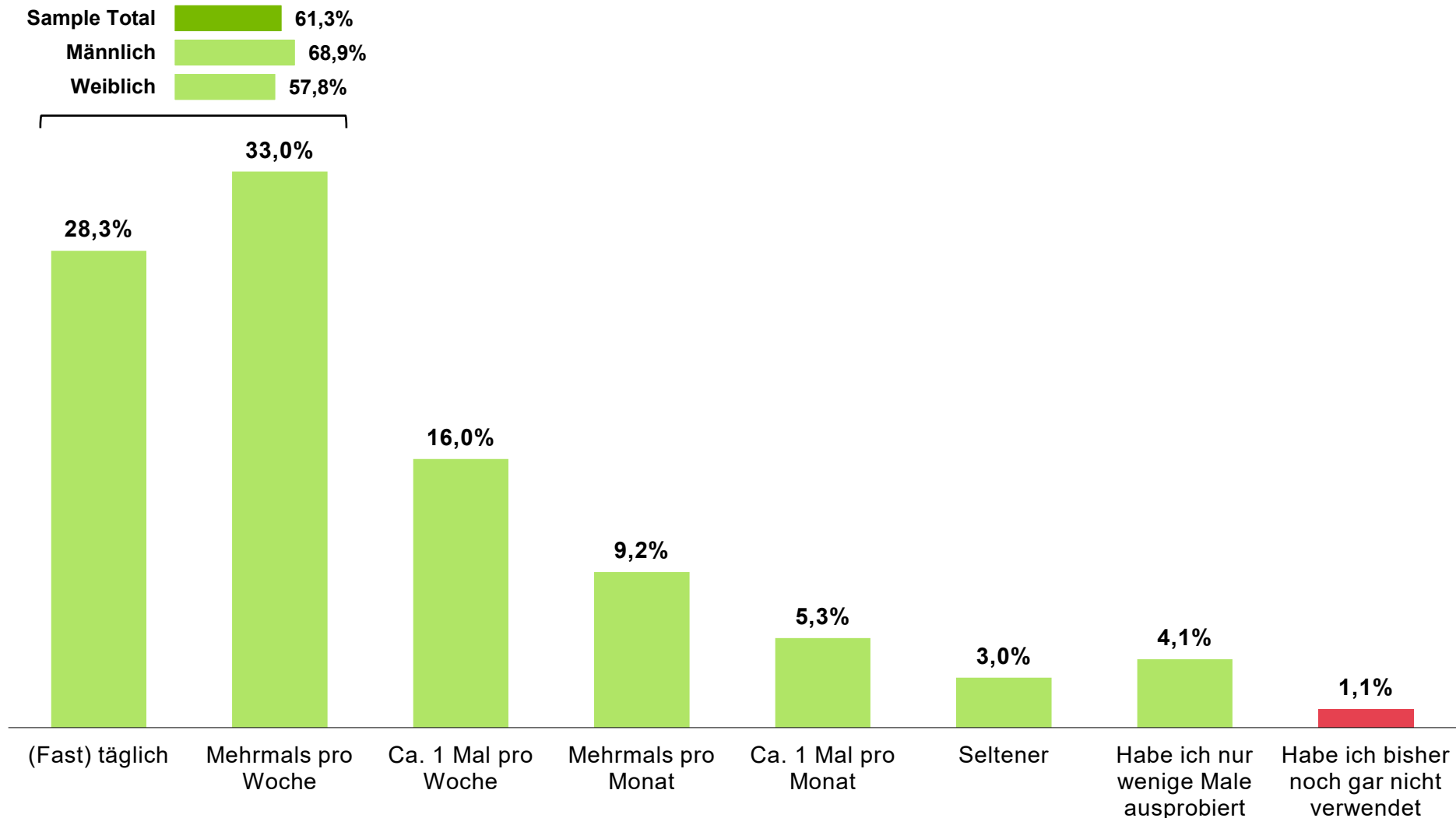
Künstliche Intelligenz – zwischen KI-Euphorie und Zukunftssorgen



Grundhaltung zu Künstlicher Intelligenz

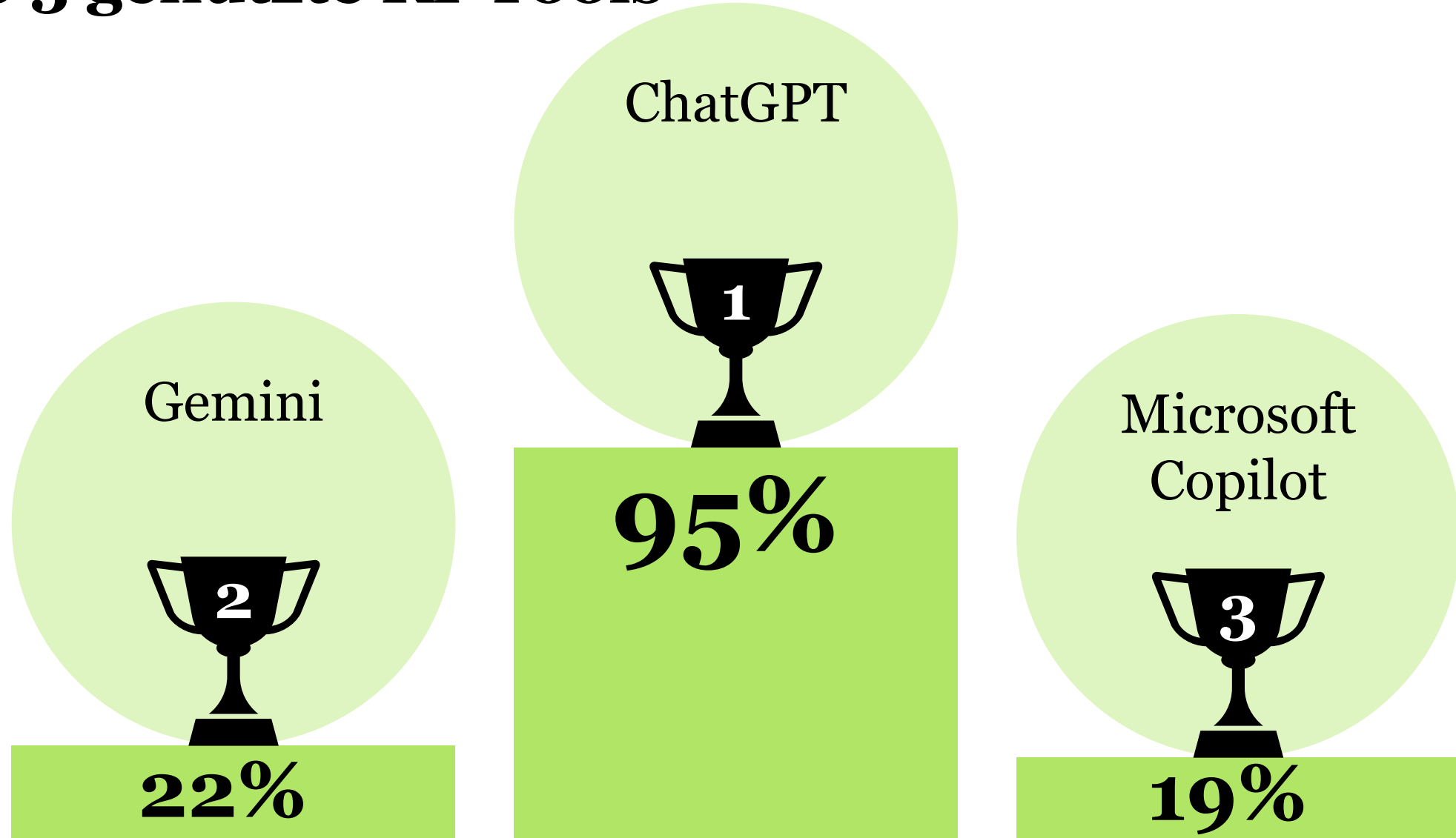


Nutzungshäufigkeit von KI im Alltag

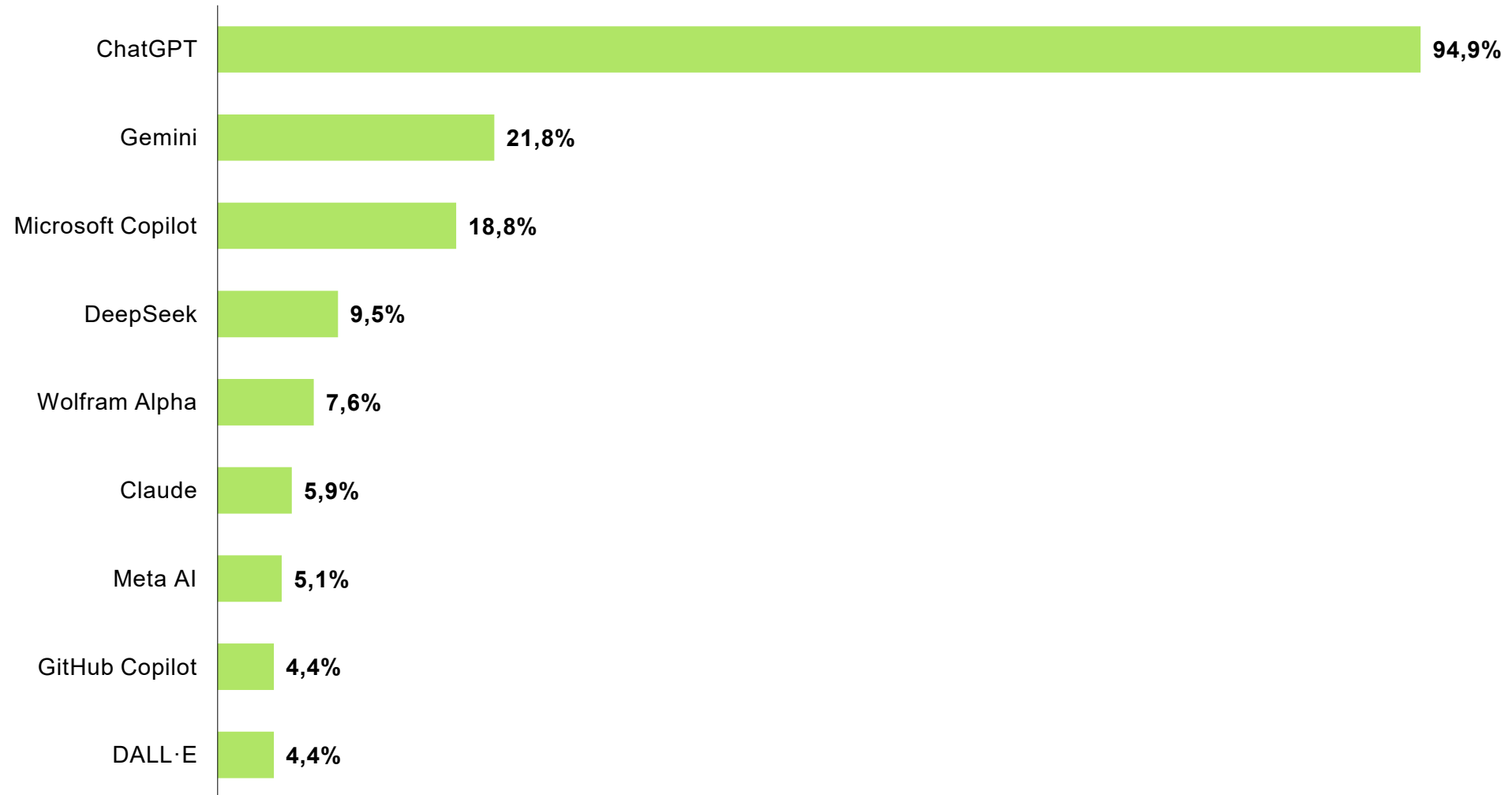


Wie häufig nutzt du in deinem Alltag KI [...] ? || Basis: Student*innen || n=639

Top 3 genutzte KI-Tools

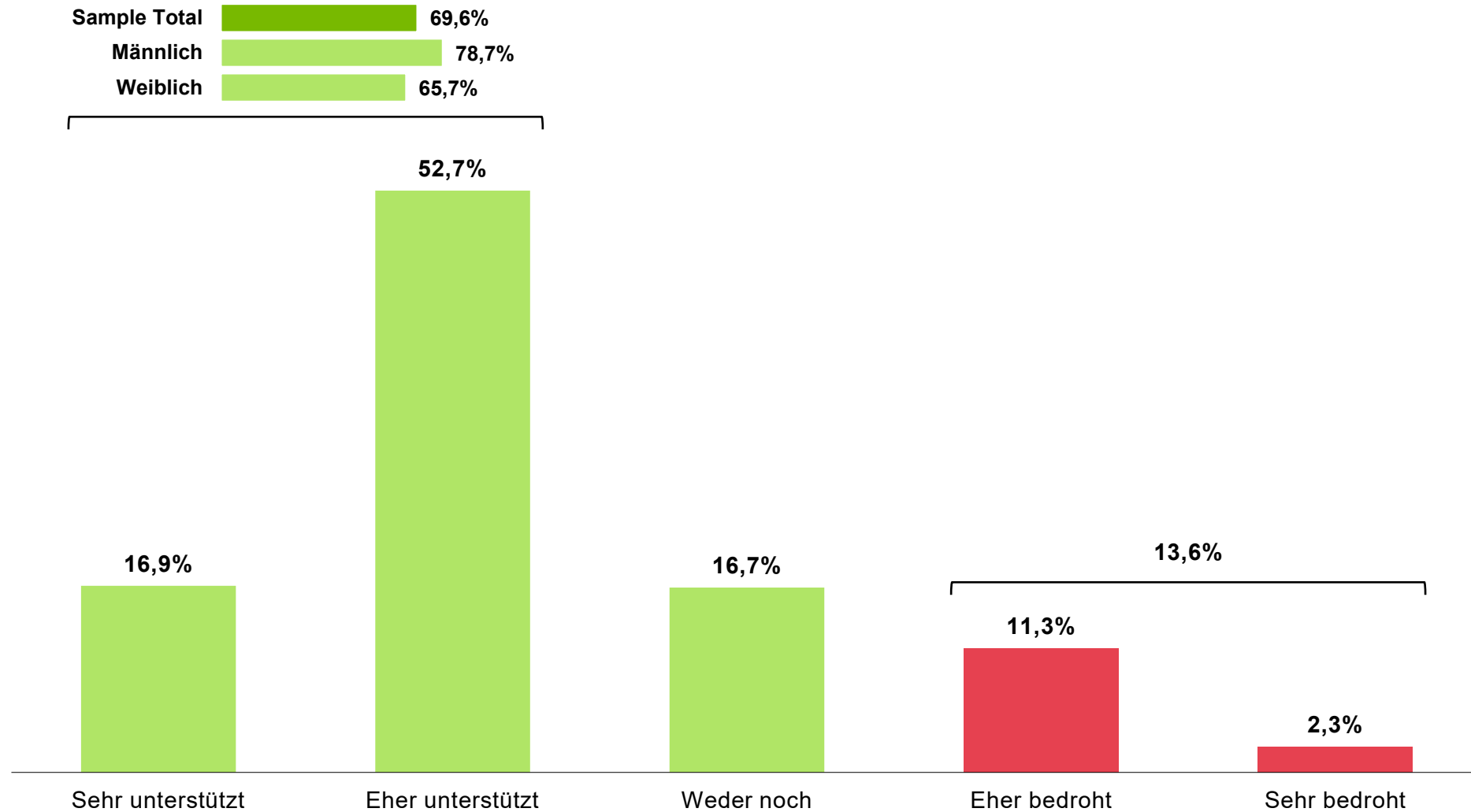


Top 10 genutzte KI-Tools



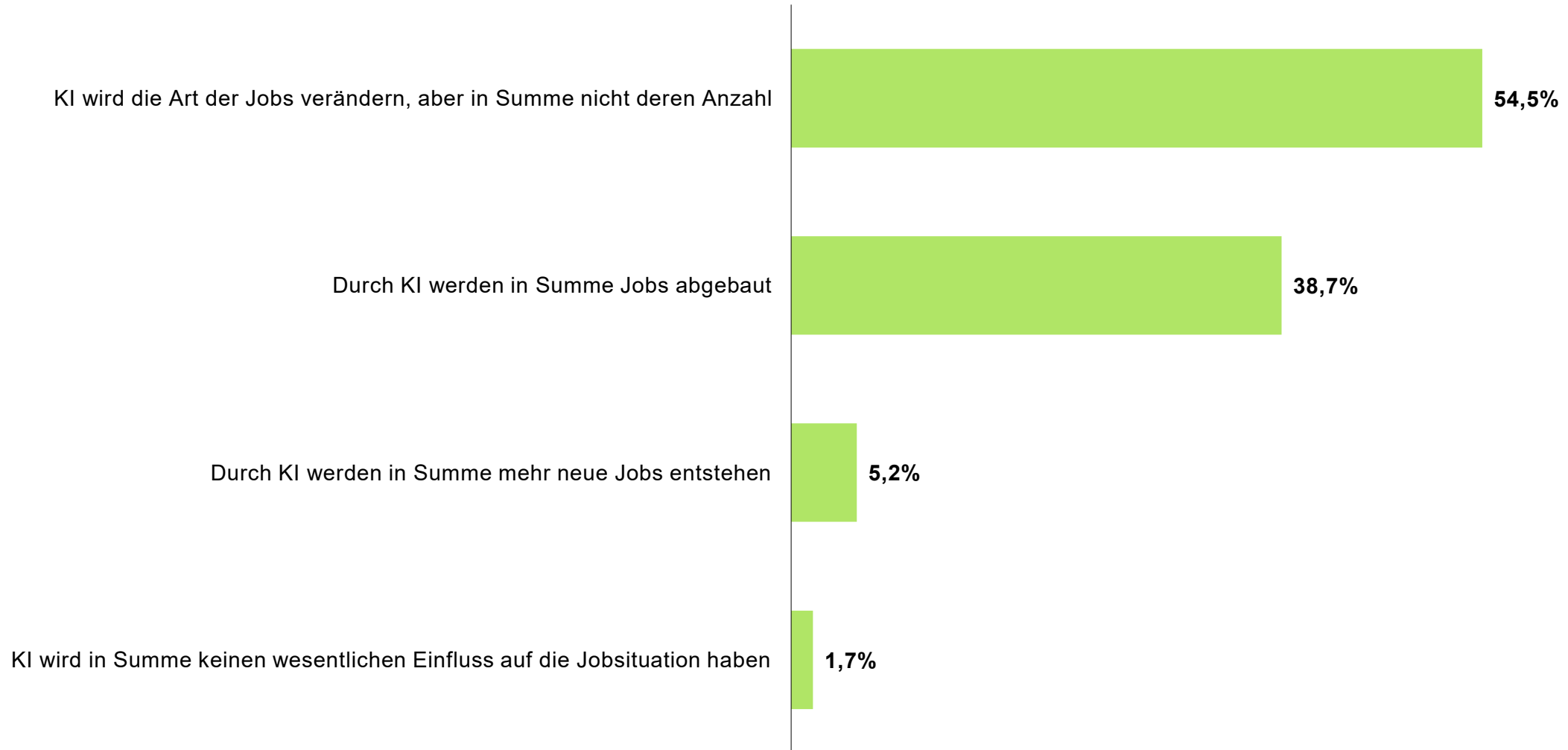
Welche KI-Tools nutzt du zumindest fallweise? || Basis: Student*innen, die KI schon genutzt haben || n=632 || Mehrfach-Nennung möglich

KI – Wahrnehmung als Unterstützung oder Bedrohung?



