



# Was Frauen bewegt

Die **Eucerin**® Frauenstudie 2021

# Inhalt





<b>VORWORT</b>	4
<b>DIE NEUE WEIBLICHKEIT</b> Selbstbestimmt und vielfältig	6
<b>DAS ICH UND DIE ANDEREN</b> Vergleiche – Inspiration oder Stress?	10
<b>WAS FRAUEN SELBSTSICHERHEIT GIBT</b> Faktoren und Grundlagen	16
<b>KONTAKTE PFLEGEN – UND SICH SELBST</b> Was weibliches Wohlbefinden ausmacht	18
<b>HAUTBILD + SELBSTBILD</b> Der Zustand der Haut als (Un-)Wohlfühlfaktor	28
<b>GUT FÜR DIE SEELE – SCHLECHT FÜR DIE HAUT?</b> Sonne und ihre Schattenseiten	34
<b>WAS FRAUEN BEWEGT</b> Die Eucerin Frauenstudie 2021 im O-Ton	36
<b>METHODIK</b>	38
<b>IMPRESSUM</b>	39

**Liebe  
Leser:innen!**

## **EIN KURZER RÜCKBLICK AUF 2020**

2020 war ein unglaublich herausforderndes Jahr, das uns Frauen in unseren unterschiedlichen Rollen und Aufgaben zwischen Familie, Beruf und Selbstbestimmung stark gefordert und sicher streckenweise überfordert hat.

Doch es gab auch Momente, die für Veränderung und Fortschritt standen – und immer mehr für eine stärkere weibliche Sicht auf die Dinge. Denn in dieser globalen Herausforderung waren und sind es insbesondere weibliche Führungspersönlichkeiten, die durch ihre Entscheidungen und ihr Handeln beeindruckt haben und damit viele alte, tief verwurzelte Ansichten über Führungskompetenzen infrage stellen.

## **DIE EUCERIN FRAUENSTUDIE 2021**

„Was Frauen bewegt – Die Eucerin Frauenstudie 2021“ beleuchtet einige der facettenreichen Aspekte des Frauseins und bringt Licht in die komplexen Wirkkräfte, die unser Verständnis von Weiblichkeit beeinflussen.

Die Ergebnisse dieser Studie haben mich tief bewegt: Zum einen konnte ich mein Selbstverständnis von moderner Weiblichkeit in den Ergebnissen wiederfinden, zum anderen war ich von einigen Ergebnissen enttäuscht und hätte mir von den befragten Frauen einen umfassenderen Blick auf den Facettenreichtum des Frauseins gewünscht.

Doch bei allem gilt meine Hochachtung jeder dieser starken Frauen, die an der Studie teilgenommen und Weiblichkeit auf ihre Weise ausgedrückt haben.

## **JEDE MENGE GESPRÄCHSSTOFF**

Nun befinden wir uns in einem weiteren schwierigen Jahr, in dem wir als Frauen versuchen, die vielfältigsten Herausforderungen unter einen Hut zu bekommen. Dabei kann es von Vorteil sein, sich von moderner Weiblichkeit inspirieren zu lassen und diese in ihren vielfältigen Ausdrucksformen kennenzulernen.

Unsere heutige Welt ist schnelllebig, vernetzt und von sozialen Medien geprägt. Der Impuls, uns mit anderen zu vergleichen, ist heute stärker denn je. Wir würden andere Frauen gerne als Kraft- und Inspirationsquelle erleben und bleiben dennoch oft mit einem Gefühl der Frustration zurück. „Vergleich ist der Dieb der Freude“, sagte Theodore Roosevelt. So weit sollten wir es nicht kommen lassen.

Lassen wir uns solidarisch voneinander lernen und uns gegenseitig ermutigen, was es bedeuten kann, eine Frau des 21. Jahrhunderts in Deutschland zu sein – frei und selbstbestimmt in der Wahl unserer Lebensschwerpunkte und im Ausdruck unserer Weiblichkeit.

„Was Frauen bewegt ...“ Das regt zu einem interessanten Dialog an. Dazu lade ich Sie herzlich ein.

Ihre Misel Ahom



**Misel Ahom,**

Global Director Diversity & Inclusion  
Beiersdorf AG

# DIE NEUE WEIBLICHKEIT

## Selbstbestimmt und vielfältig

### FRAU SEIN HAT VIELE FACETTEN

Frauen genießen die Fülle, die Bandbreite und die unterschiedlichen Ausprägungen von Weiblichkeit, die sie je nach Frauentyp, Lebensphase und Lebensphilosophie ausleben – oder spielerisch und situativ kombinieren.

### PERSÖNLICHKEIT

- Selbstbestimmtheit – dem eigenen Weg folgen
- Authentizität & Natürlichkeit
- Stärke & Selbstbewusstsein
- Mutter sein & Familie
- Kontinuierliche Weiterentwicklung & Veränderung



### ÄUSSERES ERSCHEINUNGSBILD

- Schönheit & Attraktivität zelebrieren
- Eleganz & Klasse
- Sinnlichkeit & Sexiness
- Anmut



### EIGENSCHAFTEN

- Wärme & Weichheit
- Empathie & Fürsorge
- Intuition & Achtsamkeit
- Verbundenheit & Solidarität

→ Manche dieser Aspekte verlieren oder gewinnen je nach Lebensphase an Bedeutung oder werden erst im Laufe des Lebens entdeckt!

# Die Vielfalt weiblicher Momente

**WELCHES SIND DIE AUGENBLICKE UND SITUATIONEN, IN DENEN SICH FRAUEN IHRER WEIBLICHKEIT BESONDERS BEWUSST SIND ODER IN DENEN SIE SICH BESONDERS WOHLFÜHLEN?**

„Gerade in meiner Rolle als Mutter fühle ich mich sehr weiblich ...“

Christine, 43, Berufsschullehrerin



Flirten



Weiblich anziehen;  
ausgehen



Stylen



Hautpflege

„Dabei fühle ich mich besonders weiblich“:



Mutter sein



(Weibliche Dinge) shoppen

„Einer meiner schönsten Momente von Weiblichkeit ist Dessous kaufen ...“

Cora, 31, Sozialpädagogin

# Weiblichkeit im Wandel

**FRAUEN SAGEN: DER BLICK UND DAS VERSTÄNDNIS VON WEIBLICHKEIT VERÄNDERN SICH STETIG — UND DIE GENERATIONEN LERNEN VONEINANDER.**



**RAUS AUS DEN STEREO-TYPISCHEN ROLLEN — ODER BEWUSST WIEDER REIN!**

Frauen brechen zunehmend aus tradierten Rollen aus. Gleichzeitig wenden sie sich selektiv einigen „frauentypischen Aktivitäten wieder zu – und zwar selbstbestimmt und mit Lust. Aber: Trotz Unterstützung durch die Männer tragen die Frauen häufig die Hauptlast in ihrer Doppelrolle (Familie & Beruf) – verschärft durch Corona.

