Verbraucherzentrale Hamburg

Pink Tax: Frauen zahlen mehr

Frauen sollten beim Kauf von Drogerieartikeln wie Rasierutensilien, Körperpflegeprodukten oder Parfüms besser genau hinschauen. Denn: Manche Hersteller und Händler verlangen für „weibliche“ Produkte etwas mehr. Mit einer erfundenen Pflegeserie haben wir im Jahr 2019 auf die sogenannte Pink Tax aufmerksam gemacht. In den letzten Jahren hat sich die Situation etwas verbessert.

© Verbraucherzentrale Hamburg

DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

1. Frauen müssen für manche Pflegeprodukte (z.B. Rasierutensilien, Lotion, Parfüm) und Dienstleistungen (z.B. Friseur oder Textilreinigung) höhere Preise zahlen als Männer, obwohl sich die Angebote inhaltlich kaum unterscheiden.

2. Mit einer besonderen Pflegeserie für Frauen und Männer hat die Verbraucherzentrale Hamburg in Kooperation mit der Agentur Serviceplan Campaign International im Jahr 2019 die Praktiken des sogenannten Gender Pricing aufgedeckt.
3. Die Verbraucherzentrale Hamburg fordert von Herstellern und Händlern, die Preisdiskriminierung von Frauen in jeglicher Hinsicht zu unterlassen.
4. Laut aktuellen Stichproben hat sich die Situation für weibliche Kundinnen in den letzten Jahren verbessert. Zuletzt hat jedoch ein Pharmaunternehmen für seine Buscopan Schmerztabletten eine Pink Tax verlangt.

Stand: 12.11.2024

Einige Produkte des täglichen Bedarfs, darunter auch persönliche Pflegeartikel, werden geschlechtsspezifisch vermarktet und richten sich gezielt an Frauen oder Männer bzw. Mädchen oder Jungen. Die Bedürfnisse der verschiedenen Zielgruppen werden schon bei der Produktentwicklung, aber vor allem im Marketing und Vertrieb berücksichtigt.

Pflegeprodukte für Frauen oft teurer

Da Frauen laut Studien weniger preissensibel sind und bereit, mehr Geld für ihr Äußeres auszugeben als Männer, werden ihnen manche Pflegeprodukte teurer verkauft. In vielen Produktgruppen gibt es zahlreiche preisgleiche Varianten, bei denen weder Frauen noch Männer benachteiligt werden. Aber vor allem für Rasierprodukte und Parfüms müssen Frauen oft erheblich mehr zahlen. Das spiegeln auch die Ergebnisse unserer Marktchecks zu Frauen- und Männerprodukten in den letzten Jahren wider. Die Höhe der geschlechtsspezifischen Preisunterschiede ist in vielen Fällen nicht zu rechtfertigen – selbst dann nicht, wenn die Inhaltsstoffe variieren. Denn diese machen oft nur einen Bruchteil der Herstellungskosten aus.

Aktionskampagne gegen Pink Tax

Um auf das Phänomen der Pink Tax aufmerksam zu machen, haben wir im Jahr 2019 gemeinsam mit der Agentur Serviceplan Campaign International die Marke Equalicare

erfunden, die vorgab, einen Moisturizer für Frauen bzw. Männer auf den Markt zu bringen. Das weibliche Produkt kostete 6,90 Euro, das männliche 4,90 Euro. Doch nur auf den ersten Blick handelte es sich um zwei Produkte. In Wahrheit war es eine Tube – mit einer unterschiedlich gestalteten Vorder- und Rückseite. Durch eine 180°-Drehung richtete sich das Produkt jeweils an das andere Geschlecht.

Zur Promotion der Beauty-Produkte wurden ein Pop-up-Store und ein Online-Shop eröffnet sowie Influencerinnen und Influencer als Multiplikatoren eingebunden.

