

TOPIC:

**KAUFVERHALTEN I LIFESTYLE I ÖVA 2025** 

NR. 20 | 2025

1.

### Knapp jede:r sechste Österreicher:in ist Premiumkäufer:in!

Auf zwei Kernfragen reduziert zeigt sich, dass sich rund ein Sechstel der österreichischen Bevölkerung ab 14 Jahren als Premiumkäufer:in versteht. Genau genommen sind es 16 Prozent, die zumindest einer der folgenden beiden Aussagen voll zustimmen: "Ich leiste mir gerne Produkte mit einem Hauch von Luxus" und "Ich kaufe gerne exklusive Produkte, die andere nicht haben".

2.

Premiumkäufer:innen sind eher weiblich, eher formell höher gebildet und eher Angehörige einer sozial höheren Schicht

Premiumkäufer:innen sind eine besondere Gruppe der Bevölkerung. In der Tendenz ist diese Gruppe eher weiblich, eher formell höher gebildet und auch eher der beiden höchsten sozialen Schichten angehörig. In den Lebensphasen gibt es kaum Unterschiede, aber bei jungen Paaren ohne Kind scheint dieses spezielle Kaufverhalten überdurchschnittlich stark verankert zu sein.

3.

# Freiheit, Freundschaft und Sicherheit sind zentrale Bedürfnisse der Premiumkäufer:innen

Ähnlich wie in der Bevölkerung sind Werte bzw. Bedürfnisse wie Freiheit, Freundschaft und Sicherheit zentrale Aspekte der Premiumkäufer:innen. Von dieser Gruppe werden auch Modernität, Sexualität, Ehrgeiz und Kreativität vergleichsweise häufiger als sehr oder eher bedeutend für ihr Leben eingestuft als von der Bevölkerung. Besonders die Bedeutung der Risikofreude scheint in der DNA der Premiumkäufer:innen stärker als in der Bevölkerung verankert zu sein, wenn auch in dieser Käuferschicht dieser Aspekt erst am Ende des Rankings genannt wird.

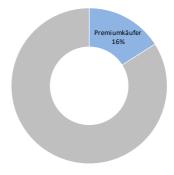
#### Dokumentation

Zeitraum der Umfrage: August 2024 – Juni 2025

Sample: n=8.323 Personen, statistisch repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren, Quotaauswahl, face-to-face, IMAS International Eigenstudie, ÖVA 2025

Archiv-Nummer der Umfrage: 925001

Anteil der Premiumkäufer:innen in Österreich



Definition Premiumkäufer:innen in Österreich

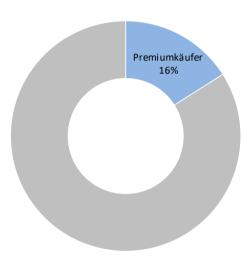
- Zustimmung 'voll' zu einer oder beiden Aussagen:

  "Ich leiste mir gerne Produkte mit einem Hauch von Luxus."
- "Ich kaufe gerne exklusive Produkte, die andere nicht haben."
- ich kaufe gerne exklusive Produkte, die andere nicht naben.



### Anteil der Premiumkäufer:innen in Österreich

Basis: Österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren



#### Definition Premiumkäufer:innen in Österreich

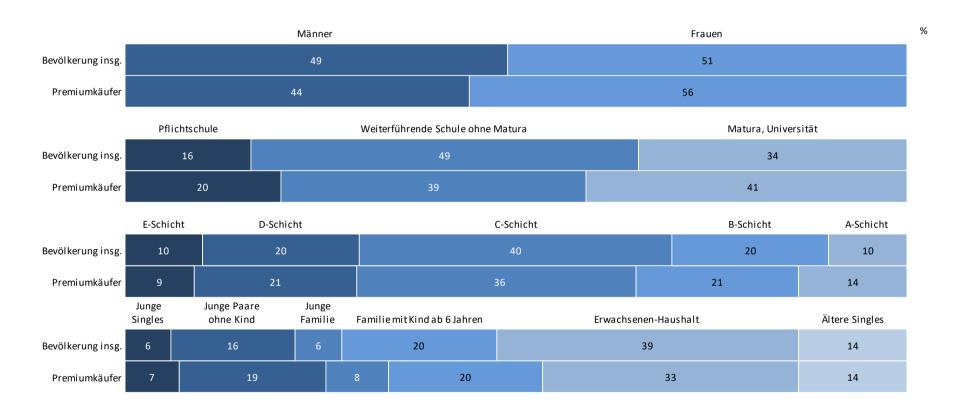
Zustimmung 'voll' zu einer oder beiden Aussagen:

- "Ich leiste mir gerne Produkte mit einem Hauch von Luxus."
- "Ich kaufe gerne exklusive Produkte, die andere nicht haben."



## Strukturvergleich der Bevölkerung mit Premiumkäufer:innen

Basis: Österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren / Premiumkäufer:innen (16%=100%)





#### Premiumkäufer:innen

Basis: Premiumkäufer:innen (16%=100%) / Österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren

Frage 52: "Ich lese Ihnen jetzt einige Bedürfnisse, Tätigkeiten, Werte und Ideale vor, die das Leben und Verhalten eines jeden Menschen mitbestimmen. Sagen Sie mir bitte anhand dieser Liste, zu jedem dieser Begriffe, welche Bedeutung er für Ihr Leben einnimmt."

%

Sehr große Bedeutung Eher große Bedeutung	Premiumkäufer insgesamt			Bevölkerung insgesamt			Diff. (Sehr+eher)
Freiheit	67	26	93	71		<b>23</b> 94	+1
Freundschaft	67	25	92	63	3	<b>1</b> 94	+2
Sicherheit / Ordnung	67	25	91	65	2	. <b>7</b> 92	+1
Freizeit	65	26	91	58	32	89	-2
Bildung / geistige Interessen	59	32	91	46	38	84	-7
Ethik / Moral / Gerechtigkeit	62	28	90	56	35	91	+1
Ehrgeiz / Vorwärtskommen / Fleiß	61	29	90	46	36	82	-8
Lebensgenuss	61	29	90	51	38	89	-1
Familie / Partnerschaft / Kinder	70	19	89	70		<b>22</b> 91	+2
Eigeninitiative / Selbstverantwortung	59	29	88	47	37	85	-3
Treue	63	24	87	64	20	90	+3
Selbstverwirklichung / Selbstentfaltung	62	26	87	48	35	83	-4
Spaß haben	56	31	87	43	40	83	-4
Individualität	54	33	87	43	41	85	-2
Pflichtbewusstsein	54	31	86	51	37	88	+2
Arbeit / Beruf	57	28	85	48	30	78	-7
Umweltschutz / Naturverbundenheit	53	32	85	49	37	86	+1
Solidarität mit Schwächeren / Benachteiligten	49	36	85	42	42	84	-1
Gesundes Körperbewusstsein	51	34	84	46	37	83	-1
Gesellschaftlicher Fortschritt	49	35	84	35	43	78	-6
Modernität	52	32	83	32	40 71		-12
Heimatverbundenheit / Tradition	49	33	82	44	39	83	+1
Besitz / Eigentum	52	29	81	37	37	4	-7
Nachhaltige Lebensweise	46	35	81	35	45	80	-1
Sex / Erotik	51	28	79	36	<b>34</b> 70		-9
Phantasie / Kreativität	46	<b>32</b> 7	8	32	38 70		-8
Bescheidenheit	46	<b>28</b> 74		35	40	76	+2
Technologischer Fortschritt	38	<b>36</b> 74		30	<b>40</b> 70	·	-4
Risikofreude	37	<b>29</b> 66		20 28	47		-19