„Frauen gehen entweder selbstbewusst in ‚Männerberufe‘ ... oder lernen wieder traditionelle Dinge wie Tomaten anbauen oder Marmelade selber machen – und zwar ganz bewusst.“

Nina Keller, 44, Expertin Frauen & Beauty



**WECHSELSPIEL ZWISCHEN MÜTTERN UND TÖCHTERN**

Mütter geben ihre Vorstellung von Weiblichkeit weiter: Die Töchter sollen selbstbestimmt ihren Weg gehen – dabei ihre Weiblichkeit ausleben, ohne aufreizend zu wirken. Töchter wiederum, häufig inspiriert von sozialen Medien, bringen ihren Müttern neue Facetten von Weiblichkeit nahe.

„Dann sagt meine 14-jährige Tochter zu mir, »Mama, schmink dich doch mal richtig«.“

Christine, 43, Berufsschullehrerin

„Meine Mutter hat sich immer gewünscht, dass ich ein Kleid anziehe – aber zu kurz durfte es auch nicht sein ...“

Lara, 26, IT-Recruiter



**ZUSÄTZLICHE GESELLSCHAFTLICHE VERÄNDERUNGEN**

Darüber hinaus prägen und verändern gesellschaftliche Entwicklungen das Bild von Weiblichkeit in ganz unterschiedliche Richtungen. Zum Beispiel:



Perfektionismus



Politischer Diskurs



Aktivist:innen

# Weibliche Vorbilder

## STARK. SCHÖN. DIVERS.

Frauen vereinen viele verschiedene Facetten und auch vermeintliche Widersprüche in sich. Das zeigen auch die inspirierenden Vorbilder:



### ANGELA MERKEL

Stärke mit Ruhe

- Stark, souverän, unaufgeregt
- Mutter der Nation mit Weitblick
- Als Frau in einer Männerwelt
- Neutralisiert ihre Weiblichkeit



### MICHELLE OBAMA

Stark und feminin

- Souverän, charmant
- Starke Ausstrahlung
- Mission: kämpft für Frauenthemen
- Nie im Schatten ihres Mannes

### ASHLEY GRAHAM

Love your body

- Kurvig, selbstbewusst, wunderschön
- XXL-Model mit Stolz
- Zelebriert Body-Positivity
- Zeigt sich auch „ungeschönt“



### BARBARA SCHÖNEBERGER

Die „Vollblut-Frau“

- Erfolgreich, laut, lebenslustig
- Feiert Kurven, Haare & Dekolleté
- Humorvoll und selbstironisch
- Solidarisch mit anderen Frauen



„Jede kann auf eine andere Weise weiblich sein. Egal ob lange oder kurze Haare. Groß oder klein. Dick oder dünn. Ob operiert oder natürlich. Jede ist für sich, auf eine bestimmte Art, weiblich. Das zeigen auch ganz viele Menschen in der Öffentlichkeit.“

Susi, 33, Sachbearbeiterin im Investorenbusiness

# DAS ICH UND DIE ANDEREN

## Vergleiche: Inspiration oder Stress?

### VERGLEICHE ZWISCHEN FRAUEN

Egal ob in den (sozialen) Medien, im Beruf oder im privaten Umfeld – jede Frau begegnet täglich vielen anderen Frauen. Ob es dabei zu einem Moment des Vergleichens kommt, hängt von der Persönlichkeit und der Situation ab. Insgesamt geben **gut ein Drittel aller Frauen** an, sich häufig oder sehr häufig mit anderen zu vergleichen. Dabei gibt es klare Unterschiede bei den Altersgruppen:

„Beim Vergleichen ist es zunächst ein ganz neutrales Schauen – ich würde es gar nicht in positiv/negativ einclustern. Erst dann geht es in die Bewertung.“

Julia Sperling-Behne, 37,  
Coach für Frauen und Mütter



ICH VERGLEICHE MICH (SEHR) OFT MIT ANDEREN FRAUEN:



# Vergleiche wirken – aber wie?

**OB SICH FRAUEN NACH EINEM VERGLEICH SCHLECHTER, BESSER ODER UNVERÄNDERT FÜHLEN, HÄNGT MASSGEBLICH VON 4 FAKTOREN AB:**



Während sich ein **knappes Drittel** aller jüngeren Frauen nach einem Vergleich tendenziell schlechter fühlt, führen Vergleiche unter den reiferen Frauen viel seltener zu schlechten Gefühlen.

**NACH VERGLEICHEN FÜHLE ICH MICH EHER SCHLECHTER:**



# Das Oberflächliche erfassen

## DER ERSTE (AUGEN-)BLICK

Es gibt viele Bereiche, in denen Frauen sich vergleichen – dabei geht es zuerst um Aspekte, die sofort „ins Auge“ fallen.

## BEIM VERGLEICH MIT ANDEREN FRAUEN: WAS FÄLLT IHNEN ALS ERSTES AUF? MEISTGENANNT ANTWORTEN\*



**52%**  
Körper/Figur



**40%**  
Haare/Frisur



**38%**  
Kleidung

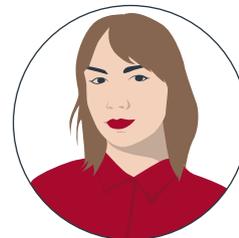


**18%**  
Hautbild

VERSTÄRKEN



**54%**  
Ausstrahlung/Charisma



**51%**  
Auftreten/Wirkung/  
Selbstbewusstsein

„Natürlich vergleichen sich Frauen ... Man begegnet sich ja erst mal über das Äußerliche ... Körper ... Kleidung ... Gesicht, das ist ja erst einmal großflächig und kommt einem entgegen.“

Dr. Natascha Haehling von Lanzener, 56,  
Expertin Konsumforschung

# Das Verborgene entdecken

## DER BLICK HINTER DIE KULISSEN

In den Gesprächen zeigt sich deutlich, dass Frauen hinter die Fassade schauen und sich auch auf anderen, tieferen Ebenen vergleichen.



„Bei Frauen in meinem Umfeld geht es um viel mehr als nur um das Aussehen ... da geht es um Karriereerfolge, Präsenz, Missionen und Visionen.“

Henrike Redecker, 40, PR-Beratung für Frauen

„Ich bin neugierig darauf, wie andere Frauen ihr Leben meistern, was sie erlebt haben und wie sie damit umgehen.“

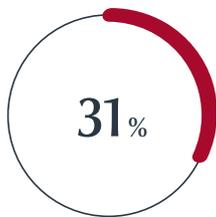
Susanne, 66, Lehrerin & Künstlerin

# Warum sich Frauen vergleichen

## VERGLEICHE UNTER FRAUEN HABEN VIELE GRÜNDE:

Neugierde. Die Hoffnung auf Anregungen zur Selbstoptimierung. Die Suche nach Orientierung. Inspiration für das eigene Leben oder auch schlicht die Bestätigung: „Hey, die anderen sind auch nicht perfekt ...“

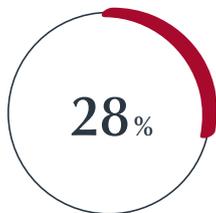
## WARUM VERGLEICHEN SIE SICH? TOP-4-GRÜNDE, DIE GENANNT WURDEN\*



Ich lasse mich gerne von anderen Frauen inspirieren.