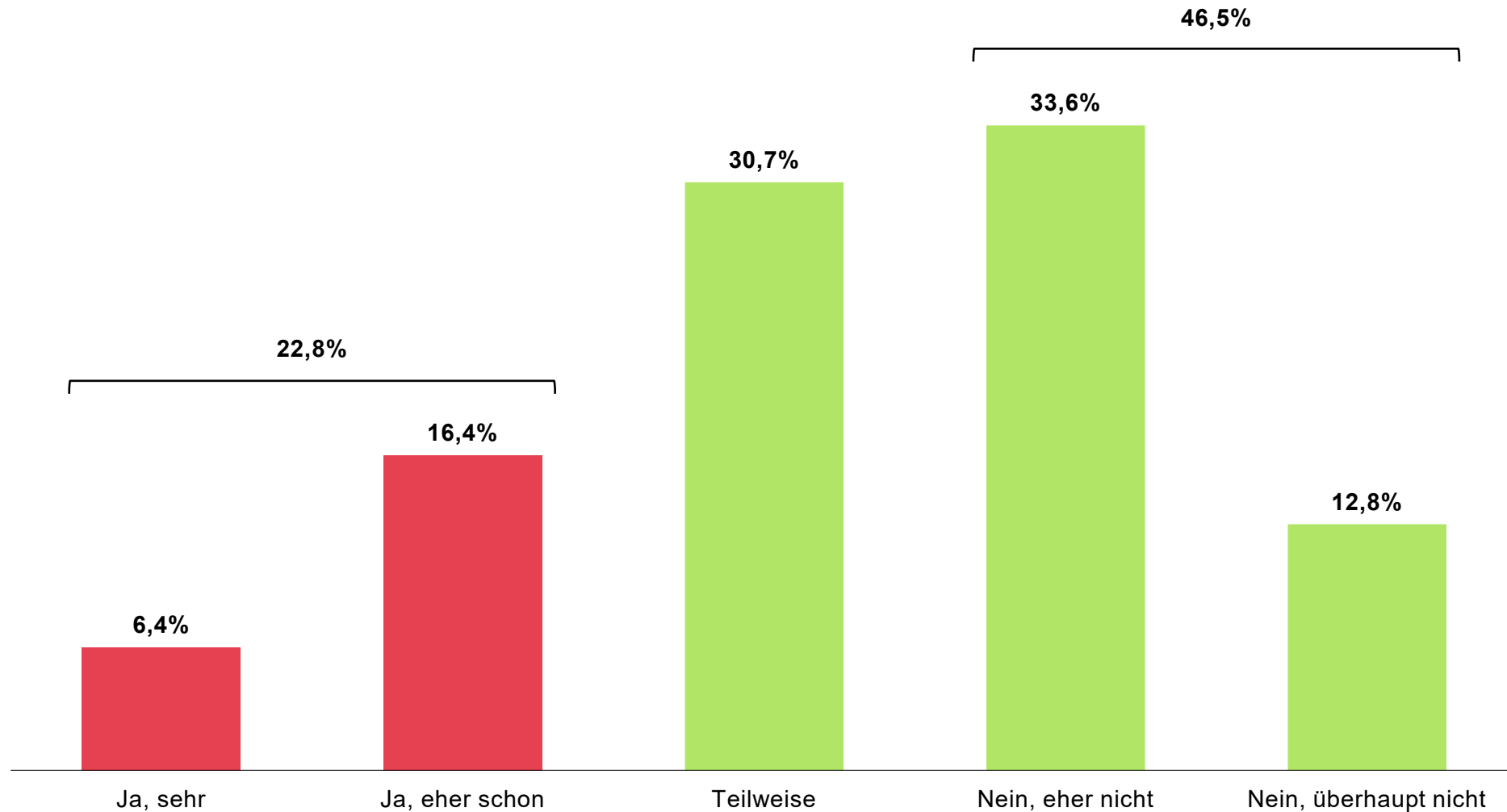
Fühlst du dich durch den zunehmenden Einsatz von KI in deinem Alltag eher unterstützt oder eher bedroht? || Basis: Student*innen || n=639 ||
MW 2,3 (Skala von "1 = Sehr unterstützt" bis "5 = Sehr bedroht")

Einfluss von KI auf den Arbeitsmarkt



[...] Wird KI in den nächsten Jahren in Summe Jobs schaffen oder abbauen? || Basis: Student*innen || n=639

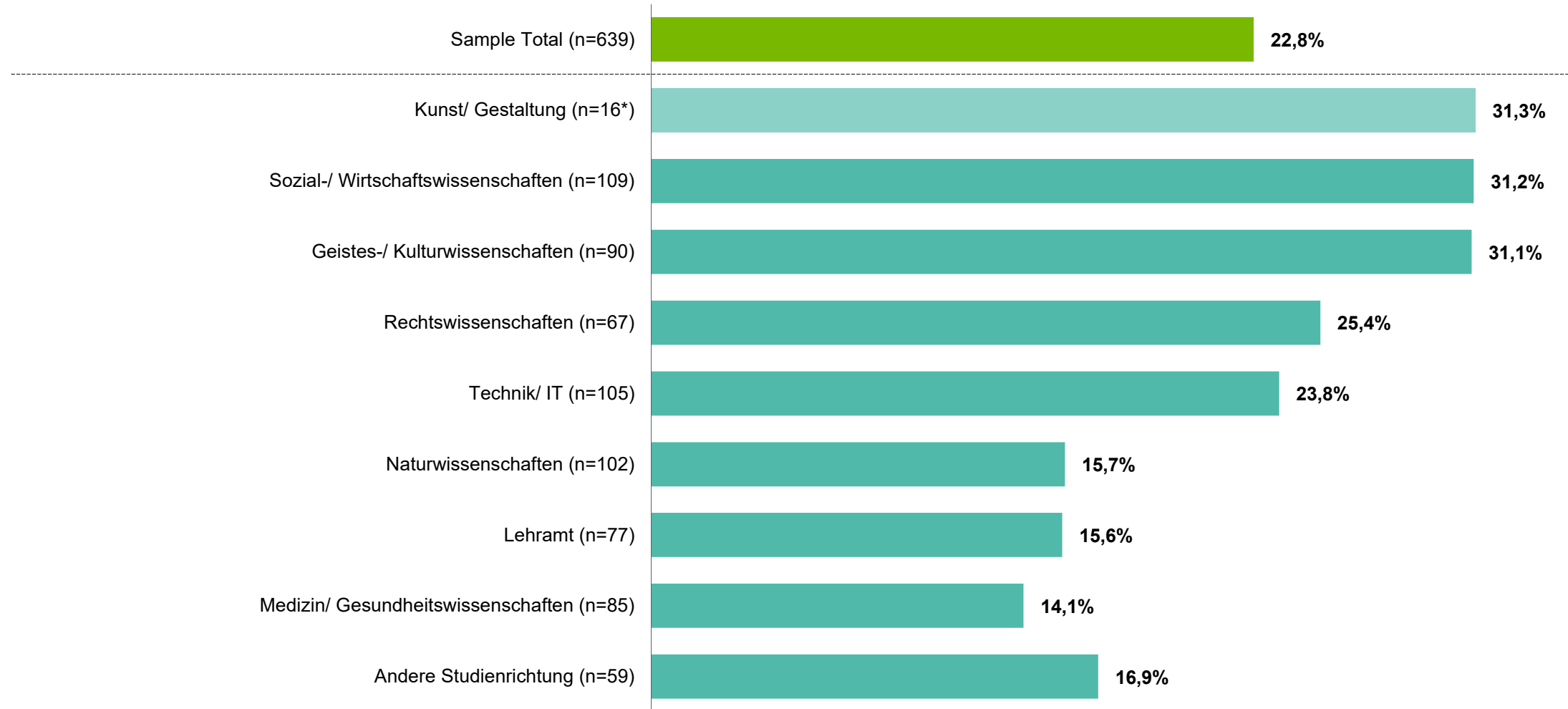
Sorge um berufliche Zukunft aufgrund von KI



Hast du selbst Bedenken/ Sorgen, dass der zunehmende Einsatz von KI in der Arbeitswelt dazu führen könnte, dass es für dich schwieriger wird, einen Job zu finden? ||
 Basis: Student*innen || n=639 || MW 3,3 (Skala von "1 = Ja, sehr" bis "5 = Nein, überhaupt nicht")

Sorge um berufliche Zukunft aufgrund von KI: Studienrichtung im Detail

Top-2-Box: Ja, sehr + Ja, eher schon



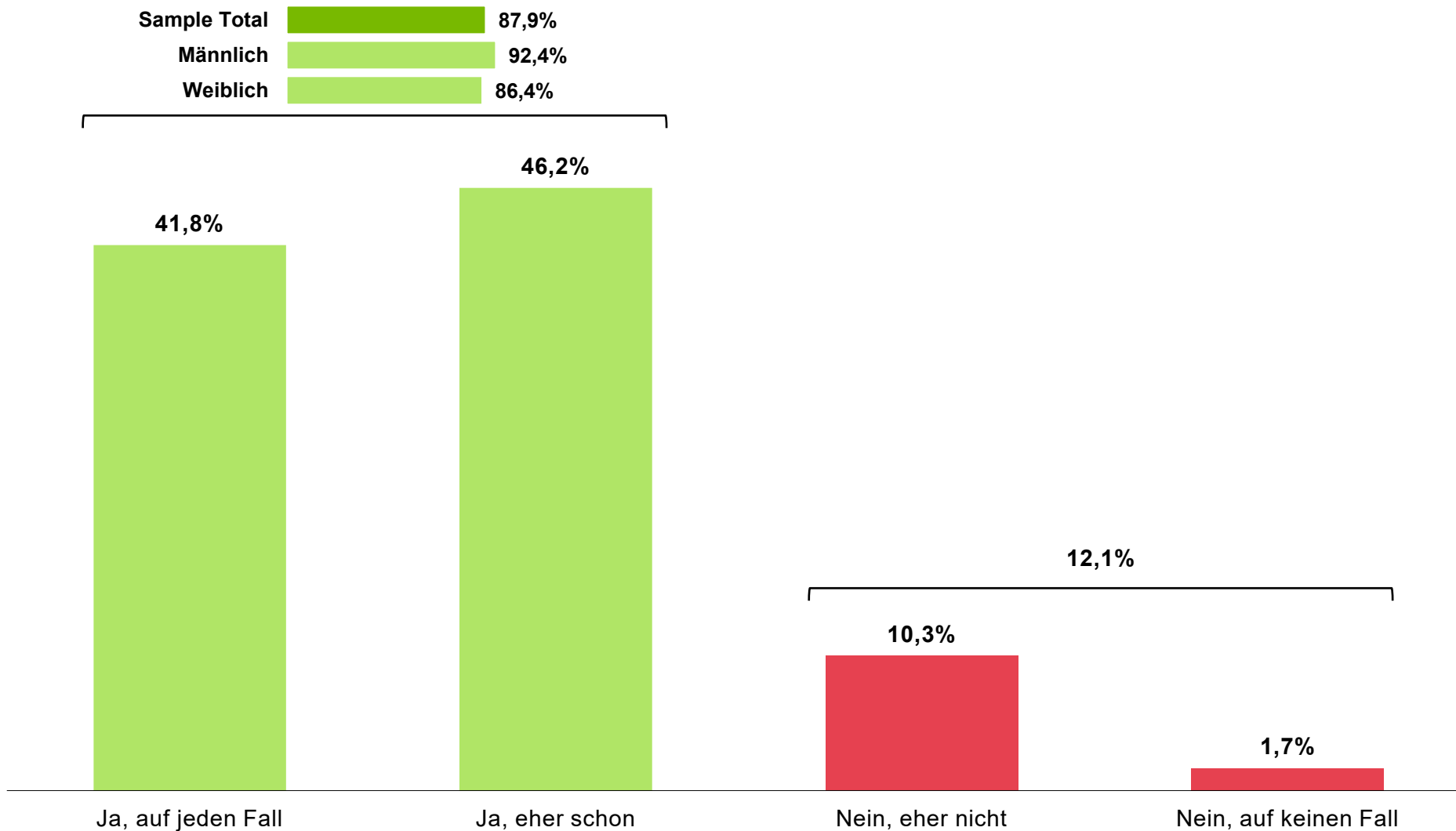
Wunsch nach mehr Fokus auf KI-Kompetenzen im Lehrplan



88%

wünschen sich stärkeren
Fokus auf **KI-Kompetenzen**
in der Ausbildung (Top-2)

Mehr Fokus auf KI-Kompetenzen im Lehrplan

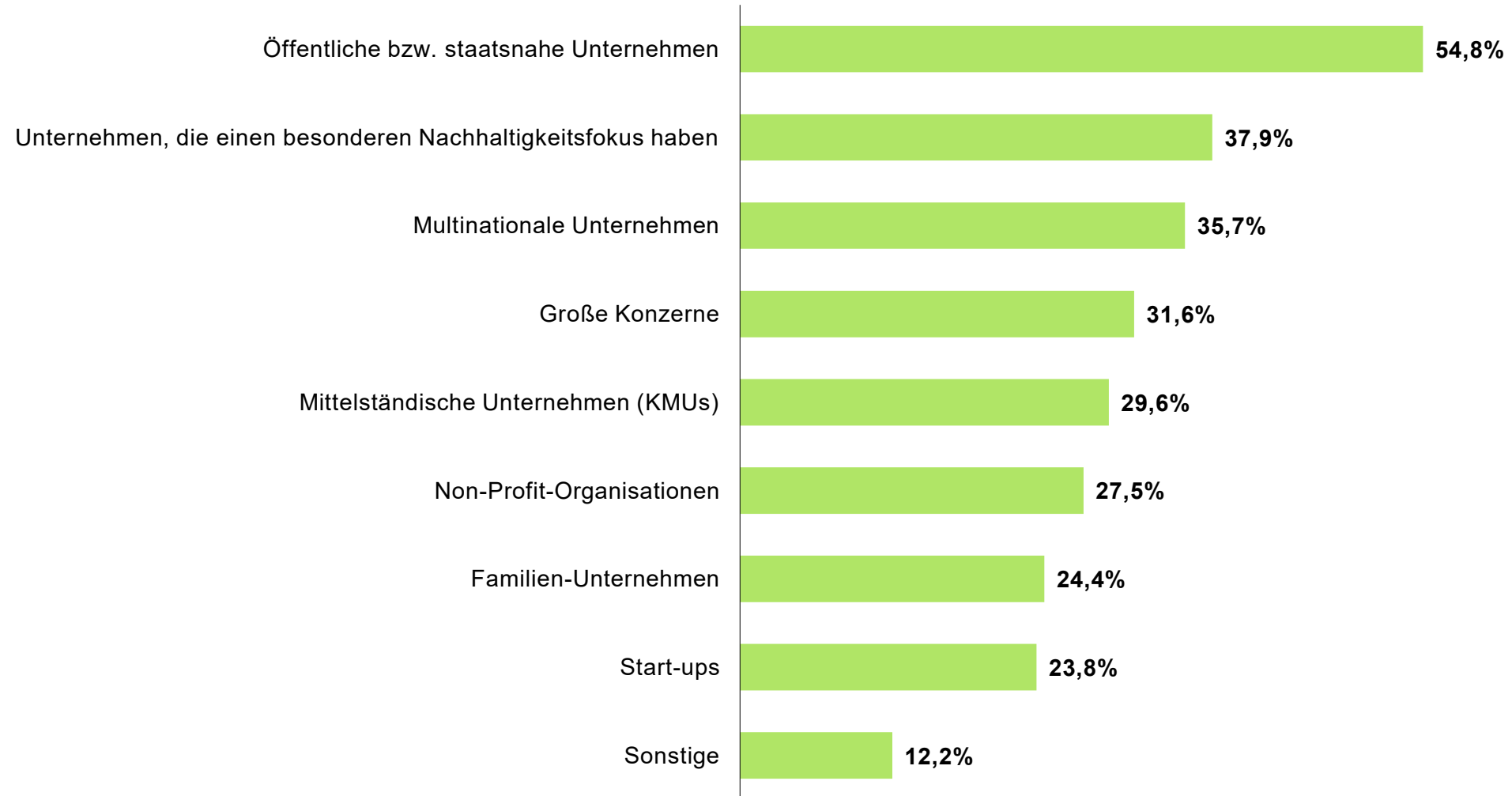


Sollten Bildungseinrichtungen deiner Meinung nach mehr Wert auf die Vermittlung von KI-Kompetenzen legen? || Basis: Student*innen || n=639 ||
 MW 1,7 (Skala von "1 = Ja, auf jeden Fall" bis "4 = Nein, auf keinen Fall")

