

FORSCHUNG pharma Kosmetik



© Prostock-Studio / iStock / Getty Images

**70 ist das neue 50 und 50 das neue 30.
Je älter Frauen werden, desto ent-
spannter gehen sie mit ihrem Alter um.**

Frauenstudie 2020 – Der Druck, perfekt und makellos auszusehen, ist allgegenwärtig und macht besonders jungen Frauen zu schaffen. Mitverantwortlich ist dabei Social Media. Ebenso Influencer. Frauen aus Politik, Unterhaltung und Wirtschaft gelten in Deutschland als Vorbild. Doch was genau beschäftigt sie? Damit befasst sich die Eucerin®-Frauenstudie, die in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut Statista entstanden ist. Demnach schauen Frauen zuerst auf Haare und Frisur, gefolgt von Kleidung und erst dann spielt die Figur eine Rolle. Neben weiblichen Vorbildern profitieren Frauen auch von ihrem persönlichen Ratgeber-Management. Geht es um die Auswahl und Wirkung von Kosmetikprodukten, vertrauen insbesondere jüngere Frauen auf den Rat von Ärzten, Apothekenmitarbeitern oder favorisierten Influencern. Für 65 Prozent der Befragten ist eine starke Marke eine wichtige Hilfestellung bei der Kaufentscheidung. Im Hinblick auf die Zeit, die im Bad mit Pflege verbracht wird, sind deutsche Frauen fix: Im

Schnitt verwenden sie 26 Minuten täglich für die Pflege von Gesicht, Haar und Körper. Für jüngere Frauen ist die tägliche Beautyroutine ein entscheidender Beitrag dem Körper etwas Gutes zu tun. Ältere Frauen empfinden dies eher als Notwendigkeit, beispielsweise aus Anti-Aging-Gesichtspunkten.

Apropos Anti-Aging: Im Schnitt greift eine Kundin heute im Alter von 27 Jahren das erste Mal zum Anti-Falten-Produkt. So nutzen 55 Prozent der jungen und 81 Prozent der älteren Frauen regelmäßig Anti-Aging-Produkte. Das beliebteste hierbei ist eine Anti-Aging-Nachtcreme, gefolgt von passender Tagescreme. Vier von fünf Frauen nutzen sie täglich. Neben der Analyse über das, was Frauen bewegt, präsentierte Eucerin® seine Neuheiten für das Frühjahr: Die Anti-Age-Tagespflege Hyaluron-Filler + Elasticity, die zusätzlich einen Lichtschutzfaktor von 30 besitzt. So wird nicht nur die Elastizität und Spannkraft verbessert, sondern gleichzeitig lichtbedingter Hautalterung vorgebeugt. In der Frauenstudie zeigte sich, dass insbesondere jüngere Frauen überdurchschnittlich häufig zu Reinigungsprodukten, Peelings und Masken greifen. Auch in diesem Segment bietet der Kosmetikerhersteller Neues: Mizellen-Reinigungsschaum mit Hyaluronsäure, der Make-up- und Augen-Make-up entfernt, sowie als Gesichtswasser wirkt und so drei Produkte in einem vereint. Eine pure Erfrischung für zwischendurch bietet das ab Juni erhältliche Hyaluron-Spray. Es spendet sofort und langanhaltend Feuchtigkeit und kann trockenheitsbedingte Hautreizungen mindern. Ein weiteres Highlight ist eine neue Sonnencreme, die verhindert, dass Sand auf der Haut haften bleibt. Verantwortlich dafür ist die äußerst rasch einziehende Formulierung, die ein absolut trockenes Hautgefühl hinterlässt. Interessant für Sonnenbäder, bei Sport am Strand und für Kinder. ■

QUELLE

„Was Frauen bewegt – Frauenstudie 2020“, Neuigkeiten von Eucerin und Hansaplast, Pressekonferenz vom 21. Januar 2020 in Hamburg, Veranstalter Beiersdorf AG.