

# Gen Z, Millennials, Gen X und Babyboomer – Konsumverhalten der Generationen in Österreich

Studie zum Ausgabeverhalten

Pressegespräch  
Wien, 14. Jänner 2025

**Enver Sirucic**  
*CFO der BAWAG Group*

**Gerald Resch**  
*Generalsekretär Bankenverband*





## Studiendesign



repräsentativ für Österreich  
zwischen 16 und 79 Jahren  
(nach Alter, Geschlecht, Bildung, Region)



n = 1000 (Stichprobengröße)



CAWI (Computer Assisted Web Interviews)  
**Responsive Design**



LOI: 10 Minuten  
Feldphase: 21.11.2024 bis 02.12.2024



**Babyboomer**  
1946 bis 1965



**Generation X**  
1966 bis 1980

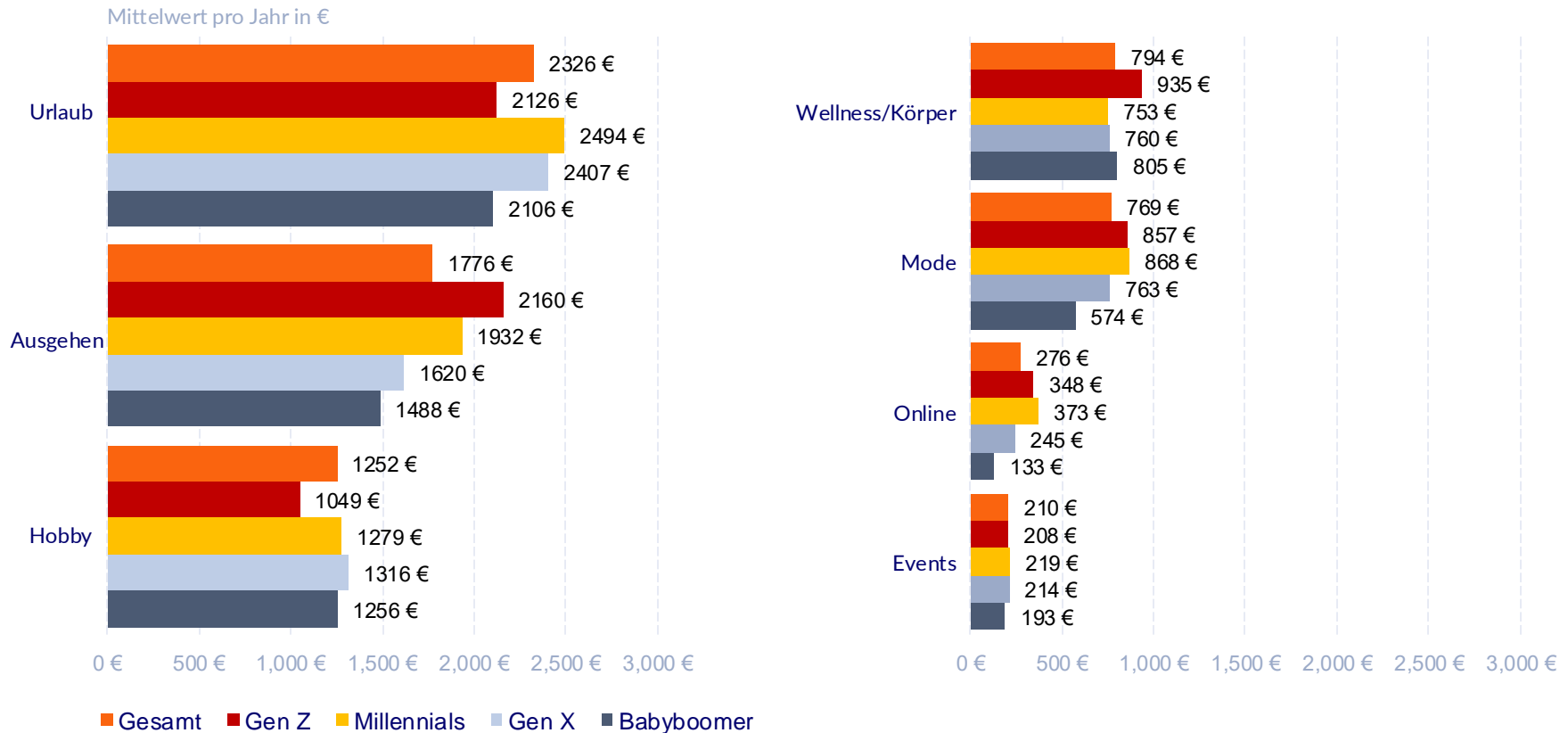


**Millennials**  
1981 bis 1995



**Generation Z**  
1996 bis 2010

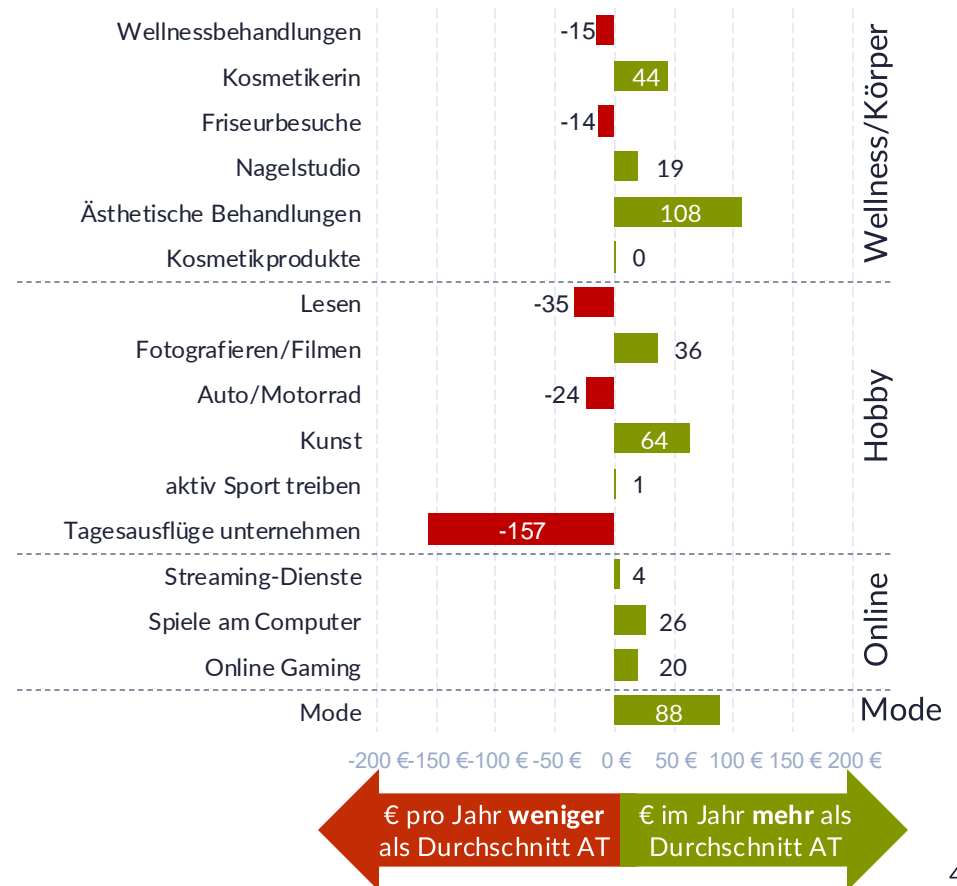
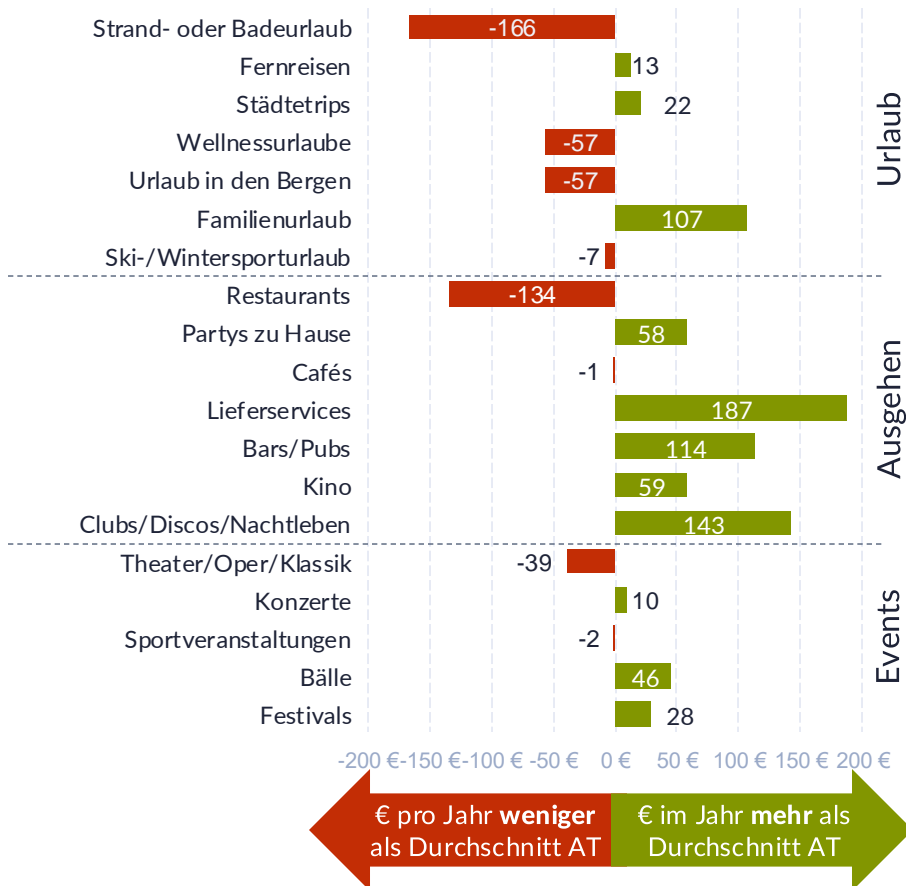
# Die höchsten Konsum-Ausgaben: Urlaub, Ausgehen und Hobbys



