

Presseinformation

September 2018

Wie sich Schönheit widerspiegelt – Philips veröffentlicht den Global Beauty Index 2018

Hamburg – Jeder Tag beginnt und endet mit einer Beauty Routine – kaum ein Ritual hat einen so großen Einfluss auf unser Wohlbefinden. Die Ansprüche steigen: One-fits-all war gestern, personalisierte Lösungen sind die Zukunft. Ob Apps, um die eigene Gesundheit und Fitness zu tracken oder Reinigungstools, die sich den Bedürfnissen der unterschiedlichen Hauttypen anpassen: Frauen von heute erwarten einfach mehr! Sie wünschen sich eine individuelle, auf sie zugeschnittenen Beratung, wie sie ihre Haut und Haare gesund erhalten können¹. Das vierte Mal in Folge hat [Philips](#) über 12.000 Frauen weltweit zum Thema Beauty befragt² und eines wird sehr deutlich: Die Definition von Schönheit verändert sich langsam aber konstant. Der Blick in den Spiegel ist und bleibt wichtig – aber für die meisten Frauen ist Schönheit vielmehr die Kombination aus Gesundheit, Glück und äußerer Erscheinung. 62% der Frauen weltweit haben diesen ganzheitlichen Anspruch an Beauty und für ebenso viele ist es erstaunlicherweise wichtiger, dass ihre Haut gesund aussieht, als jünger (63%).

Spieglein, Spieglein an der Wand...

„38% der befragten Frauen weltweit geben an, dass sie keinen Spiegel brauchen um zu wissen, dass sie schön aussehen. Hier ist also noch Luft nach oben... Beim ersten morgendlichen Blick in den Spiegel fühlen sich nur 7% der deutschen Frauen frisch und 24% startklar für den Tag. Die morgendliche Schönheitsroutine bringt eine deutliche Verbesserung: Danach fühlen sich 39% frisch und 44% bereit für den Tag“, so Valerie Gall, Marketing Managerin Philips Beauty. Dieser „Zeit für mich“-Moment sollte also in vollen Zügen genossen werden, gibt er doch die Richtung für den Tag an.

Schönheit = Gesundheit + Glück + äußere Erscheinung

Zwei Drittel (65%) aller Frauen weltweit finden sich schön. 2015 waren das noch 47%. Platz 1 belegen die Inderinnen (94%), gefolgt von China (90%) und der Türkei (87%). In Großbritannien sagen dies nur 34% und in Japan 31%. In Deutschland sind es 56%. Weltweit geben 86% der Frauen an, dass es viele Wege gibt, sich schön zu fühlen und 82% Prozent bemerken, dass dazu vor allem Gesundheit beiträgt. Die Mehrheit ist der Meinung, dass

¹ 52 % der befragten Frauen

² Für den Philips Global Beauty Index 2018 wurden 12.196 Frauen ab 18 Jahren in 12 Ländern (USA, Großbritannien, Frankreich, Deutschland, Polen, Russland, Türkei, China, Japan, Korea, Indien und Argentinien) befragt.



Schönheit etwas ist, das jeder für sich selbst definiert (72% weltweit, 64% Deutschland). Dennoch sagen 39% weltweit, dass für sie ihre Schönheit davon bestimmt wird, wie andere sie wahrnehmen. In Deutschland denken dies sogar 50%. Zudem sind sie eher als der globale Durchschnitt der Meinung, dass zu viel von ihrem Selbstwertgefühl an ihr Aussehen gebunden ist (66% vs. 58% weltweit).

Eine positive Einstellung ist für 88% der befragten Frauen weltweit der wichtigste Aspekt, sich schön zu fühlen (in Deutschland 90%), gefolgt von emotionaler Ausgeglichenheit (84% vs. 85% in Deutschland), körperlicher Fitness (81% vs. 71% in Deutschland) und einem attraktiven Aussehen (69% vs. 64% in Deutschland).

Einfach und effektiv

Deutsche Frauen wünschen sich Beauty Produkte, die leicht anzuwenden sind. Mit 70% ist das weltweit der höchste Wert, verglichen mit dem globalen Durchschnitt von 59%. Haare sind für viele Frauen zentral für Selbstvertrauen und Ausgeglichenheit. Wenn sie sitzen, fühlen sie sich gut. Daher nimmt es einen Großteil der Zeit für die tägliche Beauty Routine ein. 72% der deutschen Frauen nutzen einen Haartrockner, 25% einen Haarglätter. Letzterer ist besonders in Ländern wie der Türkei und Argentinien beliebt, wo 63% bzw. 61% glatte Looks präferieren.