© Serviceplan Campaign International

© Serviceplan Campaign International

© Serviceplan Campaign International

© Serviceplan Campaign International

© Serviceplan Campaign International

ÜBRIGENS

Pink Tax bei Schmerztabletten gegen Regelschmerzen? Nach heftiger Kritik von Verbraucherinnen hat das Pharmaunternehmen Sanofi den Preis für die neuen Buscopan Plus Pink gesenkt. Das Produkt wurde nämlich teurer verkauft als die herkömmlichen Schmerztabletten in grüner Verpackung. Die unverbindliche Preisempfehlung für die grüne Variante lag bei 70 Cent pro Tablette. Für die Pillen in der pinken Verpackung mit der Aufschrift „bei krampfartigen Regelschmerzen“ waren es 82 Cent. Das entspricht einer Pink Tax von 17 Prozent. Dabei sind Inhaltstoffe und Dosierung beider Produkte identisch! Angeblich waren die Produktionskosten für die Umverpackung schuld daran, dass die pinke „Probierpackung“ (mit 10 Tabletten) insgesamt teurer war als die grüne 20er-Packung. Aufgrund des negativen Feedbacks von Kundinnen ruderte der Hersteller schließlich zurück. Mittlerweile wurde dem Hersteller der Goldene Zaunpfahl, ein Negativ-Preis für absurdes Gendermarketing verliehen.

Stichproben zu Pflegeprodukten und Dienstleistungen

Unsere letzten Stichproben im Februar 2024 und Februar 2023 geben zumindest etwas Anlass zur Hoffnung. Das Gender Pricing scheint weniger zu werden. Die Situation hat sich aus Sicht der Frauen leicht verbessert. Jahrelang war dies nicht der Fall.

Aktuelle Stichprobe im Februar 2024

Im Februar 2024 haben wir eine kleine Stichprobe in drei unterschiedlichen Drogeriemärkten gemacht. Bei Einwegrasierern sind demnach kaum noch Preisunterschiede bei baugleichen Modellen der „Männer“- und „Frauen“-Varianten zu finden. Das sehen wir als kleinen Erfolg unserer Veröffentlichungen in den letzten neun Jahren.

Unerklärlicherweise gibt es weiterhin große Preisunterschiede beim Rasierschaum für „Männer“ und „Frauen“. Meist wird das Produkt für Männer in einer größeren Dose (300 Milliliter) zum deutlich günstigeren Preis angeboten. Der Rasierschaum im Frauenbereich ist in der Regel nur in 150-Milliliter-Dosen in Drogeriemärkten erhältlich.

Der Preisaufschlag kann mehr als 50 (!) Prozent betragen.

Auch bei Parfüm bleiben die Preisunterschiede vorhanden und können ebenfalls bis zu 50 Prozent betragen. Positiver Aspekt auch hier schrumpfen die ungerechtfertigten Preisunterschiede.

Stichprobe von Pflegeprodukten mit Preisvergleich (Februar 2023)
Ähnlich verhielt es sich bereits im letzten Jahr. Einwegrasierer kosteten für Frauen schon damals entweder genauso viel wie für Männer oder sogar weniger. Auch bei den Rasiergels gab es zum Teil gleiche Preise. Rasierschaum hingegen war sogar bis zu 80 (!) Prozent teurer für das weibliche Geschlecht. Auch beim Parfüm (Eau de Toilette) konnten wir weiterhin große Preisunterschiede feststellen.

Frauenvariante	Männervariante	Preisaufschlag
Einwegrasierer Isana Woman **0,12 €/pro Stück**	Einwegrasierer Isana Man **0,12 €/pro Stück**	**gleicher Preis** *(2019 noch 14 % teurer*
Einwegrasierer Balea Woman **0,12 €/pro Stück**	Einwegrasierer Balea Man **0,12 €/pro Stück**	**gleicher Preis** (2019: keine Zahlen)
Einwegrasierer Joolea Woman **0,14 €/pro Stück**	Einwegrasierer Joolea Man **0,15 €/pro Stück**	**8 % teurer für Männer** *(2019 noch 17 % teurer*
Rasiergel Isana Woman **0,70 €/pro 100 ml**	Rasiergel Isana Man **0,70 €/pro 100ml**	**gleicher Preis** *(2019 noch 24 % teurer*
Rasiergel Balea Woman **0,68 €/pro 100 ml**	Rasiergel Balea Man **0,68 €/pro 100ml**	**gleicher Preis** *(2019 noch 14 % teurer*
Rasierschaum Isana Woman **0,59 €/pro 100 ml**	Rasierschaum Isana Man **0,33 €/pro 100ml**	**80 % teurer für Frauen** *(2019 noch 109 % teure*

