

Internationaler Frauentag 2023: N26 gibt neue Einblicke in das Konsumverhalten unter Frauen in Österreich

Wien, März 2023 – Wovon ist das aktuelle Konsumverhalten der Frauen geprägt? Wen trifft die Lebenshaltungskostenkrise besonders? Wie viel Geld steht den Verbraucherinnen im Monat noch zur Verfügung? Anlässlich des internationalen Frauentags am 8. März gibt die mobile Bank [N26](#) Einblicke in die aktuellen Verbrauchertrends unter Frauen in Österreich – mit einigen überraschenden Erkenntnissen. Die neue Studie basiert auf der Analyse des anonymisierten Ausgabe- und Sparverhaltens von über einer Million N26 Kund:innen in Österreich und Deutschland zwischen Jänner 2022 und 2023.¹ Die Ergebnisse spiegeln eine Vielzahl sich verändernder wirtschaftlicher, sozialer und kultureller Faktoren wider.

Finanzieller Druck auf Frauen in Österreich nimmt zu

Unter den berücksichtigten europäischen Ländern (Österreich, Deutschland, Italien, Frankreich und Spanien) zeichnet sich unter Frauen ein gemeinsamer Trend ab: Vom ersten zum zweiten Halbjahr 2022 stiegen ihre durchschnittlichen Einkünfte pro Monat: +4 % in Italien und Frankreich, gefolgt von +2 % in Deutschland und Österreich. Die Einkünfte in Spanien verhielten sich derweil stabil.

Der positive Trend steht jedoch nicht im Einklang mit ebenso steigenden Sparquoten – diese gingen in den untersuchten Ländern zurück. Darüber hinaus macht die Studie auf eine deutliche Diskrepanz zwischen den Geschlechtern aufmerksam. In 2022 flossen pro Monat im Durchschnitt 30 % weniger Gelder auf die Konten weiblicher Kundinnen. Vor dem Hintergrund steigender Kosten und Preise stehen Frauen so besonders unter finanziellem Druck, da ihre monatlichen Budgets deutlich schmaler sind.

Sparquoten in Zeiten der finanziellen Unsicherheit

Die Faktoren, die das Sparverhalten beeinflussen, sind komplex. Letztlich spielen eine Vielzahl persönlicher, kultureller und gesellschaftlicher Faktoren eine Rolle. Da Frauen über geringere finanzielle Ressourcen als Männer verfügen, müssen sie einen höheren Anteil davon sparen, um die gleichen finanziellen Ziele zu erreichen. Laut der neuesten N26 Analyse erweisen sich Frauen dabei als die clevereren Sparer:innen. Während sie in 2022 über 30 % weniger Geld monatlich verfügten, schafften sie es, im ersten Halbjahr 2022 11 % mehr zu sparen, im zweiten Halbjahr sogar 19 % mehr als Männer.

¹Die Studie basiert auf der Analyse des anonymisierten Ausgabe- und Sparverhaltens von über 100.000 N26 Kund:innen in Österreich, über 950.000 in Deutschland, über 350.000 in Spanien, über 850.000 in Frankreich und über 450.000 in Italien im Zeitraum von Jänner 2022 bis Jänner 2023. „Einnahmen“ sind dabei alle Überweisungen, die auf das Hauptbankkonto der Kund:innen eingehen. „Ausgaben“ sind Geldüberweisungen, die vom Hauptbankkonto abgehen. N26 kategorisiert diese ausgehenden Überweisungen nach ihrem jeweiligen Anbieter, damit Kund:innen ihre Ausgaben und ihr Budget mit N26 Insights verfolgen können. Für diese Analyse haben die Studien-Autor:innen das monatliche Ausgabevolumen in mehreren N26 Insights-Kategorien ausgewertet, um Rückschlüsse auf das Ausgabeverhalten zu ziehen. „Gesparter Betrag“ oder „Sparen“ ist definiert als die Differenz zwischen „Einnahmen“ und „Ausgaben“.

So erreichen Frauen in Österreich im ersten Halbjahr eine fast doppelt so hohe Sparquote wie Männer (9 % vs. 5 %), obwohl ihr monatliches Budget knapp ein Drittel unter dem der Männer lag (-30 %). In der zweiten Jahreshälfte nimmt die weibliche Sparquote deutlich ab und sinkt auf 6 %. Damit ist sie dennoch doppelt so hoch wie die der männlichen Konsumenten (3 %) – bei weiterhin deutlich geringeren finanziellen Mitteln (-29 %). Auffällig ist, dass besonders in den Städten zunehmend weniger gespart wird. In Wien zum Beispiel sinkt die Sparquote unter den Frauen besonders extrem: von 10 % auf 4 %