# Gen Z nutzt Lieferservice, liebt Kino und Nachtleben & investiert in ästhetische Behandlungen und Mode.



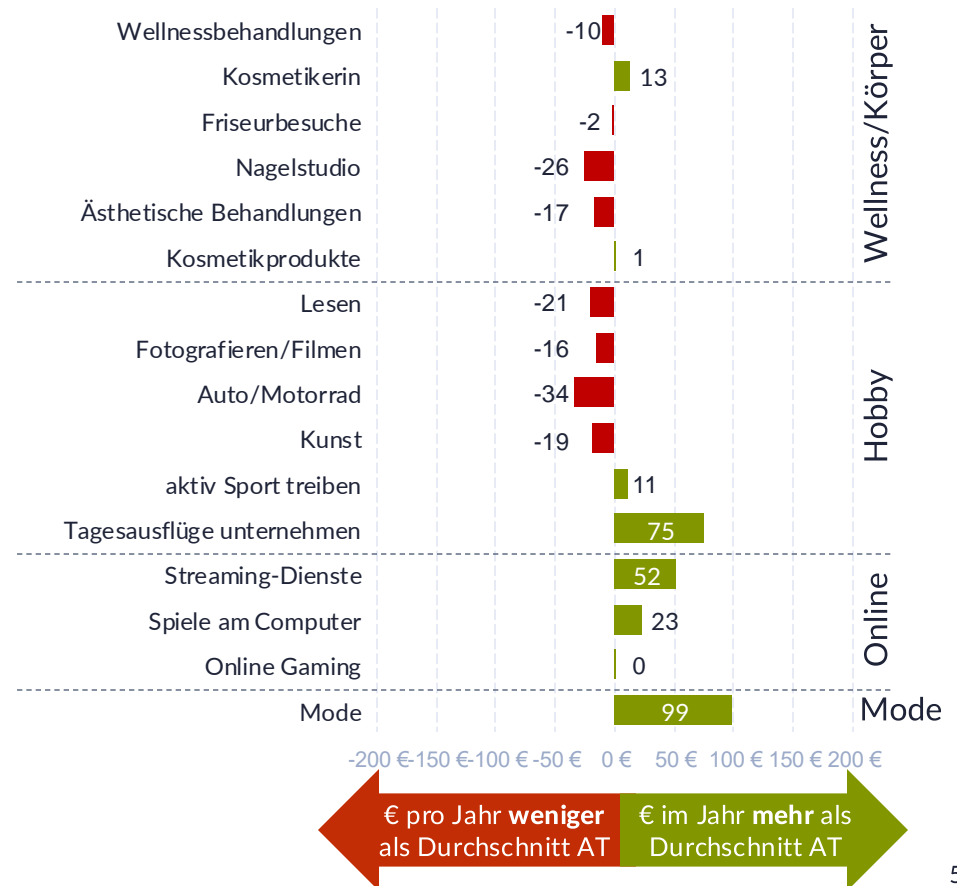
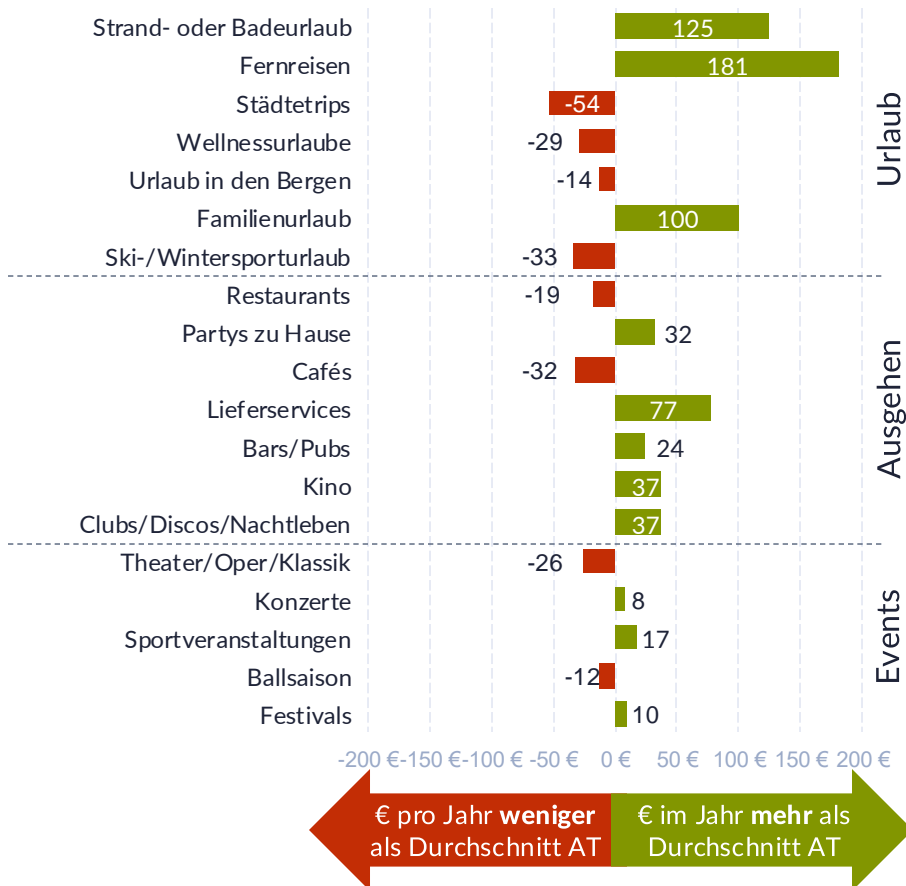
Ausgaben der Gen Z im Vergleich zum Durchschnitt



