

Pressemitteilung

“I do skincare but my skin doesn’t care!”

Appinio Umfrage - So stehen die Deutschen zum Thema Hautpflege

Hamburg, den 02. März 2023, Gesichtereinigung, Tonic, Lotion, Serum, Creme, Sonnencreme - was wir nicht alles tun für den perfekten Teint und das größte Sinnesorgan unseres Körpers. Die Hautpflege hat in Deutschland in den letzten Jahren stark an Bedeutung gewonnen. Immer mehr Menschen legen Wert auf eine gesunde und strahlende Haut und suchen nach Produkten, die ihre Bedürfnisse erfüllen. Wie sieht es jedoch wirklich mit dem Konsumverhalten der Deutschen in Sachen Hautpflege aus? Ist die Beauty-Routine bei jedem in etwa gleich? Und wird bei dem ein oder anderen vielleicht sogar mit Nahrungsergänzungsmitteln nachgeholfen? Appinio hat in einer repräsentativen Umfrage (nach Alter und Geschlecht) bei 1.000 Deutschen nachgehakt.

- Mehr als jeder zweite Deutsche hat eine Hautpflegeroutine, welche er tagtäglich verfolgt (51 Prozent).
- 65 Prozent der Deutschen würden sich wünschen, dass Prominente und/oder Influencer mehr zu ihren eigenen Hautproblemen stehen und diese nicht hinter Facetune, Photoshop und Co. verstecken.
- Frauen sind die wahren Skincare Experten. Sie kennen 99 % der abgefragten Wirkstoffe eher als Männer.

So pflegen die Deutschen

Viele Deutsche nutzen Hautpflegeprodukte regelmäßig, um ihren Teint zu verbessern. Reinigungsöle, Feuchtigkeitscremes, Seren und Masken sind nur einige der verfügbaren Optionen auf dem Markt. 51 Prozent der Deutschen verwenden täglich solche Produkte, während 25 Prozent sie oft nutzen. Frauen verwenden Hautpflegeprodukte häufiger als Männer, um ein ebenmäßiges Hautbild zu erreichen (65 Prozent vs. 38 Prozent).

Für die meisten Menschen ist Hautpflege wichtig und soll effektiv sein (58 Prozent). Ein großer Teil von ihnen (41 Prozent) sieht darin auch einen Selfcare-Moment, der der Haut und der Psyche gut tut. Dabei nehmen sich viele bewusst Zeit, um ihre Haut zu reinigen, zu pflegen und zu verwöhnen. Allerdings empfinden 23 Prozent Hautpflege als zu teuer und 13 Prozent nutzen ausschließlich Produkte einer Marke. Männer sind da generell markentreuer als Frauen (18 Prozent vs. 13 Prozent).

Let’s talk about it

Hautprobleme betreffen oft wesentlich mehr Menschen als wir denken. Äußere Einflüsse, Hormonschwankungen, Ernährung - es gibt viele Gründe, wieso man mit Hauterkrankungen kämpft. Wichtig ist, dass man darüber spricht. 65 Prozent der Deutschen finden es gut, wenn

Prominente und Influencer mehr über ihre Haut(pflege)probleme sprechen und es normalisieren würden, ihre Haut ohne viel Make-up oder Filter zu zeigen. Frauen begrüßen dies mehr als Männer.

Inhaltsstoffe, Nahrungsergänzungsmittel und Co. - Worauf achten die Deutschen wirklich?

Auf die inneren Werte kommt es an! Das denken sich zumindest die meisten Deutschen, wenn es um den Kauf von Hautpflegeprodukten geht. So bestätigen 65 Prozent, dass sie auf die Wirkstoffe in ihrer Pflegeroutine achten. Die bekanntesten Wirkstoffe sind Vitamin C, Vitamin E, Vitamin A und Hyaluronsäure. Aber hilft nur, was auf die Haut kommt? Oder kann man gegebenenfalls auch von innen nachhelfen? Keyword: Nahrungsergänzungsmittel. So richtig sind sie aber noch nicht in der Pflegeroutine der Deutschen angekommen. Die Mehrheit nimmt diese nämlich nicht ein. Dennoch zeigt die Umfrage: Je mehr Geld ausgegeben wird für die Hautpflege, desto wahrscheinlicher ist es, dass Nahrungsergänzungsmittel genutzt werden.

—

Die ganze Studie mit weiteren Hintergrundinformationen und Stimmen zu dieser Thematik kann auf der Webseite eingesehen und kostenfrei heruntergeladen werden.

Studienergebnisse: research.appinio.com/#/en/survey/public/XRX46ZRu6

—

Über Appinio

Appinio ist eine globale Marktforschungsplattform, die für innovative und unkomplizierte Marktforschung steht. Die Plattform ermöglicht es Unternehmen, schnell und effizient spezifische Zielgruppen zu befragen und repräsentative Ergebnisse in Echtzeit zu erhalten. Dabei liefert Appinio täglich Millionen Meinungen aus 90+ Märkten für über 2.000 Auftraggebende, darunter Unternehmen aus den Bereichen Konsumgüter, Mobilität, Technologie sowie alle führenden Agenturen und Unternehmensberatungen. Das Unternehmen wurde 2014 von Jonathan Kurfess (Chairman), Max Honig (CEO) und Kai Granaß (CTO) gegründet und hat seinen Hauptsitz in Hamburg. Weitere Informationen unter <https://www.appinio.com/de/>

Pressekontakt:

Anja Nitschke
PR & Communications Manager
anja.nitschke@appinio.com
+49 40 808 127 130