

Pressemeldung

Weltfrauentag 2020: Frauen sind die loyalere Zielgruppe und halten das Geld zusammen!

05. März 2020

Dipl.-Demogr.
Christina Tönniges
Senior Client Business Partner
T +43 1 717 10 103
christina.toenniges@gfk.com

Marie-Sophie Beauchamp
Senior Specialist Marketing
T +43 1 717 10 178
marie-sophie.beauchamp@gfk.com

Wien, 05. März 2020 – Anlässlich des Weltfrauentags 2020 hat die GfK Austria die interessantesten Spar- und Anlageformen der Damen, sowie Frauen als Zielgruppe genauer unter die Lupe genommen. Sind Frauen die loyalere Zielgruppe? Halten die Damen das Geld zusammen und sind weniger spendierfreudig? Wo sind die Österreicherinnen bereit mehr Geld in die Hand zu nehmen als Herr Österreicher?

Die Lieblingssparformen der Frauen: klassisch und weniger risikoreich

Betrachtet man das Interesse der Österreicherinnen im Bezug auf beliebte Sparformen (GfK Stimmungsbarometer, GJ 2019) so sind folgende Zahlen und Fakten der interessantesten Geldveranlagungen nennenswert: mit 36,8% ist die Eigentumswohnung und das Eigentumshaus die beliebteste Sparform der österreichischen Frau, dicht gefolgt von Bausparverträgen und Grundstücken. Auch das Sparen zu Hause im Sparstrumpf (21%) und das allbekannte Sparbuch (22%), erfreut sich regem Interesse. Bei Männern liegt hier der Wert bei rund 17%. Starke Abweichungen zwischen Herrn und Frau Österreicher gibt es bei Investmentfonds und Wertpapieren – Männer zeigen hier mit knapp 30%, dass sie eher risikobereit sind, wenn es um Sparen geht. Hingegen findet nur jede 5 Frau diese Anlageform interessant.



Wenig Interesse an neuen Anschaffungen im Bereich Electronics bei den Damen

Der Wunsch nach neuen Anschaffungen im Bereich Home Electronics und Personal Electronics in den nächsten 12 Monaten liegt bei Frauen deutlich unter dem Wert der Männer. „Generell ist zu erkennen, dass die Österreicherin zurückhaltender als der Österreicher ist, was neue Anschaffungen betrifft und hier eher weniger spendierfreudig ist“, so Christina Tönniges, Senior Client Business Partner GfK Austria. Gleich auf oder sogar etwas über dem Wert der Männer liegt jedoch der Wunsch bei Anschaffungen in den Bereichen Renovierung und Wohnbereichserweiterungen, als auch im Bereich der Fort- und Weiterbildung.

GfK Austria GmbH
Erdberger Lände 26a
1030 Wien
Österreich

T +43 (0)1 71710-0
F +43 (0)1 71710-194
www.gfk.at
at@gfk.com

Geschäftsführung
Mag. Michael Wottawa

Registriert beim Handelsgericht
Wien unter FN 119110m
Gesellschaftssitz: Wien

DVR 0046761

Frauen sind die loyale Zielgruppe

Weg vom Sparverhalten, hin zum Kaufverhalten: vor allem wenn es zu der Frage kommt, ob eine bestimmte Marke aufgrund von Unverständnis der Geschäftspraktiken oder Werten des Unternehmens gemieden wird, erweisen sich Frauen als loyalere Zielgruppe. „Hier wird eher verziehen und das Kundenverhältnis aufrechterhalten. Frauen kaufen Marken, die sie kennen und denen sie bereits vertrauen konnten“, so Christina Tönniges, Senior Client Business Partner.

Wenn es um das Thema Nachhaltigkeit und Versprechungen auf diversen Verpackungen geht, glauben Österreicherinnen eher das was versprochen wird - bereit dafür mehr Geld auszugeben sind sie jedoch nicht und treten hier auf die Sparsbremse.

Quellen: GfK Stimmungsbarometer und GfK Consumer Life Studie

Über GfK

GfK arbeitet fokussiert, digital und stellt den Kunden stets in den Mittelpunkt. GfK verknüpft Daten mit wissenschaftlichen Methoden und ist in der einzigartigen Position, eigene Daten und jene von Dritten zu nutzen, um unverzichtbare Markt- und Verbrauchereinsichten sowie -empfehlungen zu erstellen. Das Unternehmen liefert mit innovativen Lösungen die Antwort auf zentrale Geschäftsfragen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien. Als Analysepartner verspricht GfK seinen Kunden weltweit “Growth from Knowledge”.

Für weitere Informationen besuchen Sie bitte www.gfk.com oder folgen Sie GfK auf Twitter: <https://twitter.com/GfK>.”