Vom Hörsaal ins Büro – Karriereziele und Jobfaktoren im Fokus

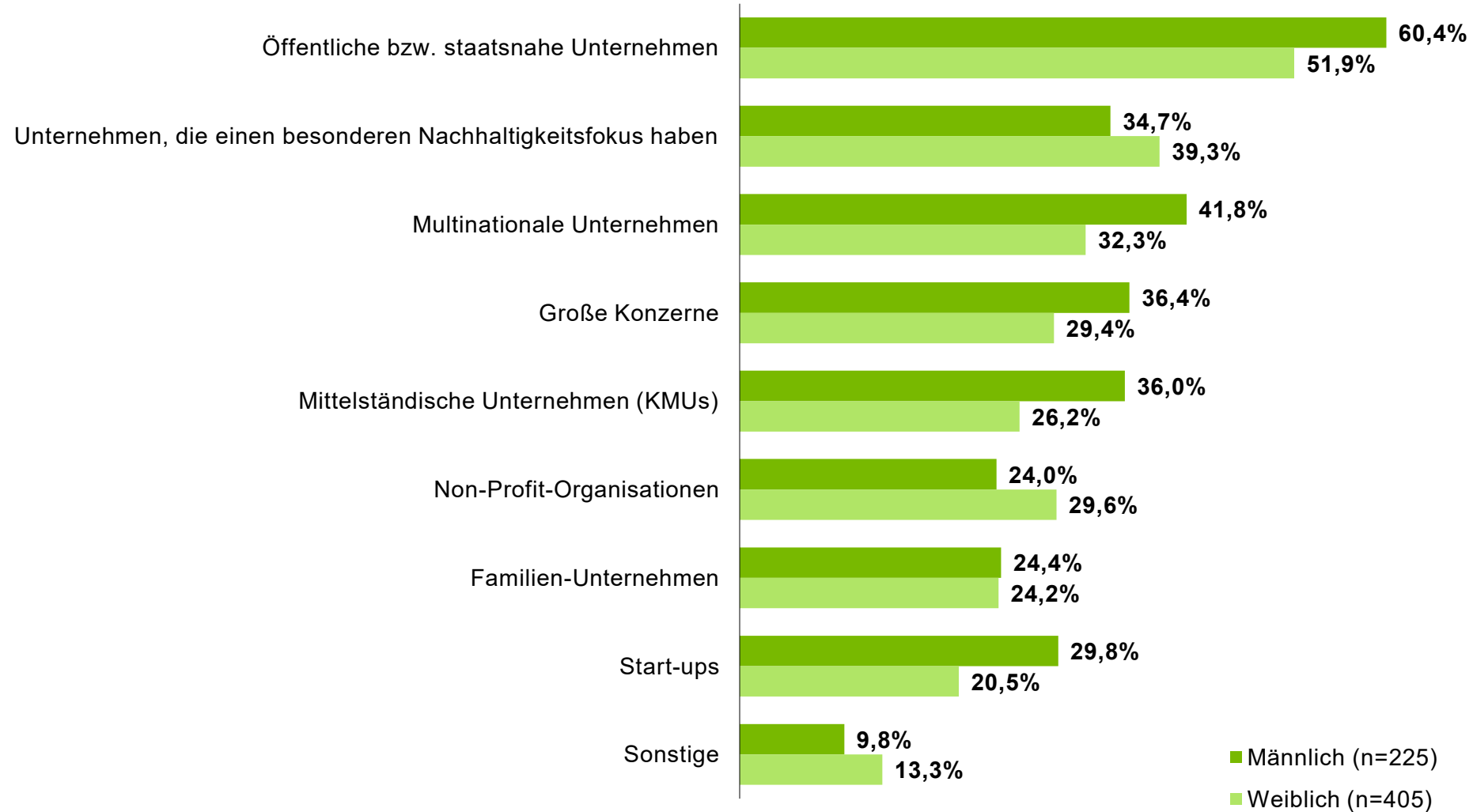


Bevorzugte Arbeitgebertypen



[...] Welche Art von Unternehmen oder Organisationen sprechen dich als zukünftige Arbeitgeber am meisten an? || Basis: Student*innen || n=639 || Mehrfach-Nennung möglich

Bevorzugte Arbeitgebertypen: Geschlechtervergleich



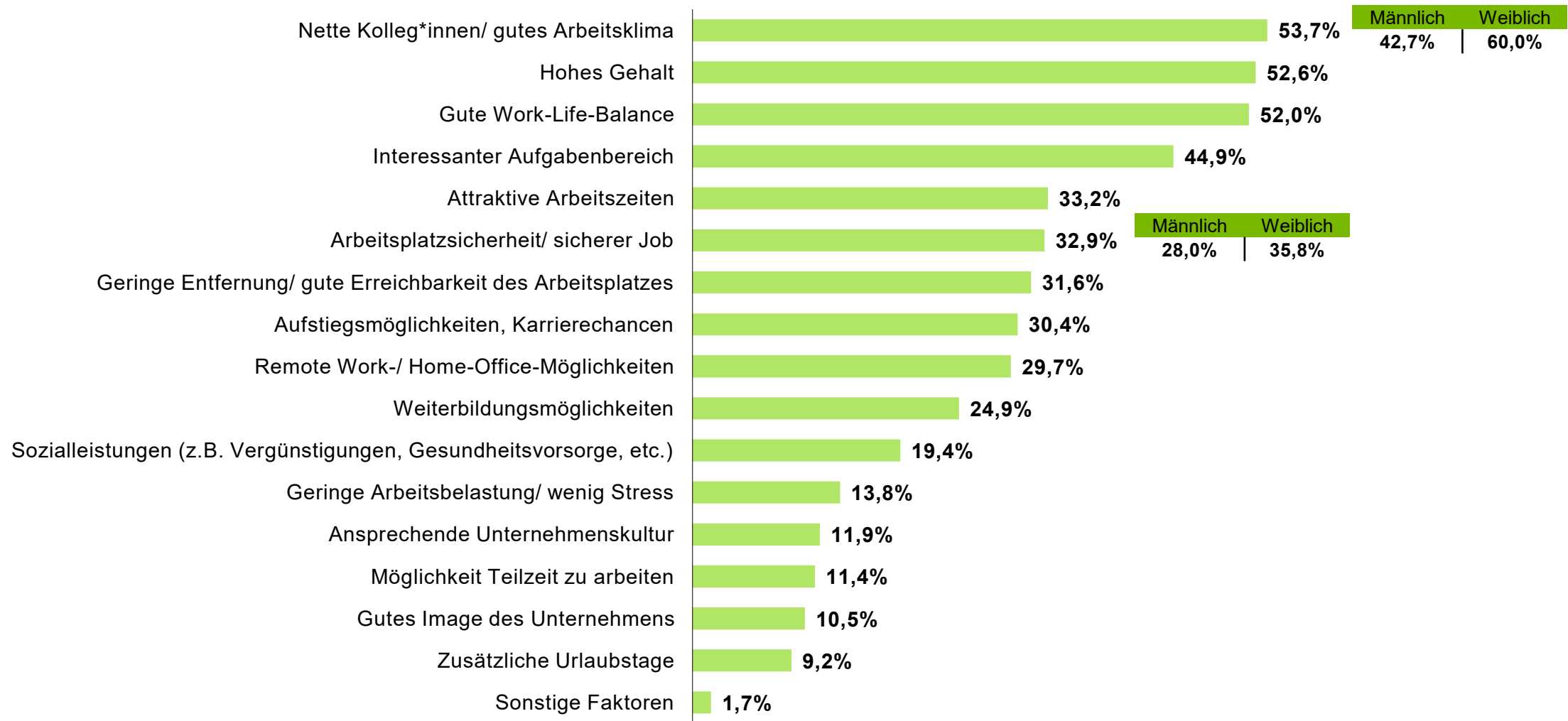
15. [...] Welche Art von Unternehmen oder Organisationen sprechen dich als zukünftige Arbeitgeber am meisten an? || Basis: Student*innen || Mehrfach-Nennung möglich

Wichtigste Entscheidungsfaktoren bei der Jobwahl



für **60%**
der **Frauen** sind **nette Kolleg*innen**
bzw. ein gutes Arbeitsklima der
wichtigste Faktor bei der Jobwahl

Wichtigste Entscheidungsfaktoren bei der Jobwahl



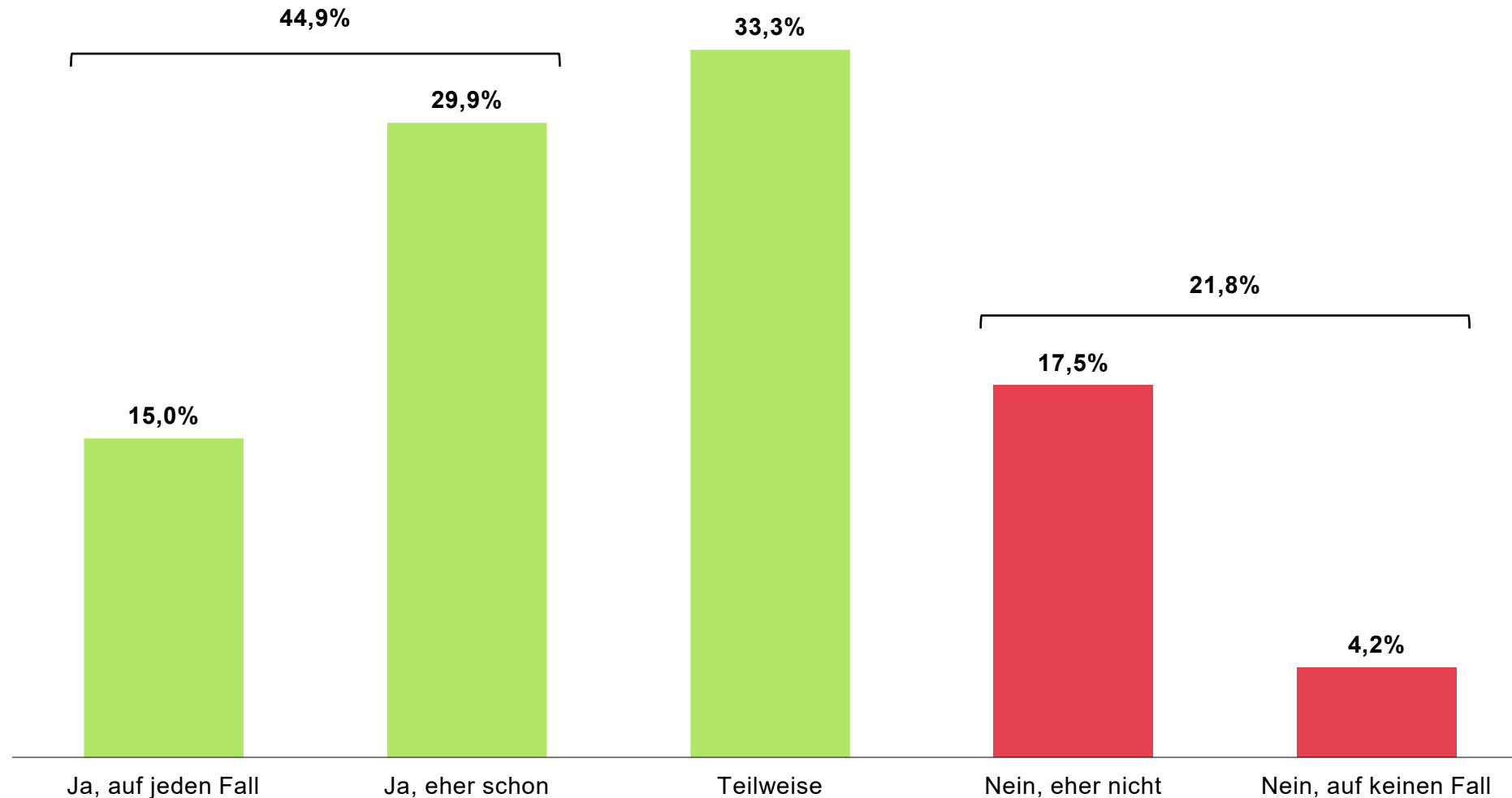
Gute Vorbereitung auf den Arbeitsmarkt



45%

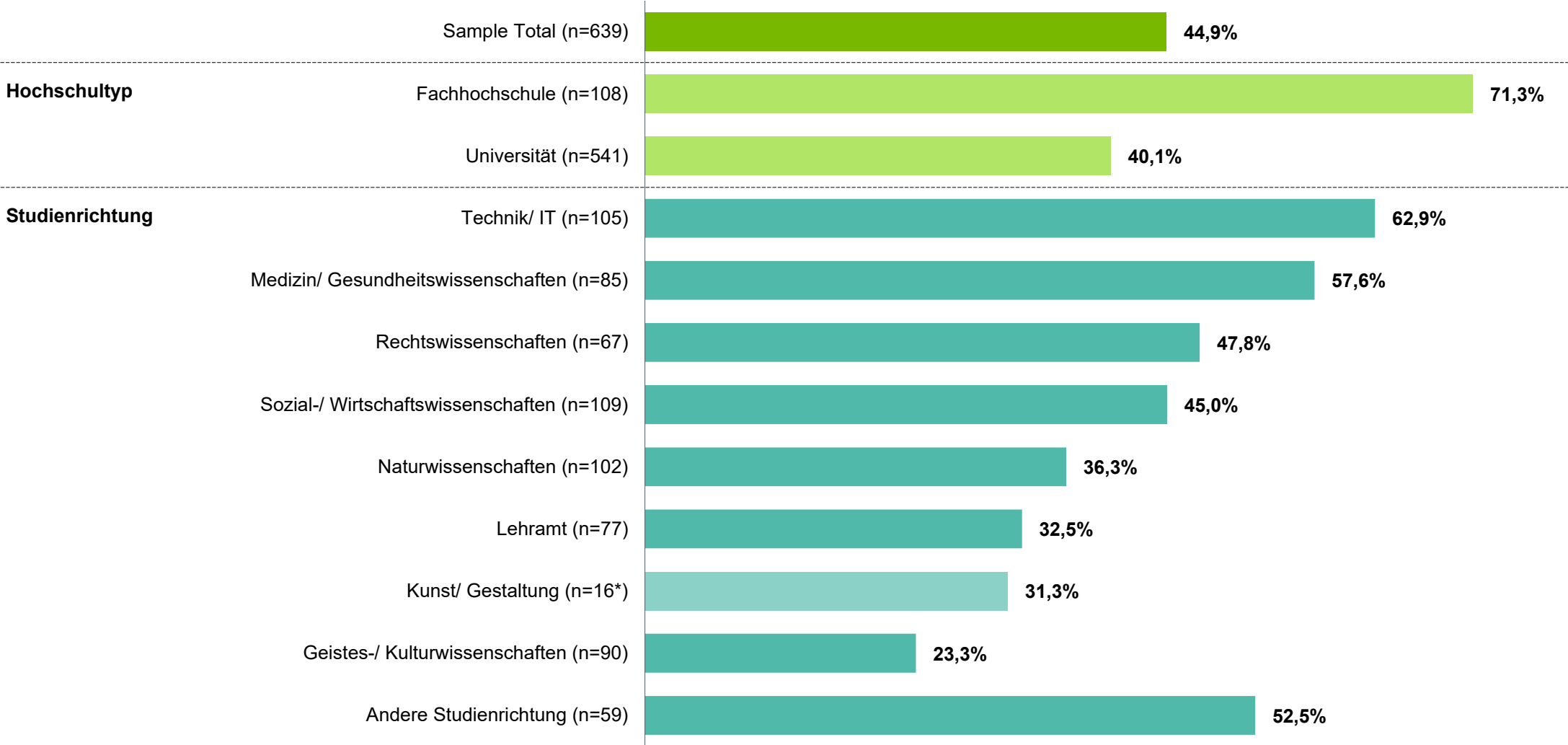
fühlen sich durch ihr Studium
gut bzw. eher gut auf den
Arbeitsmarkt vorbereitet
(Top-2)

