

IM DSCHUNDEL DER MÖGLICHKEITEN

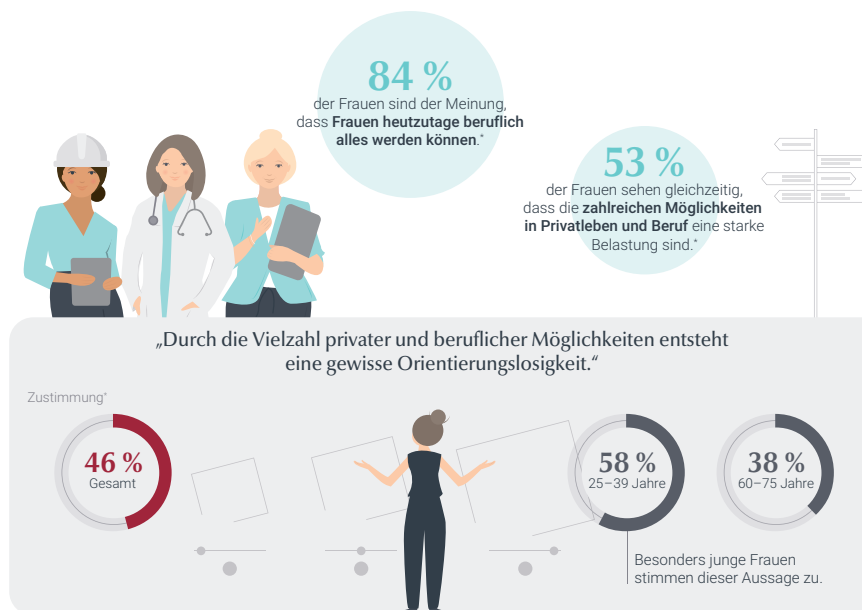
FRAUEN ZWISCHEN PERFEKTION UND ORIENTIERUNGSLOSIGKEIT

Hamburg, Januar 2020 – Wie beurteilen heute Frauen in Deutschland ihre persönlichen Möglichkeiten? Was denken sie über den Druck des ständigen Vergleichs mit anderen und wie gehen sie mit dem Thema Altern um? Eucerin wollte es genauer wissen und führte gemeinsam mit dem Marktforschungsinstitut Statista eine Befragung durch. Die Eucerin Frauenstudie 2020* zeigt auf, was Frauen heute bewegt, wo sie an Grenzen stoßen und Orientierung finden.

YOU CAN HAVE IT ALL!

Work and Travel in Down Under, Bachelor oder Ausbildung, Praktika im Ausland, spannender Job im Start-Up. 84 % der befragten Frauen aller Altersklassen geben an, eine nie dagewesene Vielfalt an Möglichkeiten für ihren persönlichen Lebensentwurf zu erleben. Und, no problem, der passende Partner dazu findet sich schon in der weiten, virtuellen Dating-Welt.

Doch: Die nie dagewesene Optionsvielfalt in Beruf, Leben und Partnerschaft bedeutet gleichzeitig auch eine Belastung für die heutige Frauengeneration. Mehr als die Hälfte der Frauen in Deutschland empfindet das so. Vor allem bei den jüngeren Frauen (58 %) macht sich eine gewisse Orientierungslosigkeit breit. Auch Mütter stimmen dem mit 51 % zu, Frauen älteren Alters betrifft dies eher weniger (38 %).



