



Presse-Information

Lust auf Luxus Ipsos-Studie über die Luxuspläne der Deutschen

Hamburg/Mölln, 28. November 2006. Zwei Drittel der Deutschen (66%) planen im nächsten Jahr Ausgaben für Luxus – von Wellness bis zu Hi-Tech-Produkten - eine interessante Zielgruppe für die boomende Luxusartikelindustrie. Angeführt wird die Liste der geplanten Luxusausgaben von „Essengehen in einem Spitzenrestaurant“, fast jedem Dritten (31%) gelüftet danach. Jeder Vierte (26%) will sich mal richtig mit Wellness verwöhnen lassen. An dritter Stelle steht Hi-Tech: Hier plant jeder fünfte (22%) im kommenden Jahr „Hi-Tech-Produkte mit herausragenden Leistungen/Design“ zu kaufen. Das ergab eine repräsentative Telefonbefragung von 500 Deutschen, die das Marktforschungsinstitut Ipsos in Kooperation mit planung & analyse durchführte.

Hi-Tech-Geräte stehen besonders bei der stark umworbenen jüngeren Zielgruppe hoch im Kurs. Bei den unter 35-Jährigen führen sie mit 38 Prozent sogar die Liste der geplanten Luxuskäufe an. Auf Platz 2 folgt bei dieser Altersgruppe gleichauf mit Wellness der Plan, sich luxuriöse Kleidung/exklusive Marken zu gönnen (24%). Ebenso viele, wie sich ein Spitzenrestaurant leisten wollen (22%), planen die Anschaffung von Luxus-Accessoires wie Schmuck oder Uhren. Befragte ab 55 Jahren wird man dagegen im nächsten Jahr überdurchschnittlich in Spitzenrestaurants (37%) und Luxushotels (18%) finden – so zumindest die Pläne.

Rollenstereotype bei der Luxusplanung erleichtern die zielgruppenspezifische Kommunikation: Männer freuen sich auf hochwertige Hi-Tech-Produkte (31% gegenüber 13% Frauen), Frauen favorisieren luxuriöse Kosmetik (16% gegenüber 3% Männer), edle Schuhe und Handtaschen (16% gegenüber 6%). Immerhin 14 Prozent der Männer planen die Anschaffung luxuriöser Kleidung exklusiver Marken (17% Frauen).

Die begehrte Gruppe der Gutverdienenden (Haushaltsnettoeinkommen 2.500 €+) favorisiert für 2007 eindeutig das Spitzenrestaurant (34%), gefolgt von Hi-Tech-Produkten (31%) und zu jeweils 20 Prozent Wellness, Luxusreise und außergewöhnliche Dinge für Haus oder Wohnung. Am anderen Ende der Einkommensskala (unter 1.250 €) plant man für 2007 Wellness (23%), Spitzenrestaurant (15%) und den Kauf edler Schuhe und Accessoires (15%). 44 Prozent dieser Gruppe werden sich 2007 allerdings überhaupt keinen Luxus leisten. Im Osten der Republik wird im nächsten Jahr was Luxus angeht mehr gespart als im Westen. 37 Prozent der Befragten geben an, sich keinen Luxus leisten zu wollen, gegenüber 25 Prozent im Westen.



Presse-Information

Die Trendforscher bei Ipsos befassen sich bereits seit einigen Jahren international mit dem Thema Luxus. Dabei wird deutlich, dass sich die Beweggründe für Luxuskäufe heute erheblich von denen in den 80er und 90er Jahren unterscheiden. Damals lag das Hauptziel vor allem darin, einen speziellen Status auszudrücken oder zu erlangen. Mittlerweile hat sich jedoch ein Wandel vollzogen und Luxus ist nicht mehr ausschließlich auf seine Rolle als Statussymbol beschränkt. Wie ein Trendsetter erläutert, hat sich der Maßstab geändert: „Luxus ist kein bloßes zur Schau stellen, Luxus begründet sich selbst, Luxus macht glücklich.“

Welchen Luxus planen Sie für sich persönlich für das nächste Jahr? (gestützt)

Angaben in %

		Frauen	Männer	-34 Jahre	35-54	55+
Basis	500	260	240	131	184	185
Essen in einem Spitzenrestaurant	31	31	32	22	33	37
Verwöhnenlassen mit Wellness	26	30	21	38	20	11
Besondere Hi-Tech-Produkte kaufen	22	13	31	38	20	11
Luxusreise machen	18	17	20	18	17	20
Dinge mit bes. Design für Haus/Wohnung kaufen	17	16	18	18	22	11
Luxuriöse Kleider/exklusive Marken	15	17	14	24	12	13
Übernachtung im Luxushotel	13	14	12	11	9	18
Luxusaccessoires (Uhren, Schmuck)	12	14	10	22	8	9
Besonders edle Schuhe/Handtaschen	11	16	6	15	8	12
Luxuriöse Kosmetik	10	16	3	12	9	10
Luxusauto	4	3	5	6	2	4
Keinen	28	30	26	21	26	34



Presse-Information

Studiensteckbrief:

Feldzeit: 16. bis 17. Oktober 2006
Stichprobengröße: 500 Personen ab 14 Jahren, repräsentativ für die deutschsprachende, telefonisch erreichbare Bevölkerung in Deutschland
Methode: telefonische Interviews mit Ipsos Express, CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing)

Über Ipsos:

Die Ipsos GmbH ist ein Tochterunternehmen der Ipsos SA mit Hauptsitz in Paris. Weltweit gehören Marktforschungsinstitute in über 40 Ländern zur Ipsos - Gruppe, die damit international Platz drei einnimmt. Seit 1999 ist Ipsos SA an der Pariser Börse notiert. In Deutschland ist die Ipsos GmbH mit 320 Mitarbeitern und einem Jahresumsatz von 52 Mio. € (2005) das drittgrößte ad-hoc Marktforschungsinstitut.

Kontakt Pressestelle:

Gudrun Witt
Communications

Ipsos GmbH
Heidenkampsweg 100
20097 Hamburg
Tel.: 040-800 96-179
Fax: 040-800 96-100
gudrun.witt@ipsos.de
www.ipsos.de