Gute Vorbereitung auf den Arbeitsmarkt

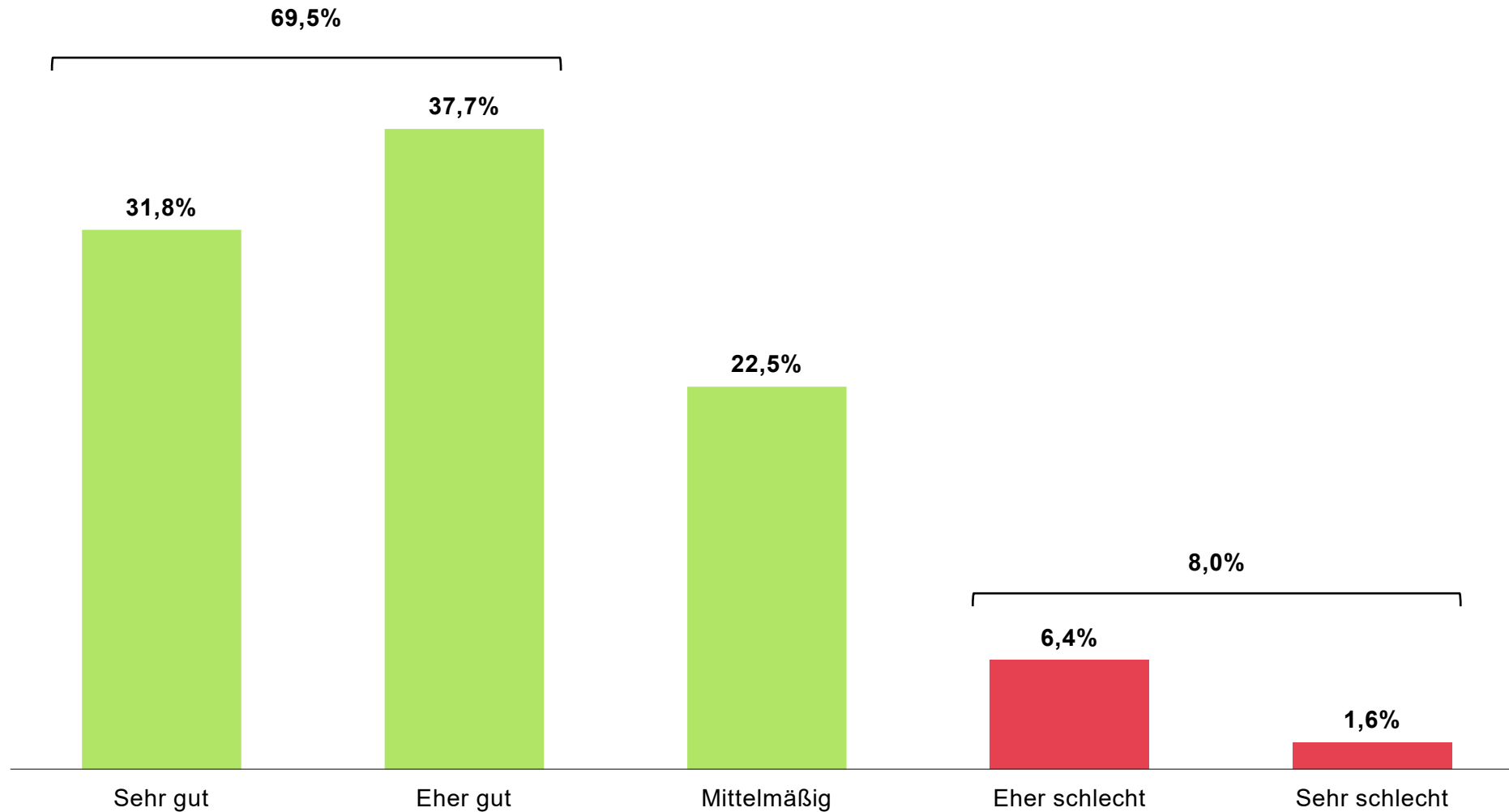


Gute Vorbereitung auf den Arbeitsmarkt im Detail

Top-2-Box: Ja, auf jeden Fall + Ja, eher schon



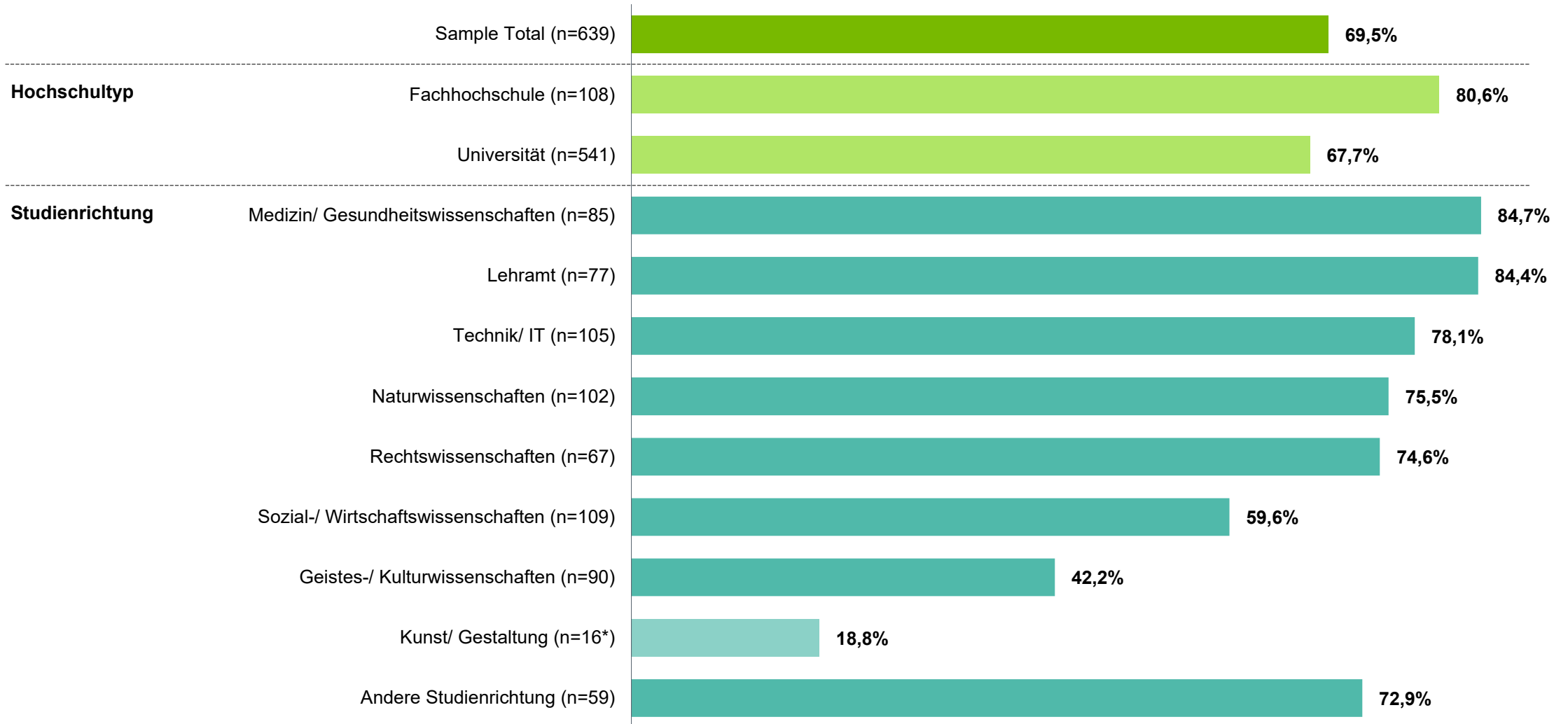
Einschätzung der beruflichen Chancen



Wie schätzt du die beruflichen Chancen für Absolvent*innen in deiner Studienrichtung auf dem aktuellen Arbeitsmarkt ein? || Basis: Student*innen || n=639 || MW 2,1 (Skala von "1 = Sehr gut" bis "5 = Sehr schlecht")

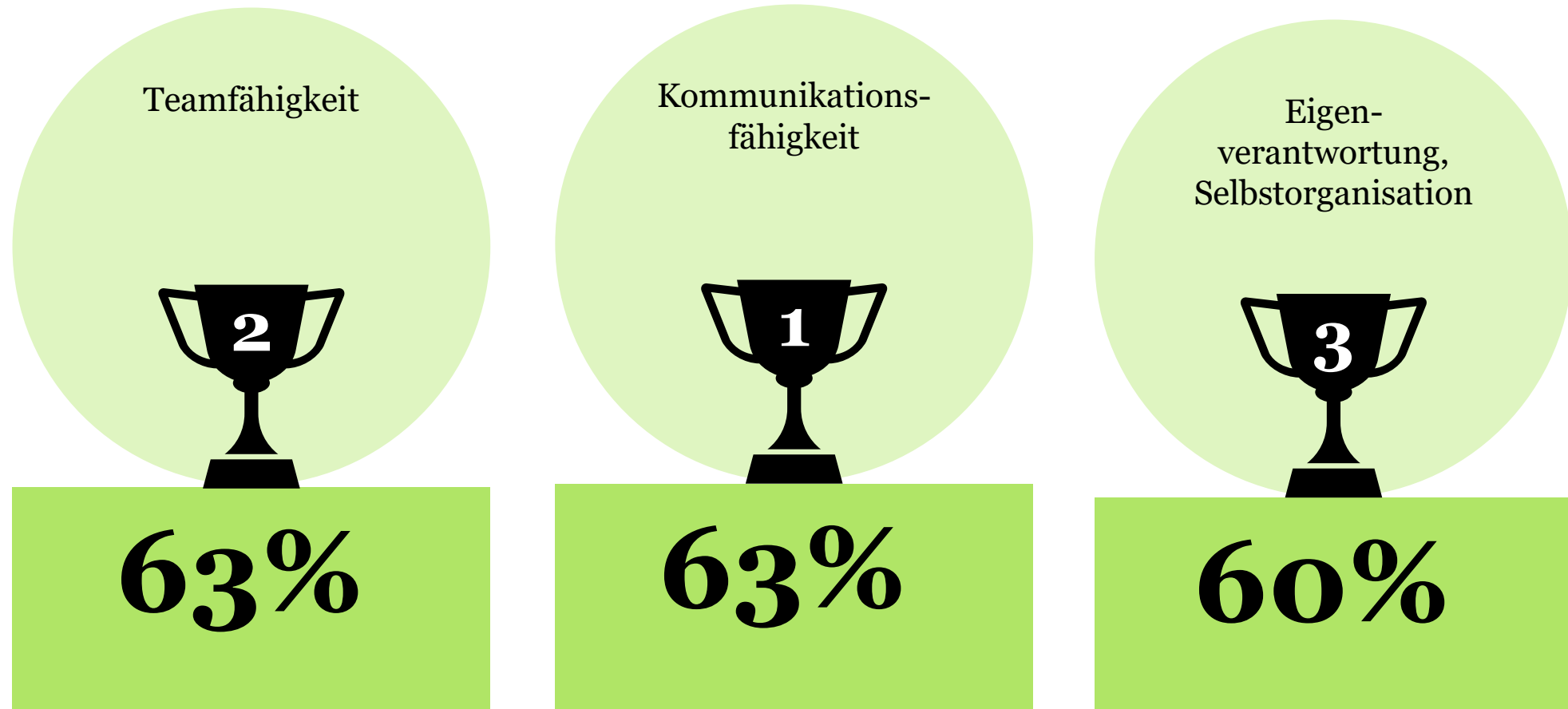
Einschätzung der beruflichen Chancen im Detail

Top-2-Box: sehr gut/ eher gut

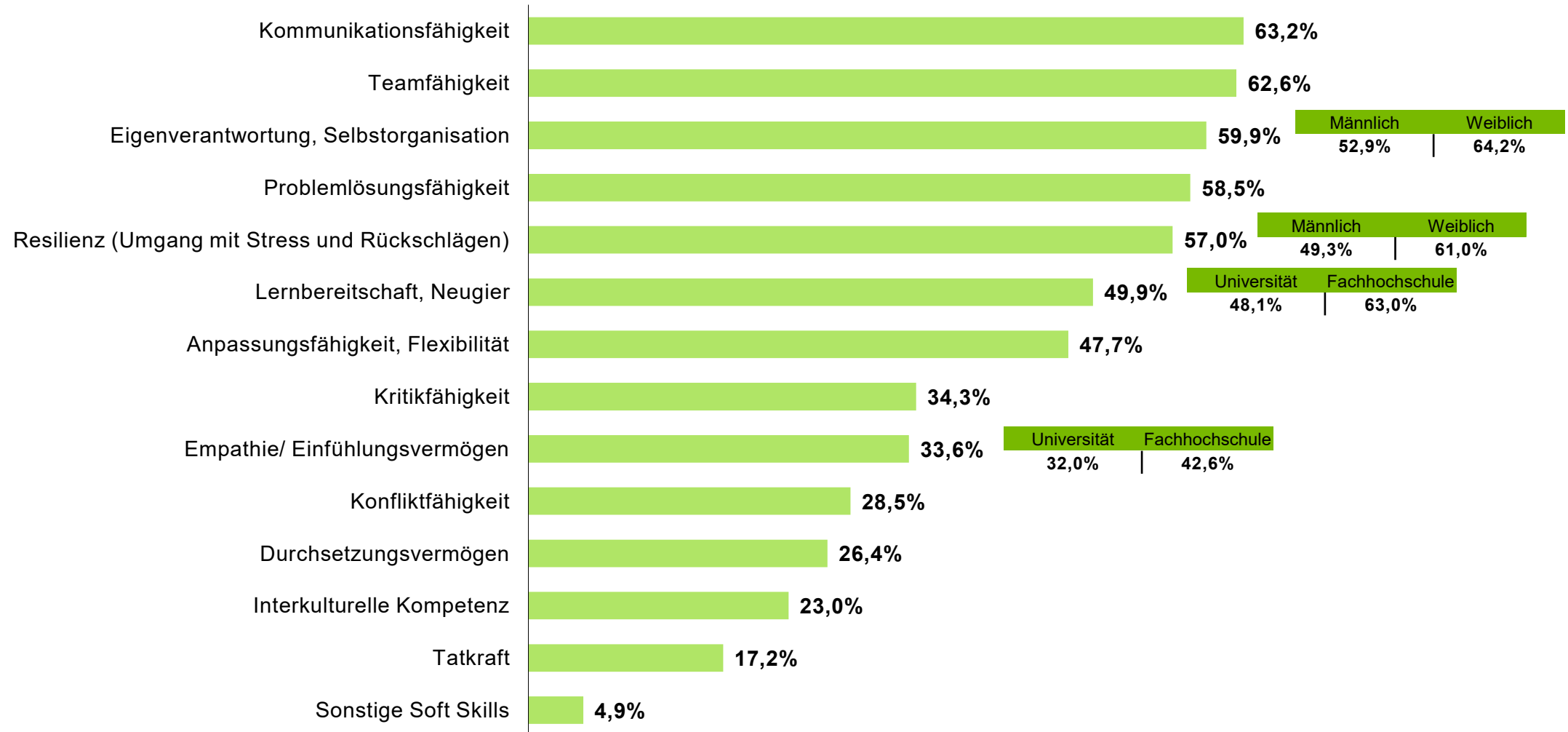


Wie schätzt du die beruflichen Chancen für Absolvent*innen in deiner Studienrichtung auf dem aktuellen Arbeitsmarkt ein? || Basis: Student*innen || n=639 || *geringe Fallzahl

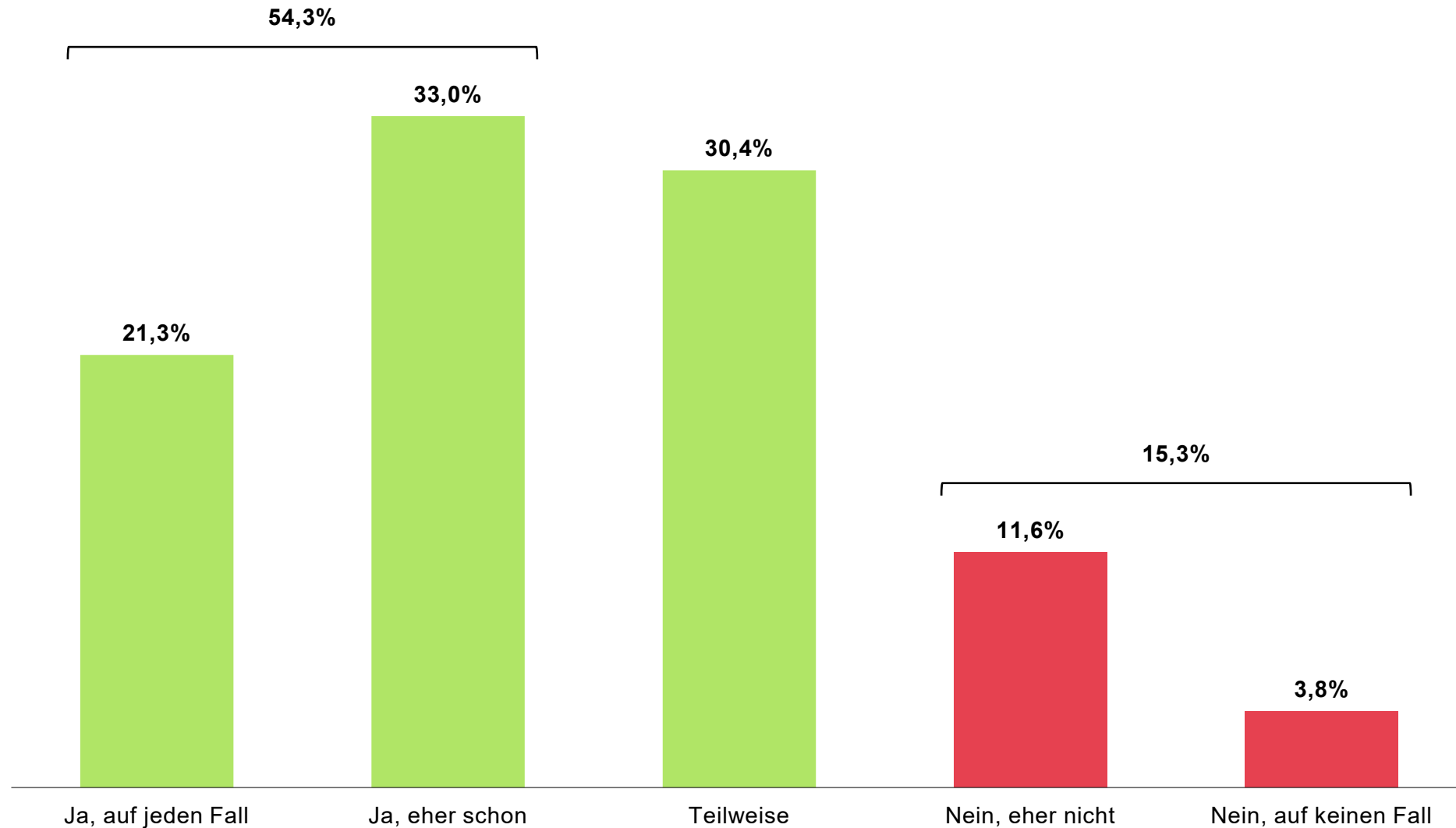
Wichtige Soft Skills für den Berufseinstieg



