

Pressemitteilung

Eine von fünf Frauen würde für perfekte Gesichtshaut Social Media aufgeben

Repräsentative Umfrage gibt Aufschluss über den eigenen Umgang mit Hautmakeln und Gesichtspflege

Berlin, 21.09.2022 – Die funktionale Naturkosmetikmarke This Place aus Berlin hat eine [Umfrage \(www.this.place/skinpositivity\)](https://www.this.place/skinpositivity) veröffentlicht, die Aufschluss über die Einstellung zu eigenen Hautmakeln und Gesichtspflege in Deutschland gibt. Ziel war es, herauszufinden, wie Frauen und Männer zu ihrer Gesichtshaut stehen. Die Umfrage wurde im August 2022 im Auftrag von This Place durch das unabhängige Befragungsinstitut Appinio unter 1 000 Frauen und Männern in Deutschland durchgeführt.

Die Ergebnisse der aktuellen Umfrage zum Thema Hautmangel und Skin-Positivity zeigen, dass sich Frauen eher von ihren individuellen Gesichtsmarkmalen verunsichern lassen als Männer. Dabei beeinflusst die Art des Makels, wie sicher oder unsicher sich die Personen fühlen.

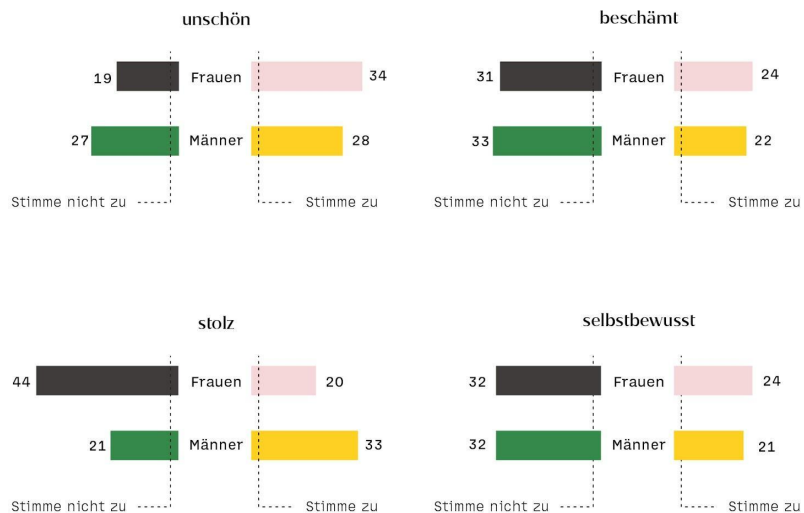
44 Prozent der weiblichen Befragten geht selbstbewusst bzw. stolz mit Hautmakeln um

Ein Viertel der befragten Frauen (24 Prozent) gab an, dass sie sich aufgrund ihrer Hautmangel schämen; zudem gab ein Drittel (34 Prozent) an, dass sie sich mit ihnen unschön findet. 24 Prozent gaben umgekehrt an, selbstbewusst mit Hautmakeln umzugehen, 20 Prozent tragen sie mit Stolz.

Unter den männlichen Befragten gaben 28 Prozent an, sich durch individuelle Gesichtsmarkmale unattraktiv zu fühlen; jeder dritte Befragte gab umgekehrt an, sich stolz damit zu fühlen. Mit zunehmendem Alter scheint das Thema bei Männern generell weniger eine Rolle zu spielen: Sind es bei den Männern unter 35 Jahren noch 35 Prozent, die sich unattraktiv fühlen, wenn man ihre Hautmangel sieht, so sind es bei den 45- bis 70-Jährigen nur noch 27 Prozent. Frauen stören Hautmangel auch bei zunehmendem Alter in etwa gleich viel.



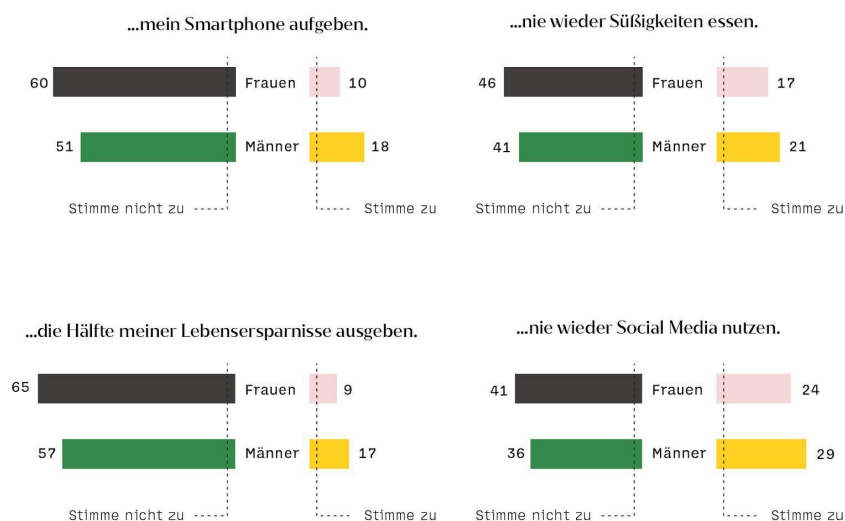
Wie fühlst du dich, wenn deine Hautmängel, wie z. B. Hautunreinheiten, Rötungen, Narben oder Pigmentflecken, für andere sichtbar sind?



