



# Schwule wirtschaftlich sehr potent! Gays geben potenziell 1,2 Mrd. Euro mehr aus

**agpro** (Austrian Gay Professionals) und **Pink Marketing GmbH** haben das Online Research Institut Marketagent.com mit der Erstellung einer Studie über das Freizeit- und Konsumverhalten von Schwulen in Österreich beauftragt. Ziel dieser Umfrage war es, die Kaufkraft von österreichischen Homosexuellen im Vergleich zu österreichischen Heterosexuellen abzubilden und deren Bedeutung für die Wirtschaft aufzuzeigen.

In den USA stellen schwule Männer bereits seit vielen Jahren ein heiß umkämpftes Top-Segment in Marketing und Werbung dar. In Österreich hingegen wird das Potential dieser Zielgruppe erst langsam zunehmend erkannt. Homosexuelle verfügen durchschnittlich über ein spürbar höheres Einkommen und sind zudem sehr konsumfreudig und qualitätsbewusst. Genau das belegt diese Studie mit konkreten Zahlen.

Den beiden Auftraggebern geht es bei dieser Studie um das Sichtbarmachen der schwulen Kaufkraft und um das Hervorheben der wirtschaftlichen Bedeutung von Schwulen. Diese Tatsache soll künftig auch bei der gesellschaftspolitischen Arbeit für die Gleichstellung von Homosexuellen überzeugen und helfen.

Als kleines Detail am Rande wurde festgestellt, dass über 32 Prozent aller Schwulen länger als 5 Jahre in einer Partnerschaft leben und fast 80 Prozent eine eingetragene Partnerschaft in Österreich nutzen würden, wenn sie rechtlich möglich wäre.

## Konsum & Freizeitverhalten schwuler und bisexueller Männer in Österreich 2006

- Auftraggeber: agpro & PINK Marketing GmbH
- Durchführung: Marketagent.com
- n= 991 homo- und bisexuelle Männer
- n= 503 heterosexuelle Männer
- Zeitraum: Dezember 05 – Jänner 06