* Zusammenfassung Top-2-Werte „Stimme zu“ und „Stimme voll und ganz zu“

Tina Wolf
Eucerin Deutschland
Beiersdorf AG

tina@tina-wolf.com
www.eucerin.de/presse

Pressestelle
Eucerin c/o Weber Shandwick

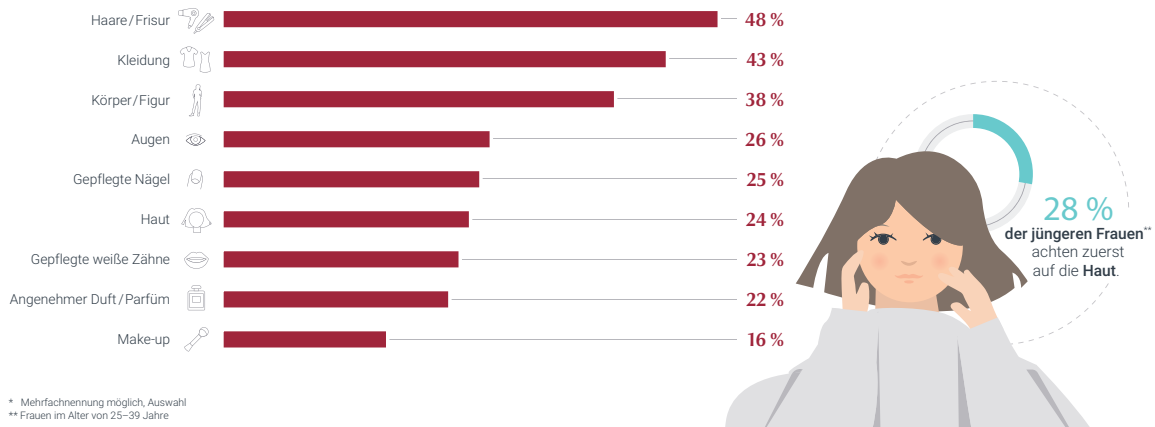
Barbara Bossmann
bbossmann@webershandwick.com | Eucerin Presse Team
089 / 38 01 79 - 33 | eucerin@webershandwick.com

Das Gefühl der Orientierungslosigkeit reicht bis ins Private. Dating Apps machen Partnerschaften unverbindlicher, finden vor allem jüngere Frauen (65 %). Besonders häufig stimmten Hamburgerinnen dieser Aussage zu, hier bestätigen dies fast drei Viertel der befragten Frauen. Entscheidungen zu treffen, scheint angesichts dessen immer schwieriger, auch jenseits von Beruf und Privatleben: Das übergroße Produktangebot in den Regalen irritiert mehr als die Hälfte der Frauen, unter ihnen besonders die jüngeren mit 58 %. Ältere Frauen stehen dem Überangebot deutlich gelassener gegenüber (35 %).

DIE ALLGEGENWÄRTIGE CHALLENGE

Vor allem jüngere Frauen (53 %) vergleichen sich immer und überall mit anderen Frauen. Das Konkurrenzgefühl ist omnipräsent. Und mit ihm das unumstößliche Gefühl, dass die anderen besser sind, hübscher, schlanker, die schöneren Haare haben oder die cooleren Klamotten. Ein Viertel der Frauen achtet bei anderen Frauen auf das Erscheinungsbild der Haut, jüngere Frauen sogar zu 28 %.

Aspekte, auf die Frauen bei anderen Frauen zuerst achten*



Die Challenge findet offline wie online statt. Hier fällt auch die enge Teilhabe am Leben der Anderen via Social Media ins Gewicht, die für 45 % der jüngeren Frauen fester Bestandteil des Lebens sind. In Zeiten von Instagram & Co. wird nichts mehr getan, als taxiert, bewertet und Maß genommen. Ein Leben mit Filter: Die im Netz zur Schau gestellte, vermeintliche Perfektion verstärkt noch die Unsicherheit der Frauen – und dies in allen Altersgruppen. Rund drei Viertel der befragten Frauen stimmen dem zu.

Der ständige Vergleich im wirklichen wie im digitalen Leben, der Drang zur Selbstoptimierung und Perfektion – drei Viertel der Frauen, besonders den jüngeren, macht das zu schaffen. In Hamburg sind es sogar 80 %. 79 % der jüngeren Frauen geben an, dass dies zu Unzufriedenheit führe. Kein Wunder, wenn die Zufriedenheit mit dem eigenen Körper und der Figur das Top Thema für die eigene Selbstsicherheit ist.

Tina Wolf
Eucerin Deutschland
Beiersdorf AG

tina@tina-wolf.com
www.eucerin.de/presse

Pressestelle
Eucerin c/o Weber Shandwick

Barbara Bossmann
bbossmann@webershandwick.com | Eucerin Presse Team
089 / 38 01 79 - 33 | eucerin@webershandwick.com

Eucerin®



Statt sich auf eigene Stärken und positive Seiten zu konzentrieren, suchen Frauen, wie die Studie zeigt, den Vergleich und tendieren dazu, sich selbst viel zu kritisch zu beurteilen. Dabei ginge es doch leichter: Der eigenen Person mehr Wertschätzung entgegen zu bringen und sich vom Urteil anderer unabhängig zu machen, wäre ein wichtiger Schritt hin zu einem gestärkten Selbstwertgefühl.

IN WELCHE RICHTUNG ABBIEGEN?

Was tun junge Frauen angesichts dieses Gefühls der Orientierungslosigkeit, Unverbindlichkeit und Unsicherheit? Sie suchen sich Rat von anderen. Mit 21 % stehen weibliche Vorbilder in der Familie hoch im Kurs, aber auch „gestandene weibliche Biografien“ mit Lebenserfahrung und beruflichem Erfolg, Selbstständigkeit und Authentizität aus Politik, Wirtschaft und den Medien gelten als wertvolle Vorbilder. Angela Merkel, Sahra Wagenknecht, Heidi Klum, Angelina Jolie und Barbara Schöneberger werden genannt, wenn es um persönliche Vorbilder geht.