Wünsche?

Einerseits sagen mehr als die Hälfte der Frauen weltweit (58%), dass sie ein gutes Verständnis dafür haben, wie sie ihr Haar gesund stylen und 55%, wie sie ihre Haut so pflegen können, dass sie rein und strahlend aussieht. Andererseits zeigt der Philips Global Beauty Index 2018, dass sich die Mehrheit der Frauen (69%) wünscht, besser zu verstehen, wie ihr Körper funktioniert, damit sie bestmöglich aussehen können. Zwei Drittel der Frauen (66%) möchten einen besseren Einblick in die individuellen Bedürfnisse ihrer Haut (oder der Haare – 64%) haben, damit sie ihre Schönheitsroutinen optimieren können. Das bedeutet, Frauen suchen heute nach Produkten, die speziell auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind – nicht nur auf ihr Alter oder ihren Typ.

Die Führungskraft

Sie ist karriereorientiert und Erfolg motiviert sie. Um das Beste aus ihrer Zeit zu machen, sowohl zu Hause als auch am Arbeitsplatz, setzt sie auf eine effiziente und strukturierte Routine. Deshalb ist [Philips Lumea Prestige](#) das optimale Haarentfernungstool für sie. Mit Hilfe der Philips Lumea App kann sie ihre zweiwöchentlichen Behandlungssitzungen planen und sich daran erinnern lassen.

Die Fürsorgliche

Bei ihr steht die Familie an erster Stelle, sie ist gewissenhaft und praktisch und neigt dazu, sich und ihre Bedürfnisse hintenan zu stellen. Die Zeit, die sie sich für ihre Schönheitsroutine abzwackt, ist quasi heilig. Perfekt für sie ist [Philips VisaPure Advanced](#). Dieses 3-in-1-Pflegetool für Zuhause ermöglicht eine sorgfältige Reinigung, revitalisierende Massage und erfrischende Augenbehandlung.

Die Inspirierende

Sie ist kreativ, idealistisch und experimentell, besitzt ihre eigene, persönliche Vision von Schönheit und verändert ihr Aussehen regelmäßig. Das macht sie zur idealen Kandidatin für den [Philips MoistureProtect Haarglätter](#): Glatte Looks, weiche Wellen oder Locken, je nach Stimmung. Der MoistureProtect-Sensor verhindert dabei Schäden am Haar durch zu starke Hitze.

Die Unternehmerin

Sie ist unabhängig mit einem schnellen Lebensstil, aber ohne festen Zeitplan. Sie kann an jedem Ort arbeiten und favorisiert daher kleine, transportable Schönheitsprodukte. Optimal für sie ist der [Philips VisaPure Mini](#). Dank seiner kompakten Größe passt er bequem in die Handtasche oder ins Reisegepäck. Seine seidig weichen Borsten reinigen sechs Mal effektiver als mit der Hand.

Weitere Informationen für Medien:

Philips GmbH Market DACH

Svenja Eggert

PR Manager Beauty

Telefon: 0151 / 11145373

E-Mail: svenja.eggert@philips.com

Konsumentenfragen:

Philips Kundenservice

Telefon: 040 / 80 80 10 980

Über Royal Philips

Royal Philips (NYSE: PHG, AEX: PHIA) ist ein führender Anbieter im Bereich der Gesundheitstechnologie. Ziel des Unternehmens mit Hauptsitz in den Niederlanden ist es, die Gesundheit der Menschen zu verbessern und sie mit entsprechenden Produkten und Lösungen in allen Phasen des Gesundheitskontinuums zu begleiten: während des gesunden Lebens, aber auch in der Prävention, Diagnostik, Therapie sowie der häuslichen Pflege. Die Entwicklungsgrundlagen dieser integrierten Lösungen sind fortschrittliche Technologien sowie ein tiefgreifendes Verständnis für die Bedürfnisse von medizinischem Fachpersonal und Konsumenten. Das Unternehmen ist führend in diagnostischer Bildgebung, bildgestützter Therapie, Patientenmonitoring und Gesundheits-IT sowie bei Gesundheitsprodukten für Verbraucher und in der häuslichen Pflege. Philips beschäftigt etwa 75.000 Mitarbeiter in mehr als 100 Ländern und erzielte in 2017 einen Umsatz von 17,8 Milliarden Euro. Mehr über Philips im Internet: www.philips.de