# Millennials lieben Urlaub, Lieferservice, Mode und Streaming.



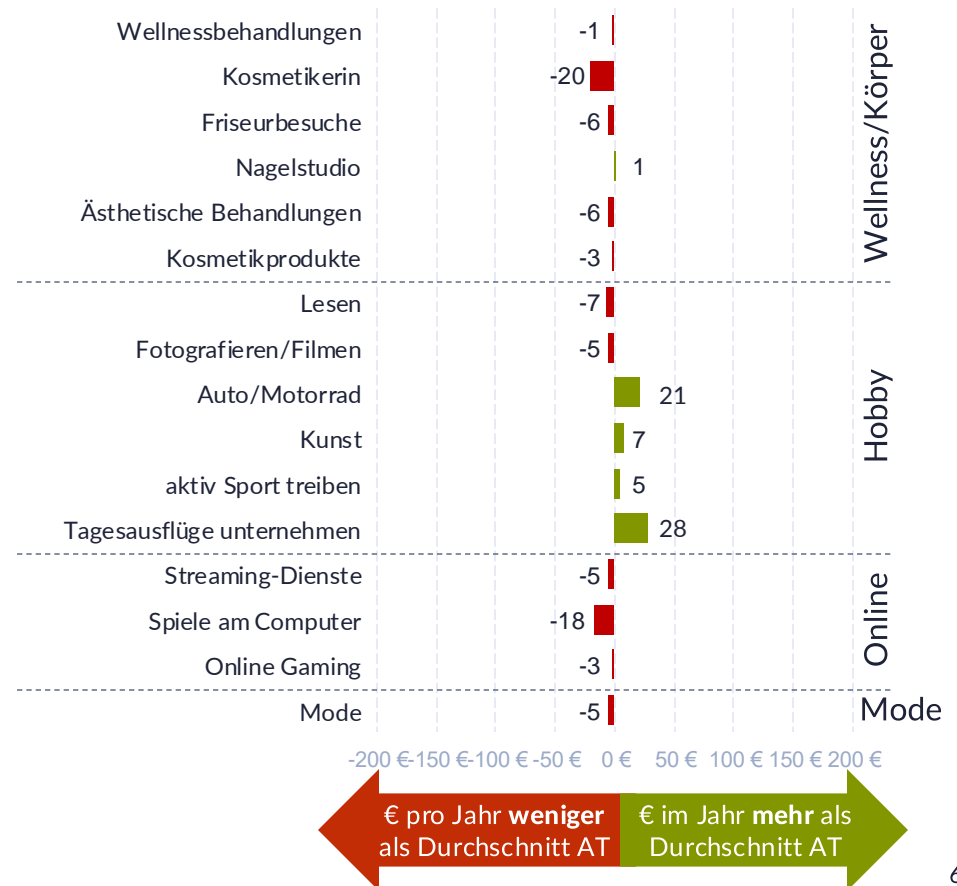
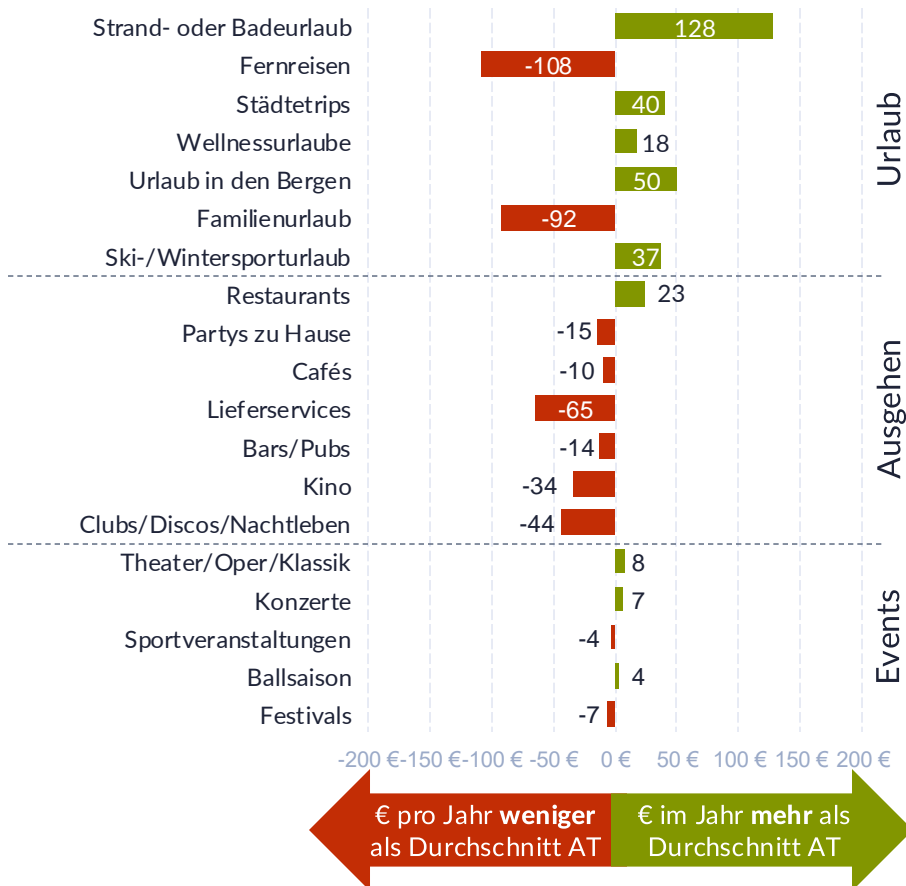
Ausgaben der Millennials im Vergleich zum Durchschnitt



# Gen X ist die Generation mit ausgewogenem Konsumverhalten. Urlaub in den Bergen, Restaurantbesuche und Hobbys sind ihnen wichtig.



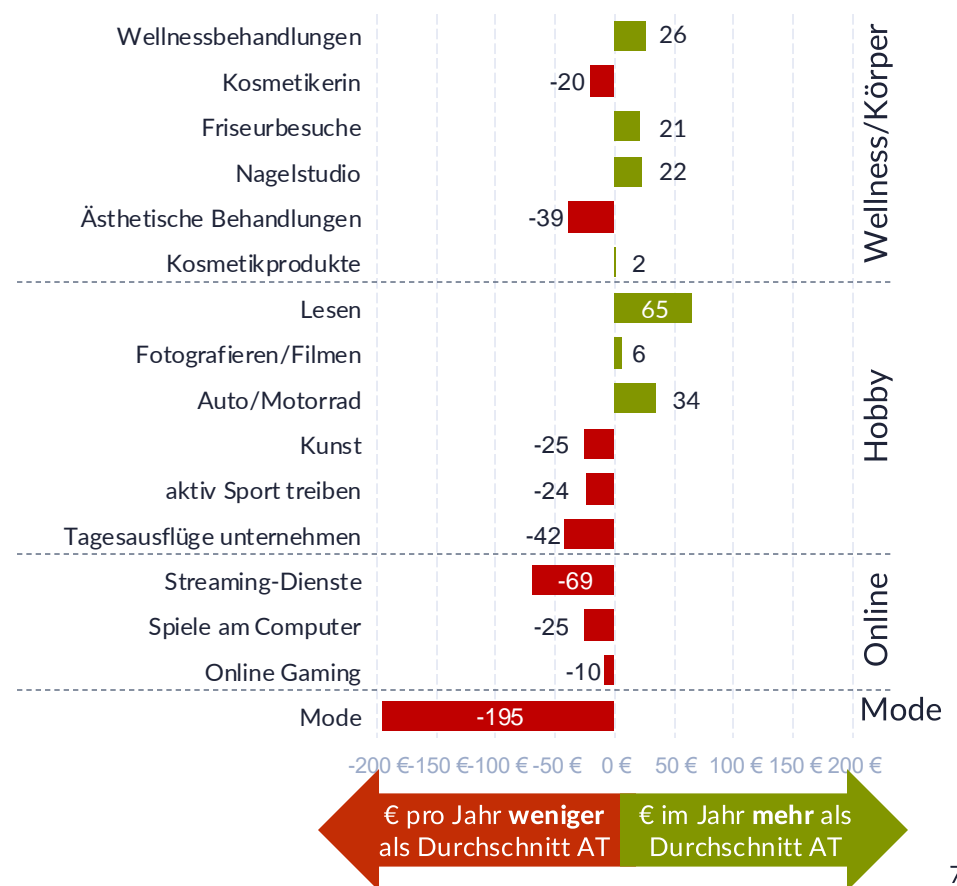
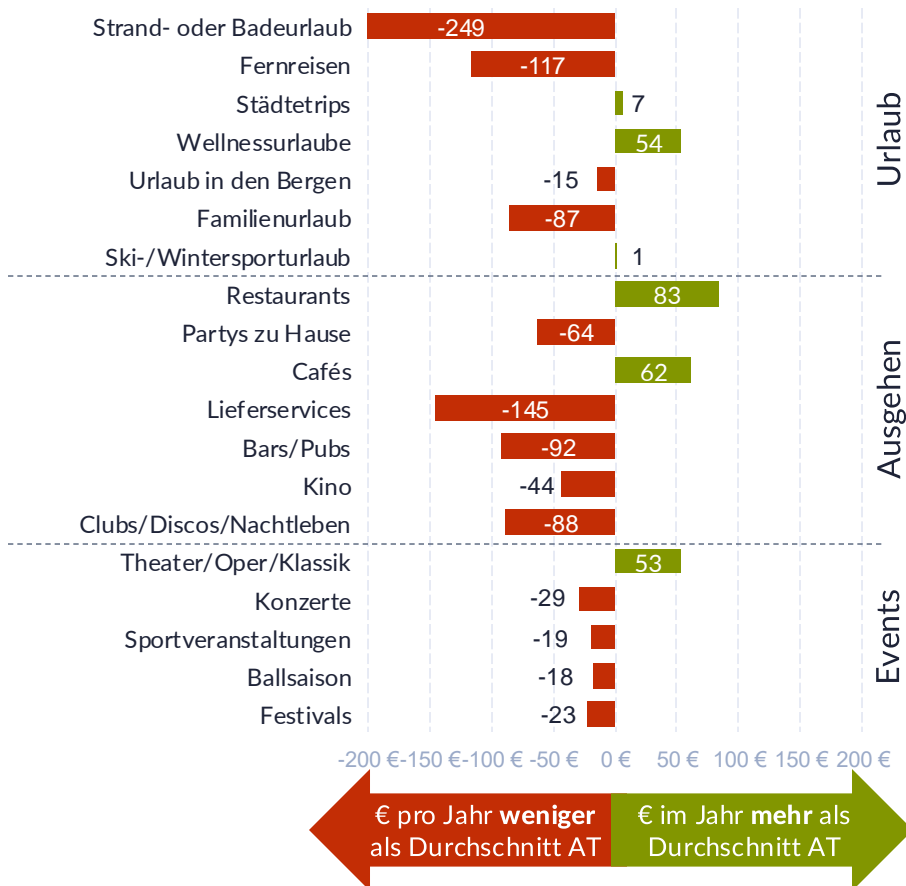
Ausgaben der Gen X im Vergleich zum Durchschnitt