Frauen profitieren ganz nach Bedarf von ihrem persönlichen Ratgeber-Management: Wenn es um die Auswahl von Produkten und deren Wirkung geht, suchen junge Frauen gern Rat bei Empfehlern: bei Ärzten, Apothekern oder Influencern. Starke Marken bieten eine gute Hilfestellung, wenn es um die Entscheidungen geht, dem stimmen 65 % der Gesamtbefragten zu.

ENTSPANNT ALTERN

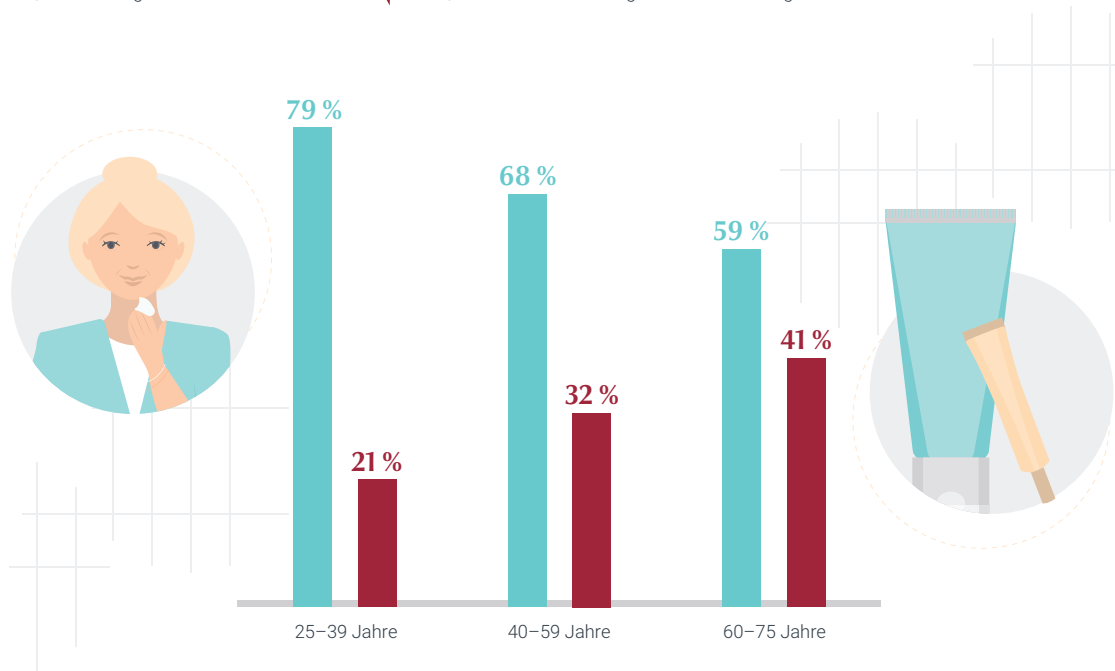
Egal in welchem Alter, für 58 % der Frauen ist das wichtigste Kriterium für das Selbstbild die Zufriedenheit mit dem eigenen Körper und der Figur. Eine gute Ausstrahlung ist die entscheidende Voraussetzung für ein positives Selbstwertgefühl.

Und das hat für Frauen in Deutschland gar nicht unbedingt mit dem Alter zu tun. 62 % der Befragten geben an, dass Wohlfühlen keine Frage des Alters ist. Je älter die Frauen, desto mehr von ihnen bestätigen das.

Frauen stehen dem Alter offensichtlich entspannt gegenüber. 86 % meinen nicht, ständig jünger aussehen zu müssen, als sie wirklich sind. Nur 17 % denken, dass Schönheitsoperationen Menschen helfen können, sich besser zu fühlen. Generell stehen Jüngere Schönheits-OPs offener gegenüber, Älteren darf man das Alter auch ansehen.