Ich bin neugierig.



Um herauszufinden, ob andere Frauen auch nicht perfekt sind.



Als positiven Ansporn, um mich zu verbessern.

„Mit 20 war ich auch nie happy und hab mich immer verglichen ... und verstellt. Aber dann habe ich aufgehört, den falschen Idealen hinterherzurennen.“

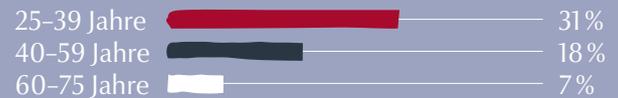
Charlotte, 38, Eventmanagerin

„Jüngere Mädels sehen eher den Gap nach oben – sie suchen sich einen idealen Benchmark, der unerreichbar hoch ist.“

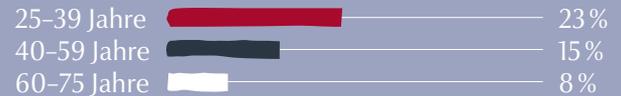
Katrin Krüger, 34, Expertin Gen Y/Gen Z

## INSBESONDERE DIE JÜNGEREN GEBEN UNSICHERHEIT UND EIGENE UNZUFRIEDENHEIT ALS WEITERE GRÜNDE FÜR EINEN VERGLEICH AN.

Ich bin unzufrieden mit mir selbst.\*\*



Ich bin wenig selbstsicher.\*\*



Ich möchte herausfinden, ob ich besser abschneide als andere.\*\*



# Je jünger, desto kritischer Je älter, desto entspannter

## **GENERELL GILT:**

Jüngere Frauen sind unsicherer, kritischer mit sich selbst und anderen. Neid und Druck sind häufig das Ergebnis.

## **JE REIFER DIE FRAUEN,**

desto selbstsicherer, wohlwollender und gönnender werden sie im Vergleich mit anderen Frauen.



25–39 Jahre

## **ICH BIN AUF DER SUCHE NACH MIR SELBST.**

Bei jüngeren Frauen geht es beim Vergleichen eher um Orientierung und Selbstfindung. Sie sehen sich deshalb häufiger in Konkurrenz zu anderen Frauen (um Aussehen, den besten Job, Partner, Lifestyle). Dies wird befeuert durch inszenierte Perfektion, Makellosigkeit und unerreichbare (Schönheits-)Ideale vor allem in den sozialen Medien.

40–59 Jahre

## **ICH HABE MICH GEFUNDEN UND FÜHLE MICH VERBUNDEN.**

Hier finden Frauen mehr und mehr zu sich selbst. Sie kennen ihre Stärken und Talente, akzeptieren ihre Schwächen und sehen diese nicht mehr als Mangel. Andere Frauen werden zunehmend als Verbündete betrachtet.

60–75 Jahre

## **ICH GENIESSE, WER ICH BIN UND NOCH WERDEN KANN.**

Mit zunehmendem Alter und zunehmender Reife werden Frauen bei Vergleichen immer gelassener. Sie lassen sich – aus der Sicherheit der eigenen Mitte heraus – von anderen Frauen vor allem inspirieren. Und entscheiden bewusst, ob und was sie dabei für sich übernehmen – und was nicht.

# WAS FRAUEN SELBSTSICHERHEIT GIBT

## Faktoren und Grundlagen

WAS MACHT FRAUEN SELBSTSICHER?  
DIE 4 F DER SELBSTSICHERHEIT \*



**57%**

Finanzielle Unabhängigkeit/  
eigenes Einkommen



**56%**

Fähigkeiten & Talente



**50%**

Figur & Körper



**49%**

Freundschaft & Beziehungen



\* Mehrfachnennungen möglich.

**AUCH HIER GIBT ES UNTERSCHIEDE BEI DEN ALTERSGRUPPEN:**

Bei den jungen Frauen (25 bis 39) leisten eine glückliche Beziehung (56 %) sowie die Zufriedenheit mit dem eigenen Körper/Aussehen (55 %) einen größeren Beitrag zur Selbstsicherheit – und sind für sie genauso wichtig wie das eigene Einkommen (55 %).

Insbesondere für die älteren Frauen der Nachkriegsgeneration (60 bis 75), die die klassische Rollenverteilung erlebt haben, zählen finanzielle Unabhängigkeit (63 %) und die eigenen Fähigkeiten (63 %) viel stärker als bei den Jüngeren auf die Selbstsicherheit ein.



# Persönliche Erfahrungen und Gemeinschaftsgefühl

„Selbstsicherheit kommt von den gesammelten positiven Erfahrungswerten und durch die positive Verstärkung auch von anderen. Ich habe mir im Leben viel von Frauen abgeguckt – als Inspiration.“

Renate, 73, Rentnerin / Hochschulsekretärin

## SICHERHEIT DURCH INNERE STÄRKE

Viele Frauen bestätigen uns im Tiefengespräch: Die eigene Biografie trägt maßgeblich zur eigenen Selbstsicherheit bei, wie Frauen als Heranwachsende geprägt und ermutigt werden, welche Mission sie verfolgen, welche Erfolge sie haben und wie sie mit Misserfolgen oder Schicksalsschlägen umgehen. Dadurch entwickeln sie Selbstvertrauen, Resilienz und Mut – alles Faktoren, die die eigene Selbstsicherheit weiter stärken.

„Ich hab mir ein eigenes Mantra gesetzt: »Es wird schon gut werden, und ich werde schon irgendwas aus der Situation machen.« Dann sag ich mir »Augen zu und durch«, und ich werde was draus lernen.“