# Gays sind reiselustig, liberal, modern, kulturell interessiert, gesundheitsbewusst und beruflich erfolgreich

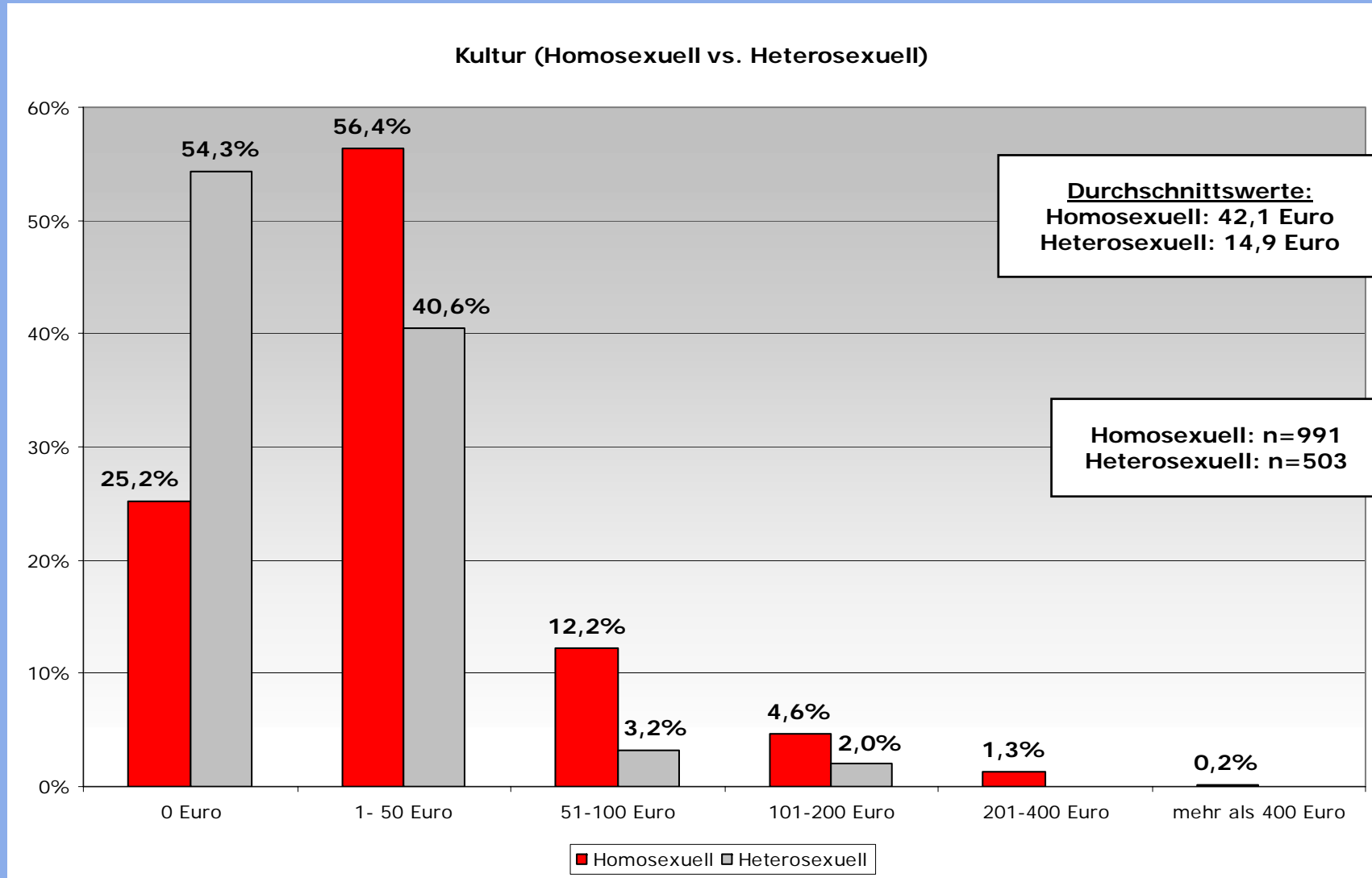
Sexuelle Orientierung (Homosexuell vs. Heterosexuell)	Homosexuell	Heterosexuell
absolut	n=991	n=503
bin neuem gegenüber offen	86,9%	69,8%
flexibel	77,2%	69,0%
reiselustig	71,8%	47,9%
liberal	71,1%	34,6%
modern	70,2%	44,1%
ich bin gern daheim	69,0%	73,8%
engagiert	67,7%	46,1%
kulturell interessiert	65,5%	29,6%
spontan	65,0%	56,5%
beruflich erfolgreich	64,4%	46,3%
politisch interessiert	61,8%	44,9%
kochinteressiert	60,3%	44,5%
ich lese gerne	60,1%	42,7%
ehrgeizig	60,0%	46,9%
umweltbewusst	59,3%	45,5%
gesundheitsbewusst	58,9%	34,6%
jugendlich	56,9%	39,4%
wirtschaftlich interessiert	53,9%	47,7%
innovativ	50,5%	34,8%
technisch interessiert	48,5%	74,2%
sportlich	39,4%	44,5%
ich bin ein Familienmensch	39,0%	57,7%
traditionsbewusst	29,2%	29,4%
konservativ	14,1%	14,7%
sonstiges	13,0%	10,7%
keines der genannten	0,1%	1,2%

(Basis: Respondenten sind männlich)

## Top-Branchen

Bereich	Gay	Hetero	Differenz	%
Kultur	€ 42	€ 15	€ 27	64,60%
Sport	€ 28	€ 13	€ 15	52,50%
Urlaub/Touristik	€ 126	€ 69	€ 57	45,00%
Bekleidung und Schuhe	€ 116	€ 67	€ 49	42,40%
Ausgehen/Weggehen	€ 129	€ 90	€ 39	30,30%
Kosmetik, Körperpflege, Hygiene	€ 59	€ 41	€ 18	29,90%
Gesundheit	€ 26	€ 20	€ 6	23,20%