Wichtige Soft Skills für den Berufseinstieg



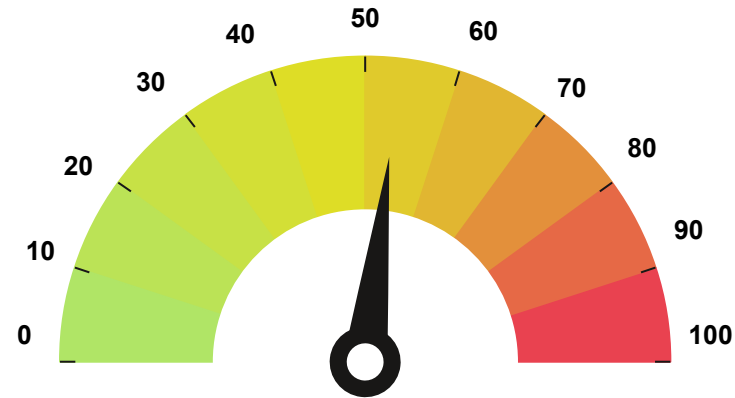
Anerkennung von Leistung in der heutigen Arbeitswelt



Von der Urne bis zur Regierung – Was Student*innen von Politik halten



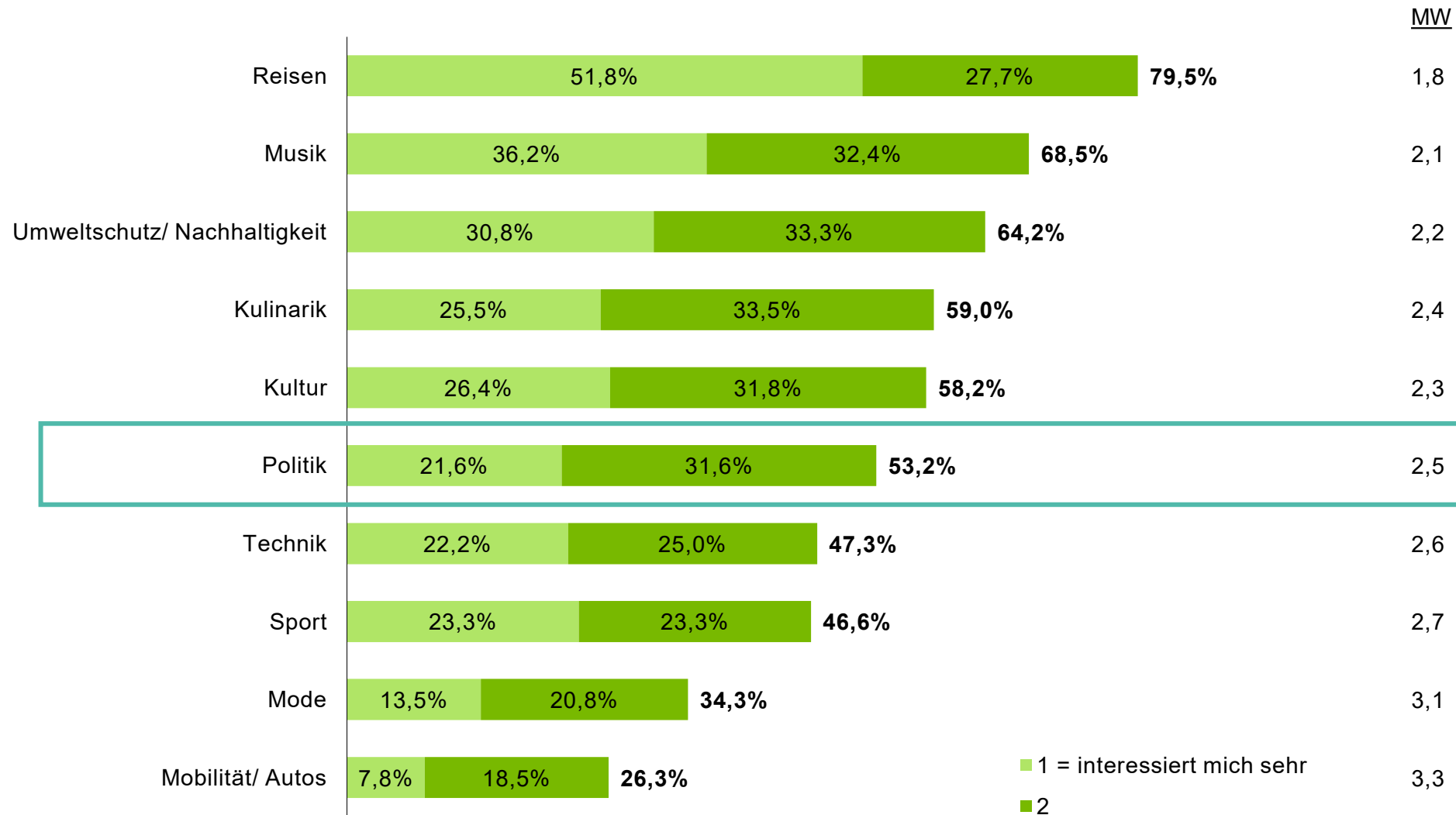
Politikinteresse



53%

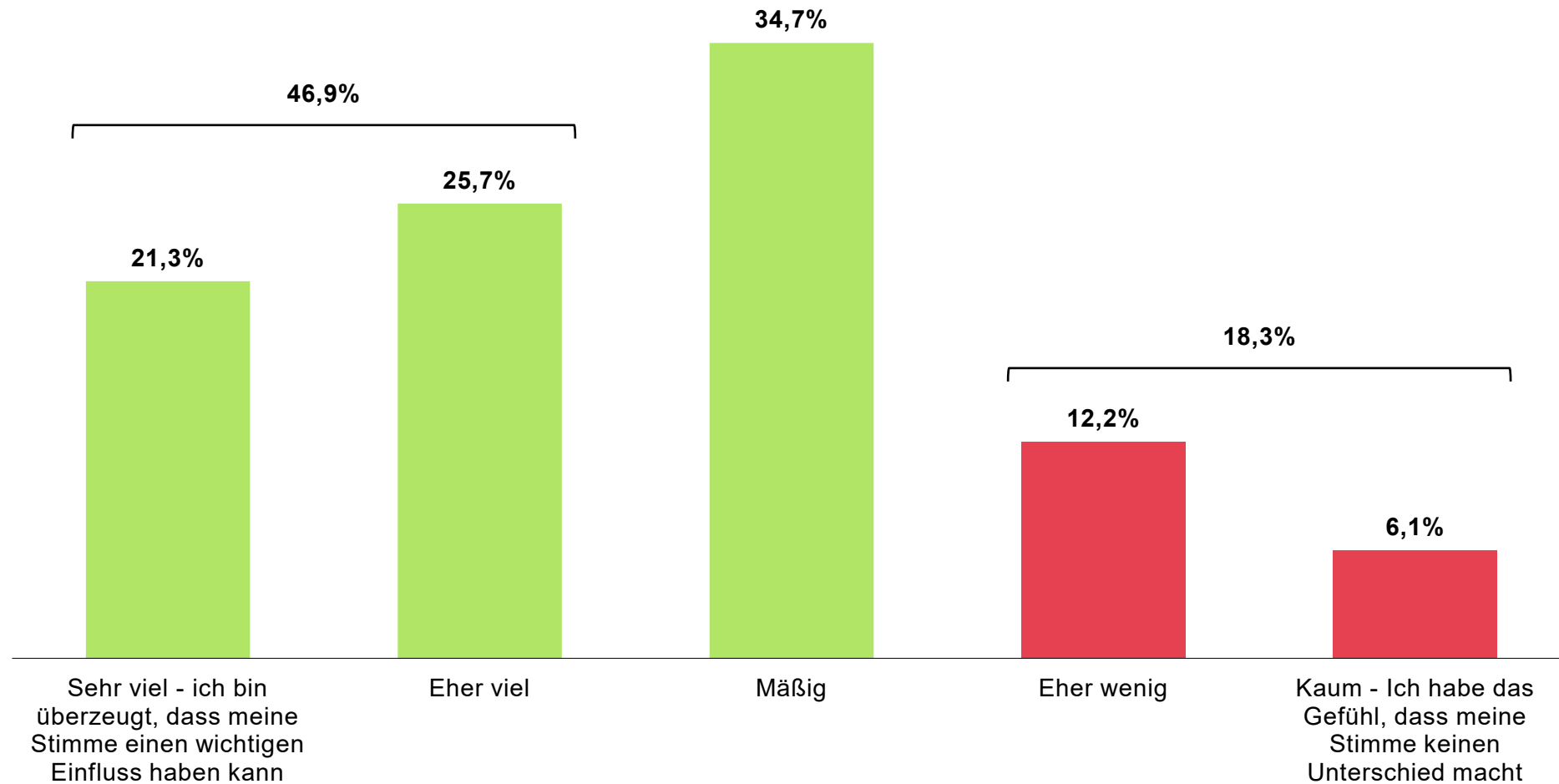
interessieren sich (eher)
für **Politik** (Top-2)

Interessensgebiete

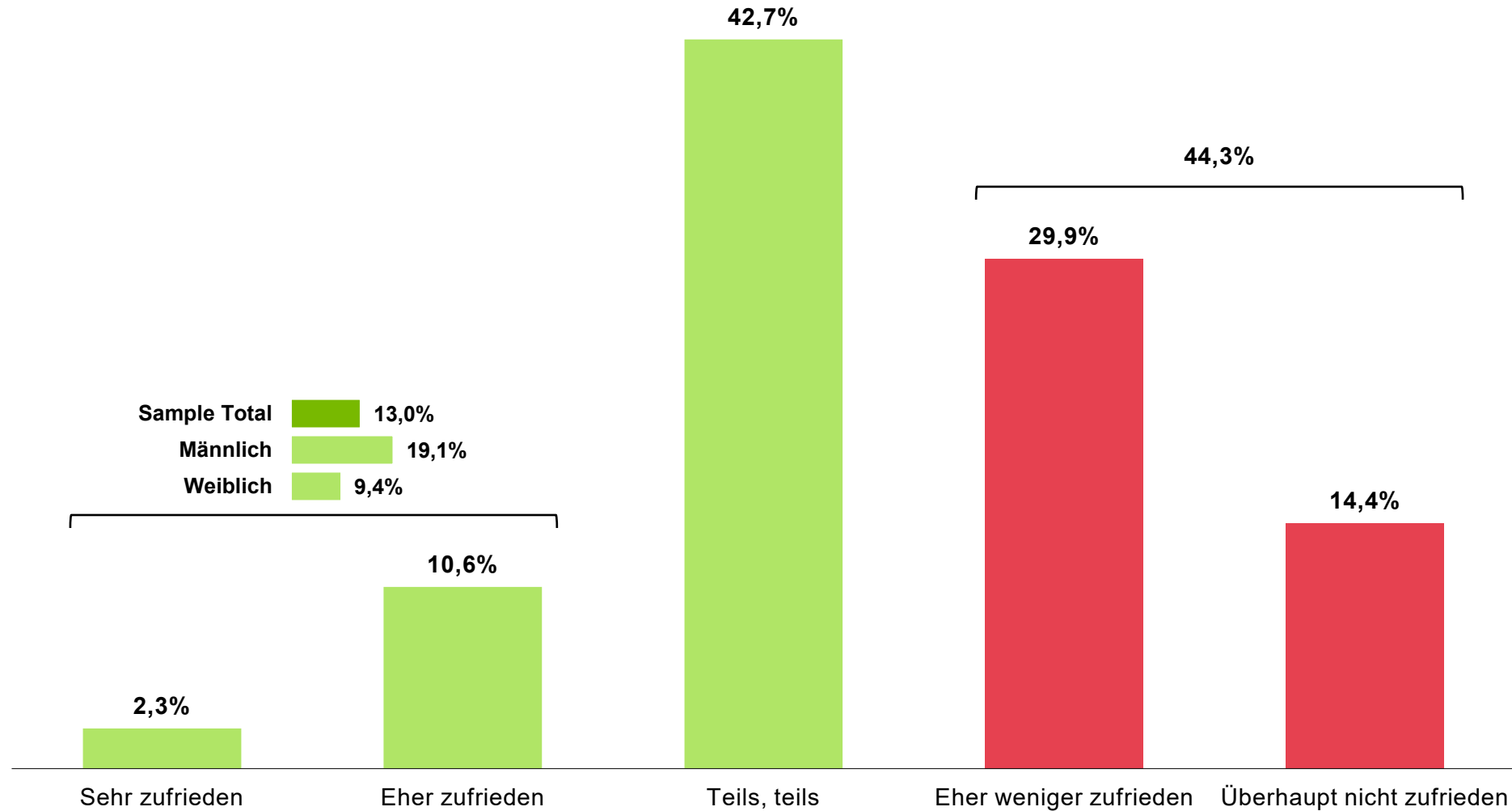


[...] Wie sehr interessieren dich die folgenden Themen? || Top-2-Box: 1 = interessiert mich sehr / 2 || Basis: Student*innen || n=639 ||
 Skala von "1 = interessiert mich sehr" bis "5 = interessiert mich überhaupt nicht"

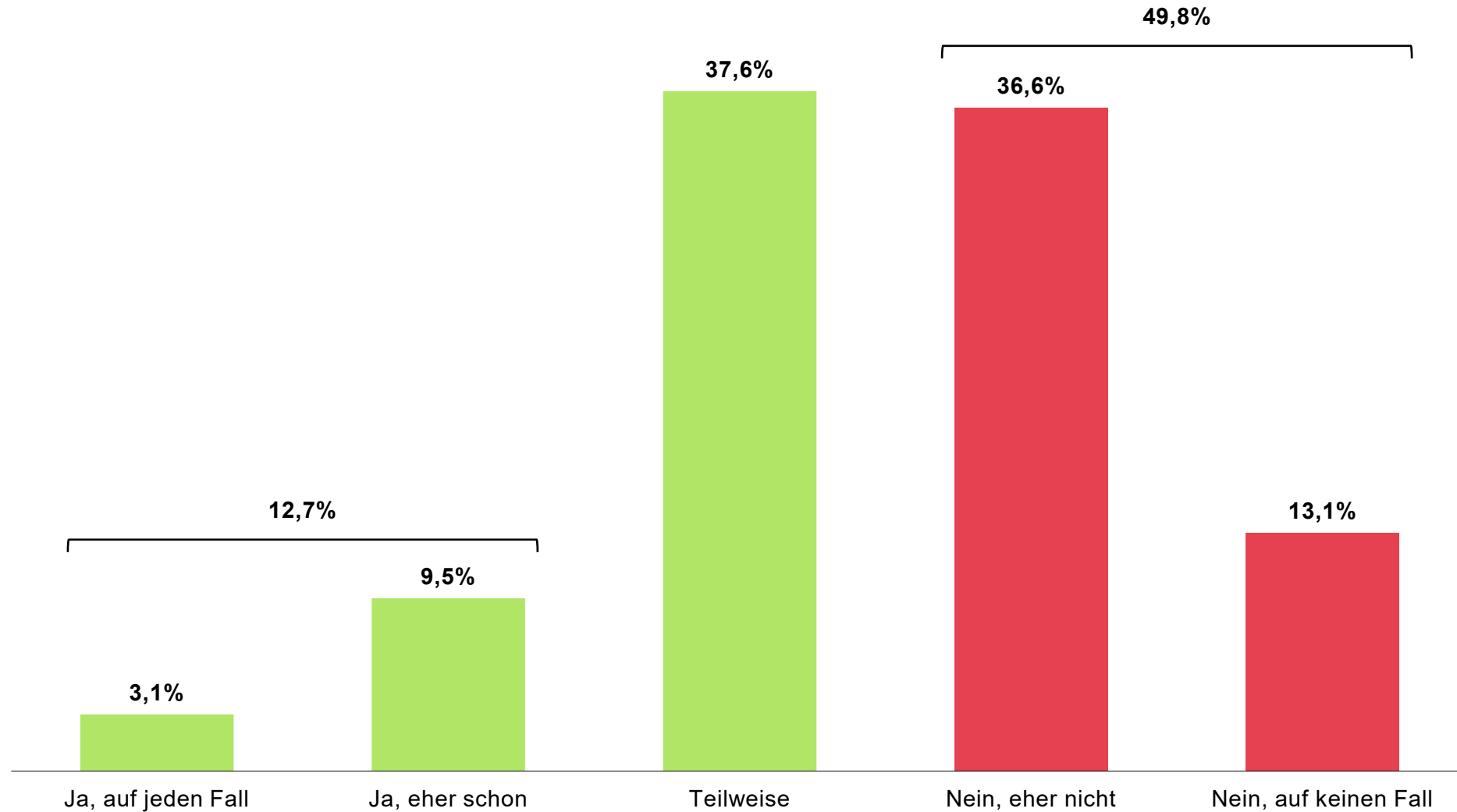
Überzeugung, dass die eigene Stimme bei Wahlen zählt



