

Press release**Rheinisch-Westfälisches Institut für Wirtschaftsforschung e.V.****Joachim Schmidt**

01/16/2013

<http://idw-online.de/en/news515091>

Research results, Scientific Publications
Economics / business administration, Nutrition / healthcare / nursing, Politics, Psychology, Social studies
transregional, national

**RWI-Studie: Der Gang zum Supermarkt bleibt Frauensache**

Zwar sind in Deutschland immer mehr Frauen berufstätig, trotzdem übernehmen sie nach wie vor häufiger als Männer die Haushaltseinkäufe. Dies gilt insbesondere für Familien mit Kindern. Die Lücke zwischen Frauen und Männern bei der wöchentlichen Einkaufszeit hat sich allerdings deutlich verringert. Zu diesen Ergebnissen kommt eine aktuelle Studie des RWI und der Bergischen Universität Wuppertal auf Grundlage von Daten des Deutschen Mobilitätspanels.

Obwohl immer mehr Frauen berufstätig sind, erledigen sie nach wie vor häufiger als Männer die Einkäufe für den Haushalt, in dem sie leben. Allerdings haben die Männer sich in den vergangenen Jahren zunehmend an den wöchentlichen Einkäufen beteiligt. Zu diesen Ergebnissen kommt eine Studie des Rheinisch-Westfälischen Instituts für Wirtschaftsforschung (RWI) und der Bergischen Universität Wuppertal.

Die Untersuchung zeigt, dass in den vergangenen Jahren insbesondere Familienväter zunehmend mehr Zeit im Supermarkt verbringen. Betrug der Abstand zwischen Frauen und Männern bei der wöchentlichen Einkaufszeit im Jahr 1996 noch 140 Minuten, sank er bis zum Jahr 2009 auf unter 40 Minuten. Auch bei der Zahl der unternommenen Einkaufstrips gab es bei Familien mit Kindern eine deutliche Annäherung: Während Frauen 1996 wöchentlich durchschnittlich 6 und Männer 3,5 Einkaufstouren machten, unternahmen 2009 beide Partner rund 4. Insgesamt hat die Zeit, die Familien mit Kindern wöchentlich beim Einkaufen verbringen, zwischen 1996 und 2009 von 350 auf 310 Minuten abgenommen. Bei kinderlosen Paaren lässt sich keine Differenz beim Einkaufsverhalten zwischen beiden Partnern belegen. Insgesamt verbringen diese Paare durchschnittlich mehr Zeit mit Haushaltsbesorgungen und gehen häufiger einkaufen als Familien mit Kindern.

Auch wenn beide Partner Vollzeit arbeiten, kaufen die Frauen häufiger ein

Für die Studie wurden Daten des Deutschen Mobilitätspanels (MOP) aus den Jahren 1996 bis 2009 ausgewertet. Im Rahmen des MOP werden zwischen 750 und mehr als 1000 private Haushalte in drei aufeinander folgenden Jahren über den Zeitraum einer Woche zu ihrem Mobilitätsverhalten befragt. Zudem werden u.a. Daten zu Alter, Bildungshintergrund und Beschäftigungsstatus erhoben. Berücksichtigt für die Einkaufsstudie wurden Haushalte, in denen mindestens ein erwachsener Mann und eine erwachsene Frau leben. In 24,5% der befragten Haushalte arbeiteten der Mann in Voll- und die Frau in Teilzeit, in 15,4% waren beide Partner vollzeitbeschäftigt.

Insgesamt kaufen Frauen aus Haushalten, in denen der Mann Alleinverdiener ist, länger und häufiger ein als berufstätige Frauen. Auch wenn die Berufstätigkeit das weibliche Engagement an den Wocheneinkäufen reduziert, sind die Frauen immer noch engagierter als Männer in einer vergleichbaren Situation. Sind beide Partner in Vollzeit beschäftigt, werden die Einkäufe häufiger von den Frauen erledigt. Auch die Verfügbarkeit eines PKW beeinflusst das Einkaufsverhalten: Frauen, die uneingeschränkten Zugang zu einem Fahrzeug haben, kaufen häufiger ein. Faktoren wie die Länge des Anfahrtswegs zur Arbeitsstelle und der Bildungshintergrund beeinflussen die Aufteilung der Einkaufsaktivitäten zwischen Frauen und Männern hingegen kaum.

Ihre Ansprechpartner:

Prof. Dr. Vivien Procher

(Bergische Universität Wuppertal) Tel.: (0202) 439-5012

Prof. Dr. Colin Vance (RWI) Tel.: (0201) 8149-237

Sabine Weiler (Pressestelle RWI) Tel.: (0201) 8149-213

Dieser Pressemitteilung liegt Ruhr Economic Paper #393 („Who Does the Shopping? – German Time-use Evidence, 1996–2009“) zugrunde. Es ist unter www.rwi-essen.de/rep/ als pdf-Datei erhältlich.

URL for press release: <http://www.rwi-essen.de/presse/> - hier steht die Pressemitteilung auf der RWI-Homepage

URL for press release: <http://www.rwi-essen.de/publikationen/ruhr-economic-papers/522/> - hier geht es direkt zu Ruhr Economic Paper #393, das der Pressemitteilung zugrunde liegt