Jeanine, 37, Choreografin

## SICHERHEIT DURCH VERBUNDENHEIT UND AUSTAUSCH

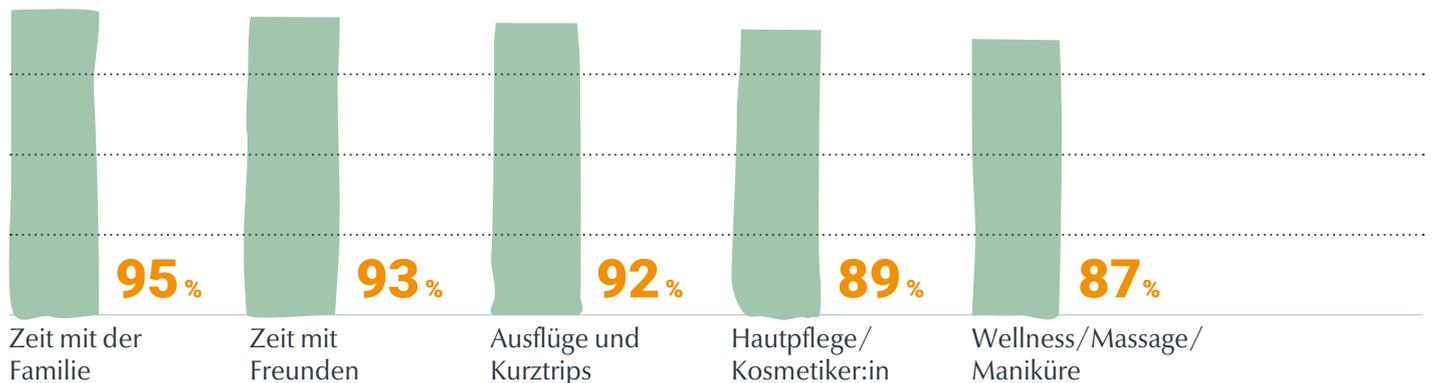
Aber auch das Austauschen und Teilen von ähnlichen (Lebens-)Erfahrungen mit anderen Frauen gibt Sicherheit. Egal ob es um Herausforderungen im Beruf, Muttersein, Trennungen oder Krankheiten geht – sich nicht allein, sondern verbunden zu fühlen erhöht das Gefühl von Selbstsicherheit.



# KONTAKTE PFLEGEN – UND SICH SELBST

## Was weibliches Wohlbefinden ausmacht

### WAS ZUM WOHLBEFINDEN BEITRÄGT \*



„Viel von dem Geld, was ich verdiene, investiere ich in mich: berufliche Weiterbildung, teurer Haarschnitt, Kosmetik und Hautpflege, Yoga-Stunden, Klamotten, Abendessen, das ist wie eine Investition in die Beziehung zu mir selbst.“

Antje, 40, Sozialpsychologische Beraterin

### ZEIT FÜR ANDERE – UND ZEIT FÜR SICH

Gemeinsame Zeit mit Familie und Freunden zu verbringen ist für fast alle Frauen der essenzielle Wohlfühlfaktor schlechthin. Aber: Hautpflege und Wellness tragen fast genauso stark zum persönlichen Wohlbefinden bei!

# Mehr Indoor-Pampering als Outdoor-Make-up

Viele Aktivitäten und Kontakte mit anderen Menschen sind aufgrund der Einschränkungen in Coronazeiten nur bedingt möglich – im privaten wie auch im beruflichen Umfeld.

Trotz aller negativen Konsequenzen und erhöhtem Stress (z. B. durch Homeoffice, Kurzarbeit, Homeschooling etc.) gewinnen Frauen den Einschränkungen auch positive Aspekte ab.



„In der Coronazeit hab ich mir einen Tag in der Woche genommen und angefangen, mir Gesichts- und Fußmasken zu machen. Das habe ich lieben gelernt.“

Jeanine, 37, Choreografin

**FÜR VIELE BEDEUTET DAS:**

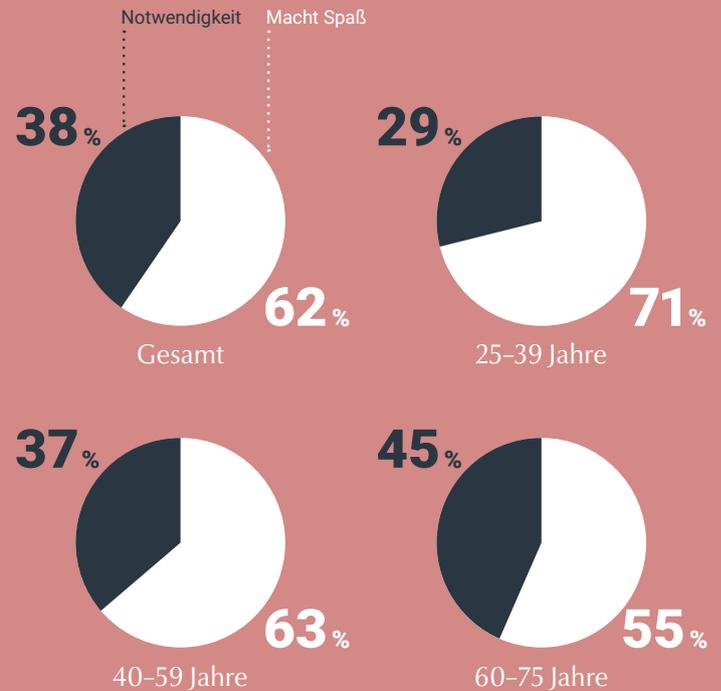
Hautpflege wird zur neuen Wohlfühloase!

- Ausgiebige Rituale
- Spaß & Zeitvertreib
- Detox & Destress
- Sich verwöhnen



# Hautpflege: Notwendigkeit oder Vergnügen?

Generell bringt es Frauen Spaß, Zeit mit der Hautpflege – von der täglichen Routine bis zu zeitintensiveren Ritualen – zu verbringen. Ausnahme sind Frauen mit Hautproblemen! Für sie steht die Notwendigkeit von Hautpflege im Vordergrund und deutlich vor dem „Spaßfaktor“.



## Aber Spaß bedeutet unterschiedliche Dinge:

### FÜR DIE JÜNGEREN Z. B.:

- Ausprobieren und neue Produkte & Marken entdecken
- Aufregende Inhaltsstoffe, Texturen & Düfte
- Verspielte Verpackungen



### FÜR DIE ÄLTEREN Z. B.:

- Hochwertigere & exklusivere Produkte
- Zeitintensivere Rituale
- Mehrstufige Systempflege
- Kosmetische Behandlungen



# Gute Haut kommt nicht von alleine

**VIEL PFLEGE UND VIEL FLÜSSIGKEIT  
— DAMIT UNTERSTÜTZEN FRAUEN DIE  
GESUNDHEIT UND SCHÖNHEIT IHRER  
HAUT: \***



**73%**  
Haut pflegen



**72%**  
Viel trinken



**30%**  
Kein Alkohol



**40%**  
Sonnenschutz

## **DAS GEFÜHL, ETWAS TUN ZU MÜSSEN,**

steigt mit zunehmendem Alter: Die natürlichen Zeichen der Hautalterung (Falten, Kontur- und Elastizitätsverlust, altersbedingte Pigmentflecken etc.) werden sichtbar. Frauen greifen dann häufiger zu leistungsfähigeren Produkten oder Behandlungen.

„Ich dachte bislang, meine Haut macht das alleine. Aber wenn man älter wird, muss man mehr auf sich und seine Haut achten.“

Christine, 43, Berufsschullehrerin

„Hautpflege ist ein Zeichen dafür, dass man sich nicht gehen lässt, dass man auf sich achtet, dass man sich selber liebt. Und es nicht nur dem Körper, sondern auch der Seele gut gehen lässt.“

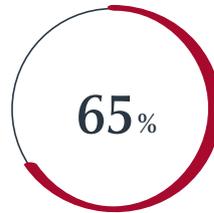
Charlotte, 38, Eventmanagerin

# Hautgefühl und Lebensgefühl



## WIE ZUFRIEDEN SIND FRAUEN MIT IHRER HAUT?

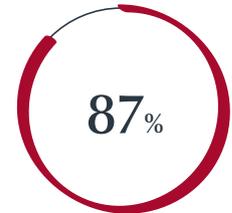
- 77 % der befragten Frauen fühlen sich damit generell wohl.
- Die Zufriedenheit steigt mit dem Alter.



