

Luxusaffinität

Zielgruppe in b4p 2020

Zur Bildung der Luxusaffinität wurde Frage 724 herangezogen:

„In welchen Lebens- bzw. Konsumbereichen leisten Sie sich bewusst die allerbeste Qualität?“

Dabei können bis zu 17 konkrete Produktgruppen ausgewählt werden.

Die 17 Produktgruppen:

- + Ausgehen
- + Auto/Motorrad
- + Ernährung, Essen und Trinken
- + Hobby
- + Sportartikel, Sportbekleidung
- + Kosmetik
- + Parfüm und Düfte
- + Oberbekleidung, Mode
- + Uhren
- + Taschen, Reisegepäck
- + Echtschmuck
- + TV/Audio/Video, Computer, Handy
- + Urlaub und Reisen
- + Wohnen und Einrichten
- + Haushaltsgeräte
- + Haushaltsartikel wie Töpfe etc.
- + Gesundheitsprodukte, Arzneimittel

Von der Berechnung wurde die Angabe „in anderen Bereichen“ ausgeschlossen.



Luxusaffinität

Zielgruppe in b4p 2020

Nach faktorenanalytischen Überprüfungen fiel die Entscheidung für einen einfachen Konstrukttyp, der durch die Zahl der ausgewählten Luxusmerkmale definiert wird.

Auffällig ist, dass schon bei wenigen Merkmalen die Zahl der Luxus-Affinen stark zusammenschmilzt:

Schon mit 7 ausgewählten Merkmalen ist man bei ca. 6% der Bevölkerung angelangt.

Es wurden 3 Typen der Luxus-Affinen mit zunehmender Größe gebildet:

- + Kern-Zielgruppe Luxusaffinität (5,6%):**
Zustimmung bei mind. 7 von 17 Produktgruppen
- + Basis-Zielgruppe Luxusaffinität (19,7%):**
Zustimmung bei mind. 4 von 17 Produktgruppen
- + Weite Zielgruppe Luxusaffinität (31,0%):**
Zustimmung bei mind. 3 von 17 Produktgruppen