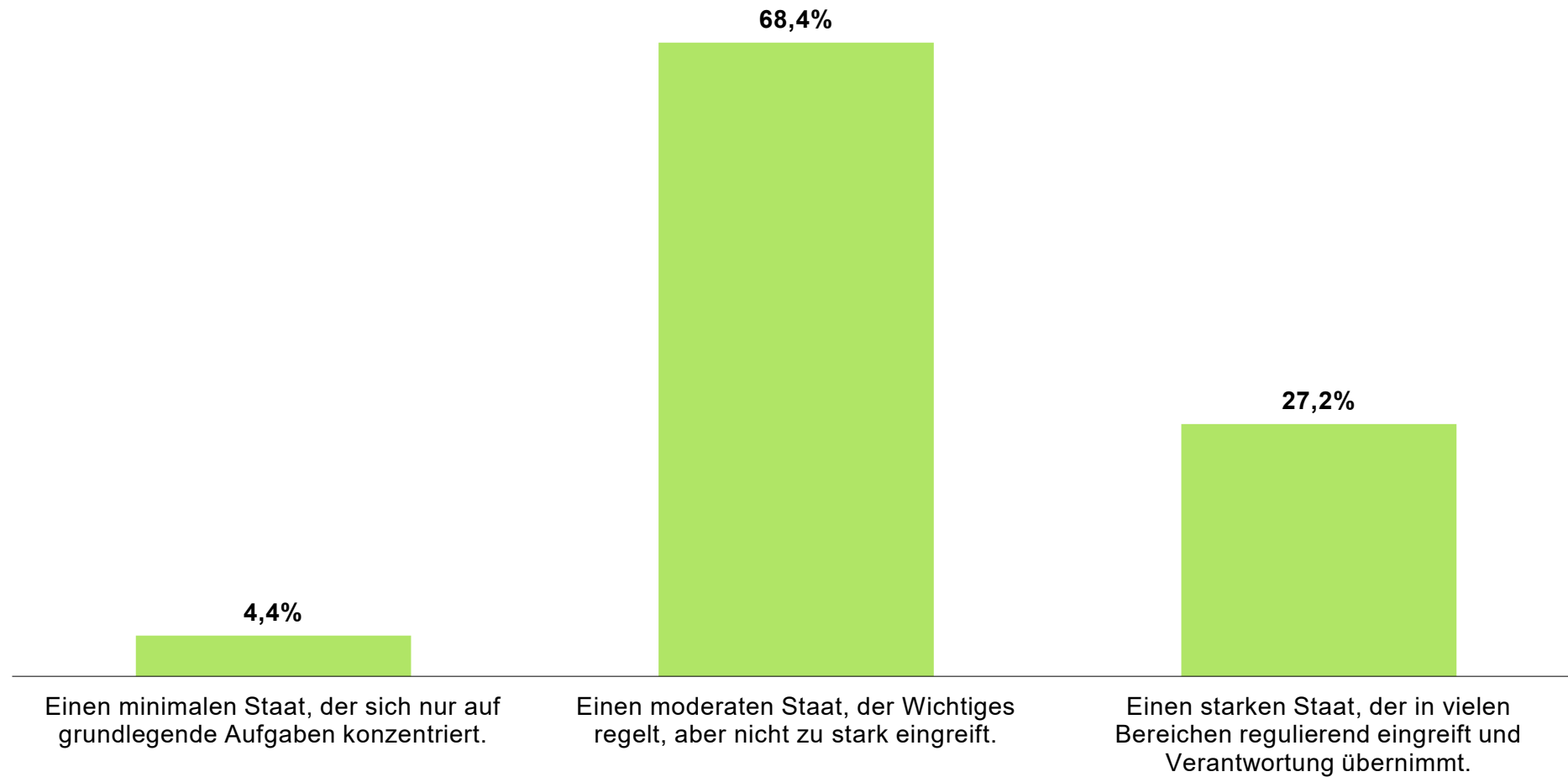
Zufriedenheit mit der politischen Landschaft in Österreich



Gefühl, von der Politik verstanden zu werden

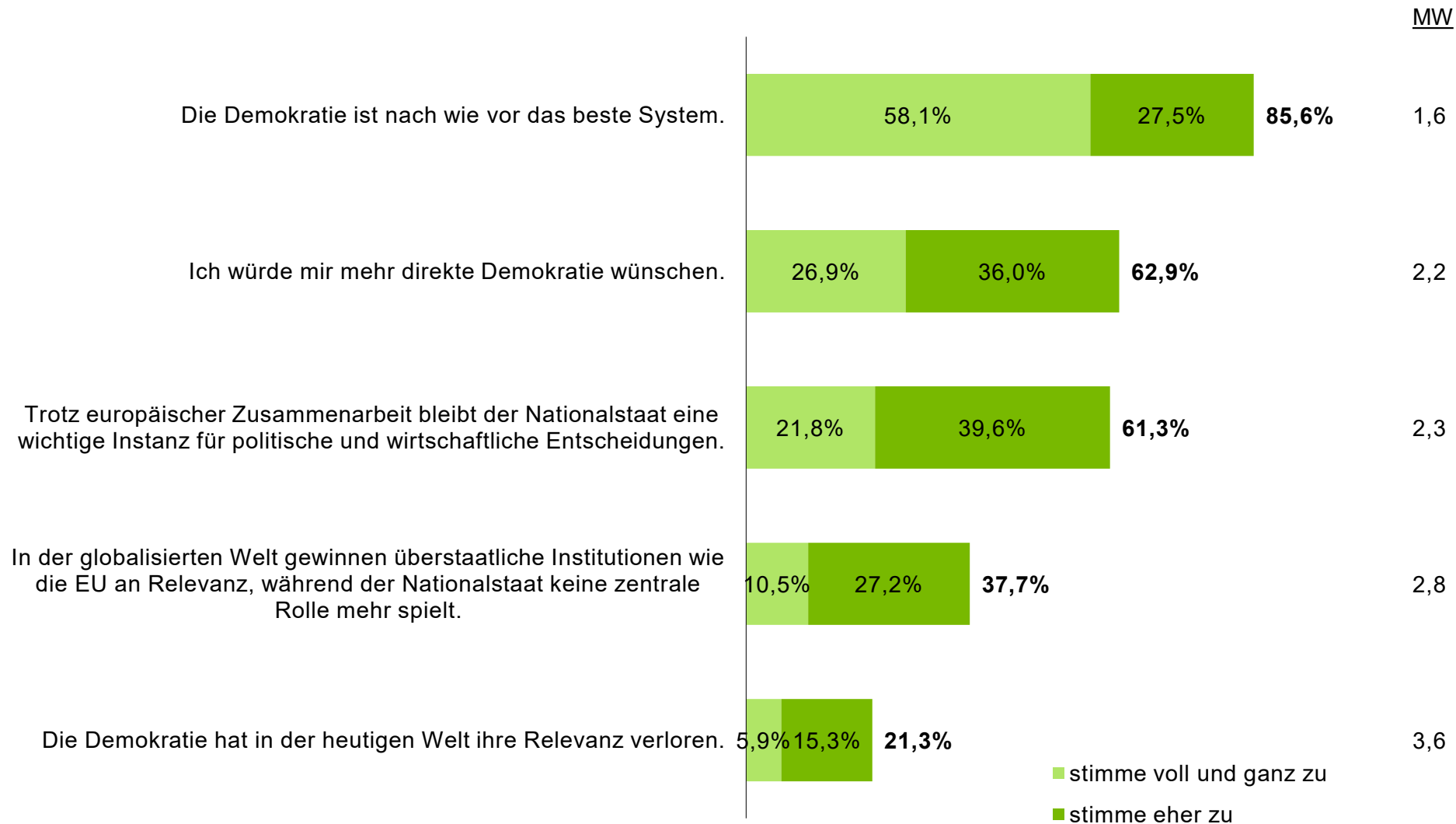


Einstellung zur Rolle des Staates

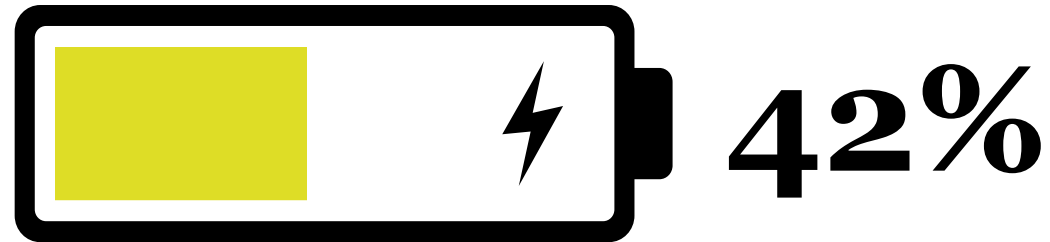


"Wie viel Staat" braucht es deiner Ansicht nach in der heutigen Gesellschaft? || Basis: Student*innen || n=639

Haltung zu Demokratie und Nationalstaat

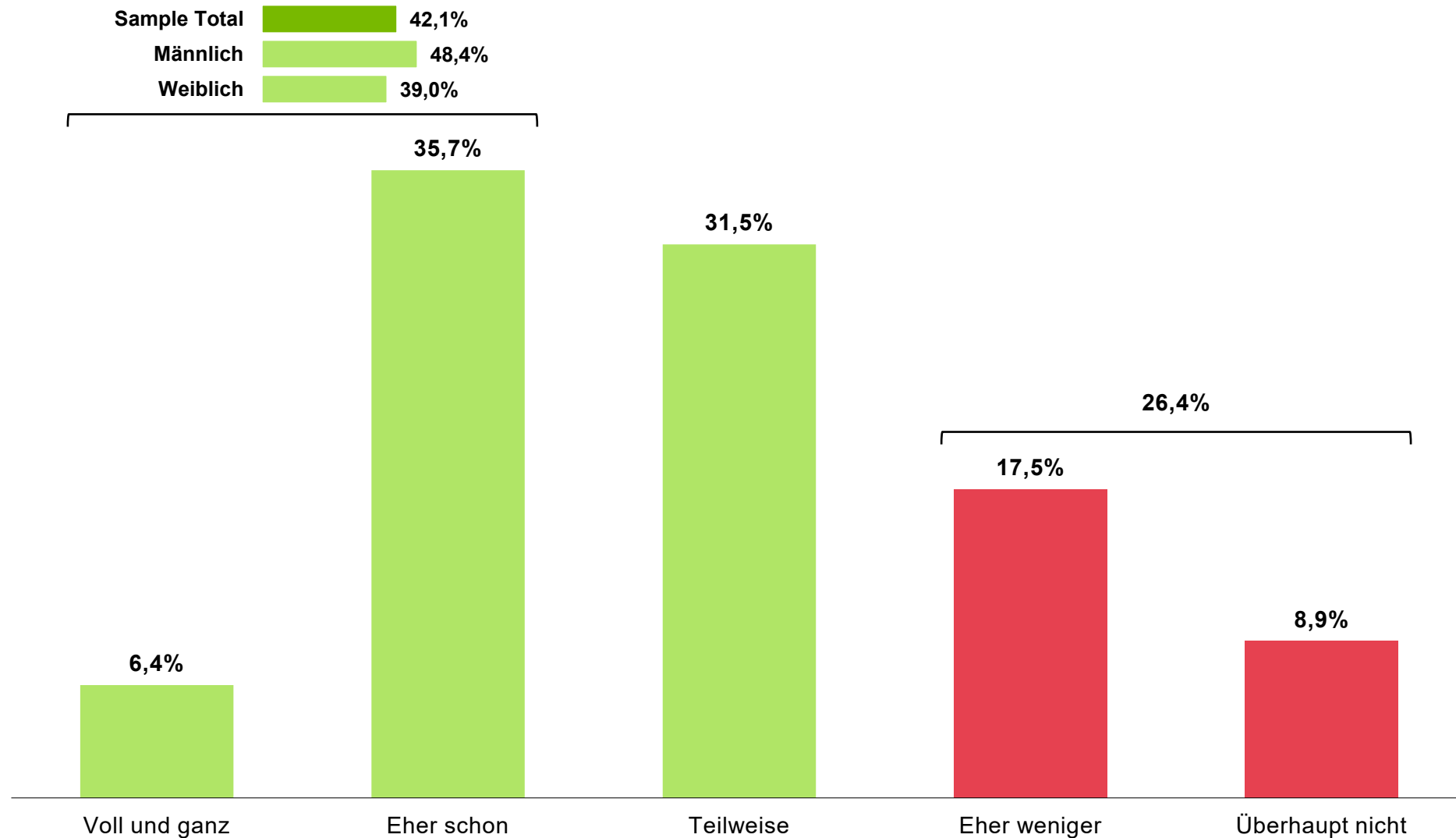


Vertrauen in politische Medienberichterstattung

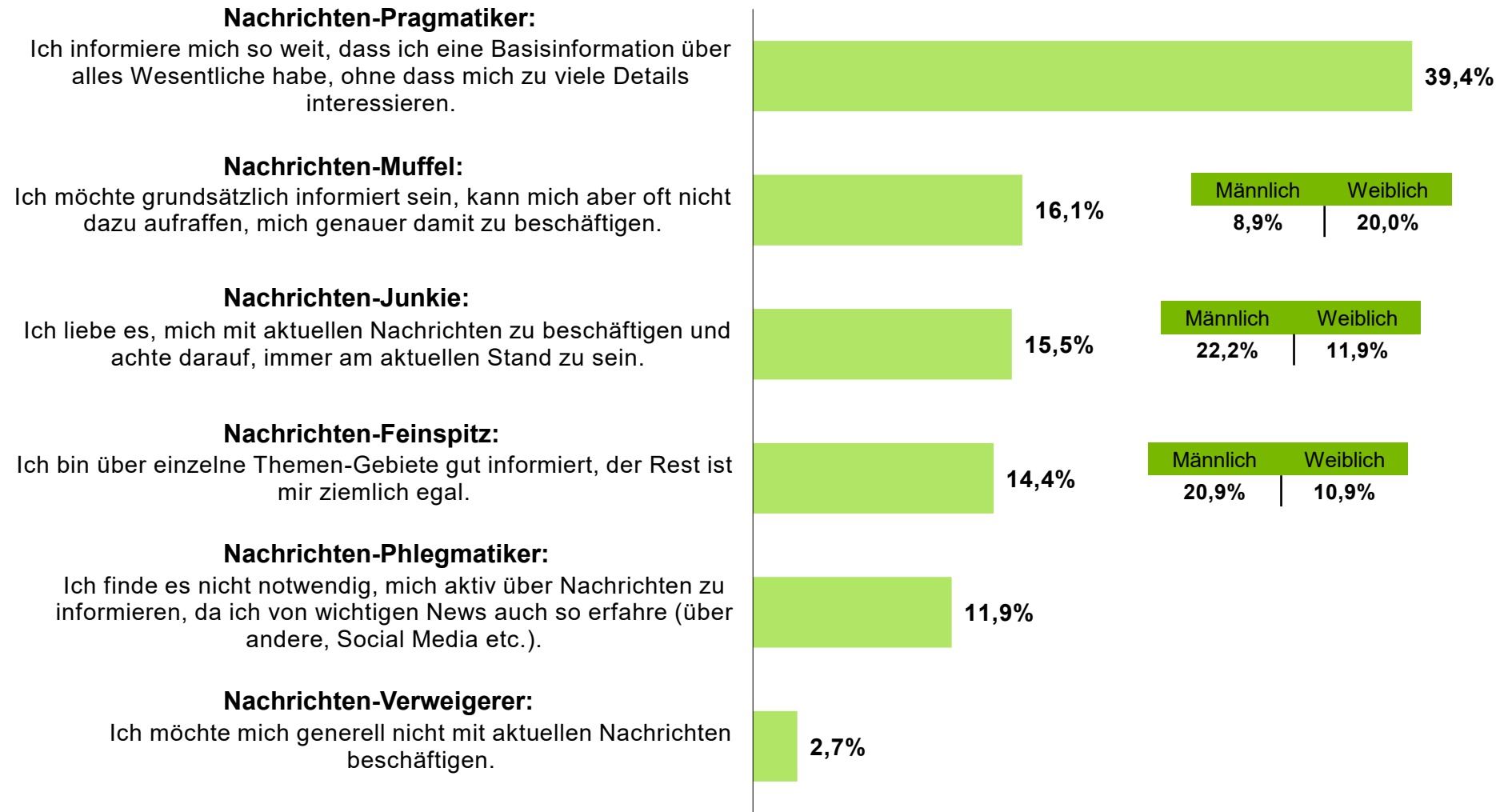


vertrauen (eher) der
Medienberichterstattung
über **politische Themen**
(Top-2)