■ Ja, ich tue mir gerne etwas Gutes

■ Nein, für mich stellt sie lediglich eine Notwendigkeit dar



HAUTPFLEGE IST WELLNESS

Sich wohlfühlen in der eigenen Haut, dazu trägt die Hautpflege als entscheidendes Mittel bei. Aber: lange Beauty-Sessions im Bad? Kein Thema! Im Durchschnitt verbringt eine Frau 26 Minuten täglich mit der Pflege mit Gesichts-, Haar- und Körperpflegeprodukten. Die meisten Frauen, nämlich 40 %, nehmen sich sogar nur bis zu 15 Minuten Zeit für ihre Schönheitspflege – gerade so lange wie die Tagesschau dauert. Für 39 % der Frauen nimmt die tägliche Beauty-Zeit bis zu 30 Minuten in Anspruch. Was zählt dabei: das Vergnügen oder die Pflicht? Jüngere Frauen wollen sich mit der täglichen Beauty-Routine etwas Gutes tun, ältere Frauen verstehen sie eher als Notwendigkeit.

ANTI-AGE-NEWBIES WERDEN JÜNGER

Ähnlich sieht es auch mit dem Thema Anti-Age aus. Für junge Frauen gilt sie eher als Wohlfühlpflege. Überhaupt widmen sich jüngere Frauen deutlich früher der ersten Anti-Age-Pflege, nämlich im Schnitt mit 27 Jahren. Ältere Frauen-Generationen griffen nach eigenen Angaben erst mit 50 Jahren zum Anti-Age-Tiegel. Eine spannende Entwicklung, die dafür spricht, dass Anti-Age-Pflege für Frauen heute einen ganz neuen Stellenwert einnimmt.

Was steht in Sachen Hautpflege konkret auf dem Plan? 55 % der jungen Frauen nutzen regelmäßig eine Anti-Age-Pflege, bei den älteren Frauen sind es erwartungsgemäß deutlich mehr, nämlich 81 %. Am häufigsten wird mit 76 % die Anti-Age-Nachtcreme verwendet, 68 % nutzen ein Anti-Age-Produkt für den Tag.

Unabhängig vom Thema Anti-Age ist es meist die Tagescreme, die bei der Hautpflege im Mittelpunkt steht. Vier von fünf Frauen nutzen sie regelmäßig. Die jüngeren verwenden zudem ein breiteres Pflegesortiment als ältere Frauen und greifen überdurchschnittlich häufig zu Reinigungsprodukten, Peelings und Masken.

Was das Budget für die Schönheitspflege angeht, wenden Frauen in Deutschland durchschnittlich knapp 33 Euro im Monat für Hautpflege und Kosmetik auf. Dabei sind Frauen in Mecklenburg-Vorpommern am großzügigsten und geben im Schnitt mit monatlich 43,84 Euro bundesweit am meisten aus. In Schleswig-Holstein wird am wenigsten für Hautpflege und Kosmetik investiert (26,75 Euro). Gerade vor Events, Partys, im Job oder vor dem Date ist Frauen die Schönheitspflege sehr wichtig. Im privaten Umfeld oder unter Freunden dagegen weniger. Die Mehrzahl der befragten Frauen legt Wert darauf, immer gepflegt auszusehen (83 %) und auf eine Kosmetikmarke, die sie nicht im Stich lässt (74 %).

Diese und viele weitere Fakten zum Thema vermittelt die aktuelle Studie „Was Frauen bewegt: Zwischen Perfektion und Orientierungslosigkeit – die Eucerin Frauenstudie 2020“. Im Rahmen der Studie wurden über 3.000 Frauen ab 18 Jahren in Deutschland online befragt. Die Studienergebnisse können über den unten aufgeführten Pressekontakt angefordert werden.

* Was Frauen bewegt: Zwischen Perfektion und Orientierungslosigkeit – die Eucerin Frauenstudie 2020. Online-Befragung, durchgeführt von Statista im Auftrag von Eucerin, 3.001 befragte Frauen ab 18 Jahren in Deutschland, November 2019.

Eucerin®: Dermatologisches Wissen für Ihre Haut

Wir fühlen uns wohl in unserer Haut, wenn sie strahlend und gesund ist.

Darum widmen wir von Eucerin® all unsere Leidenschaft und Expertise der Haut.

Wir entwickeln dermokosmetische Pflegeprodukte mit klinisch bewiesener Wirksamkeit, welche die Gesundheit der Haut schützen und erhalten.

Seit über 100 Jahren ist Eucerin® wegweisend in medizinischer Hautforschung und Innovation. Darum vertrauen uns heute Dermatologen, Apotheker und Anwender auf der ganzen Welt.

Tina Wolf
Eucerin Deutschland
Beiersdorf AG

tina@tina-wolf.com
www.eucerin.de/presse

Pressestelle
Eucerin c/o Weber Shandwick

Barbara Bossmann
bbossmann@webershandwick.com | Eucerin Presse Team
089 / 38 01 79 - 33 | eucerin@webershandwick.com

Eucerin®