25-39 Jahre



40-59 Jahre



60-75 Jahre

## EIN GUTES ODER SCHLECHTES HAUTGEFÜHL HAT AUSWIRKUNGEN AUF DAS EIGENE LEBENSGEFÜHL, VOR ALLEM IN DER SOZIALEN INTERAKTION:

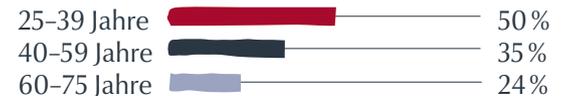
Mein Hautgefühl beeinflusst mein Selbstbewusstsein.



Mein Hautgefühl wirkt sich auf mein Verhalten beim Dating aus.



Mein Hautgefühl wirkt sich auf mein Verhalten in einer Partnerschaft aus.



Ich schäme mich, wenn meine Haut nicht makellos ist.



Ich habe das Gefühl, dass andere mich anstarren, sobald meine Haut nicht makellos erscheint.



# Reinigung und Pflege

## EINSTELLUNGEN UND VERHALTENSWEISEN

- Körperhygiene besitzt den höchsten Stellenwert.
- Körperpflege folgt knapp dahinter.
- Für die tägliche Reinigung und Pflege haben die meisten Frauen eine gleichbleibende Routine.
- Besonders die jungen Frauen versprechen sich eine bessere Wirkung, wenn Produkte von Arzt/Ärztin oder Apotheker:in empfohlen werden.

Körperhygiene hat für mich einen hohen Stellenwert.



Körperpflege hat für mich einen hohen Stellenwert.



Ich habe eine tägliche Routine, die ich bei der Körperreinigung und -pflege befolge.



Bei Hautpflegeprodukten, welche mir von der/dem Hausärztin/Hausarzt oder Apotheker:in empfohlen werden, verspreche ich mir eine bessere Wirkung.



## CORONA-AUSWIRKUNGEN

Das Reinigungs- und Pflegeverhalten hat sich in der Pandemie verändert – besonders bei älteren Frauen.

Seit Corona ist Händewaschen in unserem Haushalt viel wichtiger und wird häufiger gemacht.



Seit Corona gehört das Eincremen der Hände für alle Haushaltsmitglieder dazu.



# Hautpflege als Erlebnis für alle Sinne

**BEI DER HAUTPFLEGE GEHT ES SELTEN NUR UM EINEN ASPEKT, SONDERN UM EIN FACETTENREICHES UND MULTISENSORISCHES ZUSAMMENSPIEL!**



## AUSSEHEN

Hautpflege ist sichtbar: beim Blick in den Spiegel – und zwar von der Anwendung bis zum Resultat. Sie ist der erste wichtige Schritt zur Verschönerung, (meist) gefolgt von der zweiten Verschönerungsstufe, dem Make-up.



## BERÜHREN + FÜHLEN

Die Sinnlichkeit der Selbstberührung beim sanften Reinigen, kreisenden Eincremen oder leichten Einklopfen ist ein bedeutendes Element. Nicht nur angenehm, beruhigend und meditativ – sondern auch erfrischend und belebend.



## DUFT

Hautpflege spricht die olfaktorischen Sinne an. Der angenehme Duft verstärkt dabei das Gefühl des Verwöhnens.

Pflegeprodukte mit sinnlichen Eigenschaften, sanften Texturen, ästhetischen Verpackungen und einem leichten Duft machen Hautpflege zum Verwöhn-Ritual.



# Wirkung als Grundvoraussetzung

**NEBEN DEN VIELFÄLTIGEN ANWENDUNGSASPEKTEN GEHT ES BEI HAUTPFLEGEPRODUKTEN IM KERN NATÜRLICH UM PERFORMANCE.**

Abhängig von Hauttyp, Hautproblemen, Alter, eigenem Anspruch oder Eitelkeit geht es den Anwenderinnen konkret um:

## **GESUNDE HAUT ERHALTEN**

- Feuchtigkeit spenden
- Natürliche Hautfunktionen unterstützen
- Haut schützen (Sonne, Zeichen der Hautalterung)

## **HAUT VERSCHÖNERN**

- Hautbild verbessern
- Look boosten (z. B. Glow)
- Pigmentflecken mildern

## **HAUTPROBLEME LINDERN + LÖSEN**

- Akute Hautprobleme/ Irritationen beseitigen
- Langfristig die Haut ins Gleichgewicht bringen

## **HAUTALTERUNG BEKÄMPFEN**

- Falten mindern
- Altersflecken aufhellen
- Haut straffen
- Elastizität stärken



# Sich in seiner Haut wohlfühlen

Für viele Frauen sind Hautpflege und Hautpflegerituale ein Akt der Selbstzuwendung, ein Ausdruck von Selbstachtung und Selbstliebe. Für Frauen mit echten Hautproblemen dagegen ist Hautpflege fast eine Lebensnotwendigkeit. Physisches und psychisches Wohlbefinden treffen bei der Hautpflege zusammen:

„Wenn man sich wohler fühlt in der eigenen Haut, wenn die Haut nicht spannt ... dann muss man sich keine Gedanken machen und kann sich auf schönere Sachen konzentrieren. Das gibt einem auch Selbstbewusstsein.“

Lara, 26, IT-Recruiter



**KÖRPERLICHES  
WOHLBEFINDEN**

Die Redewendung  
„Ich fühle mich  
wohl in meiner Haut“  
bekommt in der  
Realität eine tiefere  
Doppelbedeutung.



**SEELISCHES  
WOHLBEFINDEN**

# Sich im Leben wohlfühlen

Je wohler Frauen sich in ihrer Haut fühlen – und zwar physisch wie psychisch –, desto selbstsicherer und selbstbewusster werden sie.



