

von APA, 05.05.2010

Österreicher träumen von Luxusmarken

Österreicher träumen von Luxus. Wenn Geld keine Rolle spielt, kaufen sie am liebsten Markenkleidung (z.B. Hugo Boss). Das ergab die Erhebung "Luxusmarken in Österreich" des Instituts für Marketing an der Universität Graz. Im Vergleich mit verschiedenen europäischen Ländern hat Institutsleiter Thomas Foscht auch hinsichtlich des Bekanntheitsgrades von Luxuslabels große Unterschiede festgestellt.



APA (epa/dpa)

"Trotz diverser Internationalisierungsstrategien gleichen sich die Geschmäcker weniger stark an als erwartet", so der Grazer Handelswissenschaftler und Konsumentenverhaltensforscher Foscht im Gespräch mit der APA. Sein Institut hat die Erhebung an rund 600 nach Alter und Geschlecht differenzierten Österreichern durchgeführt. Nun liegen die ersten Ergebnisse vor. "Wir wollten wissen, was in Österreich als Luxusmarke identifiziert wird, was tatsächlich gekauft wird und wovon die Österreicher träumen", so der Wissenschaftler. Demnach befinden sich unter den in Österreich bekanntesten Luxusmarken unter den Top-5 zwei Modelabel, ein Uhren-Produzent und zwei Automarken.

Gucci, Rolex, Hugo Boss, Ferrari und Porsche führen die Liste der erhobenen bekanntesten Luxus-Brands in Österreich an. "Das unterscheidet sich schon deutlich von dem, was die befragten Konsumenten laut eigenen Angaben auch tatsächlich besitzen", so Foscht: Hier finden sich an vorderster Stelle Produkte von Modelabels - Hugo Boss vor Armani, Lacoste, Gucci und Prada. Auch auf Platz sechs bis zehn finden sich ausschließlich Modedesigner-Label.

Frauen fänden laut Studie sonst auch noch mit Stücken von Louis Vuitton oder Chanel die Erfüllung ihrer Wünsche.

Die Ergebnisse hinsichtlich der Bekanntheit der Marken unterscheiden sich gravierend von beispielsweise den Ergebnissen des ähnlich designten "Global Luxury Survey" des Time Magazine, betonte Foscht: In Deutschland und Großbritannien rangieren vier Automarken vor einem Modelabel, in Frankreich ein Modelabel hinter vier Automarken, in Italien drei Automarken vor Rolex und Cartier und in Spanien ein Uhrenhersteller vor vier Automarken. "Der kulturelle Hintergrund scheint doch eine größere Rolle zu spielen als angenommen."