Welchen Wert ein perfektes Hautbild hat

Die Umfrage gibt Aufschluss, welchen Wert eine perfekte Gesichtshaut für die Befragten hat: So gaben 17 Prozent der Frauen bzw. 13 Prozent der Männer an, sie würden für ein besseres Hautbild auf Süßigkeiten verzichten. Jede zehnte Frau und fast jeder sechste Mann würde das Smartphone dafür aufgeben. Für neun Prozent der Frauen und 13 Prozent der Männer ist eine perfekte Gesichtshaut sogar die Hälfte ihrer Lebensersparnisse wert; und 24 Prozent der weiblichen und 29 Prozent der männlichen Befragten würden im Tausch gegen ein besseres Hautbild künftig nie wieder Social Media nutzen.

Inwiefern stimmst du den folgenden Aussagen zu? Für perfekte Gesichtshaut würde ich...





Hautmakel ist nicht gleich Hautmakel

43 Prozent der befragten Frauen gaben an, dass ihr Selbstbewusstsein sinkt, wenn sie Pickel, Mitesser oder andere Unreinheiten im Gesicht haben. 39 Prozent der Frauen stimmten zu, dass ihr Selbstbewusstsein darunter leidet, wenn sie schuppige Gesichtshaut haben. Bei 31 Prozent führen Rötungen und Rosacea zu Verunsicherung. Männer fühlen sich von derartigen Hautmakeln weniger beeinträchtigt: 33 Prozent der Befragten gaben an, sich durch Unreinheiten und schuppige Haut verunsichert zu fühlen; 23 Prozent durch Hautrötungen und Rosacea.

Dass bestimmte Merkmale aber auch einen positiven Einfluss auf unser Selbstbewusstsein haben können, zeigen die Umfrageergebnisse bezüglich Sommersprossen: Lediglich acht Prozent der Männer und elf Prozent der Frauen gaben an, dass sie sich mit Sommersprossen unsicher fühlen. Bei 37 Prozent der Frauen und 32 Prozent der Männer haben sie sogar einen positiven Effekt auf ihr Selbstbewusstsein.

Weitere Erkenntnisse:

- Mehr als jede fünfte Frau gibt zwischen 15 und 30 Euro allein für ihre Gesichtscreme aus. Fast jede zehnte Frau zahlt im Quartal zwischen 30 und 60 Euro und zwei Prozent der Frauen sind bereit, 60 Euro oder mehr für ihre Gesichtscreme zu zahlen.
- 57 Prozent der deutschen Frauen entscheiden sich gegen eine Gesichtscreme, wenn diese Mikroplastik beinhaltet. Bei Silikonen entscheiden sich über 50 Prozent und bei Palmöl 44 Prozent gegen einen Kauf. Männliche Befragte stören Silikone (34 Prozent), Mikroplastik (41 Prozent) und Palmöl (37 Prozent) in Pflegeprodukten deutlich weniger.
- Nur jede sechste Frau (16 Prozent) vertraut auf medizinische Erkenntnisse bei ihrer Gesichtspflege und kauft diese bevorzugt in der Apotheke. Mehr als jede zehnte Frau gab an, dass sie ihre Gesichtspflegeprodukte lieber online bei ihrer Lieblingsmarke kauft.

Die vollständigen Umfrageergebnisse mit allen wichtigen Erkenntnissen gibt es online unter:

www.this.place/skinpositivity. Weitere Infos und Bildmaterial zu This Place unter www.this.place/presse.

Über This Place

Die funktionale Naturkosmetikmarke made in Berlin steht für eine neue Art von natürlichen Wellness- und Beauty-Produkten, bei denen das ganzheitliche Wohlbefinden im Zentrum steht. This Place unterstützt Körper und Geist auf nachhaltige Art und Weise, die persönliche Ausgeglichenheit im Alltag wiederzufinden und ist dabei mehr als Naturkosmetik: In jedem Produkt sind unterschiedliche, rein natürliche Inhaltsstoffe so miteinander kombiniert, dass sie synergetisch wirken und zusammen ihre volle Kraft entfalten. Jedes Produkt ist für einen bestimmten Anwendungsbereich konzipiert, um entweder bei Unwohlsein während der Periode zu unterstützen oder einen erholsamen Schlaf zu finden, die Gesichtspflege zu unterstützen oder Muskeln zu entspannen. This Place ist eine Marke der Berliner Sanity Group, ein Health- und Life-Science-Start-up, das auf die ganzheitliche medizinische und gesundheitliche Nutzung von Cannabinoiden spezialisiert ist. Die funktionale Naturkosmetikmarke wurde im Oktober 2020 gelauncht. Weitere Informationen und Webshop unter www.this.place.

Pressekontakt – Inhouse

Thilo Grösch | Head of Public Relations & Pressesprecher
E-Mail: presse@this.place | thilo.groesch@sanitygroup.com
Tel.: +49 (0)30 80093764
www.this.place/presse

Pressekontakt – Agentur

Stilgeflüster – Agentur für Kommunikation

Hanna Purnhagen | PR-Consultant
E-Mail: hanna@stilgefluester.com
Tel.: +49 (0)40 2093482331

Malin Graumann | PR-Consultant
E-Mail: malin@stilgefluester.com
Tel.: +49 (0)40 2093482319