

Female Investment Power – 2 von 3 Frauen wollen ihre Investments in 2022 über 50 % aufstocken

Berlin, 8. März – Von der Wall Street bis zum Mainstream – Investieren ist längst ein heiß diskutiertes Trendthema. Allerdings führen die Pay Gap und andere Hürden dazu, dass Frauen im Verhältnis zu ihren männlichen Kollegen bei der Geldanlage oft (noch) im Nachteil sind. Doch eine neue [repräsentative Studie](#)¹ der mobilen Bank N26 stimmt optimistisch. Im Februar 2022 wurden über 16.000 Frauen in fünf europäischen Ländern befragt, um herauszufinden: Vor welchen Hürden stehen Frauen aktuell bei der Geldanlage? Was sind ihre Motive und Vorlieben? Wie viel ihres monatlichen Einkommens investieren sie und wie beeinflussen Faktoren wie die Region, der Beruf und der Familienstand ihr Anlageverhalten?

N26 befragte deutschlandweit circa 2.000 regelmäßig investierende und nicht investierende Frauen und stellte ihre Antworten den Antworten einer gleichen Anzahl von männlichen Studienteilnehmern gegenüber. Deutsche Frauen, die regelmäßig investieren, legen demnach durchschnittlich 932 € pro Monat (oder 31 % ihres monatlichen Einkommens) an. Männer investieren durchschnittlich 1.331 € pro Monat (37 % ihres Einkommens). 2 von 3 Frauen (70 %) planen in 2022, ihre Investments um über 54 % aufzustocken, von durchschnittlich 932 € auf 1.434 € im Monat. Mehr als jede zweite deutsche Frau (56 %), die bisher nicht investiert, denkt darüber nach. Gleichzeitig zeigen die Ergebnisse, dass die Geldanlage noch immer als von Männern dominiert wahrgenommen wird (nur 14 % der befragten Deutschen sehen dies nicht so).

Sparkonten, Krypto, Immobilien – Frauen investieren 31 % ihres Einkommens

Frauen in Deutschland bevorzugen Bankprodukte, aber Kryptowährungen sind auf dem Vormarsch – jede dritte Anlegerin investiert bereits in Kryptowährungen. Bei den Top-6-Produkten unter den deutschen Anlegerinnen handelt es sich um Versicherungsprodukte (z. B. Lebensversicherung und Altersvorsorge, 34 %), Bankprodukte (z. B. Sparkonten, 33 %), Kryptowährungen (26 %), Immobilien (23 %) und ETFs (23 %). Kryptowährungen sind besonders beliebt bei Frauen, die in der Unterhaltungsbranche und im Tourismus tätig sind, wo 60 % bzw. 41 % Kryptowährungen als Anlageprodukt ihrer Wahl angeben. Kryptowährungen sind am stärksten in den Anlageportfolios deutscher Männer vertreten, wo über ein Drittel (40 %) darin investiert, gefolgt von Aktien und Aktienoptionen (35 %) und ETFs (33 %).

¹Die Umfrage wurde unter insgesamt 16030 Frauen und Männern durchgeführt. Die Umfrageteilnehmer:innen sind in Deutschland (4008 Umfrageteilnehmer:innen aus Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Brandenburg, Hessen- Thüringen, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen-Bremen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz-Saarland, Sachsen-Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein-Hamburg), Österreich (2006 Umfrageteilnehmer:innen aus Burgenland, Kärnten, Niederösterreich, Oberösterreich, Salzburg, Steiermark, Tirol, Vorarlberg, Wien), Frankreich (4006 Umfrageteilnehmer:innen aus Bassin Parisien, Centre- est, Départements d'outre-mer, Est, Île de France, Méditerranée, Nord - pas-de-calais, Ouest, Sud-ouest), Italien (3005 Umfrageteilnehmer:innen aus Mittelitalien, Inseln, Nordostitalien, Nordwestitalien, Süditalien) und Spanien (3005 Umfrageteilnehmer:innen aus Barcelona, Madrid, Centro (Zentral), Levante (Zentralost), Noreste (Nordost), Noroeste (Nordwesten), Nortecentro (Nord-Zentral), Sur (Süd)) ansässig, wobei eine gleiche Anzahl von Personen, die investieren und Personen, die nicht investieren, befragt wurden. In dieser Umfrage umfasst „Investieren“ Anlagemöglichkeiten wie Aktien, Bankprodukte, Immobilien, börsengehandelte Fonds etc. „Investieren“ ist dabei auf Umfrageteilnehmer:innen beschränkt, die ihr eigenes Geld investieren, wobei Investitionen als Teil ihres Berufs ausgenommen sind. Die Interviews wurden im Februar 2022 vom Forschungsinstitut Sapio im Auftrag von N26 mittels einer E-Mail-Einladung und einer Online-Umfrage durchgeführt. Die gestellten Fragen zielten darauf ab, die Präferenzen, Bedürfnisse, Wünsche und Hürden der Teilnehmer:innen bei der Investition / der Erwägung einer Investition herauszufinden. Die Umfrage definiert „Frauen“ und „Männer“ als alle Personen, die sich als solche identifizieren. Personen, die sich als „nicht-binär“ identifizieren, wurden aufgrund der nicht repräsentativen Stichprobengröße nicht in die Analyse aufgenommen. Bitte beachten Sie, dass N26 keine Anlageberatung anbietet und dass Investitionen mit finanziellen Risiken verbunden sind, bis hin zum Verlust des investierten Geldes.