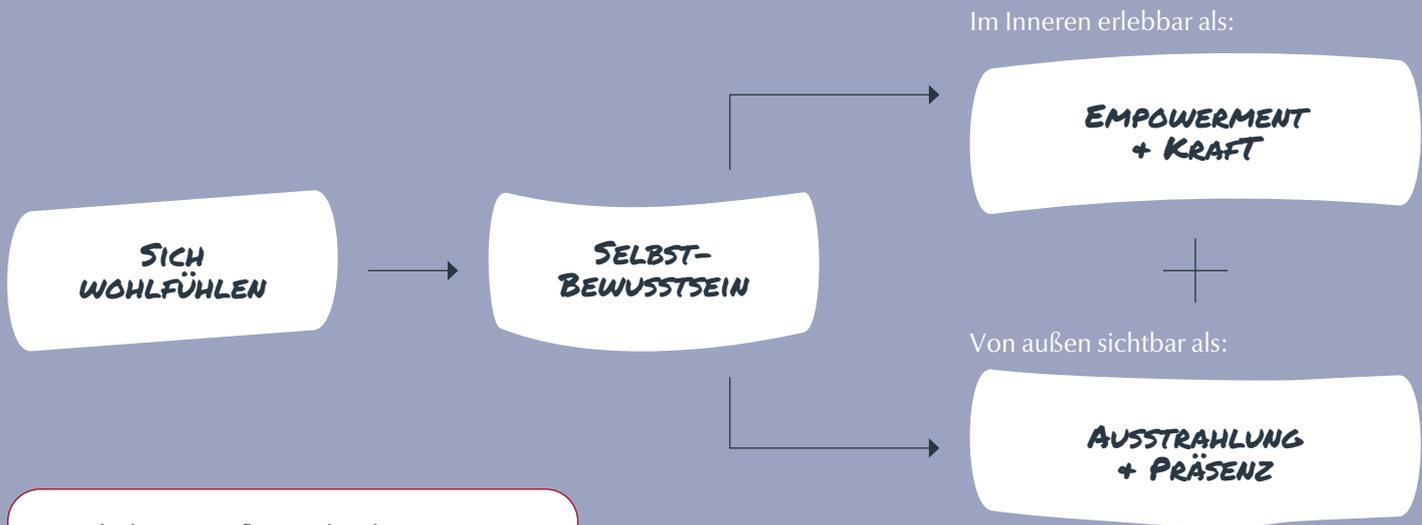
## FRAUEN OHNE HAUTPROBLEME

fühlen sich schöner und attraktiver.



## FRAUEN MIT SICHT- UND FÜHLBAREN HAUTPROBLEMEN

erleben Wohlfühlen als Befreiung: Die Haut dominiert nicht mehr den Tag und zieht nicht mehr alle Aufmerksamkeit (die eigene und die der Außenwelt) auf sich. Und das führt zu echter innerlicher und äußerlicher Entspannung!



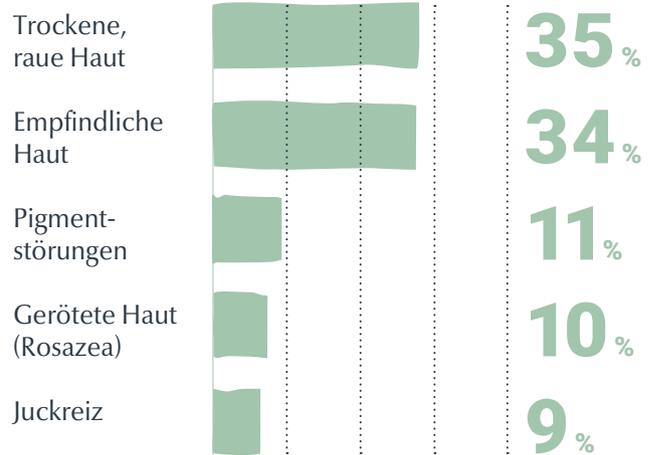
„Nach der Hautpflege oder der Kosmetikerin sieht man anders aus, und dann hat man ein anderes Auftreten, eine andere Ausstrahlung.“

Kerstin Hardt, 46, Expertin & Lifecoach für Stressmanagement

# HAUTBILD + SELBSTBILD

## Der Zustand der Haut als (Un-)Wohlfühlfaktor

### WAS SIND DIE HÄUFIGSTEN HAUTBILDER BEI FRAUEN: \*



### ZWEI HAUTZUSTÄNDE DOMINIEREN:

Trockene, raue Haut

+

Empfindliche Haut

=

$\frac{2}{3}$



Vor allem junge Frauen sind in den Top-2-Problemfeldern vertreten.

\* Mehrfachnennungen möglich.

# Welche Hautprobleme und Symptome belasten Frauen am meisten?

- Für 4 von 5 Frauen ist Juckreiz die Nummer-1-Belastung.
- Ungefähr jede 2. Frau empfindet trockene & raue bzw. empfindliche Haut als belastend.
- Die jüngeren Frauen fühlen sich vor allem durch äußerlich sichtbare Hautprobleme unter Druck.



## Juckreiz



## Trockene, raue Haut



## Gerötete Haut



## Pigmentstörung



## Sonnenallergie / Mallorca-Akne



## Empfindliche Haut



# Ein Thema für alle: Hautalterung

## SICHTBARE ZEICHEN DER HAUTALTERUNG



### Augenpartie

Fast ein Drittel der jungen Frauen stören Falten an den Augen am meisten.



### Gesichtskonturen

Für Frauen über 40 ist der Verlust an Elastizität das größte Problem.



### Hände

Alternde Haut an den Händen gehört zu den 4 Zeichen der Hautalterung, die Frauen am meisten stören. Und gerade ältere Frauen halten Altersflecken auf den Händen für schlimmer als im Gesicht.



„Gerade für Frauen stellt sich oft die Frage – wie schaffe ich es so zu altern, dass ich meiner Weiblichkeit und Attraktivität gerecht werde ...“

Dr. Natascha Haehling von Lanzeneuer, 56,  
Expertin Konsumforschung

## WELCHE ZEICHEN DER HAUTALTERUNG STÖREN SIE BEI SICH AM MEISTEN? TOP-4-NENNUNGEN: \*

### Falten um die Augen



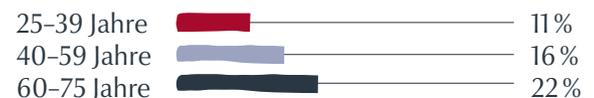
### Verlust an Elastizität der Haut



### Schlaffe Haut



### Alternde Haut an den Händen



\* Mehrfachnennungen möglich.

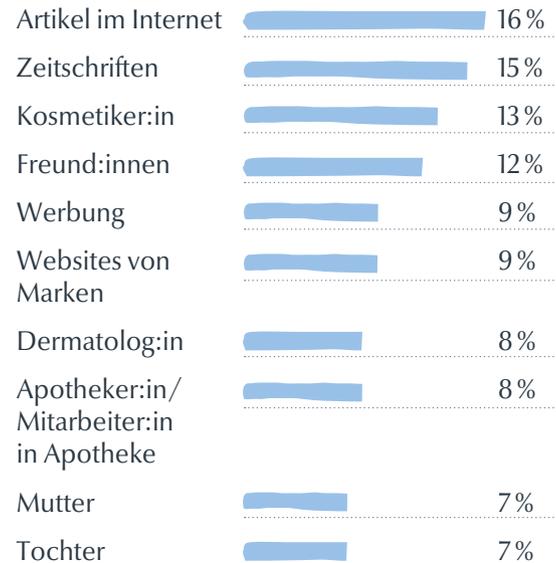
# Wo Frauen nach Lösungen suchen

## INFORMATIONSQUELLEN ZUM THEMA HAUTALTERUNG

Internetartikel sind die Hauptinformationsquelle für Anti-Aging, gefolgt von Zeitschriften und Kosmetikerinnen. Aber auch das enge Umfeld dient als vertrauensvolle Ratgeberquelle: Top 4 Freundinnen, Top 9 Mutter, Top 10 Tochter.