Rasierschaum Joolea Woman **0,59 €/pro 100 ml**	Rasierschaum Joolea Man **0,33 €/pro 100ml**	**80 % teurer für Frauen** *(2019 noch 48 % teurer*
Rasierschaum Balea Woman **0,50 €/pro 100 ml**	Rasierschaum Balea Man **0,32 €/pro 100ml**	**58 % teurer für Frauen** *(2019 noch 76 % teurer*
Eau de Toilette Bruno Banani Woman **431,67 €/l**	Eau de Toilette Bruno Banani Man **365,00 €/l**	**18 % teurer für Frauen** *(2019 noch 25 % teurer*
Eau de Toilette Never boring Mexx Woman (15 ml) **630,00 €/l**	Eau de Toilette Never boring Mexx Man (50 ml) **249,00 €/l**	**153 % teurer für Fraue** *(2019 noch 57 % teurer*
Eau de Toilette Black Mexx Woman **431,67 €/l**	Eau de Toilette Black Mexx Man **331,67 €/l**	**30 % teurer für Frauen** (2019: keine Zahlen)
Stand: Februar 2023		

Endlich: Erstmals sind die baugleichen Einwegrasierer gleich teuer.

Auch bei dm hat man reagiert und die Preise angepasst.

Die Rasiergels der Drogerie sind aktuell gleich teuer.

Rasierschaum ist bei Rossmann aber immer noch 80 Prozent teurer.

Und ebenso beim Drogeriemarkt Budni. Auch hier ist das Produkt für Frauen 80 Prozent teurer.

Das Frauenprodukt des Parfüms ist bei gleicher Größe 18 Prozent teurer.

Das Frauenprodukt dieses Parfüms ist bei gleicher Größe sogar 30 Prozent teurer.

Marktchecks in den zurückliegenden Jahren

2015, 2016, 2017 und 2019 hatten wir im Rahmen von Marktchecks Preisaufschläge für Frauen bei Drogerieartikeln und Dienstleistungen überprüft. Vor allem Rasierprodukte (Einwegrasierer, Rasierschaum und -gel) und Parfüms für Frauen oft teurer, obwohl sie sich von den Produkten für Männer hinsichtlich der Inhaltsstoffe oder Bauart kaum unterschieden. Ein Rasierschaum der Marke Isana von Rossmann wurde 2019 sogar mit einem Frauenaufschlag von über 100 Prozent verkauft. Leicht zu entdecken waren die verschiedenen Preise meistens nicht, die Produkte standen an unterschiedlichen Orten in den Drogeriemärkten.

- Pflegeprodukte für Frauen und Männer mit Preisvergleich (Januar / Februar 2019)
- Preisvergleich Frauen- und Männerprodukte (Dezember 2017)
- Preisvergleich Frauen- und Männerprodukte (Februar 2016)

- Preisvergleich Frauen- und Männerprodukte (Mai 2015)

Eine im Dezember 2017 veröffentlichte Studie der Antidiskriminierungsstelle des Bundes belegte ebenfalls: Frauen werden bei Dienstleistungen wie beispielsweise einem Kurzhaarschnitt beim Friseur oder beim Reinigen von Blusen benachteiligt.

DANKE FÜR IHREN HINWEIS

Wir fordern Hersteller und Händler auf, die Preisdiskriminierung von Frauen in jeglicher Hinsicht zu unterlassen. Frauen werden mit diesen Tricks doppelt benachteiligt, weil sie darüber hinaus durchschnittlich weniger verdienen als Männer.

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

https://www.vzhh.de/themen/lebensmittel-ernaehrung/einkaufsfalle-supermarkt/pink-tax-frauen-zahlen-mehr