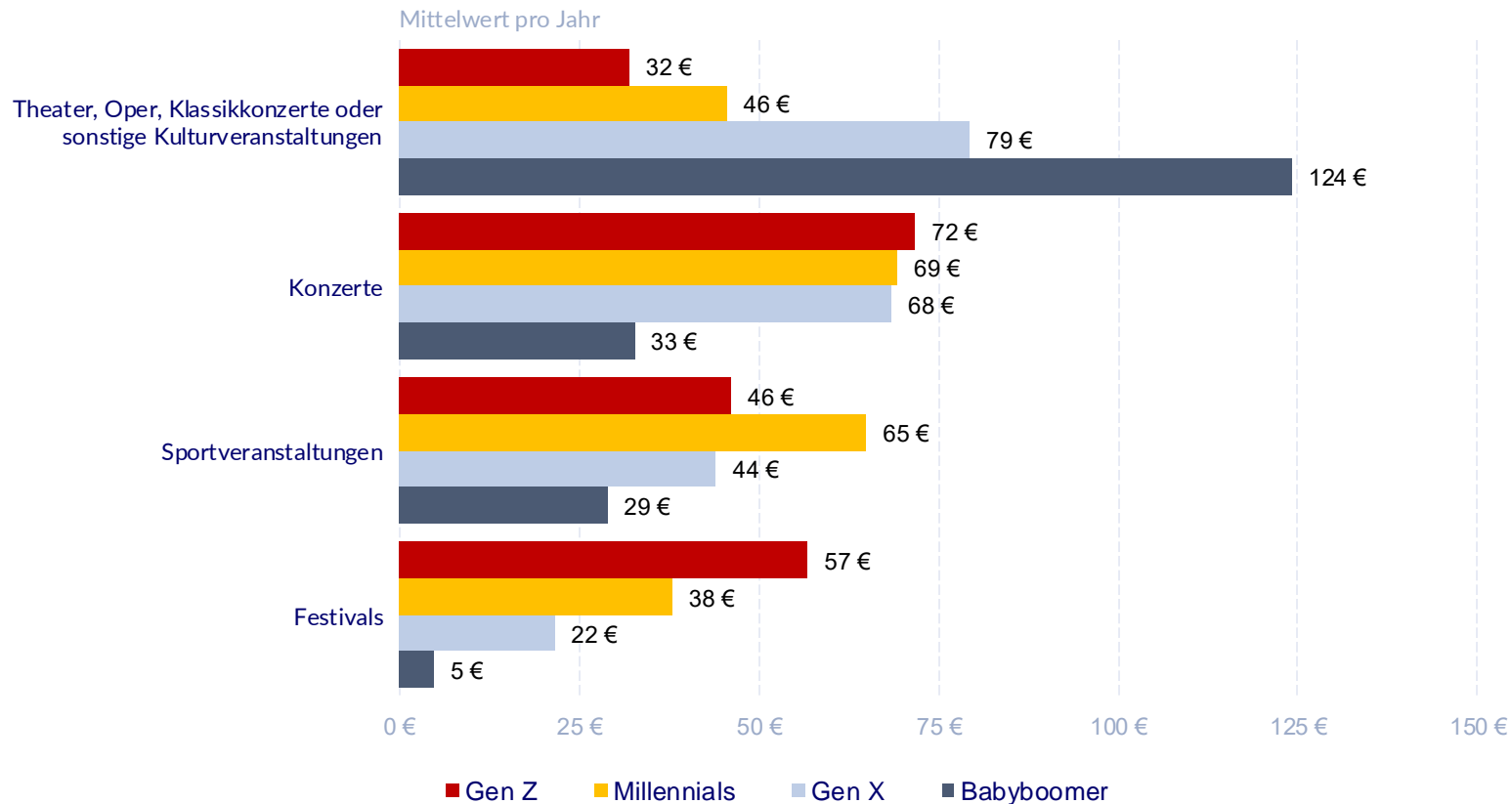
# Babyboomer sind sparsam, aber geben im Verhältnis mehr für Wellness, Restaurantbesuche, Theater, Oper, Klassikkonzerte und Lesen aus.



