

Homosexuelle Touristen werden von den Touristikern zunehmend als interessante Zielgruppe für Städtereisen und teure Qualitätsurlaube erkannt

# Schwule Reiselust macht Kasse

Gays neigen im Unterschied zu den Hetero-Touristen dazu, im Urlaub etwas mehr Geld auszugeben.

MICHAEL BÄR

**Wien.** Über 55% der Schwulen unternehmen häufig Auslandsreisen, während nur knapp 30% der Heterosexuellen regelmäßig das Land verlassen. Auch bei Inlandsurlaube sind die schwulen Männer mit einem Prozentsatz von 52,4% im Gegensatz zu 45,3% führend.

## Gays buchen in Reisebüros

Eindeutig beliebter sind in beiden Fällen Sommerurlaube, die von jeweils über 90% gegenüber Winterurlaube bevorzugt werden. Für die Bevorzugung von Qualitätsurlaube spricht auch der Umstand, dass schwule Männer die Unterkunft für die schönsten Wochen des Jahres bevorzugt in Reisebüros buchen (20,5% gegenüber 17,4% Heterosexueller).

Im Gegensatz dazu begeben sich 27,1% der heterosexuellen Männer erst direkt am Urlaubsort auf Herbergssuche.

Deutlich führend sind schwule Männer bei der Buchung über das Internet: 60,2% – und damit um zehn Prozent mehr als Heterosexuelle – schätzen die Buchungsmöglichkeit über das Web.

„Schwule Männer sind eindeutig Besserverdiener und eine interessante Zielgruppe für die Tourismuswirtschaft“, sagt Pink Marketing-GF Günther Moser anlässlich der Präsentation der aktuellen Marketagent.com-Studie über schwules Reiseverhalten und Mediennutzung im Hilton Vienna Plaza.

Damit verhalten sich die rund 400.000 schwulen Männer in Österreich eindeutig gegen den Trend: RegioPlan veröffentlichte kürzlich eine Studie, in der ein Rückgang der Urlaubsbudgets von 3,5% für dieses Jahr prognostiziert wurde.

Laut dieser Untersuchung liegt das durchschnittliche Urlaubsbudget heimischer Haushalte bei 1.150 € jährlich.

„Knapp 30 Prozent der Schwulen geben täglich über 100 Euro im Urlaub aus und liegen damit deutlich über den Durchschnittsausgaben heterosexueller Männer“, bekräftigte Marketagent.com-GF Thomas Schwabl das Ergebnis seiner Untersuchung, in der 585 homosexuelle und 570 heterosexuelle Männer zu ihrem Reise- und Mediennutzungsverhalten befragt wurden.

Homosexuelle verreisen deutlich lieber mit Freunden und Bekannten (60,2%) als Heterosexuelle, die bevorzugt mit ihrer Partnerin (77,9%) in die Ferne schweifen.

Besonderer Beliebtheit erfreuen sich Städtetrips mit einer Dauer von ein bis drei Tagen mit 33,5% bei Homosexuellen (26,7% bei Heterosexuellen).

Heterosexuelle Männer (41,4%) bevorzugen deutlich längere Urlaube mit einer Dauer von über vier Tagen (80,3%).

## Lifestyle ist sehr gefragt

Am meisten gefragt sind die Städtereisen bei Homosexuellen (81,6%). Sie werden von Bade- und Strandurlauben (66,1%) und Themen- sowie Wellnessreisen (44,9%) gefolgt. Heterosexuelle Männer fahren am liebsten auf Bade- und Strandurlaube (63,1%) und haben eine deutlich höhere Affinität zu Winterurlaube während der kalten Jahreszeit. Als attraktivste

Urlaubsdestinationen bewerten schwule Männer Österreich, Spanien, Italien, die Vereinigten Staaten und Griechenland. Heterosexuelle zieht es neben Österreich vor allem nach Italien und Griechenland, was auch ihrer Vorliebe zu Bade- und Strandurlauben entspricht.

Bei Städtereisen präferieren schwule Männer London, Berlin, Barcelona, Paris und Amsterdam und damit Städte mit einer attraktiven Lifestyleszene.

Heterosexuelle schätzen London, Rom, Amsterdam und Berlin. Schwule Männer bevorzugen gehobene Hotels: 30,1% der Schwulen nächtigen im Gegensatz zu 20,9%

der heterosexuellen Männer in Fünf-Sterne-Hotels, und satte 58% betten sich am liebsten in Vier-Sterne-Häusern.

## Gays lieben es stylish

Bei der Unterbringung legen sowohl Schwule als auch Heterosexuelle besonderen Wert auf Freundlichkeit, Gemütlichkeit und Ruhe. Homosexuelle bevorzugen jedoch modern und stylish eingerichtete Quartiere, während das für Heterosexuelle nicht sehr relevant ist.

[www.pinkmarketing.at](http://www.pinkmarketing.at)  
[www.marketagent.com](http://www.marketagent.com)  
[www.leisuregroup.at](http://www.leisuregroup.at)



Pink Marketing-GF Günther Moser schätzt die homosexuellen Touristen.



Marketagent.com-GF Thomas Schwabl präsentiert eine Gay-Urlaubsstudie.