Leila Maria Kehl, Gründungsmitglied der **N26 Women+ ERG**, führt diese Beobachtung auf sozioökonomische Gründe sowie die Geschlechtermuster zurück: *“Weltweit leisten Frauen 75 % der Pflegearbeit – durchschnittlich 4 Stunden und 25 Minuten täglich – mehr als dreimal so viel wie ihre männlichen Kollegen.² Dies beinhaltet oft, Geld für Kinder und ältere Menschen beiseite zu legen. Gleichzeitig empfinden Frauen ein höheres persönliches finanzielles Risiko als Männer, was sie oftmals über das Sparen auszugleichen versuchen. Die sogenannte Motherhood Penalty³, die ungleiche Vermögensverteilung (Frauen besitzen nur 32 % des gesamten globalen Vermögens) sowie die unbezahlte Pflegearbeit tragen außerdem zur finanziellen Diskrepanz bei.”*



So ändern sich die Kaufentscheidungen und Einstellungen der Verbraucherinnen

Die steigenden Kosten für vieles, von Lebensmittel bis hin zu Gas und Strom, gehen an den Frauen in Österreich nicht spurlos vorbei. Für viele macht sich die Inflation unter anderem beim Besuch im Supermarkt bemerkbar: Frauen gaben im zweiten Halbjahr +2 % mehr für **Lebensmittel** aus als im ersten.

Auch in anderen Kategorien stiegen die Ausgaben — dies lässt auf aktuelle Konsumtrends zurückschließen. In den vergangenen Jahren haben viele Menschen ihren Lebensstil neu bewertet und suchen nach Möglichkeiten, den Alltag aufzulockern. Frauen in Österreich investieren zunehmend mehr von ihrem Geld in Urlaub und Reisen (+ 4,72 %), – im Gegenteil zu den Männern, die hier Abstriche machen (-0,78 %). Stellt man Jänner 2022 und Jänner 2023 gegenüber, intensiviert sich der Trend weiter (+17,42 %). Im europäischen Vergleich schätzen Frauen in Österreich das Erkunden neuer Reisedestinationen besonders und geben dafür mit einem Viertel ihrer Einkünfte überdurchschnittlich viel aus (25 %).

² <https://www.actionaid.org.uk/our-work/womens-economic-rights/unpaid-care-and-domestic-work>

³ <https://n26.com/de-at/blog/motherhood-penalty>

N26

Gleichzeitig zeichnet sich ein zunehmendes Bewusstsein für **Gesundheit und Wohlbefinden** unter Frauen ab: In dieser Kategorie nahmen die Ausgaben in der zweiten Jahreshälfte 2022 um 7 % zu – ein mehr als doppelt so großer Anstieg wie bei den männlichen Verbrauchern (+3 %).

Von **Fast Fashion, über Vintage bis hin zu Sportbekleidung** – für die Modewelt geht es nach der Pandemie wieder aufwärts. Auch die aktuelle N26 Studie spiegelt diesen Trend wider: Die Ausgaben für Modeartikel unter Frauen stiegen in der zweiten Jahreshälfte weiter, um +18 %, während hier auch Männer tiefer in die Tasche greifen (+10 %). Unter den Frauen in Österreich lässt sich ein wachsender Bedarf für Modeartikel beobachten. Nach Urlaub und Reisen ist Kleidung die ausgabenintensivste Kategorie. Flossen in der ersten Jahreshälfte noch 14,46 % der monatlichen Einkünfte in neue Kleidung, waren es in der zweiten Jahreshälfte bereits 16,72 %.

Hier geht es zur N26 Pressemappe inkl. [Lifestyle-Bildern](#).

Über N26

N26 ist die erste Bank, die du lieben wirst. Sie bietet ein mobiles Bankkonto ohne versteckte Gebühren an. Valentin Stalf und Maximilian Tayenthal gründeten N26 im Jahr 2013 und starteten ihr Produkt 2015 in Deutschland und Österreich. N26 hat über 8 Millionen Kund:innen in 24 Ländern. Bei N26 arbeiten derzeit mehr als 1.500 Mitarbeiter:innen an 10 Standorten: Amsterdam, Berlin, Barcelona, Belgrade, Madrid, Mailand, Paris, Wien, New York und São Paulo. Mit der deutschen Banklizenz, einer Technologie die Maßstäbe setzt und ohne teures Filialnetz, verändert N26 das Banking des 21. Jahrhunderts maßgeblich und ist für Android, iOS und über die Webanwendung verfügbar. Bis heute hat N26 fast 1,8 Milliarden US-Dollar von renommierten Investoren eingesammelt, darunter Third Point Ventures, Coatue Management LLC, Dragoneer Investment Group, Insight Venture Partners, GIC, Li Ka-Shings Horizons Ventures, Earlybird Venture Capital, Greyhound Capital, Battery Ventures, sowie Mitglieder des Zalando Vorstands und Redalpine Ventures. Derzeit ist N26 in folgenden Ländern aktiv: Belgien, Dänemark, Deutschland, Estland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Irland, Island, Italien, Lettland, Liechtenstein, Litauen, Luxemburg, den Niederlanden, Norwegen, Österreich, Polen, Portugal, Schweden, Schweiz, Slowenien, der Slowakei und Spanien.

Website: n26.com | Twitter: [@n26](https://twitter.com/n26) | Facebook: facebook.com/n26 | YouTube: youtube.com/n26bank

N26 Pressekontakt

presse@n26.com