# Kultur gehört zum schwulen Lebensstil (+65 %)



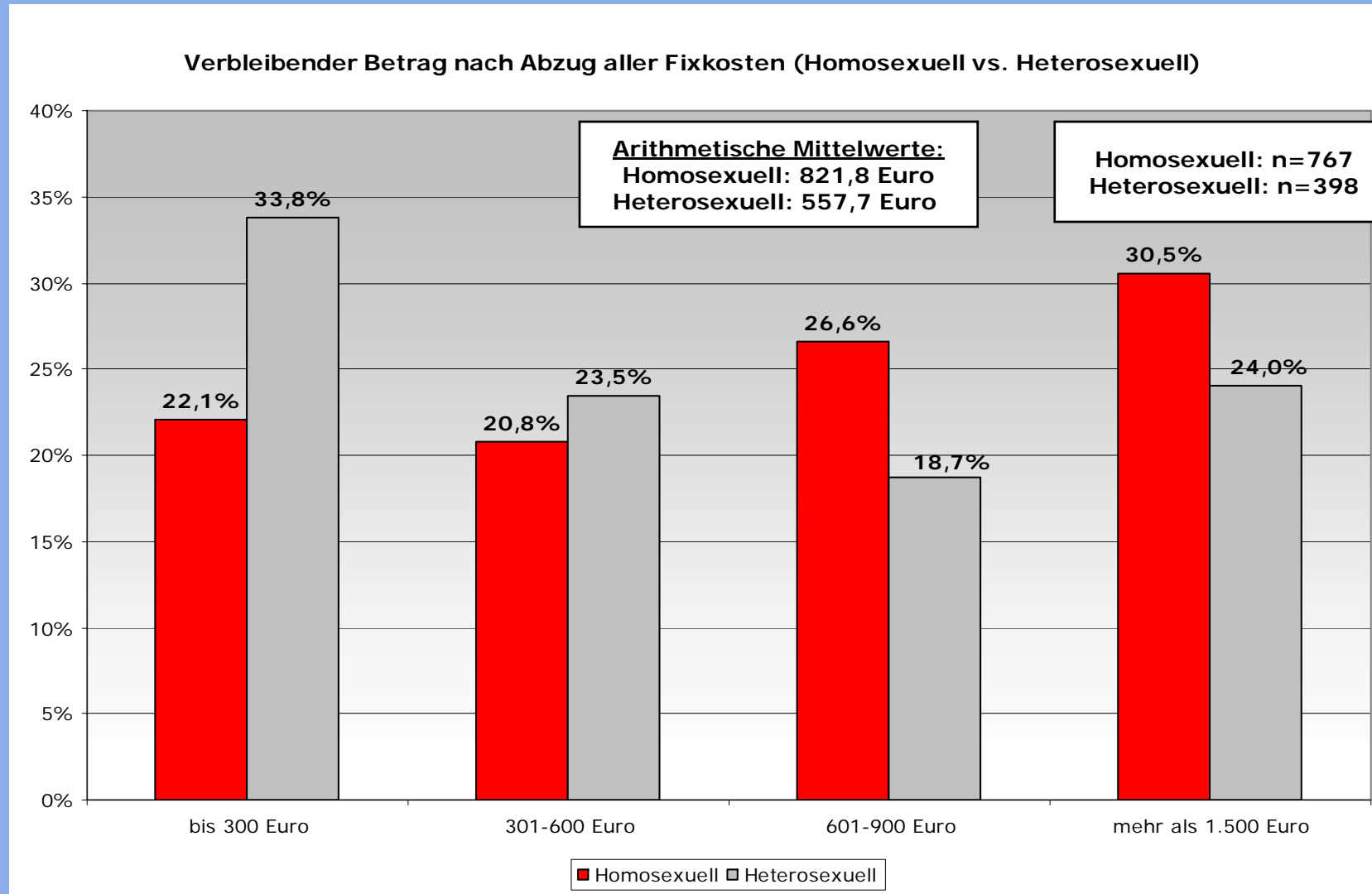
(Basis: Respondenten sind männlich)

# Städtereisen, Bildungsreisen und Winterurlaube in der Sonne liegen hoch im Kurs

Homosexuell vs. Heterosexuell	Homosexuell	Heterosexuell
absolut	n=991	n=503
<b>Städtereisen</b>	<b>75,9%</b>	<b>44,1%</b>
Bade-/Strandurlaub	62,2%	62,0%
Erholungsurlaub	56,5%	57,5%
Verwandten-/Bekanntebesuch	39,0%	30,4%
Winterurlaub im Schnee (Wintersport)	30,9%	34,4%
<b>Bildungs-, Sprach-/Kultururlaub</b>	<b>30,8%</b>	<b>10,7%</b>
<b>Winterurlaub in der Sonne (z.B. in den Süden)</b>	<b>29,5%</b>	<b>15,9%</b>
Abenteuerurlaub	24,7%	20,7%
Rundreise	22,7%	15,5%
Wanderurlaub	19,4%	19,1%
Kreuzfahrt	13,5%	10,3%
Club-Urlaub	12,4%	<b>24,3%</b>
Fitness-/Sporturlaub	11,3%	12,9%
Sonstiges	8,2%	8,0%

(Basis: Respondenten sind männlich)

# Für Konsum frei verfügbarer Betrag ist höher



(Basis: Respondenten sind männlich; Nennung freiwillig)



## Kontakt / Feedback / Rückfragen

Günther Moser  
moser@pinkmarketing.at  
01 789 1000-12  
[www.pinkmarketing.at](http://www.pinkmarketing.at)

Mario Reiner  
[info@agpro.at](mailto:info@agpro.at)  
0664/788 99 99  
[www.agpro.at](http://www.agpro.at)

Mag. Thomas Schwabl  
[t.schwabl@marketagent.com](mailto:t.schwabl@marketagent.com)  
02236 –205 886  
[www.marketagent.com](http://www.marketagent.com)