

---

## Konsumforschung

---

# «Lieber Motoren- als Olivenöl»

Einkommen, Alter, Kultur, Geschichte, soziales Umfeld, persönliche finanzielle Situation, Bildung – dies alles entscheidet über das individuelle Kaufverhalten. David Bosshart vom Gottlieb-Duttweiler-Institut (GDI) hat die Präferenzen von Konsumenten in verschiedenen Ländern analysiert: «Die Deutschen geben lieber Geld aus für das Auto als für gutes Essen: Lieber Motorenöl als Olivenöl.» Für Liebhaber schneller Fahrzeuge sei die Technik Luxus.

Anders in den USA: Ein Amerikaner halte Technologie nie für Luxus, ausser es handle sich um ein Produkt von Apple. Auch in Europa gehen die Vorlieben auseinander: «Für die Pariser ist Hermès Luxus, aber nicht Louis Vuitton.»

In aufstrebenden Ländern wie China und Russland zeige man Reichtum am liebsten dort, wo er sichtbar ist. «Männer geben gern viel Geld für Luxusuhren aus, Frauen sammeln noch lieber Handtaschen.» *Werner Knecht*