

PRESSEINFORMATION

Wien, 14. Jänner 2025

Studie: Urlaub und Gastronomie sind die Top-Konsum-Schwerpunkte aller Generationen

Gen Z nutzt Lieferservice und investiert ins Ausgehen, Millennials geben am meisten für Urlaube aus, Gen X hat ein ausgeglichenes Konsumverhalten und Babyboomer sind sparsam.

Die Österreicherinnen und Österreicher geben über alle Generationen hinweg am meisten für Urlaube aus. Über 2.300 Euro werden jährlich in Reisen gesteckt. Einzig die Gen Z investiert mehr ins Ausgehen als ins Fortfahren. „Der private Konsum ist für unser Wirtschaftswachstum und unsere Volkswirtschaft entscheidend. Deshalb haben wir uns das Ausgabeverhalten der einzelnen Generationen genau angesehen und konnten beachtliche Unterschiede beim Konsumverhalten in den einzelnen Kategorien aufzeigen“, erklärt Gerald Resch, Generalsekretär des Bankenverbandes, bei der Präsentation der Studie „Gen Z, Millennials, Gen X und Babyboomer – Studie zum Konsumverhalten der Generationen in Österreich“, die marketmind im Auftrag des Bankenverbandes und der BAWAG Group durchgeführt hat. „Es gibt nicht nur Unterschiede im Konsumverhalten, auch die Bereitschaft, Konsumwünsche zu finanzieren, ist eine Generationenfrage. Während rund 9 von 10 Babyboomern darauf setzen, nur das zu kaufen, was sie sich von ihrem verfügbaren Geld leisten können, halten es 40 Prozent der Gen Z für legitim, für die Erfüllung ihrer Konsumwünsche einen Kredit aufzunehmen“, erklärt Enver Sirucic, CFO der BAWAG Group.

Gen Z nutzt überdurchschnittlich oft Lieferservices, geht in Pubs, Bars und Clubs und ist die Generation, die am häufigsten ins Kino geht. Restaurantbesuche liegen dagegen weit unter dem Durchschnitt. Ihre Urlaube verbringen sie vor allem mit der Familie. „Verhältnismäßig viel Geld investiert die Gen Z in ästhetische Behandlungen. Ebenso sind der Besuch bei der Kosmetikerin und bei der Maniküre wichtig. Überdurchschnittlich viel geben sie für Online-Gaming, Computerspiele und Mode aus“, erläutert Resch. Millennials zieht es beim Reisen in die Ferne und sie bevorzugen zudem Strand- und Familienurlaube. „Sie nutzen nicht ganz so intensiv, aber doch Lieferservices und feiern gerne zu Hause“, zitiert Resch die Studie. Auf Wellness hat diese Generation keinen Fokus, sondern sie investieren am meisten von allen Generationen in Streaming-Dienste und Mode. Zudem wird verhältnismäßig viel für Tagesausflüge ausgegeben.

„Die Gen X zeigt ein sehr ausgewogenes Ausgabeverhalten. Auffällig ist, dass sie die einzige Generation ist, die nach dem Strandurlaub gleich an zweiter Stelle den Urlaub in den Bergen bevorzugt. Ausgehen heißt für die Gen X Restaurantbesuche“, erläutert der Bankenverbands-Generalsekretär. Zudem investieren sie verhältnismäßig viel in ihre Hobbys. Hier spielen Auto und Motorrad eine wichtige Rolle. „Die Babyboomer sind sparsam. Und sie haben klare Präferenzen: Wellness sowie Restaurants, und sie ist als einzige Generation oft im Theater, in der Oper und bei klassischen Konzerten anzutreffen. Die Ausgaben für Streaming- und Online-Dienste liegen ebenso wie Mode weit unter dem Generationenschnitt“, so Resch. Bei Events gibt es starke Unterschiede: Babyboomer geben im Vergleich zu Millennials zirka das Dreifache für Theater und Konzerte aus. Millennials sind dafür am stärksten bei Sportveranstaltungen dabei, und die Gen Z gibt ihr Geld für Festivals aus.

Ball-Revival dank Gen Z

„Für ein Ball-Revival sorgt die Gen Z. Während durchschnittlich 14 Prozent der Österreicherinnen und Österreicher gerne einen Ball besuchen, sind es 38 Prozent der Gen Z. Im Vergleich dazu sind es 12 Prozent der Millennials, 10 Prozent der Gen X und 8 Prozent der Babyboomer“, führt Resch weiter aus. Durchschnittlich werden 226 € pro Ballbesuch investiert.

Je jünger, desto offener für Kredite

„Man sollte sich nur Dinge kaufen, die man sich auch leisten kann“ – dies wird von 87 Prozent der Babyboomer, 80 Prozent der Gen X, 76 Prozent der Millennials und 71 Prozent der Gen Z bestätigt. Gen Z zeigt die größte Offenheit für Finanzierungen. 21 Prozent der 1996- bis 2010-Geborenen würden für einen Urlaub, 17 Prozent für eine ästhetische Behandlung und 16 Prozent für Events oder Hobbys eine Finanzierung in Erwägung ziehen.

Spar- und Konsumverhalten im Wandel

Die Ergebnisse der Umfrage spiegeln sich auch in den makroökonomischen Trends der letzten 25 Jahre wider: Österreich bleibt ein Land der traditionell fleißigen Sparer. Zwischen 1998 und 2023 verzeichneten die Einlagen privater Haushalte einen bemerkenswerten Anstieg von 121 Mrd. € auf über 300 Mrd. €. Auch die Konsumausgaben entwickelten sich ähnlich: Sie stiegen von 109 Mrd. € im Jahr 1999 auf etwa 250 Mrd. € und haben sich damit mehr als verdoppelt. Im Bereich der Konsumkredite zeigte sich hingegen ein differenziertes Bild: Nach einem Anstieg in den Nullerjahren bis zu einem Höchststand von rund 28 Mrd. € im Jahr 2005 liegt der Bestand seit 2020 relativ stabil bei etwa 17 Mrd. €. „Die Zahlen belegen, dass die Österreicher weiterhin fleißig sparen und den Großteil ihrer Konsumausgaben aus eigenen Mitteln bestreiten“, erklärte Sirucic.

Ausblick 2025: Konstanter Konsum

Wie die Umfrageergebnisse zeigen, plant die Mehrheit der Befragten, im Jahr 2025 den Konsum konstant zu halten. Das gilt für alle Generationen. 14 Prozent der Gen Z möchten in diesem Jahr mehr ausgeben als im letzten Jahr. Dasselbe gilt für 5 Prozent der

Millennials, für 3 Prozent der Gen X und für 2 Prozent der Babyboomer. Auf der anderen Seite plant in etwa jeder Dritte, heuer weniger auszugeben. Der Konsum-Fokus liegt 2025 auf Urlaub und Wohlbefinden, Sparen möchten die Österreicherinnen und Österreicher dagegen bei Mode und Ausgehen.

Studiendetails:

marketmind im Auftrag von Bankenverband und BAWAG Group
1000 Befragte, zwischen 16 und 79 Jahren, repräsentativ für Österreich nach Alter, Geschlecht, Bildung und Region
Befragungszeitraum: November/Dezember 2024

Babyboomer: 1946–1965
Generation X: 1966–1980
Millennials: 1981–1995
Generation Z: 1996–2010

Rückfragen:

BAWAG Group AG
Manfred Rapolter (Head of Corporate Affairs)
Tel.: +43 (0)59905-31210
communications@bawaggroup.com

Bankenverband
Image Angels/Katharina Riedl
Tel.: +43 664 4269900
bankenverband@image-angels.at