Vertrauen in die politische Medienberichterstattung



Zuordnung „Nachrichten-Typ“



Clusterben & Sober-Curiosity – Die neue Ausgeh- & Freizeitkultur

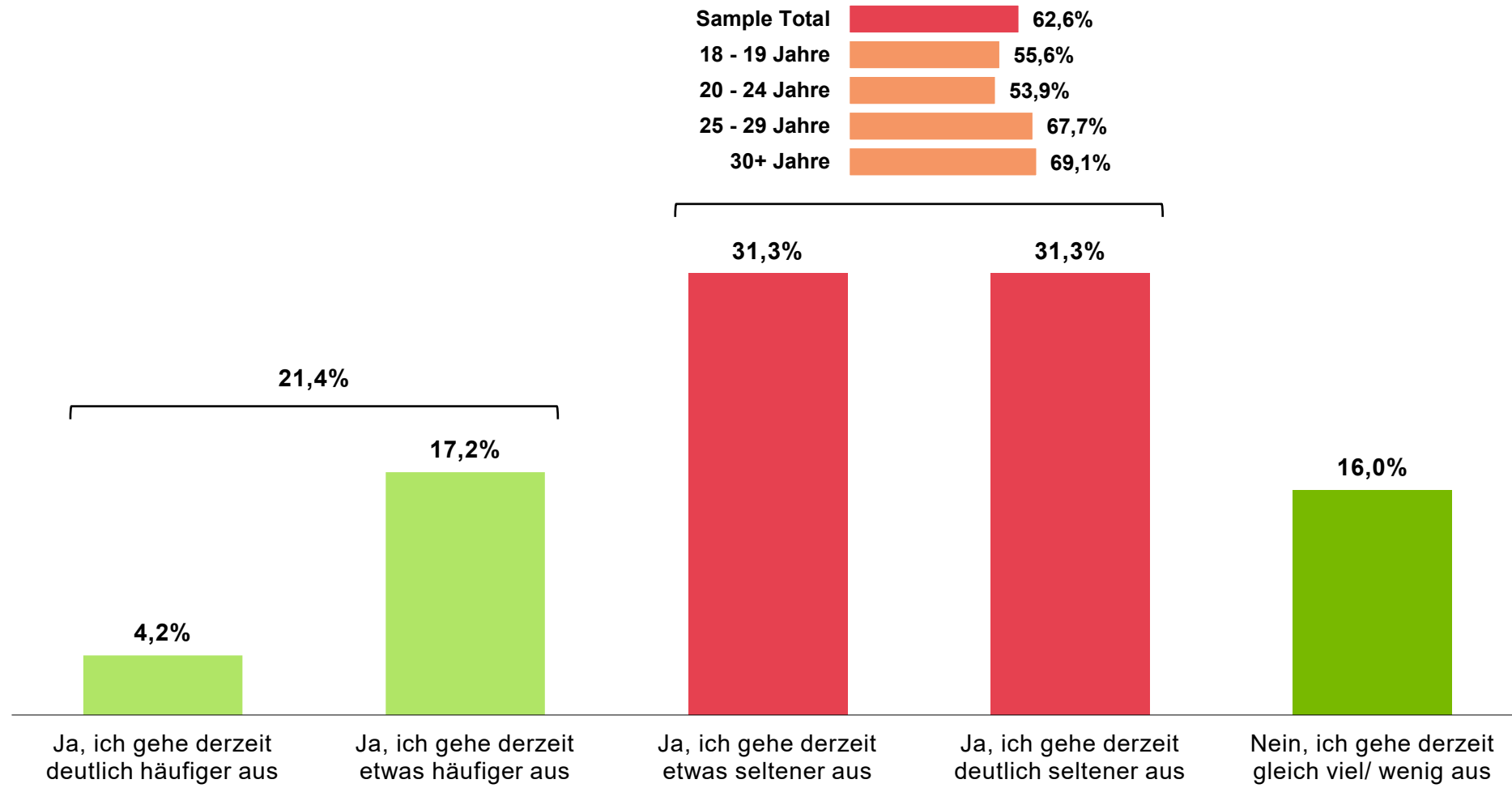
Veränderung des Ausgehverhaltens



63%

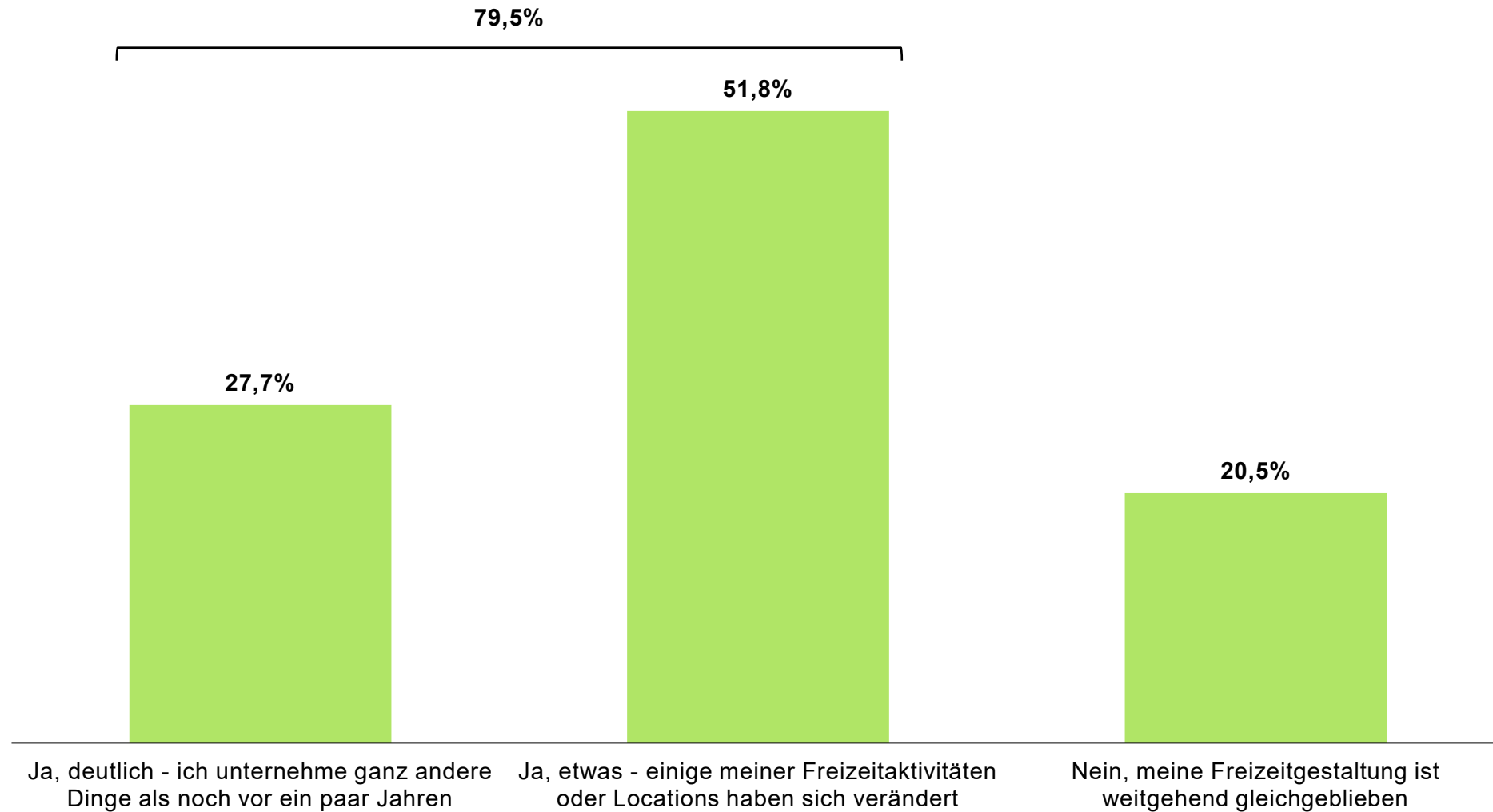
gehen derzeit (etwas)
seltener aus

Veränderung des Ausgehverhaltens



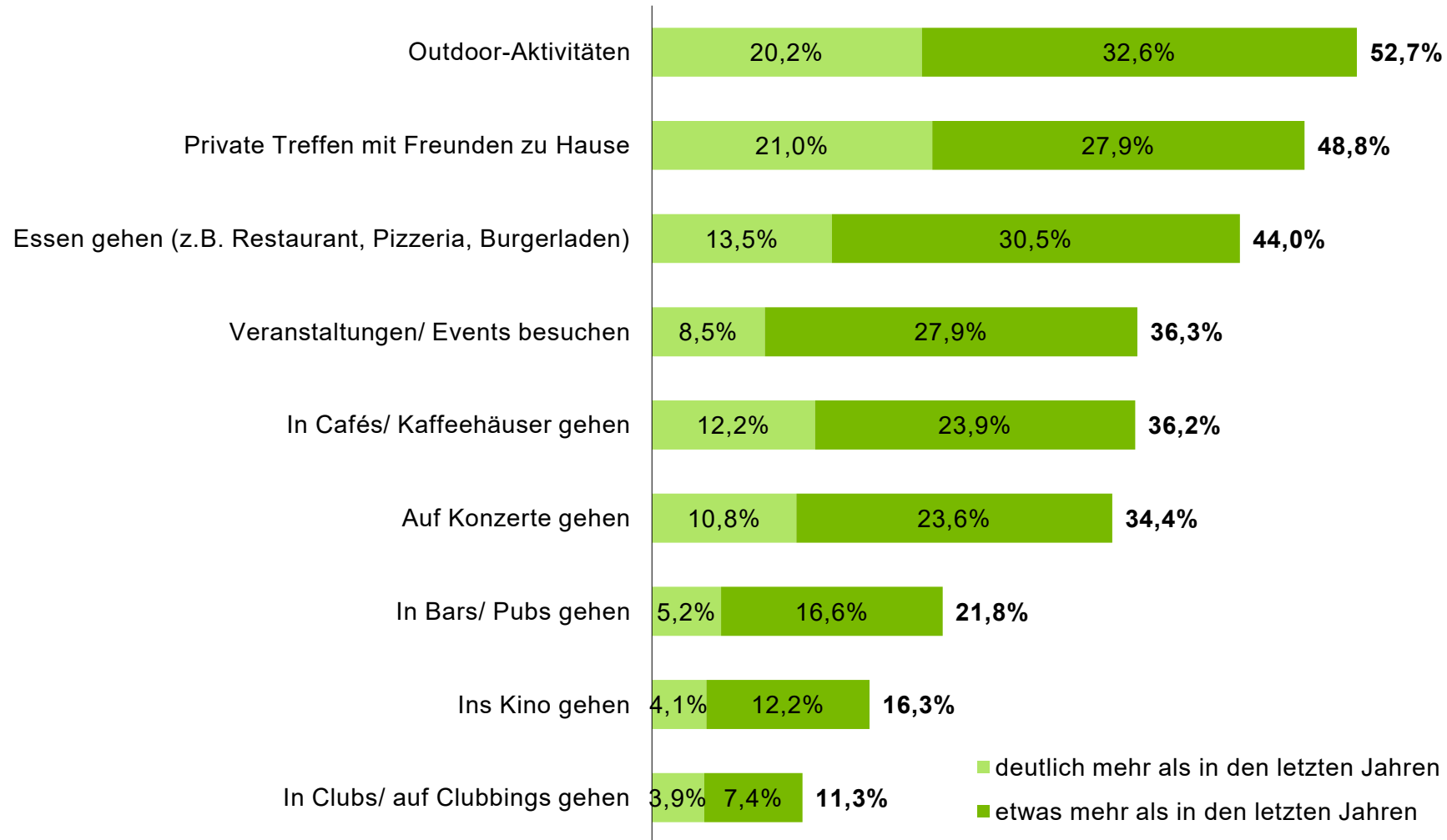
[...] Hat sich dein Ausgehverhalten in den letzten Jahren verändert? || Basis: Student*innen || n=639

Veränderung bevorzugter Locations/ Freizeitaktivitäten

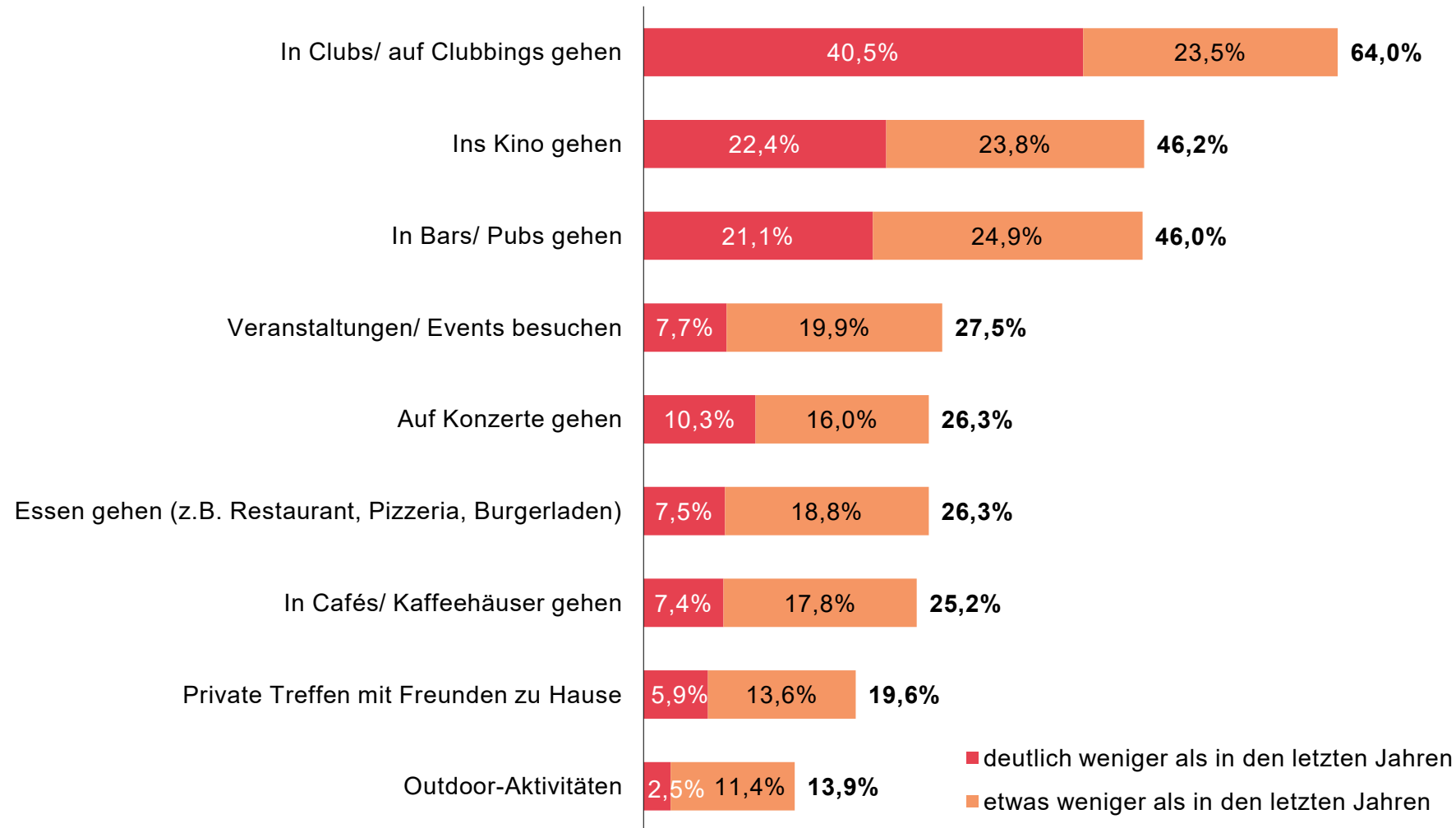


Haben sich deine bevorzugten Locations oder Aktivitäten allgemein in den letzten Jahren verändert [...] ? || Basis: Student*innen || n=639