## VON WEM LERNEN SIE AM MEISTEN ÜBER ANTI-AGING-PFLEGE? TOP-10-NENNUNGEN: \*



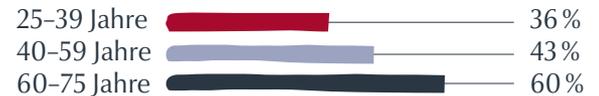
„Es muss effizient und effektiv sein. Gerade bei den Damen, die erfolgreich sind. Neben Anwendungen bei der Kosmetikerin sind die Ampullen toll – aufmachen, ins Gesicht, einklopfen und fertig.“

Kerstin Hardt, 46, Expertin & Lifecoach für Stressmanagement

# Einstellungen zum Älterwerden

**ÜBER DIE HÄLFTE DER FRAUEN WOLLEN NICHT, DASS MAN IHNEN IHR ALTER ANSIEHT. DOCH GIBT ES DABEI GROSSE UNTERSCHIEDE ZWISCHEN JÜNGEREN UND ÄLTEREN:**

**MEIN ALTER DARF MAN MIR RUHIG ANSEHEN**



Nur 36% der 25- bis 39-Jährigen erklären, dass man ihnen ihr Alter ansehen darf.

36%



60%

Bei den 60- bis 75-Jährigen haben 60% nichts dagegen, wenn man ihr Alter sehen kann.

- Man ist nur so alt, wie man sich fühlt: Für 67% hat das Lebensgefühl nichts mit dem Alter zu tun.
- 44% der Frauen sagen, dass sie sich wohler fühlen als vor 10 Jahren.
- 87% der Frauen wollen das Beste aus sich machen: das heißt nicht unbedingt jünger aussehen.
- Coronabedingt sinkt der (subjektive) Druck, jünger aussehen zu müssen.

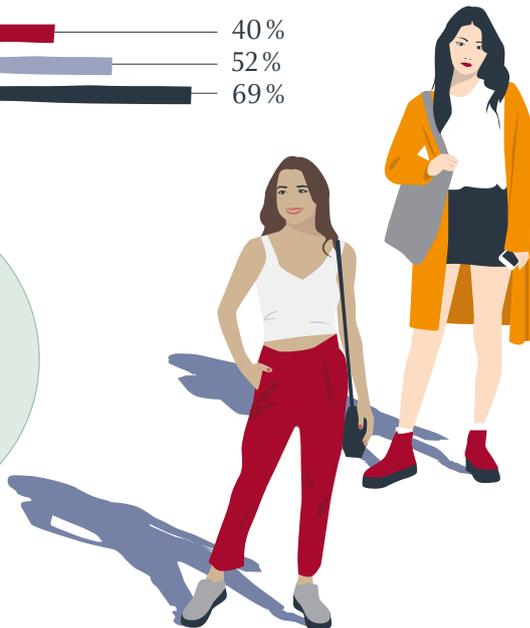
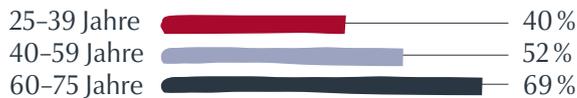


# Schönheits-OP als Option?

**94% DER FRAUEN SAGEN: „ICH PFLEGE MICH VOR ALLEM FÜR MICH SELBST.“ UND WIE STEHEN FRAUEN ZU SCHÖNHEITSOPERATIONEN?**

Tatsächlich ist das Verhältnis von Frauen, für die eine Schönheits-OP infrage oder nicht infrage kommt, insgesamt eher ausgeglichen: Die größere Unsicherheit der Frauen unter 40 führt in dieser Gruppe zu größerer Akzeptanz, dagegen lehnen die über 60-Jährigen die Möglichkeit mehrheitlich ab.

**FÜR MICH SELBST KOMMEN SCHÖNHEITSOPERATIONEN NICHT INFRAGE.**



„Ich tue etwas für mich und meine Haut. Ich möchte auch was erhalten – auch vorsorglich, auch um mir selber nichts vorwerfen zu müssen.“

Renate, 73, Rentnerin/Hochschulsekretärin

„Das Gesicht ist wie das Aushängeschild für die Persönlichkeit – deswegen spielt Haut so eine große Rolle. Inzwischen fangen die Mädels schon in den 20ern an sich zu botoxen, damit sie keine Falten kriegen mit 30 – die Prävention hat sich viel mehr nach vorne verlagert. Es ist ein Spiegelbild des Lifestyles.“

Katrin Krüger, 34, Expertein Gen Y / Gen Z

# GUT FÜR DIE SEELE – SCHLECHT FÜR DIE HAUT

## Sonne und ihre Schattenseiten

### SONNE SCHENKT LEBENSFREUDE

Die überwiegende Mehrheit verbindet mit Sonne zunächst einmal ein überaus positives Lebensgefühl.

In der Sonne zu sein bringt mir Energie.



In der Sonne zu sein bedeutet Spaß und gute Laune.



In der Sonne zu sein bedeutet für mich Freiheits-/Urlaubsgefühl.



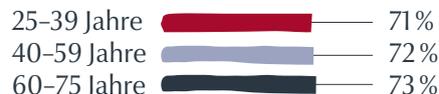
### SONNE KANN VERSCHÖNERN

Über zwei Drittel der Frauen fühlen sich gebräunt attraktiver. Allerdings: Noch mehr finden zu starke Bräune unattraktiv!

Ich fühle mich attraktiver, wenn ich gebräunt bin.



Ich finde, zu stark gebräunte Haut sieht nicht attraktiv aus.



### SONNE BIRGT GEFAHREN

Dass Frauen sich möglicher Hautschäden durch Sonneneinstrahlung durchaus bewusst sind, zeigen die generellen Gründe für die Verwendung von Sonnenschutz über alle Altersgruppen hinweg:

### SONNENSCHUTZ VOR: \*



Sonnenbrand

Hautkrebs



Hautschäden

Vorzeitiger  
Hautalterung

# Sonnenschutz – na klar! Oder?

**FRAUEN GREIFEN AUF SONNENSCHUTZ ZURÜCK – ALLERDINGS ZEIGEN SICH DEUTLICHE DEFIZITE IN DER PRAKTISCHEN ANWENDUNG:**

- Über 40% verwenden Sonnenschutz nur im Schwimmbad oder am Strand.
- Etwa 80% verwenden im Winter gar keinen Sonnenschutz.
- Weniger als ein Drittel verwenden Sonnenschutz bei längeren Aufenthalten im Freien.
- Mehr als ein Drittel der jungen Frauen glauben, dass Sonnenschutz in Deutschland im Vergleich zu südlichen Ländern weniger notwendig ist.