Ausgaben der Babyboomer im Vergleich zum Durchschnitt

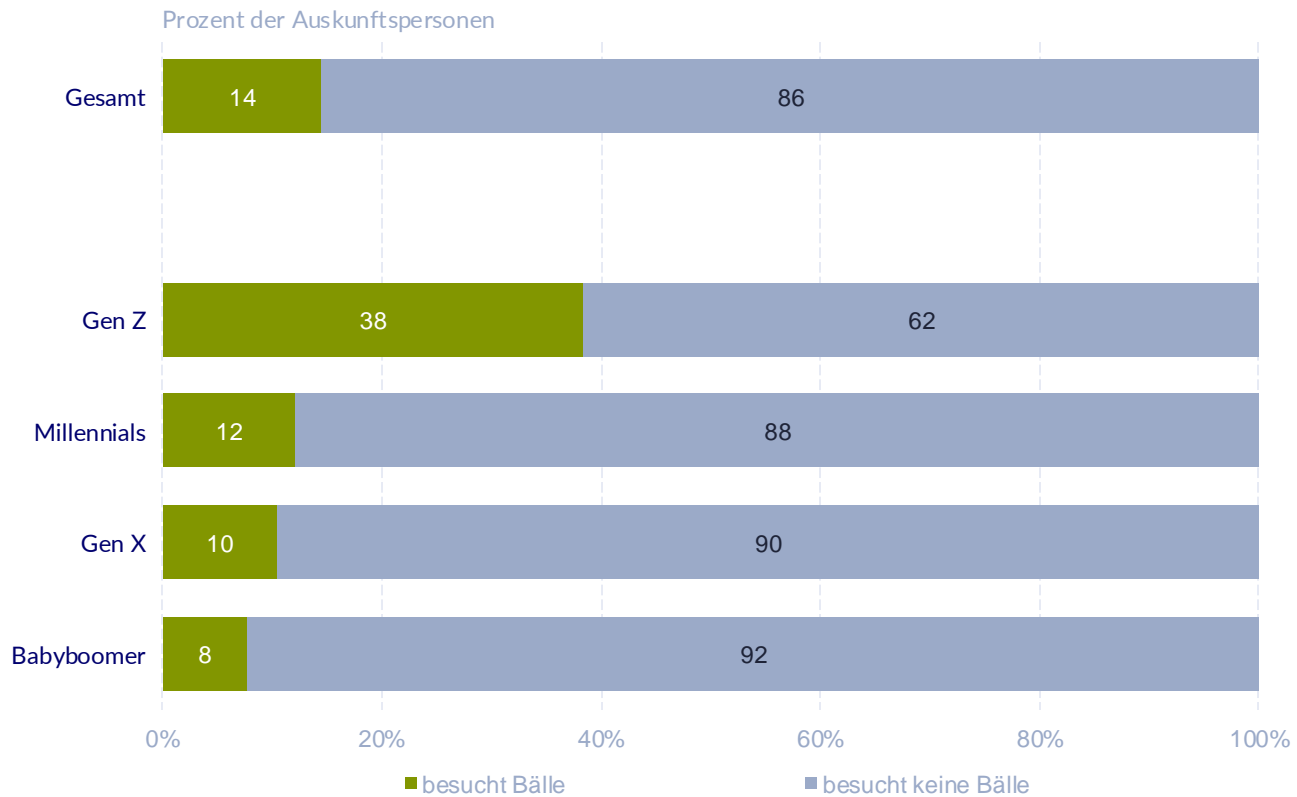


## Spotlight Events: Babyboomer lieben Klassik, Millennials gehen zu Sportevents und Gen Z auf Festivals.

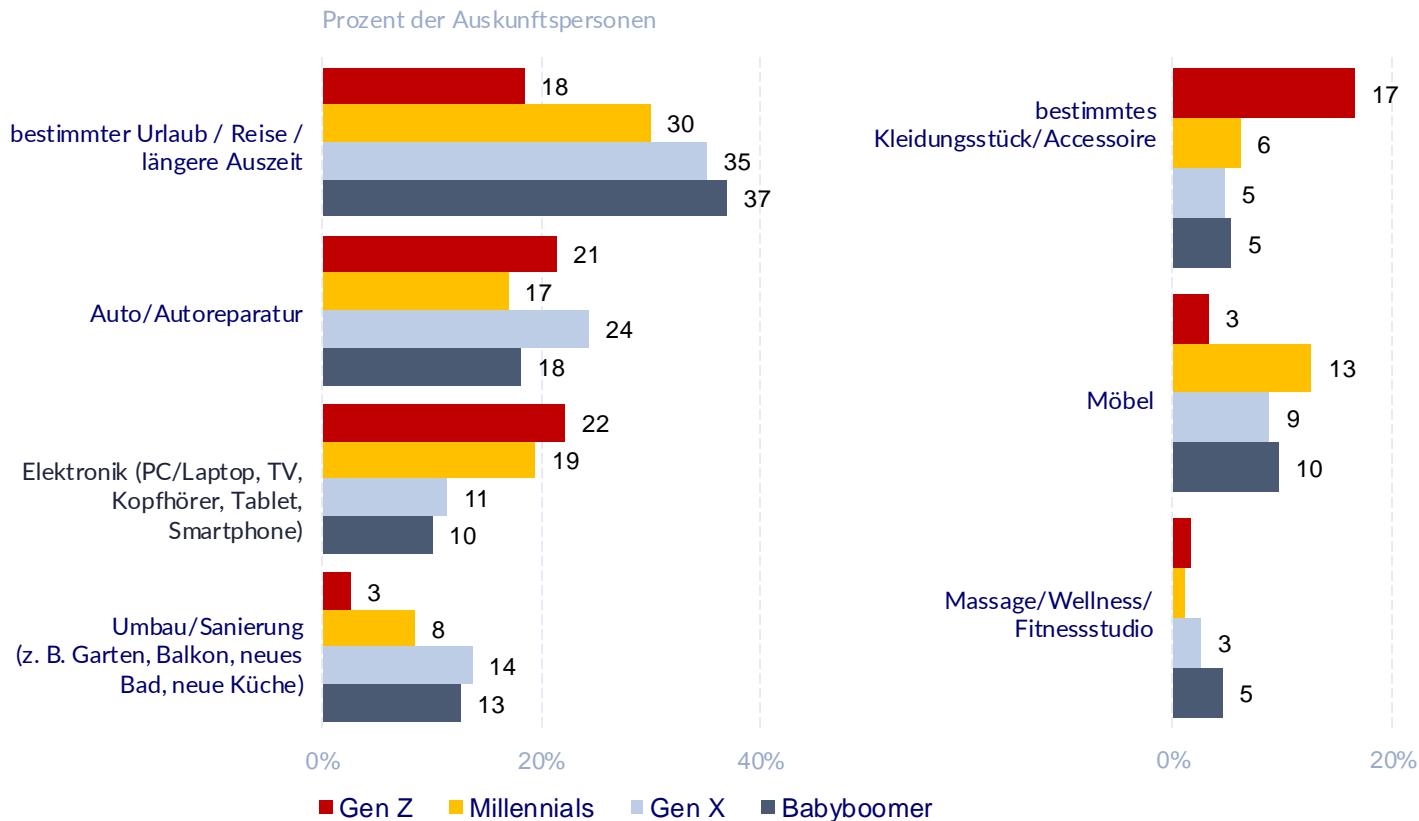




## Gen Z tanzt im ¾-Takt: neuer Boom bei Ballbesuchen



# Top-Konsumwünsche nach Generationen



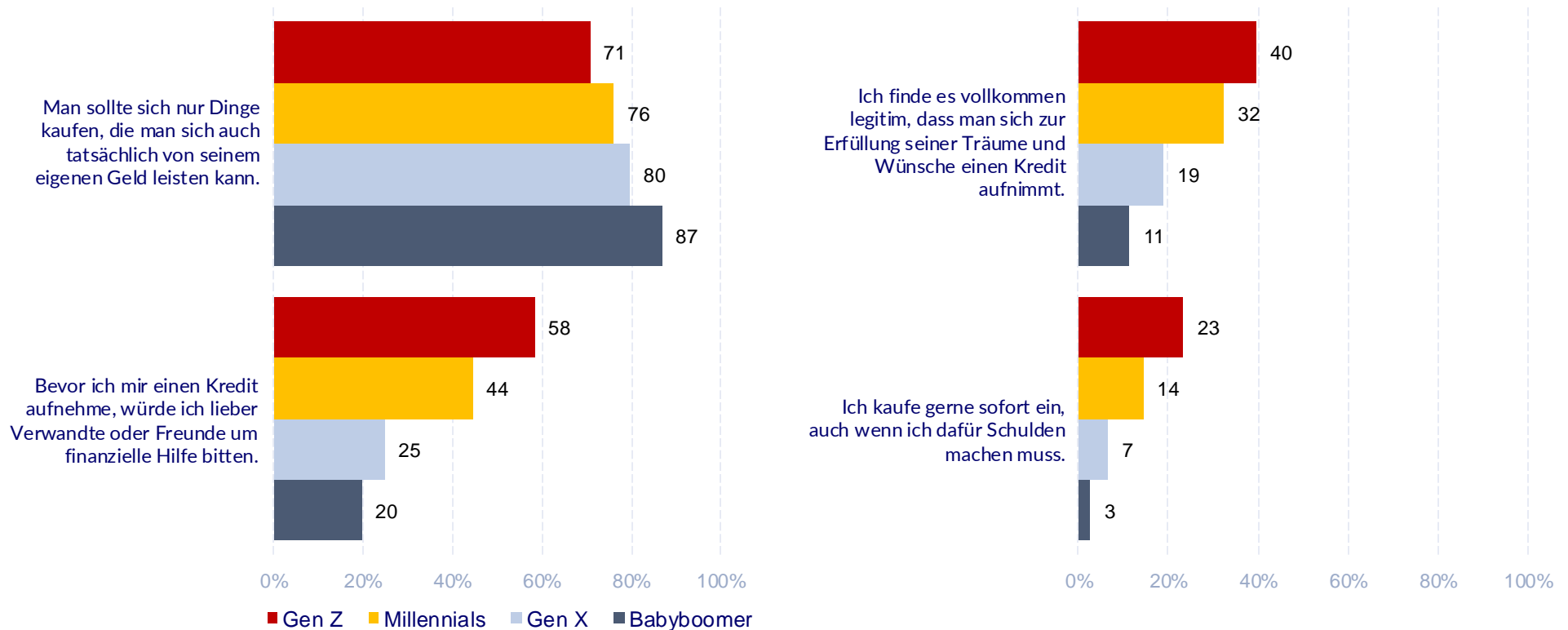