Freizeitaktivitäten, die nun häufiger unternommen werden



Freizeitaktivitäten, die nun seltener unternommen werden



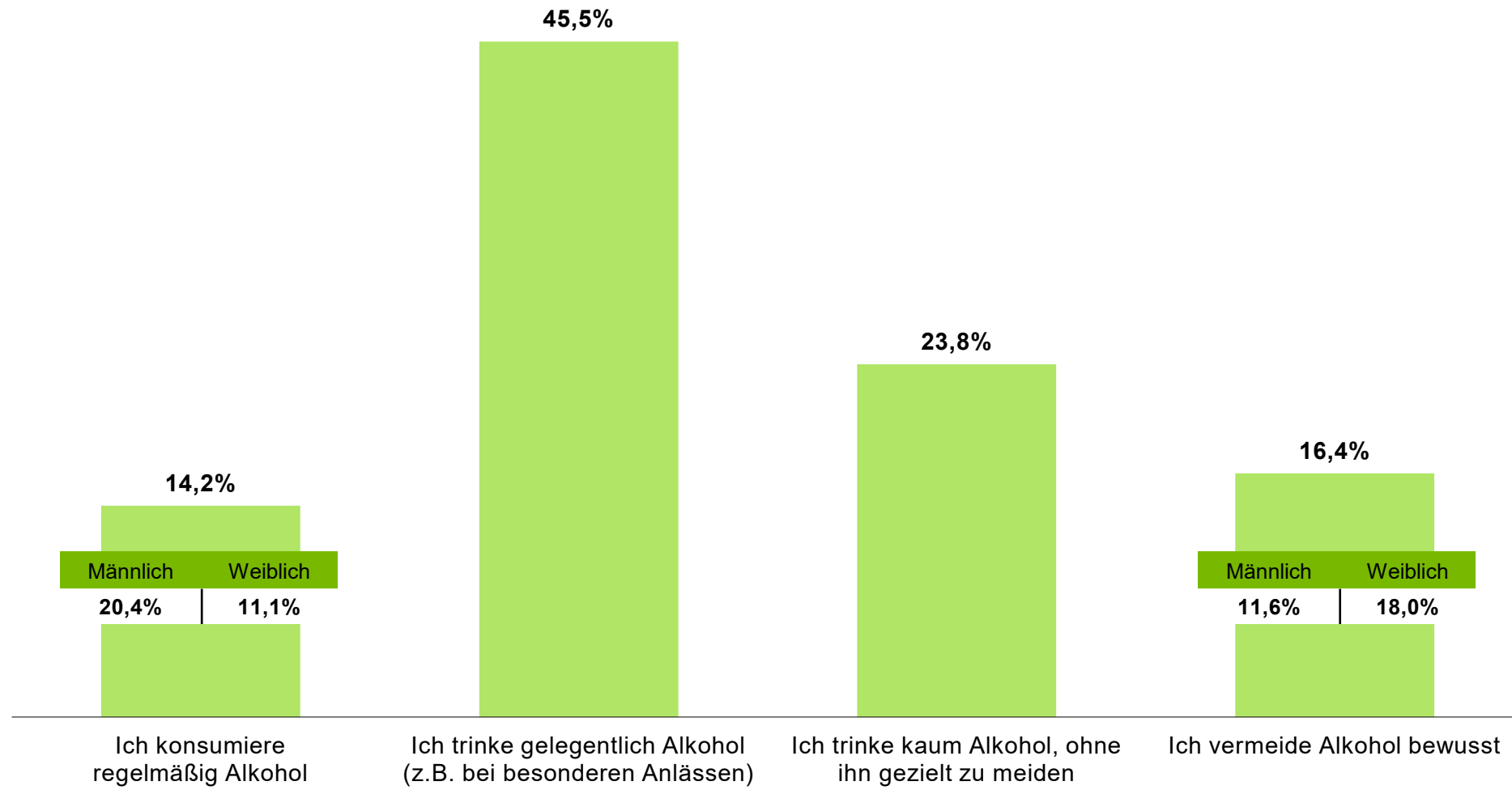


© Katharina Axmann

Wir erleben eine Generation Studierender, die radikal alte Muster hinter sich lässt. Sie stellt Karriereleitbilder in Frage, zeigt Distanz zu Politik und Medien und definiert ihren Lebensstil neu. Die Studie offenbart einen Wertewandel junger Menschen, dessen Einfluss auf die Arbeitswelt und Freizeitkultur bereits spürbar ist.

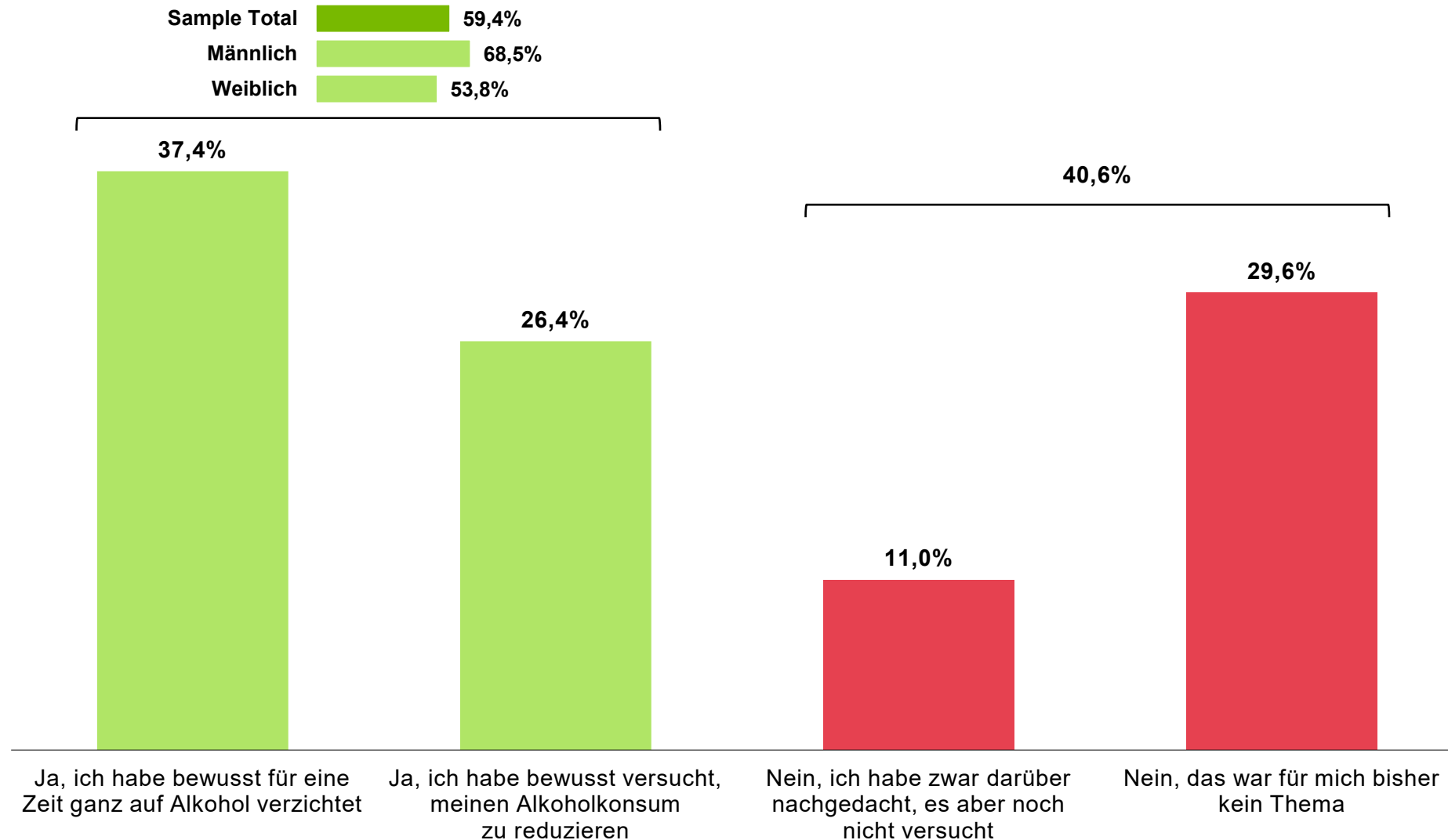
— Thomas Schwabl, Gründer und Geschäftsführer von Marketagent

Alkoholkonsum

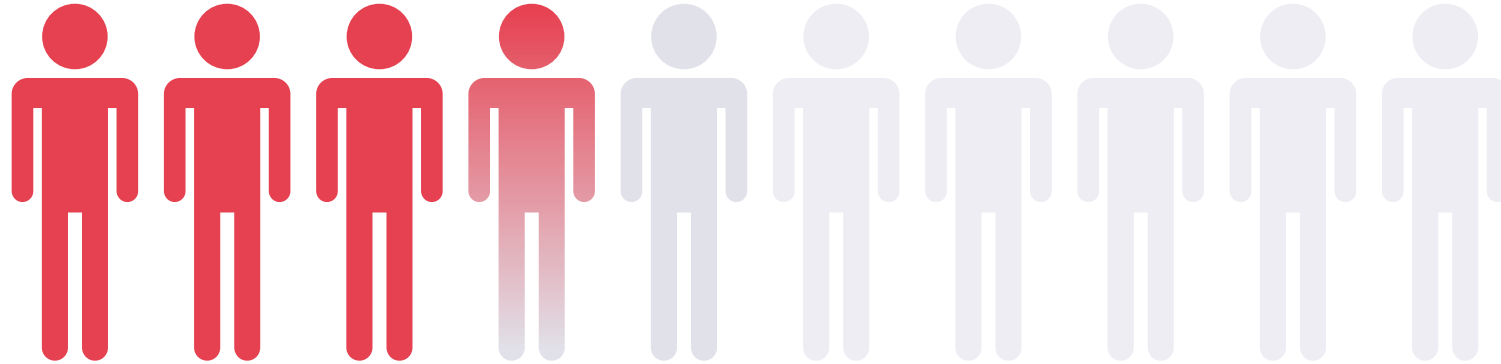


Wie würdest du deine Einstellung zu Alkohol im Allgemeinen beschreiben? || Basis: Student*innen || n=639

Bewusste Reduktion des Alkoholkonsums



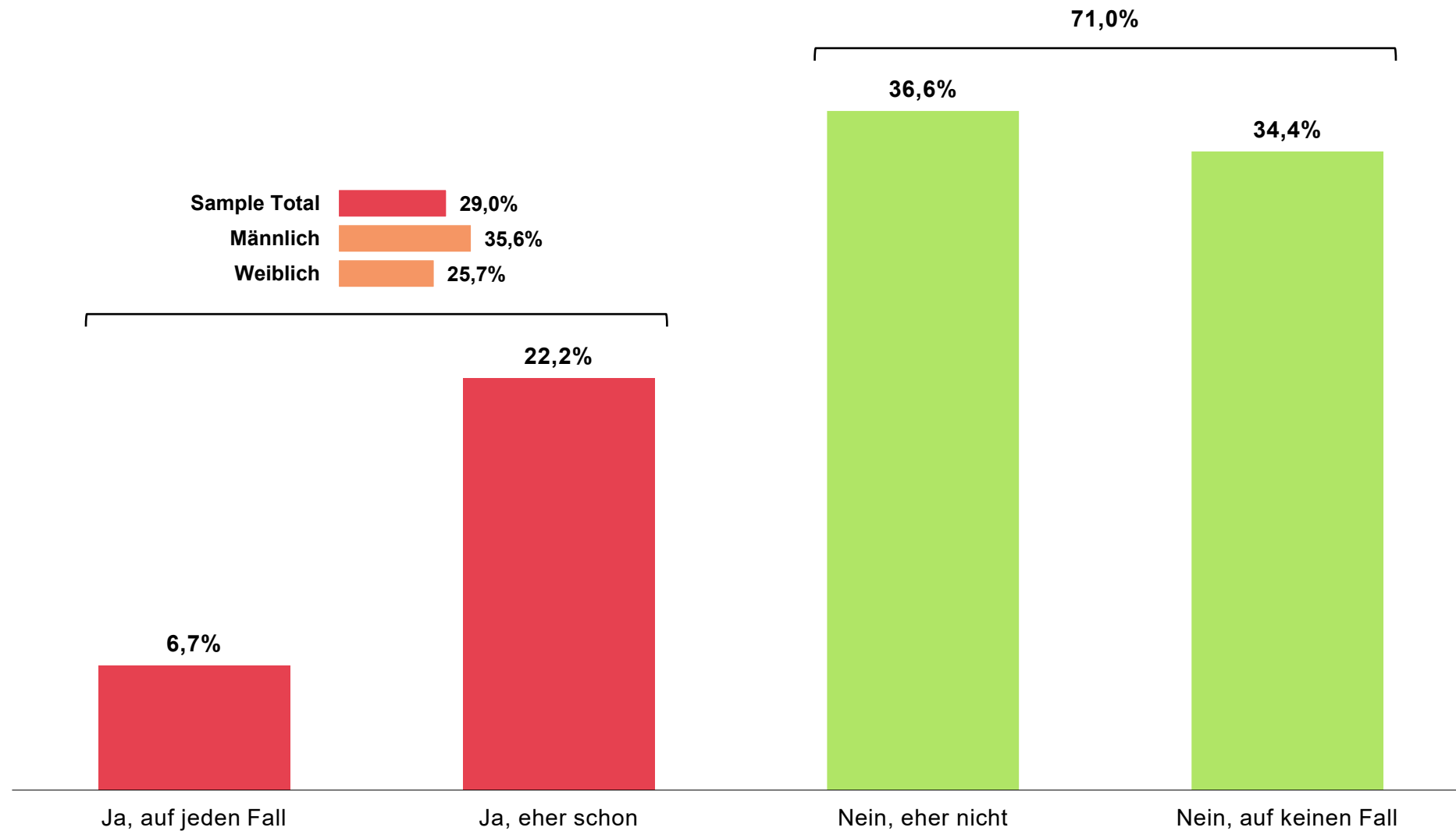
Druck Alkohol beim Ausgehen zu konsumieren



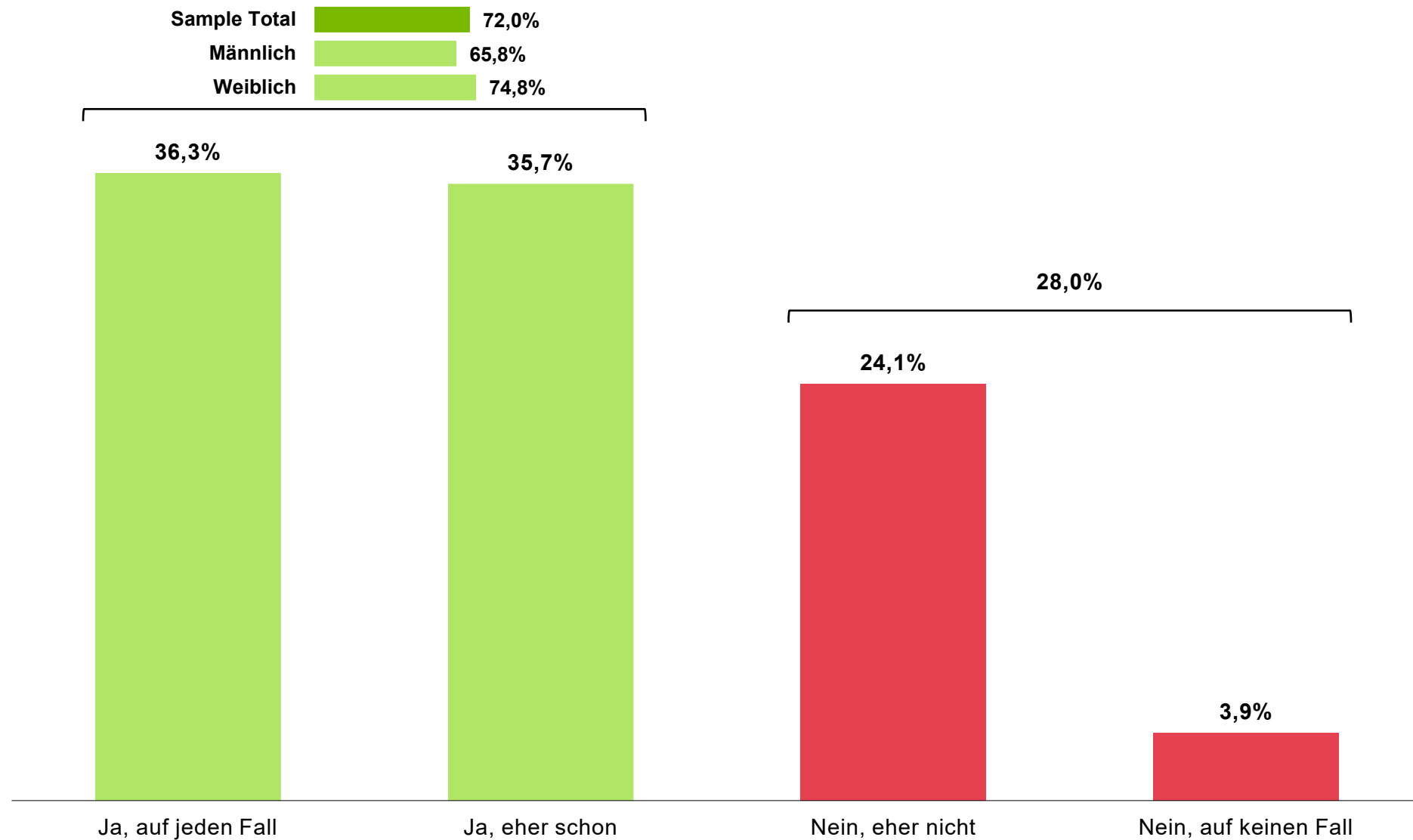
36%

der **Männer** fühlen sich beim Ausgehen (eher)
unter **Druck Alkohol** zu **konsumieren**
(Top-2)

Druck Alkohol beim Ausgehen zu konsumieren



Wunsch nach mehr alkoholfreien Alternativen



Würdest du es bevorzugen, wenn es mehr alkoholfreie Alternativen [...] in Bars, Clubs oder Restaurants gäbe? || Basis: Student*innen || n=639 || MW 2,0 (Skala von "1 = Ja, auf jeden Fall" bis "4 = Nein, auf keinen Fall")

**einfach
schnell
fragen.**

Mag. Andrea Berger
Research & Communications

a.berger@marketagent.com
02252 909 009 25

Mühlgasse 59
2500 Baden

www.marketagent.com



marketagent.