Beliebteste Investmentprodukte bei Frauen*



Die Studie zeigt außerdem:

- Zugewanderte Frauen investieren eher in Krypto (29 %) und Immobilien (28 %).
- Berlinerinnen investieren durchschnittlich 1.421 Euro pro Monat, 52 % über dem Durchschnitt und damit am meisten in Deutschland.
- Frauen, die sich als sehr extrovertiert oder sehr introvertiert einschätzen, investieren mit monatlich durchschnittlich 1.828 € bzw. 1.175 € nicht nur überdurchschnittlich, sondern auch deutlich mehr als jene Frauen, die sich als eher introvertiert bezeichnen (788 € pro Monat) bzw. als etwas extrovertiert (794 € pro Monat).

Altersvorsorge und finanzielle Sicherheitsnetz – warum Frauen investieren

Wirft man einen genaueren Blick auf die Gründe, die die Frauen in Deutschland zum Investieren bewegen, so steht die Altersvorsorge an erster Stelle (49 %), gefolgt von dem Wunsch nach finanzieller Sicherheit für Familie und Kinder (47 %) und dem langfristigen Vermögensaufbau (45 %). Diversifikation ist zwar ein Schlagwort, das im Finanzjargon oft genannt wird, kommt aber erst an neunter Stelle (15 %). Auf die Frage, welche Kriterien beim Treffen einer Investitionsentscheidung wichtig sind, haben die deutschen Anlegerinnen wie folgt geantwortet: Preis-Leistungs-Verhältnis (48 %), langfristige Renditen (39 %) und ein umfassendes Verständnis des Produkts, in welches investiert wird (29 %). Dabei überrascht, dass nur 17 % der Frauen, die investieren, den Aspekt der Nachhaltigkeit zu ihren Top-3-Kriterien zählen.

Weibliche Investitionskraft – die Chance

Über die Hälfte der deutschen Frauen, die bisher noch nicht investieren, ziehen es in Erwägung. Auf die Frage, was sie zu einer Investition bewegen würde, wird deutlich, dass sie ganz ähnlichen Motivationen folgen, wie jene Frauen, die den Schritt schon gewagt haben: Altersvorsorge (41 %), langfristiger Vermögensaufbau (39 %) und der Wunsch nach

N26

finanzieller Sicherheit für Familie und Kinder (35%). Besonders offen für zukünftige Investitionen sind Frauen im Alter von 18 bis 24 Jahren, von denen zwei Drittel (66 %) schon einmal über einen Einstieg nachgedacht haben.

Der höchste Anteil der Frauen, die bisher nicht investieren (36 %), gibt an, dass sie am ehesten Immobilien in Erwägung ziehen, gefolgt von Edelmetallen wie Gold (22 %) sowie Bankprodukten (beide 22 %). Nicht investierende deutsche Frauen könnten sich vorstellen, im Durchschnitt monatlich 479 Euro auf die Seite zu legen (24 % des monatlichen Einkommens).

Des Weiteren zeigt die Studie:

- Berlin sticht als Heimat der Frauen hervor, die in absoluten Zahlen die größte Investitionsbereitschaft mit sich bringen – 1.107 Euro monatlich, satte 131 % über dem Gesamtdurchschnitt in Deutschland
- Mecklenburg hat die zurückhaltendsten potenziellen Erstinvestorinnen: Hier geben die Frauen an, monatlich 196 € anlegen zu wollen, 82 % weniger als der Gesamtdurchschnitt in Deutschland

Warum Frauen nicht (mehr) investieren

Beide Gruppen (Frauen, die bereits investieren, und solche, die einen Einstieg in Betracht ziehen) nennen fehlendes verfügbares Einkommen als größtes Hindernis dafür, nicht (mehr) zu investieren (44 % bzw. 50 %). Ein Viertel der Anlegerinnen nennt Risikoaversion und Unsicherheit über ihre zukünftige finanzielle Stabilität (beide 26 %) als Hürde, dicht gefolgt von der Sorge über aktuelle und mögliche zukünftige Pandemien (24 %).