**Gen Z:** Elektronik, Mode und Beauty

**Millennials:** Ein schönes Zuhause schaffen

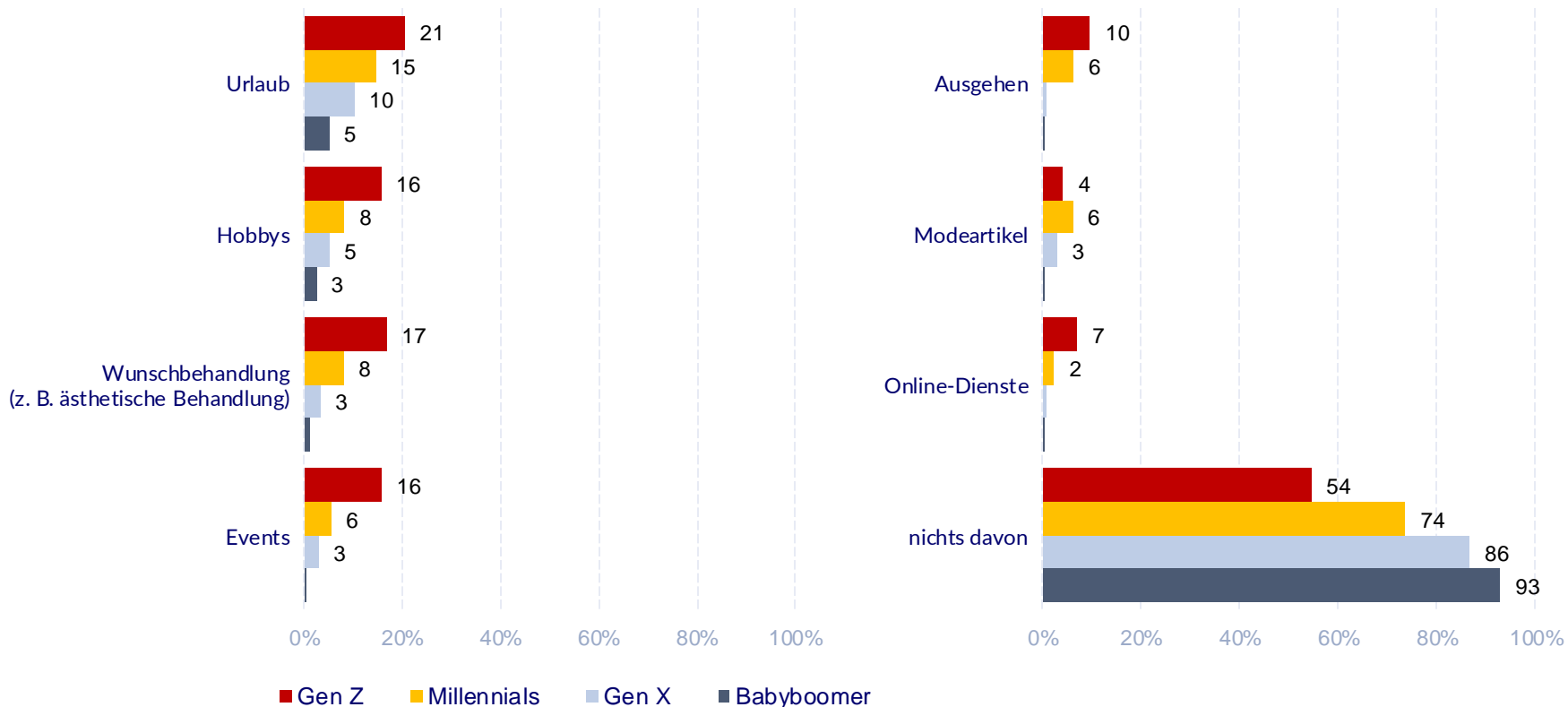
**Gen X:** Autos, Traumurlaube und die Optimierung des eigenen Zuhauses

**Babyboomer:** Urlaub, Wellness und Kulturveranstaltungen

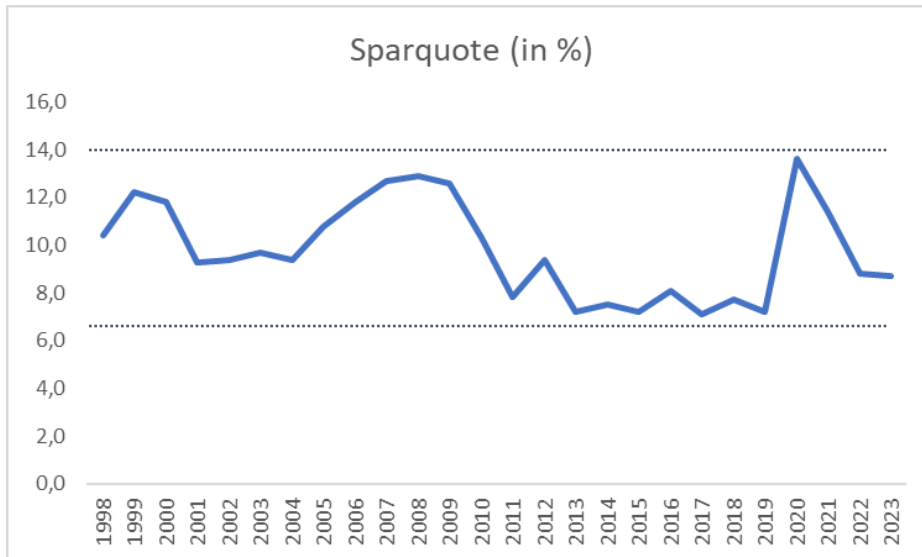
## Je jünger, desto offener für Kredite, Teilzahlungen & Co.



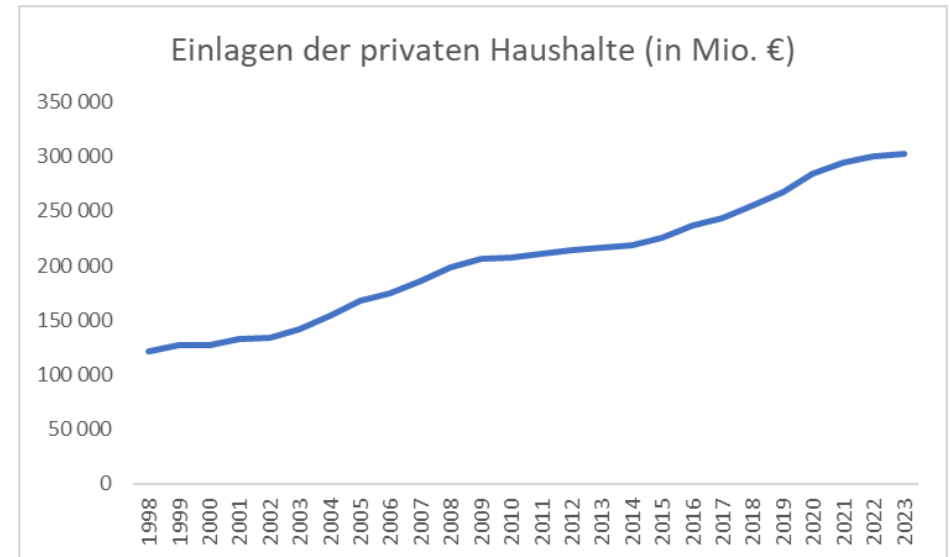
## Konsumkategorien: Gen Z mit größter Offenheit für Finanzierungen



