

PRESSEINFORMATION

Wien, 22. Jänner 2026

Konsumstudie 2026: Urlaub, Hobbys und Gastro sind die Spitzenreiter der österreichischen Konsumausgaben

Die Österreicherinnen und Österreicher geben über alle Generationen hinweg am meisten für Urlaube aus. 29 Prozent der Konsumausgaben und damit rund 2.400 Euro fließen in Reisen. 22 Prozent der Ausgaben entfallen auf Hobbys und Freizeit (1.870 Euro) und ebenso 22 Prozent werden für Gastronomie und Ausgehen (1.850 Euro) genutzt. „Der private Konsum ist für den Standort Österreich und das heimische Wirtschaftswachstum ein entscheidender Faktor. Mit der Konsumstudie wollen wir das Ausgabeverhalten beleuchten und Trends erkennen“, erklärt Gerald Resch, Generalsekretär des Bankenverbandes, bei der Präsentation der „Konsumstudie 2026“, die marketmind im Auftrag des Bankenverbandes und der BAWAG Group durchgeführt hat. „Das Konsumverhalten variiert nach Alter und Generation. Das gilt ebenso für die Bereitschaft, Konsumwünsche zu finanzieren. Je jünger, desto offener sind die Österreicher für Kredite und Teilzahlungen“, erklärt Enver Sirucic, CFO und stellvertretender CEO der BAWAG Group und Präsident des Bankenverbandes.

Gen Z ist die einzige Generation, bei der Urlaub erst an 2. Stelle kommt. Die 16- bis 30-Jährigen geben am meisten Geld in der Gastro aus, nämlich knapp 2.000 Euro. 1.500 Euro ist das Urlaubsbudget der jungen Erwachsenen und knapp 1.400 Euro investieren sie in ihre Hobbys. Die Millennials investieren über 2.400 Euro in Urlaube und Reisen, Gastro folgt mit einem Jahresbudget von mehr als 2.100 Euro und an 3. Stelle der Ausgaben liegen die Hobbys mit 1.573 Euro. Millennials sind jene Generation, die im Vergleich zu den anderen Generationen am meisten für Online-Dienste und Kleidung ausgeben. Die Gen X hat die höchsten Urlaubsausgaben mit fast 3.000 Euro. Sie nehmen über ein Drittel ihrer gesamten Konsumausgaben ein. Auf Platz 2 stehen bei dieser Generation die Hobbys mit 1.800 Euro. In der Gastro wird weit weniger konsumiert als bei den Jüngeren. Die Babyboomer sind die sparsamste Generation. Ähnlich wie bei der Gen X geben auch sie am meisten für Reisen aus, Hobbys und Gastro halten sich fast die Waage, wobei mit knapp 1.500 Euro etwas mehr für die Hobbys ausgegeben wird. Auffällig wenig geben die Babyboomer für Kleidung aus – mit rund 500 Euro ist das Modebudget etwa halb so groß wie das der Millennials.

Kostenbewusstsein & Konsumfreudiger

Das Kostenbewusstsein setzte sich bei den Babyboomer ebenso beim Thema Kredite durch. „90 Prozent der 1949 bis 1965 Geborenen stimmen zu: Man sollte sich nur Dinge kaufen, die man sich auch tatsächlich von seinem eigenen Geld leisten kann“, sagt Enver Sirucic. So nehmen nur 9 Prozent der Babyboomer Teilzahloptionen in Anspruch, die von 37 Prozent der Gen Z und 23 Prozent der Millennials genutzt werden.

Die Pläne für 2026 zeigen im Jahresvergleich ein leichtes Plus: 67 Prozent der Befragten möchten dieses Jahr gleich viel oder mehr als 2025 ausgeben. „Der Vergleich zum Vorjahr zeigt, dass die Österreicherinnen und Österreicher allerdings konsumfreudiger waren, als sie ursprünglich geplant hatten“, erläutert Sirucic.

Inflation bekämpfen und Preise senken

Auf die Frage, was sollten die Politik oder der Handel tun, damit sich Menschen wieder mehr leisten können und mehr konsumieren möchten, antworteten 29 Prozent der Befragten: Inflation bekämpfen und Preise senken. „Inflation und die Preisanstiege werden als der Hemmschuh für den Konsum wahrgenommen. 22 Prozent fordern zudem eine Senkung von Steuern und Abgaben“, erklärt Resch.

Spar- und Konsumverhalten im Wandel

Die Ergebnisse der Umfrage spiegeln sich auch in den makroökonomischen Trends der vergangenen fünf Jahre wider: Österreich bleibt ein Land der traditionell fleißigen Sparer. Zwischen Jänner 2020 und November 2025 verzeichneten die Einlagen privater Haushalte einen Anstieg von rund 268 Mrd. Euro auf über 325 Mrd. Euro, auch die Konsumausgaben zeigen einen Aufwärtstrend. Im Bereich der Konsumkredite zeigte sich ein differenziertes Bild: Hier liegt der Bestand seit 2020 relativ stabil bei rund 18 Mrd. Euro. „Die Zahlen belegen, dass die Österreicher weiterhin fleißig sparen und den Großteil ihrer Konsumausgaben aus eigenen Mitteln bestreiten“, erklärte Sirucic abschließend bei der Präsentation der jährlichen Studie.

Studiendetails:

marketmind im Auftrag von Bankenverband und BAWAG Group
1.000 Befragte, zwischen 16 und 79 Jahren, repräsentativ für Österreich nach Alter, Geschlecht, Bildung und Region
Befragungszeitraum: Dezember 2025

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

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