

# Kvinnor är bättre på att spara och mer lyhörda för ekonomiska råd än män

**Kvinnor är bättre än män på att regelbundet spara pengar och vänder sig i högre utsträckning till sin partner för ekonomiska råd. Samtidigt är yngre män särskilt ointresserade av att andra talar om för dem vad de ska göra med sina pengar. Det visar en ny kartläggning av kvinnors och mäns vanor och attityd kring privatekonomi som genomförts av Klarna.**

Hur mycket partnern influerar privatekonomin skiljer sig något mellan könen, och framförallt bland de yngre paren. I millennialgenerationen (18-38 år) uppger nästan var tredje kvinna (29%) att deras partner har en inverkan på hur de sköter sin privatekonomi, medan endast var femte (21%) man uppger detsamma. Var tredje kvinna (30%) vänder sig också i första hand till sin partner för ekonomiska råd, men inte ens var femte (17%) man vänder sig till sin partner. Bland den äldre generationen finns det däremot ingen signifikant skillnad mellan kvinnor och män i dessa frågor. Kvinnor och män är dock generellt sett ungefär lika transparenta kring sin privatekonomi och bekväma med att diskutera såväl privatekonomi som lön med familj, vänner och kollegor.

- Generellt sett tjänar kvinnor mindre än män, och det skulle kunna vara en anledning till att kvinnor uppger sig vara mer öppna för goda råd från sin omgivning. Om kvinnor samtidigt är öppna för att även diskutera sin egna individuella ersättning med andra och få bättre förståelse för sin egen kompetens marknadsvärde kan det tänkas leda till ett ökat självförtroende vid löneförhandlingar och på sikt leda till ett minskat lönegap mellan män och kvinnor, säger **Viveka Söderbäck, Klarnas expert på konsumentbeteende**.

Majoriteten av både kvinnor (54%) och män (63%) uppger att de har en stabil ekonomi. Kvinnor och män är också i princip lika bra på att spara på lång sikt, oavsett ålder. Det som sticker ut gällande sparande är att unga kvinnor är något bättre på att även spara kortsiktigt. 51% av unga kvinnor sparar kortsiktigt för att exempelvis kunna åka på semester medan motsvarande siffra bara är 39% bland unga män. Majoriteten av kvinnorna (59%) uppger att de inte haft anledning att sänka sina förväntningar på framtiden utifrån ett ekonomiskt perspektiv, medan motsvarande siffra är något högre bland män (68%). Samtidigt är bara 44% säkra på att de kommer kunna ha råd med livsstilen de aspirerar på.

- Det verkar som att de flesta kvinnor inte är helt säkra på att de kommer ha råd med den livsstil de aspirerar på, men att de inte har gett upp hoppet då majoriteten samtidigt uppger att de inte har sänkt sina förväntningar inför framtiden och dessutom har en stabil ekonomi idag, säger Viveka Söderbäck.

## Om undersökningen

Undersökningen genomfördes av Klarna genom Cenuswide under januari 2020 i Storbritannien, USA, Australien, Tyskland, Österrike, Nederländerna, Norge, Sverige, Finland och Spanien. I Sverige deltog 2049 personer. Undersökningen kartlägger olika generationers attityder och vanor kring privatekonomi. I rapporten benämns "millennials" som personer i åldersgruppen 18-38 år.

**För mer information, vänligen kontakta;**

Louise Sallander

PR & Marketing Communications Manager

[louise.sallander@klarna.com](mailto:louise.sallander@klarna.com) / [press@klarna.com](mailto:press@klarna.com)

+46736323140

**Om Klarna**

Klarna gör shopping smooth. Klarna är en av världens ledande betalningsleverantörer och en fullt licensierad bank, som vill revolutionera betalningar och banktjänster, och skapa smidigast möjliga shoppingupplevelse för både konsumenter och handlare. Företaget grundades i Stockholm 2005, och är med en nuvarande värdering på 53 miljarder kronor Europas högst värderade privata fintechbolag, och ett av de högst värderade privata fintechbolagen i världen. Klarna erbjuder konsumenter möjligheten att betala nu, betala senare eller dela upp betalningen över tid, vilket ger en enkel, säker och smidig köpupplevelse överallt. Klarna har idag över 200 000 anslutna handlare, 2 700 anställda och är verksamt i 17 länder. Bland Klarnas handlare finns varumärken som H&M, Adidas, IKEA, Expedia Group, ASOS, Michael Kors, Nike, Superdry, Sephora, Samsung, Zara, Boozt, Sonos och Daniel Wellington. För mer information, besök [klarna.com](http://klarna.com).