## Sparquote in vergangenen 25 Jahren in konstantem Korridor, Einlagen mehr als verdoppelt



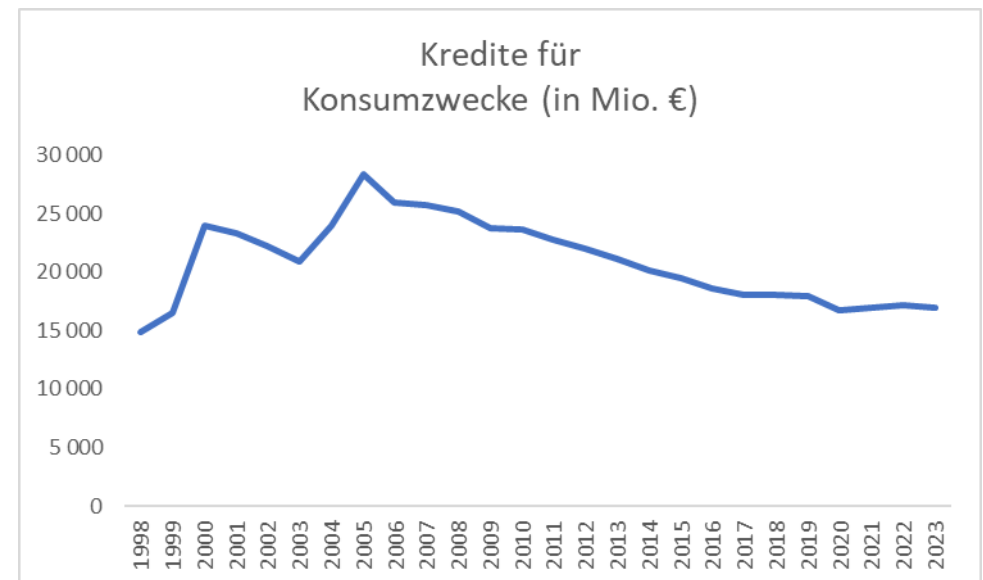
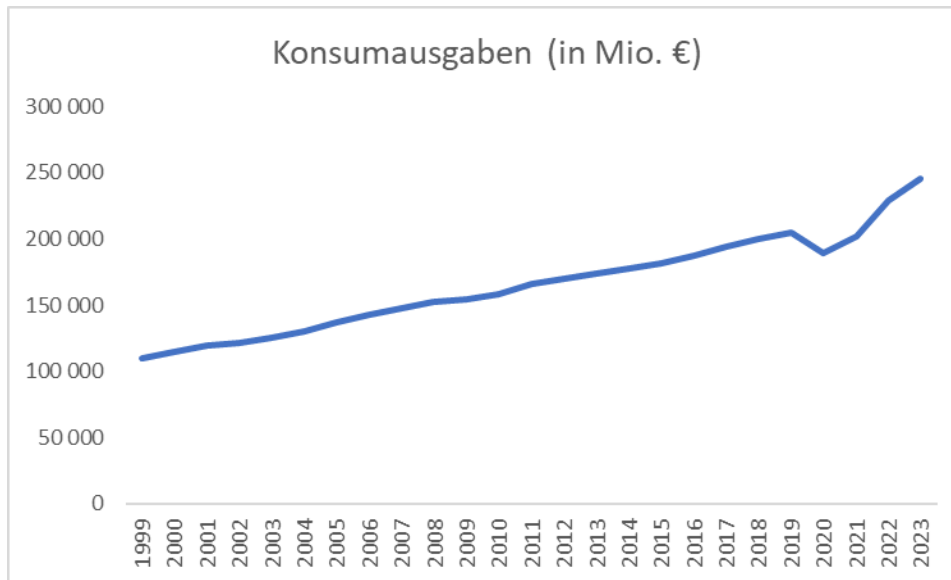
Quelle: OeNB



Quelle: OeNB

Die **Sparquote** privater Haushalte befindet sich auf höherem Niveau als in den 2010er-Jahren.  
Die **Einlagen** privater Haushalte stiegen von 121 Mrd. € auf über 300 Mrd. €.

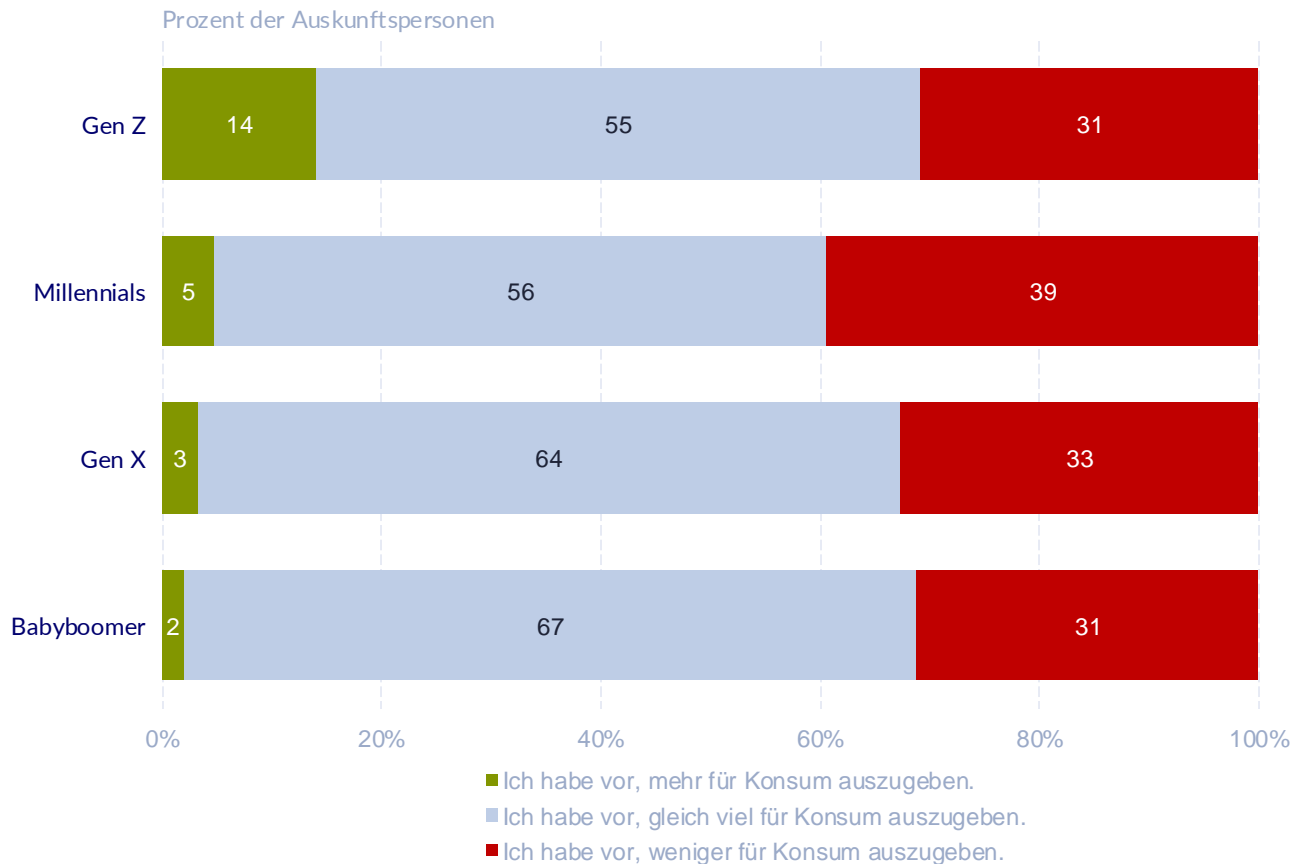
## Steigende Konsumausgaben, rückläufiger Anteil an Konsumkrediten