Für Frauen, die den Schritt noch nicht gewagt haben, sind unzureichende Kenntnisse (40 %) und Risikoaversion (24 %) die größten Hürden. Auf die Frage, was ihnen helfen würde, mit dem Investieren zu beginnen, wünschte sich über ein Viertel (28 %) offenere Gespräche

N26

über die Vorteile und Risiken des Investierens, und 22 % würden sich ausdrücklich wünschen, dass andere Frauen offener über das Thema sprechen. Tatsächlich gibt fast die Hälfte (45 %) der Frauen, die nicht investieren, an, dass sie mit niemandem über das Thema sprechen. Ein weiterer treibender Faktor wäre laut Frauen, die nicht investieren, dass andere mehr investieren (21 %) und wenn der Anlagebereich weniger von Männern dominiert wäre (20 %).

Für deutsche Anlegerinnen ist das mangelnde Wissen kein Haupthindernis. Mehr als 4 von 5 (84 %) fühlen sich beim Treffen ihrer Anlageentscheidungen sicher. Jedoch fühlt sich nur die Hälfte (54 %) mit Investitionen vertraut (der Rest ist sich unsicher (16 %) oder weder noch (31 %)). Die Kluft ist besonders deutlich bei den investierenden Frauen in Brandenburg, wo sich 87 % sicher fühlen, aber sich nur 45 % gut auskennen.

Die Studie zeigt außerdem:

- Am meisten (und überdurchschnittlich) sachkundig sind Frauen, die in den Bereichen Finanzen (76 %), Unterhaltung (70 %) und E-Commerce (67 %) arbeiten, am wenigsten in der Sozialarbeit (46 %) sowie im Handel und Handwerk (44 %).
- Männer fühlen sich etwas selbstbewusster als Frauen (89 %) und halten sich auch für sachkundiger – zwei Drittel (67 %) geben dies an.

Investieren und Pandemie

Fast die Hälfte der Anlegerinnen (46%) gibt an, genauso vorsichtig zu sein wie in Zeiten vor Covid-19. Allerdings sagen auch zwei von fünf Frauen (42 %) aus, aufgrund der Pandemie weniger risikoaffin zu investieren. Bei Frauen im Alter von 55 bis 64 Jahren hat die Pandemie die meisten Spuren hinterlassen, wobei 43 % vorsichtiger sind und 56 % weniger Risiken eingehen.

In Folge der Pandemie reduzierten 53 % die Summe ihrer Anlagebeträge nicht. Frauen, die ihre Investitionen kürzten, taten dies am stärksten bei Luxusprodukten (wie Schmuck oder Designerartikeln) (34 %), Kunst, Möbeln und Sammlerstücken und Indexfonds (beide 32 %) sowie bei NFTs und bei Unternehmen und Geschäftsideen (beide 31 %). Frauen, die seit der Pandemie mehr investieren, stockten bei Kryptowährungen und Aktien (23 % der Frauen investieren mehr in beides) sowie Bankprodukten (22 %) auf.

Paula Mariani, Director of User Experience bei N26, sagt: *„Es ist großartig zu sehen, dass das Investieren immer mehr zu einem Thema unter Frauen wird. Wir bei N26 wollen zu dieser Entwicklung einen proaktiven Beitrag leisten, indem wir den Dialog zwischen Frauen fördern und inklusivere Geldverwaltungs- und Anlageprodukte entwickeln. Unsere Forschung zeigt beispielsweise, dass sich der Anteil der Frauen, die Bitcoins halten, in den letzten drei Jahren verdreifacht hat. Allerdings ist der Anteil der Männer, die Bitcoins halten, sechsmal so groß. Es gibt noch viel zu tun und wir freuen uns darauf, eine für alle zugängliche Investmentbranche aufzubauen.“*

Weitere Informationen zur Studie und den Ergebnissen können [unter diesem Link](#) nachgelesen werden. Die Grafiken können dort ebenfalls heruntergeladen werden.

N26 Pressekontakt

presse@n26.com



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 7 Millionen KundInnen in 24 Ländern. Bei N26 arbeiten derzeit mehr als 1.500 Mitarbeiter an 10 Standorten: Amsterdam, Berlin, Barcelona, Belgrade, Madrid, Mailand, Paris, Wien, New York und São Paulo. Mit der europäischen 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, Tencent, Allianz X, Peter Thiels Valar Ventures, 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