

## Pressemeldung

### Männer sparen und Frauen geben das Geld aus – oder doch umgekehrt?

07. März 2019

07. März 2019

**Mag. Anna Kulnig**  
Client Business Partner  
T +43 1 71710-101  
[anna.kulnig@gfk.com](mailto:anna.kulnig@gfk.com)

**Prok. Mag. Ursula Swoboda**  
Director, Client Business Partner  
T +43 1 71710-199  
[ursula.swoboda@gfk.com](mailto:ursula.swoboda@gfk.com)

**Marie-Sophie Beauchamp**  
Corporate Communications  
T +43 71710-178  
[marie-sophie.beauchamp@gfk.com](mailto:marie-sophie.beauchamp@gfk.com)

**Wien, 07.03.2019 – Nicht nur am Weltfrauentag, sondern auch unter dem Jahr lassen diverse Aktionen des Handels und auch von anderen Branchen die Vermutung aufkommen, dass das Lebenselixier von Frauen das Shoppen ist. Doch welche Einstellung hat Frau von heute gegenüber Geld. Wie kann nicht nur das Ausgabeverhalten, sondern auch die Interessenslage hinsichtlich diverser Spar- und Anlageformen beschrieben werden? Diese und andere Fragen können mit den GfK Austria Marktforschungsstudien beantwortet werden.**

#### **Das weibliche Investitionsverhalten: Vorsicht ist die Mutter des Porzellanladens!**

Das Stimmungsbarometer der GfK Austria liefert Informationen über das aktuelle Interesse der Österreicher und Österreicherinnen an verschiedenen Spar- und Anlageformen – unabhängig von der tatsächlichen Nutzung.

Vergleicht man das Interesse zwischen Frauen und Männern an den unterschiedlichen Möglichkeiten Geld zu veranlagen, wird eines schnell klar: Die Risikoaversität der Österreicher ist bei den Frauen noch stärker ausgeprägt als bei den Männern. Sehr deutlich wird der Unterschied bei den klassischen Sparprodukten: Während 22% der Frauen das traditionelle Sparbuch als interessant einstufen, liegt dieser Wert bei den Männern bei 19%. Der Bausparvertrag weist ein ganz ähnliches Verhältnis auf (Frauen: 34%, Männer 31%). Lediglich wenn es um Interesse an digitalen Formen geht sind sich Frauen und Männer einig: In beiden Gruppen wird das Online-Sparbuch von rund einem Viertel als interessant beurteilt.

Signifikanter sind die Differenzen wieder im Bereich von Investmentfonds. 24% der Männer stufen Investmentfonds als sehr interessant ein; bei Frauen finden sich nur 18% in dieser Gruppe. Auch das Stimmungsbild hinsichtlich Aktien unterstreicht den Wunsch weg von Risiko hin zu sicheren Anlageformen: Für nur 12% der Frauen gelten Aktien als interessant (Männer: 18%).

„Basierend auf unseren Studien wissen wir aber, dass nicht alleine der Wunsch nach Sicherheit das Verhalten und Interesse der Frauen an unterschiedlichen Spar- und Anlageformen prägt, sondern vielfach ein



GfK Austria GmbH  
Erdberger Lände 26a  
1030 Wien  
Österreich

T +43 (0)1 71710-0  
F +43 (0)1 71710-194  
[www.gfk.at](http://www.gfk.at)  
[at@gfk.com](mailto:at@gfk.com)

Geschäftsführung  
Mag. Michael Wottawa

Registriert beim Handelsgericht  
Wien unter FN 119110m  
Gesellschaftssitz: Wien

DVR 0046761

Interessensvakuum aufgrund von Wissenslücken und Unsicherheit bei komplexeren Anlageprodukten entsteht“, analysiert Mag. Ursula Swoboda von der GfK Austria. Fragt man Männer und Frauen nach ihrer Selbsteinschätzung hinsichtlich des persönlichen Wissens über bestimmte Spar- und Anlageformen, so zeigt sich, dass beim Sparbuch und beim Bausparvertrag Männer und Frauen sich gleichermaßen gut über diese Produkte informiert fühlen. Deutliche Unterschiede weist der Wissensstand bei Aktien und Investmentfonds auf, wo Frauen deutlich hinterherhinken.

### **Beim Einkaufen zeigen Frauen die Trends der Zukunft auf: Frauen kaufen gerne online ein**

Frauen liegen voll im Trend und jede zweite hat schon zumindest einmal Produkte des täglichen Bedarfs, wie zum Beispiel Lebensmittel, Getränke, Haushaltsartikel oder Kosmetik- und Körperpflegeprodukte online eingekauft. Auch wenn sie, wie die Bevölkerung generell, bei Lebensmittel noch etwas verhaltener sind, sind Dekorative Kosmetik, Gesichts- und Körperpflegeprodukte hier schon die Front Runner. Die Vorzüge des Online Shoppings passen genau in den busy Lifestyle der meisten Frauen – sie wollen rund um die Uhr einkaufen, bevorzugen, dass die Produkte direkt zu ihnen nach Hause geliefert werden und dass sie so auch spezielle Produkte finden können.

#### **Quellen:**

GfK Stimmungsbarometer 2019 – Beliebtheit der Spar- und Anlageformen in Österreich 2019 (jährlich 2.000 Interviews)

GfK E-Commerce FMCG 2018/2019 - In der aktuellen GfK Studie – E-Commerce FMCG – ungenutzte Potentiale gibt es mehr Infos zu folgenden Fragen: Wer ist der Online Shopper und wie verläuft die künftige Entwicklung? Wie kann man Online Stores noch optimieren? Wie können ungenutzte Potentiale identifiziert und angesprochen werden? Auf diese und mehr Fragen haben wir die Antworten! Weiterführende Informationen auf <https://www.gfk.com/de-at>

#### **Über GfK**

GfK verbindet Daten und Wissenschaft. Innovative Forschungslösungen geben Antworten auf wichtige geschäftliche Fragen rund um Konsumenten, Märkte, Marken und Medien - jetzt und in Zukunft. Als Forschungs- und Analysepartner verspricht die GfK ihren Kunden weltweit "Growth from Knowledge".

Für weitere Informationen besuchen Sie bitte [www.gfk.com](http://www.gfk.com) oder folgen Sie GfK auf Twitter: <https://twitter.com/GfK>