„Ich ärgere mich so, weil ich nie mit der Sonne aufgepasst hab und jetzt die Rechnung dafür kriege. Ich habe mehr Falten und Altersflecken bekommen, weil ich in jungen Jahren nicht genug Sonnencreme verwendet habe.“

Antje, 40, Sozialpsychologische Beraterin

# Nachlässig. Vergesslich. Gleichgültig.

**VERGLEICHSWEISE VIELE FRAUEN GEHEN MIT DEM THEMA SONNENSCHUTZ IMMER NOCH RELATIV UNVORSICHTIG UM:**

Ich habe im Sommer häufiger einen Sonnenbrand.



Meistens vergesse ich das Auftragen eines Sonnenschutzmittels.



Ich schütze mich nicht aktiv gegen Sonne.



# WAS FRAUEN BEWEGT

## Die Eucerin Frauenstudie 2021 im O-Ton

„Es ist am besten, wenn man authentisch ist – alles andere sind Rollenverhalten, die einen auf Dauer ausbrennen.“

Christine, 43, Berufsschullehrerin

„Ich bin neugierig darauf, wie andere Frauen ihr Leben meistern, was sie erlebt haben und wie sie damit umgehen.“

Susanne, 66, Lehrerin & Künstlerin

„Ich sah mit 20 sicher frischer aus, aber ich konnte es nicht so genießen, weil ich mich darauf konzentriert habe, was ich an mir nicht mag. Jetzt freu ich mich über die Dinge, die ich habe, und mache Dinge gerne anders als die Norm.“

Antje, 40, Sozialpsychologische Beraterin

„Angela Merkel ist für mich ein totales Vorbild. Sie ist eine Kombi aus Macht und Unaufgeregtheit. Sie hat eine Ruhe und Autorität – und das ganz ohne Ego – im Kontrast zu Putin, Trump und Erdoğan.“

Cora, 31, Sozialpädagogin



„Ich glaube, das kann man gar nicht pauschal sagen, wie man sich nach einem Vergleich fühlt – das hängt von dem eigenen Selbstbild ab.“

Jeanine, 37, Choreografin

„Sich vergleichen geschieht vielleicht häufiger, wenn man sich unzufrieden fühlt, aber auch aus Neugier und als Ansporn.“

Lara, 26, IT-Recruiter

„Wenn ich mich wohlfühle in meiner Haut und mit meinem Aussehen, wenn alles stimmig ist, dann bin ich offener und gehe mutiger in die Welt hinaus und ja, dann bin ich selbstsicherer.“

Renate, 73, Rentnerin/Hochschulsekretärin

„Die Frauen werden durch Corona gerade wieder in ihrer Weiblichkeit herausgefordert. Geschlossene KITAS, Homeschooling – dazu kommt die eigene Kurzarbeit oder dass das Berufliche wieder zurückgeschraubt wird – um das Zuhause aufrechtzuerhalten.“

Julia Sperling-Behne, 37, Coach für Frauen und Mütter

„Wenn ich jemanden sehe, der toll gekleidet ist, dann lass ich mich da auch oft inspirieren oder denke, ich könnte wieder was Abwechslungsreiches anziehen.“

Stefanie, 55, Planerin für Lasertechnologie

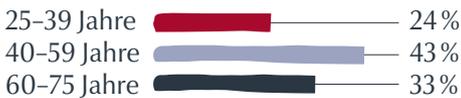
# METHODIK

Die Eucerin Frauenstudie 2021 besteht aus einem zweistufigen Forschungsdesign. Im Oktober und November 2020 wurden 3.017 Frauen von 25 bis 75 Jahren online repräsentativ befragt, quotiert nach Alter, Bundesländer und Bildungsabschlüssen. Zusätzlich wurde eine 200 Männer umfassende Vergleichsstichprobe erhoben.

Ergänzend dazu wurden im Januar 2021 psychologische Tiefeninterviews mit 20 Frauen durchgeführt. An die Stichprobe der quantitativen Studie angelehnt, wurden Frauen verschiedenster Altersgruppen und Lebensphasen befragt. Abgerundet wurde die qualitative Forschung durch Interviews mit Expertinnen aus den Bereichen Frauennetzwerke, Coaching und PR. Wegen der Corona-Pandemie wurde auch dieser Forschungspart online durchgeführt.

## Stichprobenstruktur

### ALTER



### BILDUNGSABSCHLUSS

Haupt-/Volksschule ohne Lehre	6 %
Haupt-/Volksschule mit Lehre	25 %
Weiterführende Schule ohne Abitur (Mittlere Reife)	37 %
Abitur, (Fach-)Hochschulreife ohne Studium	14 %
Abgeschlossenes Studium	18 %

### BERUFSTÄTIGKEIT

Vollzeit berufstätig (35 und mehr Stunden pro Woche)	32 %
Teilzeit berufstätig (15 bis 34 Stunden pro Woche)	22 %
Stundenweise berufstätig (weniger als 15 Stunden pro Woche) bzw. geringfügig beschäftigt	5 %
Zurzeit nicht berufstätig	41 %

### FAMILIENSTAND

Ledig – mit Partner:in	14 %
Ledig – ohne Partner:in	14 %
Verheiratet/anerkannte Lebensgemeinschaft	49 %
Geschieden oder verwitwet – mit Partner:in	7 %
Geschieden oder verwitwet – ohne Partner:in	16 %

# IMPRESSUM

## **HERAUSGEBER**

Beiersdorf AG, Unnastraße 48, 20245 Hamburg

## **VERANTWÖRTLICH FÜR DEN INHALT DIESES BOOKLETS**

Kwesi Oforu, Director Marketing & Digital Eucerin Germany

## **PROJEKTLEITUNG MARKTFORSCHUNG**

Florian Renz

## **PROJEKTLEITUNG REDAKTION**

Aina Storm

## **REDAKTION**

Bernd Bender-Asbeck, Kwesi Oforu, Florian Renz, Aina Storm,  
Ulrike von Tschirschnitz-Maurer, Jörn Wagener, Daniel Weist

## **GESTALTUNG**

Arndt Benedikt GmbH, Magic hands for magic brands,  
Frankfurt am Main

## **IDEE**

Tina Wolf

## **KONTAKT**

[eucerin-frauenstudie@beiersdorf.com](mailto:eucerin-frauenstudie@beiersdorf.com)

## **ERHEBUNG UND DATENANALYSE**

### **Quantitative Analyse:**

Statista GmbH, Hamburg (Sarah Voigt, Jana Wendt)

### **Qualitative Analyse:**

Happy Thinking People GmbH, Berlin (Claudia Antoni,  
Katharina Ladikas)

**Eucerin<sup>®</sup>**

The logo features the word "Eucerin" in a bold, black, sans-serif font. A registered trademark symbol (®) is positioned at the top right of the word. Below the text is a red, downward-pointing chevron shape that tapers at its ends.