

Pressemitteilung

Tomorrow-Studie zeigt: So anders banken Frauen

- *Frauen setzen bei Finanzentscheidungen stärker auf persönlichen Austausch und assoziieren deutlich negativere Gefühle mit dem Thema Finanzen*
- *Bei nachhaltigen Finanzen sind Männer stärker an ökologischen, Frauen an sozialen Themen interessiert*
- *Frauen sind deutlich preissensitiver und bewerten Ehrlichkeit von Banken kritischer*

Hamburg, 11. Dezember 2024 – In einer repräsentativen Studie hat der nachhaltige Banking-Anbieter Tomorrow das Verhältnis zu und den Umgang mit Geld und Finanzdienstleistungen untersucht. Die Ergebnisse der von Appinio durchgeführten Studie zeigen teils deutliche Unterschiede in den Prioritäten und Einstellungen zwischen den Geschlechtern. Besonders auffällig: Frauen legen im Vergleich zu Männern größeren Wert auf soziale Themen und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis – und erwarten dabei Transparenz und Kommunikation auf Augenhöhe.

Feminist Finance - Banking als Hebel für mehr Gleichberechtigung

Frauen* machen knapp 51% der deutschen Bevölkerung aus. Dennoch scheint der Finanzmarkt sich auch heute noch – selbst 62 Jahre nach der gesetzlichen Zusicherung, dass Frauen über ihr eigenes Vermögen verfügen können – an vielen Stellen primär an eine männliche Zielgruppe zu richten. „Unsere Ergebnisse zeigen, dass Frauen Finanzen nicht nur funktional betrachten, sondern sie in einen größeren und vor allem sozialen Kontext stellen“, betont Lilli Staack-Bennemann, Head of Brand and Communications bei Tomorrow.

Frauen setzen auf privaten Austausch zu Finanzthemen

Hier zeigt die Tomorrow-Studie, dass Frauen finanzielle Entscheidungen deutlich mehr im Austausch mit Freund*innen und Familie treffen. Das trifft auf 42% der Frauen und 32% der Männer zu.

Pressekontakt Tomorrow

Charlotte Teske | media@tomorrow.one
Tomorrow GmbH, Neuer Pferdemarkt 23, 20359 Hamburg

Zudem assoziieren Frauen deutlich mehr negative Gefühle mit ihren Finanzen, während Männer ihnen positiver gegenüberstehen. So blicken Frauen ängstlicher und gestresster (Frauen: 16%, Männer: 11%) auf ihre Finanzen, Männer optimistischer (Frauen: 19%, Männer: 25%).

Banking-Verhalten zwischen Tradition und Innovation

Die Studie hebt hervor, dass Frauen zwar häufiger bei traditionellen Banken sind (Frauen: 78%, Männer: 70%), gleichzeitig aber auch mehr digitale und mobile Lösungen nachfragen: So sieht etwa jede zweite Frau (51%) eine benutzerfreundliche Banking-App als entscheidend, bei den Männern ist es rund jeder Dritte (40%).

Nur jede dritte Frau (33%) gibt an, sich mit ihren Finanzen sicher zu fühlen. Das könnte auch an mangelnder Transparenz liegen, denn nur jede Fünfte (19%) empfindet ihre Bank als ehrlich.

Frauen sind preissensibler und setzen auf sicherere Anlageprodukte

Frauen achten bei Kauf- und Finanzentscheidungen deutlich mehr auf das wahrgenommene Preis-Leistungs-Verhältnis. So beeinflusst der Preis für 83% der Frauen und lediglich für 71% der Männer maßgeblich die Kaufentscheidungen. Marken hingegen spielen nur für 19% der Frauen und immerhin 30% der Männer eine entscheidende Rolle.

Diese weibliche Preissensitivität zeigt sich auch im Anlageverhalten: Männer tendieren stärker zu wertpapierbasierten und risikobehafteten Geldanlagen (ETFs, Einzelaktien, Aktienfonds). Anders sieht es bei Frauen aus, die eher traditionelle und sichere Geldanlagen, wie Sparguth, Tages- oder Festgeld, bevorzugen.

Bei Nachhaltigkeit fokussieren sich Frauen primär auf soziale Themen

Nachhaltigkeit wird gemeinhin in soziale, ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit aufgeteilt. Hier zeigt die Tomorrow-Studie Unterschiede in der beigemessenen Bedeutung zwischen den Geschlechtern: Frauen interessieren sich deutlich stärker für soziale Aspekte wie Geschlechtergerechtigkeit und finanzielle Gerechtigkeit (76%), Männer hingegen fokussieren sich mehr auf ökologische Themen wie CO₂-Reduktion und Klimapolitik (68%).

Methodik der Studie

Befragt wurden 1.000 Personen im Alter von 16 bis 65 Jahren, national repräsentativ für das Alter und Geschlecht der deutschen Bevölkerung. Die Umfrage wurde vom 7. bis 11.11.2024 von dem Marktforschungsunternehmen Appinio durchgeführt.

—

* Geschlecht und Geschlechtsidentitäten sind vielfältig und gehen über die binäre Einteilung von „männlich“ und „weiblich“ hinaus. Aufgrund der Stichprobengröße können wir in dieser Studie jedoch nur repräsentative Aussagen für die Kategorien „männlich“ und „weiblich“ treffen. Personen, die sich als nicht-binär, keinem Geschlecht zugehörig oder ohne Angabe eingeordnet haben, sind in der Studie berücksichtigt, können hier aber nicht gesondert dargestellt werden.

Über Tomorrow

Tomorrow ist Europas führender Anbieter für nachhaltiges, digitales Banking. Seit der Gründung im Jahr 2018 hat Tomorrow sich dem Ziel verschrieben, Geld als Hebel für positiven Wandel einzusetzen – für Mensch, Klima und eine bessere Zukunft.

Heute vertrauen bereits über 100.000 Kund*innen auf diese neue Art nachhaltig zu banken und mit etwa 10.000 Crowdinvestor*innen baut die größte Crowd Europas auf Tomorrow. Im Produktportfolio finden sich nachhaltige Girokonten und ein am Pariser Klimaabkommen ausgerichteter Investmentfonds. Das zahlt sich aus: Laut Fair Finance zählt Tomorrow zu den zwei nachhaltigsten Finanzunternehmen in Deutschland, wurde 2023 mit dem German Brand Award als "Startup of the Year" ausgezeichnet und bietet seit 2024 eine Debitkarte mit dem WWF an.

Tomorrow hat selbst keine Banklizenz, die Transaktionen werden über die Solaris SE abgewickelt.

Allgemeine Informationen gibt es unter www.tomorrow.one. Bildmaterial der Produkte können [hier](#) und Fotos der Spokesperson [hier](#) heruntergeladen werden.

Pressekontakt Tomorrow

Charlotte Teske | media@tomorrow.one
Tomorrow GmbH, Neuer Pferdemarkt 23, 20359 Hamburg