

a

Geld & Börse

Studie belegt: Homosexuelle mit höherer Kaufkraft als heterosexuelle Männer

- Mehr Geld für Touristik, Kultur und Körperpflege
- Schwule "meiden" Elektroprodukte und Autos eher

Was vor allem den homosexuellen Männern bisher eher als Klischee anhing, ist nun in einer aktuellen Studie offiziell bestätigt worden: Schwule legen deutlich mehr Wert auf ihr Äußeres als ihre heterosexuellen Geschlechtsgenossen. Sie investieren also mehr Geld in Kosmetikartikel, Kleider und Schuhe. Auch kulturelle Aktivitäten und ein ausgeprägteres Urlaubsverhalten gehören eindeutig zum schwulen Lebensstil.

Dies belegt eine am Dienstag in Wien präsentierte Studie zum Freizeit- und Konsumverhalten schwuler Männer in Österreich. Die beiden Auftraggeber appro (Austrian Gay Professionals) und Pink Marketing GmbH wollten vor allem die Kaufkraft der Homosexuellen sichtbar machen. Der Studie zufolge liegt das Durchschnittseinkommen eines schwulen Mannes über dem eines Heterosexuellen - potenziell geben die rund 400.000 österreichischen Gays jährlich 1,2 Milliarden mehr aus, so Studienleiter Thomas Schwabl.

65 Prozent mehr Ausgaben für Kultur

Die Branchen, in die schwule Männer deutlich mehr investieren als Heteros, sind Kultur - hier geben Homosexuelle um 64,6 Prozent mehr aus als zwischengeschlechtlich Gesinnte -, Sport (um 52,5 Prozent mehr) und Urlaub beziehungsweise Touristik (um 45 Prozent mehr). Bei letzterer Kategorie bevorzugen schwule Zeitgenossen eher Städte-, Bildungs-, Sprach- und Kulturreisen, während Heterosexuelle ihre Ferien gerne auch beim Club-Urlaub verbringen. Spiel- und Tabakwaren sowie Nahrungsmittel und Getränke gehören dagegen eher in den Konsumbereich der Heterosexuellen. Auch Elektronikprodukte, Autos und Heimwerker- bzw. Gartenutensilien gehören eher nicht in die "Spielwiese" der Gays, resümierte Schwabl.

Schwule besitzen überdurchschnittlich Wertpapiere

In der Finanzwelt konnte festgestellt werden, dass schwule Männer häufiger Kreditkarten nutzen und mehr Wertpapiere besitzen - zu den klassischen Bausparern oder Lebensversicherten zählen sie hingegen nicht. Viele der Ergebnisse seien sicherlich auf Grund der unterschiedlichen Lebenssituation, der daraus ableitbaren Haushaltsgröße und Freizeitverfügung, absehbar gewesen, meinte Schwabl. Die bisher oftmals vernachlässigte wirtschaftliche Bedeutung der Schwulen sei mit dieser Studie, in deren Rahmen rund 1.500 Männer via Internet befragt wurden, eindeutig bestätigt worden.

(apa)