Verbraucherzentrale
Hamburg

# Pink Tax: Wofür sollen Frauen mehr zahlen?

Frauen sollten beim Kauf von Drogerieartikeln wie Rasierutensilien, Körperpflegeprodukten oder Parfüms besser genau hinschauen. Denn: Manche Hersteller und Händler verlangen für „weibliche“ Produkte noch immer etwas mehr – auch wenn sich die Situation in den letzten Jahren verbessert hat. Mehr über die sogenannte Pink Tax.

© Verbraucherzentrale Hamburg

## DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

1. Frauen müssen für manche Pflegeprodukte (z.B. Rasierutensilien, Parfüm) höhere Preise zahlen als Männer, obwohl sich die Angebote inhaltlich kaum unterscheiden.
2. Regelmäßige Marktchecks und Stichproben zeigen, dass sich die Situation für weibliche Kundinnen in den letzten Jahren verbessert hat.

3. Die Verbraucherzentrale Hamburg fordert von Herstellern und Händlern, die Preisdiskriminierung von Frauen in jeglicher Hinsicht zu unterlassen.

Stand: 26.08.2025

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.

---

## Manche Pflegeprodukte für Frauen 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 Männer-Produkten 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.

---

## Preisentwicklung bei Frauen-Produkten

Auch wenn viele der Produkte, die wir seit 2015 im Rahmen von Marktchecks verglichen haben, inzwischen nicht mehr in Drogerien erhältlich sind, lassen sich aus den bisherigen Untersuchungen klare Tendenzen ableiten. Bei zahlreichen langfristig dokumentierten Produkten kam es in den vergangenen Jahren zu einer Preisanpassung zwischen den typischen Frauen- und Männer-Varianten.

Im Bereich der Rasurprodukte konnten wir von 2015 bis 2023 noch zahlreiche Preisunterschiede feststellen. Inzwischen haben bekannte Drogeriemarken wie Isana von Rossmann, Balea von Dm oder BudniCare viele ihrer Produkte preislich

angeglichen. Das sehen wir als kleinen Erfolg unserer Veröffentlichungen der letzten Jahre. Dennoch haben wir auch dieses und letztes Jahr einige Negativbeispiele gefunden.

- Beim **Einwegrasierer von Isana** beispielsweise gab es 2023 in beiden Varianten erstmals keinen Preisunterschied. Zwei Jahre später ist der Preis des Rasierers für Frauen wieder angestiegen; er kostet 2 Cent pro Stück mehr.
- Der **Rasierschaum von Isana** fällt durch seine besonders hohe Pink Tax auf. Dieses Jahr war das Produkt in der Frauenversion ganze 55 Prozent teurer als die vergleichbare Männer-Variante.
- Ein besonders gravierendes Beispiel ist zudem das **Parfüm „Forever classic never boring“ von Mexx**. Über mehrere Jahre schwankten die Preise beider Produkte (für Frauen und Männer), doch eines blieb gleich: Das Parfüm für Frauen war durchgehend deutlich teurer.

## WIR FORDERN

Die Negativbeispiele zeigen leider, dass die Pink Tax trotz positiver Entwicklung noch nicht vollständig verschwunden ist. 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.

---

## Stichproben und Marktchecks in den letzten Jahren

### Stichprobe zu Pflegeprodukten 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 zu Pflegeprodukten im Februar 2023**

Einwegrasierer kosteten für Frauen 2023 entweder genauso viel wie für Männer oder sogar weniger. Auch bei den Rasiergels gab es zum Teil gleiche Preise. Rasierschaum hingegen war bis zu 80 (!) Prozent teurer für das weibliche Geschlecht. Auch beim Parfüm (Eau de Toilette) konnten wir weiterhin große Preisunterschiede feststellen.

| Frauen-Variante | Männer-Variante | Preisaufschlag |
|---|---|---|
| Einwegrasierer<br>Isana Woman<br>**0,12 €/pro Stück** | Einwegrasierer<br>Isana Man<br>**0,12 €/pro Stück** | **gleicher Preis**<br>*(2019 noch 14 % teurer für Frauen)* |
| Einwegrasierer<br>Balea Woman<br>**0,12 €/pro Stück** | Einwegrasierer<br>Balea Man<br>**0,12 €/pro Stück** | **gleicher Preis**<br>(2019: keine Zahlen) |
| Einwegrasierer<br>Joolea Woman<br>**0,14 €/pro Stück** | Einwegrasierer<br>Joolea Man<br>**0,15 €/pro Stück** | **8 % teurer für Männer**<br>*(2019 noch 17 % teurer für Frauen)* |
| Rasiergel<br>Isana Woman<br>**0,70 €/pro 100 ml** | Rasiergel<br>Isana Man<br>**0,70 €/pro 100 ml** | **gleicher Preis**<br>*(2019 noch 24 % teurer für Frauen)* |
| Rasiergel<br>Balea Woman<br>**0,68 €/pro 100 ml** | Rasiergel<br>Balea Man<br>**0,68 €/pro 100 ml** | **gleicher Preis**<br>*(2019 noch 14 % teurer für Frauen)* |

| | | |
|---|---|---|
| Rasierschaum Isana Woman **0,59 €/pro 100 ml** | Rasierschaum Isana Man **0,33 €/pro 100 ml** | **80 % teurer für Frauen** *(2019 noch 109 % teurer für Frauen)* |
| Rasierschaum Joolea Woman **0,59 €/pro 100 ml** | Rasierschaum Joolea Man **0,33 €/pro 100 ml** | **80 % teurer für Frauen** *(2019 noch 48 % teurer für Frauen)* |
| Rasierschaum Balea Woman **0,50 €/pro 100 ml** | Rasierschaum Balea Man **0,32 €/pro 100 ml** | **58 % teurer für Frauen** *(2019 noch 76 % teurer für Frauen)* |
| 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 für Frauen)* |
| 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 Frauen** *(2019 noch 57 % teurer für Frauen)* |
| 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* | | |

**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 Männer-Produkte (Dezember 2017)
- Preisvergleich Frauen- und Männer-Produkte (Februar 2016)
- Preisvergleich Frauen- und Männer-Produkte (Mai 2015)

---

## 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.

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

https://www.vzhh.de/themen/umwelt-nachhaltigkeit/kosmetik/pink-tax-wofuer-sollen-frauen-mehr-zahlen