

„Pink Tax“ – Die inoffizielle Frauensteuer

Die nun folgende These klingt erst mal steil, ist aber tatsächlich durch [Studien](#) und [Statistiken](#) belegt. Frauen zahlen für viele Produkte des täglichen Bedarfs mehr als Männer. Klingt unfair? Ist es auch! Schließlich verdienen Frauen im Schnitt rund [21 Prozent](#) weniger als Männer.

„Pink Tax“ mit eigenem Wikipedia-Eintrag

„Pink Tax“ („rosa Steuer“), oder manchmal auch Gender Pricing genannt, heißt diese inoffizielle Steuer aufs Frausein im Englischen – und auch bei uns wird diese Bezeichnung immer geläufiger. Sie hat sogar einen eigenen [Wikipedia-Eintrag](#)!

Dieses [#Unnützeswissen](#) Liebes [@neon_magazin](#) nennt man übrigens [#pinktax](#) . pic.twitter.com/d0jmUpav8o

– □ Claudia Sprengel □ (@c_sprengel) [April 28, 2018](#)

Welche Produktgruppen sind besonders von der „Pink Tax“ betroffen?

Besonders schlägt die „Pink Tax“ bei Produkten wie Deodorants, Rasierern, Rasierschaum und bei Friseurbesuchen zu. Dies hat erst mal einen einfachen Grund: Frauen sind in höherem Maße dazu bereit, für Pflegeprodukte, Hygiene und Behandlungen tiefer in die Tasche zu greifen.

Waschen, Schneiden, Föhnen: Für Frauen deutlicher teurer als für Männer. Und nicht nur beim Friseur.

Eine neue Gender Pricing-Studie zeigt: Frauen zahlen drauf. <https://t.co/10k22LsaN9> pic.twitter.com/B2S01ZqNxz

– tagesschau (@tagesschau) [December 20, 2017](#)

Frauen zahlen rund 11 Prozent mehr für Düfte

Doch auch eher unscheinbare Produkte wie Laptotaschen oder Handyhüllen fallen oftmals unter die „Pink Tax“. Eine Studie der Verbraucherzentrale Hamburg kam 2016 zu dem Ergebnis, dass Frauen für vergleichbare Produkte der gleichen Marke bis zu 90 Prozent mehr ausgeben müssen als die Männer. Und laut einer Studie von Statista von 2018 müssen Frauen rund elf Prozent mehr für ihre Düfte bezahlen.

*Auch noch 11 Cent teurer! *kopftisch* [#ichkaufdasnicht @machmirdiewelt pic.twitter.com/eA8lDwgkqC](#)*

– Almut Helvogt (@AHelvogt) [January 14, 2017](#)

Ein Rasierer soll einfach seinen Job machen – egal ob blau oder pink

Über derartige Ungerechtigkeiten kannst du dich nun natürlich ärgern. Du kannst die Marketing-Mechanismen der Marken aber auch umgehen, indem du beim nächsten Drogeriebesuch bewusst nicht zu den „Damenprodukten“ greifst. Denn mal ehrlich: Ob der Rasierer nun blau, gelb, pink oder grün ist, ist am Ende doch egal. Er soll schließlich einfach seinen Job machen. Nicht mehr und nicht weniger.