

News release

Svenska män unnar sig oftare och för mer pengar än kvinnor MasterCard lanserar studien ”Treat Index”

Stockholm, 15 november – MasterCard’s nya europeiska studie “Treat Index”, där Sverige är ett av åtta länder, kartlägger bland annat vad, varför och för hur mycket européer “unnar” sig. Resultaten visar att svenska män både unnar sig oftare och för mer pengar per tillfälle än vad svenska kvinnor gör. Studien visar också distinkta skillnader mellan könen kring vad man unnar sig och varför man gör det.

Studien “Treat Index” avslöjar att fler män än kvinnor i Sverige unnar sig något på veckobasis (17,9% jämfört med 13%). Fler kvinnor uppger snarare att de unnar sig något på månadsbasis (34,6% jämfört med 28,4% av männen). Studien visar också att det finns skillnader i summan som spenderas när man väl unnar sig (per tillfälle), där 10% fler kvinnor än män i Sverige ligger under 450 kronor-sträcket. Resultaten visar att en av tre svenska män (33,5%) spenderar över den summan när de unnar sig något, medan bara var femte kvinna i Sverige (18,7%) uppges spendera för mer än så.

Den främsta anledningen till att unna sig något bland svenska män (39,5%) är att man förtjänar det efter allt hårt jobb. Svenska kvinnor ser snarare att unna sig själv som en lyx i vardagen - något alla förtjänar då och då (48,9%). Enligt en av tre kvinnor (33,1%) unnar man sig för att muntra upp sig själv, något endast 26,6% av männen uppger vara anledningen till att de unnar sig något. Fler kvinnor än män (22,7% jämfört med 15,2%) får också dåligt samvete när de unnat sig något till sig själva.

När det kommer till att spendera pengar på andra lägger både flest kvinnor och män mellan 175-450 kr på det, per tillfälle, i månaden. Dock framgår det att närmare var tredje svensk (28%) föredrar att unna sig något själv framför att köpa något till någon annan, även om man vid speciella tillfällen gärna inhandlar något till någon man bryr sig om. Tydliga skillnader mellan män och kvinnor kan skönjas på vem man köper till vid de tillfällen man inhandlar något till någon annan. Kvinnor lägger i 41% av fallen pengar på familjen/hemmet, vilket bara 26% av männen gör. Männen köper däremot desto oftare något till sin partner (21,4% jämfört med 9,4% av kvinnorna).

”Studien är mycket intressant och bekräftar kända genusmönster. Att fler män än kvinnor väljer att ”unna sig” visar på normer i samhället om att det inte ses som riktigt passande för kvinnor att satsa tid och pengar på sig själva utan att de helst bör tänka på familjen i första hand. Reklamen är full av uppmaningar till kvinnor om att ”unna sig” och visar på så sätt både att relationen mellan kvinnlighet och njutningsfull konsumtion är problematisk och måste skapas, samt att kvinnor måste övertalas att komma över sitt dåliga samvete”, Magdalena Petersson

News release

McIntyre, docent i etnologi och verksam som forskare vid Centrum för konsumtionsvetenskap vid Göteborgs universitet.

”Treat Index-undersökningen ger oss värdefull insikt i skillnaderna mellan kvinnor och män i Sverige, både vad gäller vad de unnar sig och varför. En intressant skillnad är exempelvis hur majoriteten svenska kvinnor oftast unnar sig något som är bestående, såsom skor och kläder, medan männen hellre unnar sig något för stunden, som alkohol och choklad”, säger Pernilla Winberg Babtist, marknadsdirektör för MasterCard i Norden och Baltikum, om resultaten för Sverige.

Tabeller

1. Så mycket spenderar svenska kvinnor i genomsnitt på att unna sig i månaden (per tillfälle)

0-175 kr	44%
175-450 kr	37,3%
450-4500 kr	18,7%

2. Så mycket spenderar svenska män i genomsnitt på att unna sig i månaden (per tillfälle)

0-175 kr	39,1%
175-450 kr	27,5%
450-4500 kr	33,5%

3. Topp 5-kategorier över vad kvinnor helst unnar sig

Kläder, skor och väskor	57,90%
Choklad, godis och sötsaker	39,80%
Restaurangbesök och take-away	29,6%
Böcker, tidningar och magasin	23,80%
Smink och skönhetsprodukter	22,70%

News release

4. Topp-5-kategorier över vad män helst unnar sig

Vin och alkohol	36,60%
Choklad, godis och sötsaker	33,20%
Restaurangbesök och take-away	30,20%
CD, DVD och dataspel	20,70%
Kläder, skor och väskor	20,50%

5. De fem främsta anledningarna till att svenskarna unnar sig något

Alla förtjänar det då och då	43,8 %
Jag förtjänar det, jag jobbar hårt!	36,7 %
För att muntra upp mig själv	30,1 %
Rea, så det räknas inte	16,5 %
Sparat pengar på annat håll så förtjänar att spendera	13,4 %

För mer information, vänligen kontakta:

Frida Almgren, kommunikationschef MasterCard, Norden och Baltikum

Mail: frida.almgren@mastercard.com

Tel: 0703-17 35 45

Om undersökningen "Treat Index"

Undersökningen har gjorts i september-oktober 2013 av Opinion Matters på uppdrag av MasterCard Europa. I undersökningen deltog 8 europeiska länder (Tyskland, Storbritannien, Sverige, Italien, Ryssland, Turkiet och Beligen), varav 1000 respondenter över 18 år ifrån Sverige.

Om MasterCard

[MasterCard](#) (NYSE:MA) är ett globalt betalnings- och teknikföretag. MasterCard driver världens snabbaste nätverk för betalningsprocesser som knyter samman konsumenter, finansiella institutioner, handeln, myndigheter och företag i över 210 länder och marknader. MasterCards produkter och lösningar gör vardagliga aktiviteter – som inköp,

News release

shopping, resande och företagande – lättare, säkrare och mer effektivt för alla. Följ oss på Twitter [@MasterCardNews](#), vår blogg [Cashless Conversations](#) och [prenumerera](#) på senaste [nytt](#). För mer information besök: www.mastercard.se