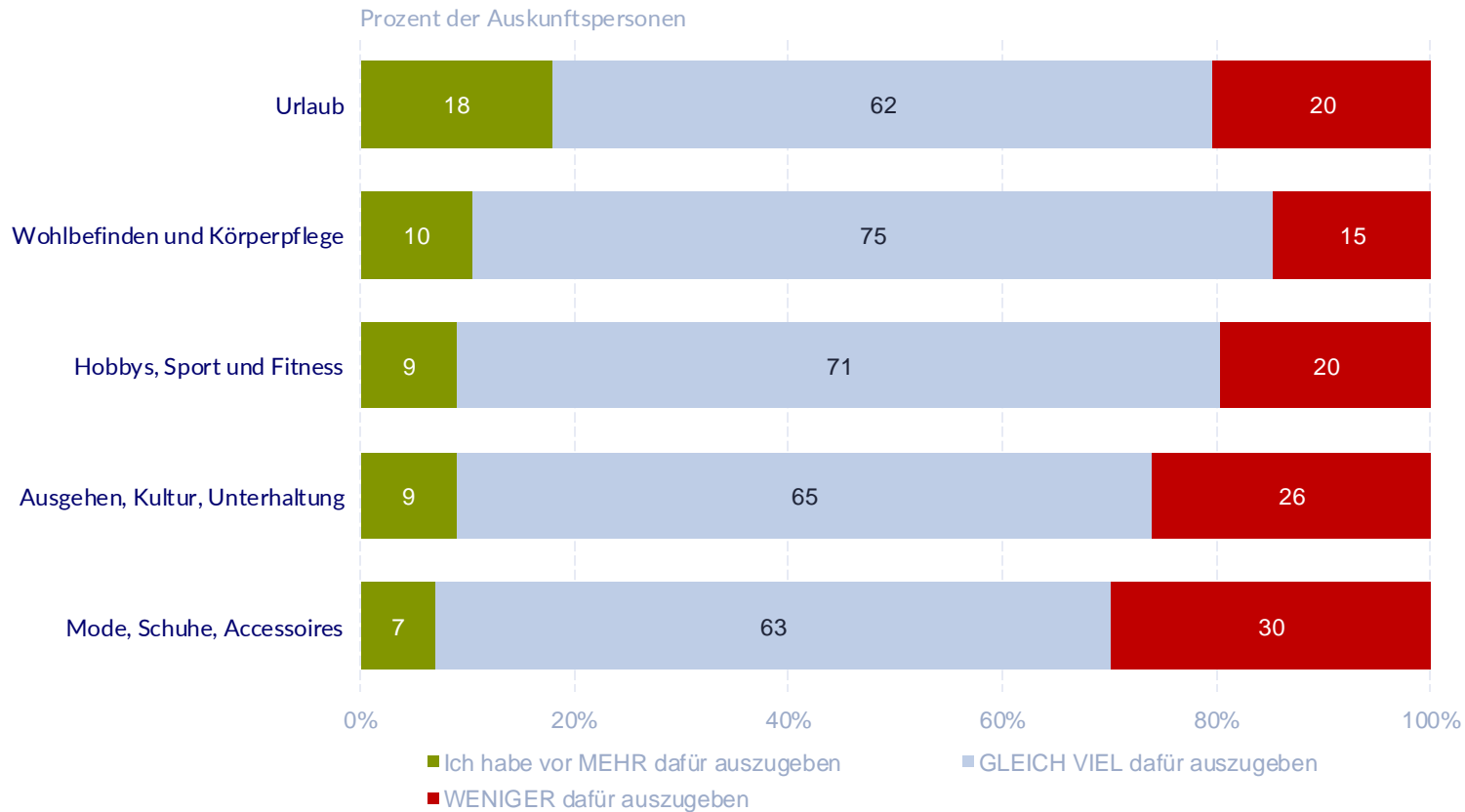
Quelle: OeNB

**Konsumausgaben** haben sich seit 1999 mehr als verdoppelt (von 109 Mrd. € auf rd. 250 Mrd. €).  
**Konsumkredite** seit 2020 stabil, Anteil an Konsumausgaben seit 2005 rückläufig.

## Ausblick 2025: Mehrheit plant, Konsum konstant zu halten, ein Drittel möchte weniger ausgeben.



## Ausblick 2025: Urlaub und Wohlbefinden im Konsum-Fokus, sparen vor allem bei Mode und Ausgehen

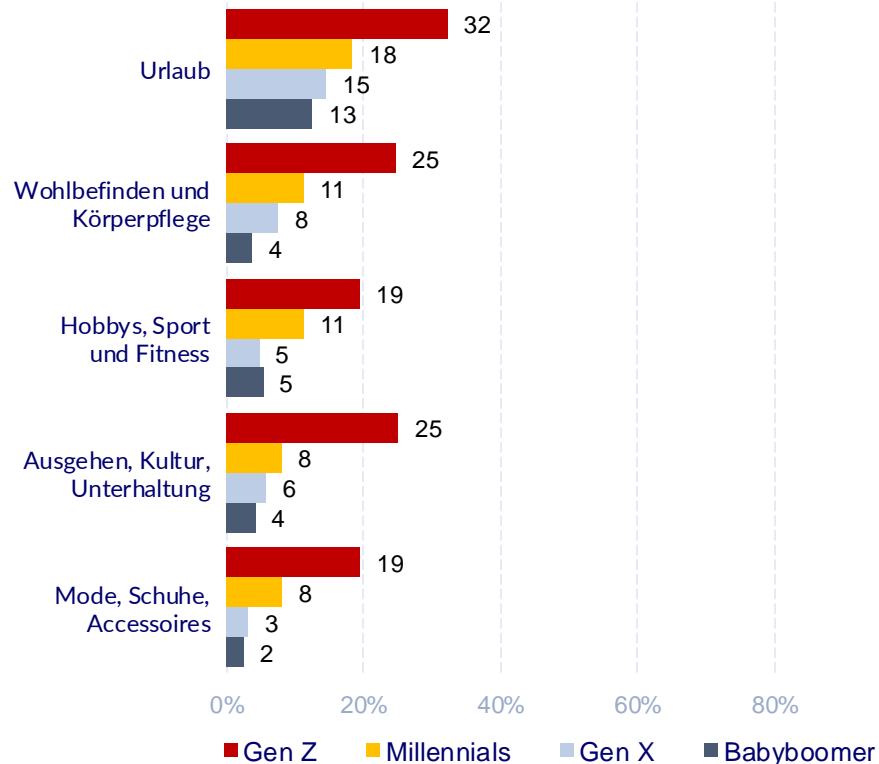




# Entwicklung Kategorien 2025 nach Generationen

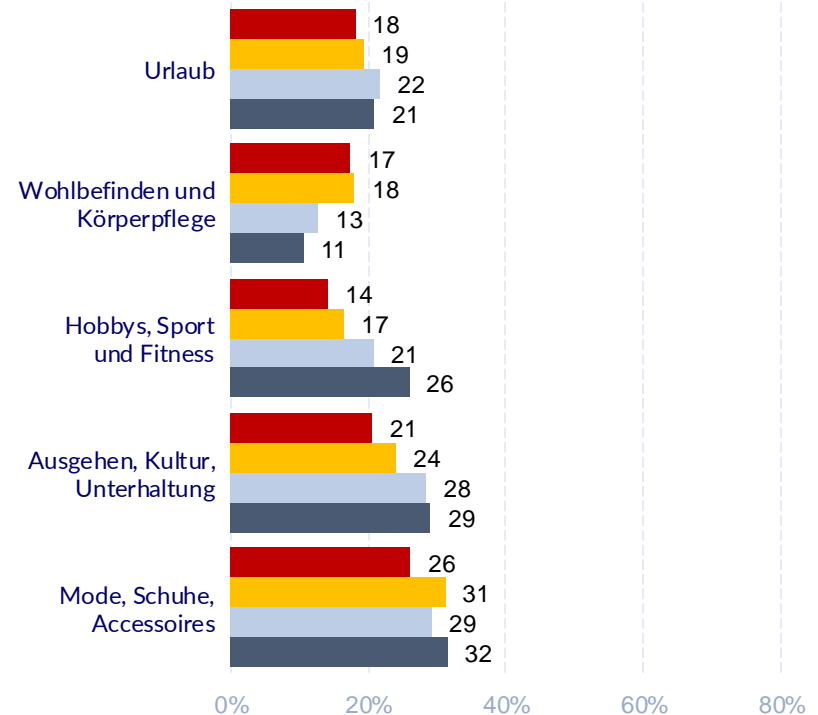
möchte **MEHR** dafür ausgeben

Prozent der Auskunftspersonen



möchte **WENIGER** dafür ausgeben

Prozent der Auskunftspersonen



# Key Findings



Die **Gen Z** setzt starke Akzente im Konsumverhalten: Sie haben die Lieferservices für sich entdeckt, investieren in ästhetische Behandlungen und setzen auf Online-Dienste. Die Gen Z ist die konsumfreudigste Generation und hat die vergleichsweise höchste Bereitschaft für Konsumkredite.



Den **Millennials** ist der Urlaub besonders wichtig: von Fernreisen bis Familienreisen, aber sie nutzen ihr verfügbares Geld auch für Online-Dienste und Tagesausflüge. Für Konsumkredite sind sie weniger offen als die Gen Z, aber sie zeigen mehr Bereitschaft als die Gen X und die Babyboomer.



Die **Gen X** hat ein sehr ausgewogenes Konsumverhalten. Sie reisen in die Berge und essen gerne im Restaurant, Online-Dienste sind kein großer Faktor. Sie sind wenig offen für Konsumkredite, und die Konsumausgaben bleiben bis auf Weiteres stabil.



**Babyboomer** sind die sparsamste Generation. Wichtig ist ihnen Wellness – sowohl im Urlaub als auch zu Hause, sie lesen gerne und gehen ins Konzert, in die Oper und ins Theater. Kredite für Konsum werden nicht in Anspruch genommen.