

Presseinformation



Ungeschminkt? Nein danke!

Frankfurt am Main, 17. März 2017.

Wer wünscht ihn sich nicht – den perfekten Augenaufschlag? Je länger und dichter die Wimpern, umso verführerischer wird der Blick. Doch es geht den jungen Frauen dabei nicht nur um mehr Aufmerksamkeit.

Ästhetisch perfekt – das ist heute das Ideal vieler Jugendlicher. Bei ihrem Aussehen machen insbesondere die jungen Frauen und Mädchen keine Kompromisse – jeder Strich muss sitzen. Ungeschminkt gehen viele gar nicht mehr aus dem Haus. Zu fremd erscheinen sie sich bei einem Blick in den Spiegel und manche gefallen sich nur noch mit Make-up. Um sich in der eigenen Haut wohlfühlen, benutzen die Mädchen sowohl abdeckende Schminkprodukte als auch betonende Produkte wie Mascara und Lippenstift.



In einer tiefenpsychologisch-repräsentativen [Studie](#) mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Auftrag des IKW (Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel) geben die 14- bis 21-jährigen Mädchen an, dass ihnen vor allem das Hervorheben der Augen wichtig ist: **67 Prozent** der Studienteilnehmerinnen sagen, dass Mascara für sie ein unverzichtbarer Begleiter im Alltag ist. Sie tragen Mascara täglich auf, einige sogar mehrmals täglich. Für Einzelne ist die Tusche für die Wimpern fast wichtiger als Zahnpasta oder Deo. So ist es nicht überraschend, dass viele Mädchen gleich mehrere Mascaras besitzen und je nach Anlass wählen, welche zum Einsatz kommt. Eine Studienteilnehmerin sagt: *„Ich habe 3 Sorten Tusche – eine für täglich, eine wasserfeste, wenn wir z. B. Sport haben und im Sommer, und dann noch so eine mit großer Bürste für den großen Auftritt.“*

Das richtige Augen-Make-up übernimmt in der täglichen Schminkroutine dabei mehr als nur eine Funktion: Es hilft einerseits, sich selbst in etwas ästhetisch Perfektes zu verwandeln und die eigene Weiblichkeit zu betonen. Andererseits dient es als gezielter Blickfang, insbesondere gegenüber dem anderen Geschlecht. Denn wer will schon übersehen werden? Aber mit der Betonung der Augen wollen die Mädchen auch gezielt von Dingen ablenken, die ihnen in diesem Alter noch peinlich sind und die sie nicht kontrollieren können, wie z. B. ihre eigene Sexualität. Gerade in dieser Phase sind die Jugendlichen sehr unsicher und wünschen sich mehr Kontrolle über sich und den eigenen Körper. Kosmetik hilft ihnen dabei. **85 Prozent** der Jugendlichen nutzen Kosmetikprodukte, weil sie sich dann sicherer fühlen.

Während Mascara von vielen jungen Mädchen als Einstieg in die Kosmetikwelt genutzt wird – erste Erfahrungen werden oftmals bereits mit 11 Jahren gemacht – kommt der Lippenstift hingegen erst im Übergang zum tatsächlichen Erwachsenwerden zum Einsatz. Die Betonung der Lippen ist vielen Mädchen in jungen Jahren noch unangenehm, sie fühlen sich noch nicht reif dafür. Rote Lippen gelten als verführerisch und werden von den meisten jungen Frauen als „übertrieben“ für den Alltag eingestuft. Auch die Angst „billig“ aussehen zu können, hemmt gerade die jungen Mädchen, Lippenstifte intensiv einzusetzen. Zu besonderen Anlässen oder an einem „bad hair day“, wenn von etwas nicht ganz Perfektem abgelenkt werden soll, wird Lippenstift jedoch gerne aufgetragen.

Das sagen die Jugendlichen zu Lippenstift:

„On a bad hair day, there's always lipstick.“

„Lippenstift und knallige Farben wären für den Alltag zu viel.“

„Es darf nicht so rüberkommen, als ob man es nötig hätte.“

„Mit Lippenstift will man was erreichen.“

Kontakt:

Karen Kumposcht

Public Relations/Public Affairs Managerin

Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V.

The German Cosmetic, Toiletry, Perfumery and Detergent Association

Mainzer Landstraße 55, 60329 Frankfurt am Main

T +49.69.2556-1331 / F +49.69.237631

kkumposcht@ikw.org / www.ikw.org

Jugend ungeschminkt**Selbstbild und Selbstwert von Jugendlichen**

Eine tiefenpsychologisch-repräsentative Studie von rheingold salon im Auftrag des IKW

Jugendliche ringen heute mit Unsicherheiten – nicht allein aufgrund von ungewohnten Gefühlsschwankungen und aufkeimender Sexualität. Auch auf gesellschaftlicher und familiärer Ebene erleben sie eine Art Kontrollverlust. Diesem unsicheren Grundgefühl versuchen die Jugendlichen eine ganz eigene Strategie entgegenzusetzen: Sie legen verstärkt Wert auf ihr Äußeres.

rheingold salon hat im Auftrag des Industrieverbandes Körperpflege- und Waschmittel e. V. die Entwicklung des Selbstwertgefühls von Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Alter von 14 bis 21 Jahren untersucht. Welche Rolle spielt ein gepflegtes Aussehen für Jugendliche und junge Erwachsene. Welchen Einfluss hat die Pflege des Äußeren auf das Selbstwertgefühl der Jugendlichen? Und inwieweit können Kosmetik- und Schönheitsprodukte die Jugendlichen bei ihrer Selbstfindung unterstützen? Die erste tiefenpsychologisch-repräsentative Studie zum Erwachsenwerden liefert Antworten auf diese spannenden Fragen. Im Rahmen der qualitativen Befragung wurden dazu Gruppendiskussionen und Einzel-Tiefeninterviews mit insgesamt 56 Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Alter von 14 bis 21 Jahren durchgeführt. Für die repräsentative quantitative Befragung wurden 1.012 Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 14 bis 21 Jahren interviewt.

<http://www.ikw-jugendstudie.org/>

Über den IKW

Der Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V. mit Sitz in Frankfurt am Main wurde 1968 gegründet. Er vertritt auf nationaler und europäischer Ebene die Interessen von mehr als 400 Unternehmen aus den Bereichen Schönheits- und Haushaltspflege. Mit einem Umsatz von fast 18 Milliarden Euro decken die Mitgliedsunternehmen ca. 95 Prozent des Marktes ab und beschäftigen ca. 500.000 Arbeitnehmer.

Der IKW ist bei wissenschaftlichen, regulatorischen oder wirtschaftlichen Themen Ansprechpartner für seine Mitgliedsfirmen, Ministerien, Behörden, Verbraucher, Institutionen und Verbände sowie für die Medien.

Fachkundig beantworten die Experten der Kompetenzpartner Schönheitspflege und Haushaltspflege im IKW Fragen zu Haut- und Haarpflege, Schönheit und Selbstwert sowie Hygiene und Reinigung.

Mehr Informationen erhalten Sie unter www.ikw.org