

## Pressemitteilung

### **Boomer ungeschminkt – Genug ist nie genug!**

**Frankfurt am Main, 15. September 2020.** Der Kompetenzpartner Schönheitspflege im Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel (IKW) veröffentlicht die Ergebnisse der aktuellen tiefenpsychologisch repräsentativen Studie „Boomer ungeschminkt“ zum Selbstwert der Generation der 50- bis 65-Jährigen.

Über einen Mangel an Selbstbewusstsein kann sich die Generation der sogenannten Baby-Boomer nicht beklagen. Selbstbestimmt und unabhängig gehen sie durchs Leben und fühlen sich mit 58 Prozent mehrheitlich als sehr selbstbewusst. Das Besondere hierbei: Das Selbstwert-Gefühl dieser Generation ist nicht vom tatsächlich Erlebten abhängig. Krisen oder Rückschläge? Sie wirken eher motivierend als hemmend. Viel relevanter für das eigene Selbstbewusstsein ist, ob Mann oder Frau das Gefühl hat, Einfluss auf das eigene Leben nehmen zu können. Und davon ist die Mehrheit überzeugt. 58 Prozent der Befragten der von Lönnecker & Imdahl rheingold salon durchgeführten Studie glauben, nicht vom Schicksal abhängig zu sein. Sie glauben vielmehr, dass man immer etwas ändern kann, wenn man nur anpackt – Frauen mit 62 Prozent sogar noch mehr als die Männer mit 55 Prozent. Kein Wunder, dass es die Frauen sind, die so häufig den Alltag wuppen.

Blickt man auf die Jugend der heute 50- bis 65-Jährigen, so zeigt sich, dass die Boomer schon damals nicht bereit waren, Dinge einfach hinzunehmen. Sie waren vielmehr die Rebellen, die sich gegen Rollenbilder und Normen der Älteren auflehnten. Grenzen wurden gerne und bewusst überschritten. Ines Imdahl, die Studienleiterin, erklärt: „Grenzerfahrungen und Grenzüberschreitungen gehörten in der Jugend zum Lebensmotto der Boomer. Ob in der Musik, der Erotik oder der Partnerschaft – es wurde viel ausprobiert und nur wenig akzeptiert. Das ist auch heute noch so. Entgrenzung ist quasi das Kernmotiv dieser Generation.“ Und die Studie belegt: 50 Prozent der Boomer bezeichnen sich noch immer als Rebellen, die Grenzen nur schwer akzeptieren können.

Die Faszination für das Extreme, das Rauschhafte, ist also immer noch da. Ob im Job, beim Feiern oder in der Erotik – das Gefühl, dass das noch nicht alles gewesen sein kann, zieht sich durch viele Lebensbereiche der Boomer. Die Boomer arbeiten mehr als andere Altersgruppen und testen bei extremen Sportarten ihre körperlichen Grenzen aus. Mehr als 60 Prozent der Generation wollen regelmäßigen und erregenden Sex haben. Und auch beim Aussehen wird das Alter nur schwer akzeptiert. Falten, Haarausfall und Fettpölsterchen? Dagegen gibt es wirksame Mittel und Verfahren, in die sie gerne investieren. 69 Prozent der weiblichen Boomer möchten jünger aussehen als sie sind. Hierbei geht es jedoch weniger um einen überzogenen Jugendwahn. Frauen und Männern dieser Generation ist es vielmehr wichtig, jugendlich fit und gesund zu bleiben. Das macht sie unabhängig und lässt sie Herausforderungen im Alter besser bewältigen. Denn gebrechlich wollen sie später nicht sein. Insbesondere für Frauen spielt Unabhängigkeit eine große Rolle: Unabhängigkeit macht selbstbewusst!

Überraschend ist, wie sich Männer und Frauen dieser Generation dabei unterscheiden, was sie selbstbewusster macht. In der Studie wurden hierfür eine Reihe von Einflussfaktoren wie Arbeit, Partnerschaft, Aussehen und Sexualität untersucht. So gibt der Job beiden Geschlechtern zwar viel Selbstvertrauen. Aber bei den Frauen zeigt sich, dass die Unabhängigkeit durch Job und Karriere mit dafür verantwortlich ist, ob sie sich selbst etwas zutrauen. Erhalten sie keine Anerkennung im Berufsalltag oder haben sie keinen Job, fühlen sie sich auch weniger selbstbewusst. Bei der Partnerschaft verhält es sich eher umgekehrt: Der Selbstwert der Männer steigt deutlich mit einer Partnerin an ihrer Seite – und fällt in Zeiten, in denen sie ohne Partnerin sind. 67 Prozent der Männer schreiben der Partnerschaft eine hohe Bedeutung zu. Für 81 Prozent ist die Partnerin sogar die engste Vertraute. Auch Frauen ist ihr Partner wichtig. Aber Frauen haben mit Freundinnen noch einen weiteren Personenkreis, der ihnen Halt und Selbstbestätigung gibt. 57 Prozent der Frauen geben an, dass sie auch als Single gut leben könnten, während bei den Männern nur 47 Prozent dieser Aussage zustimmen. Auch beim Einflussfaktor Sexualität scheiden sich die Geister. Einige lassen sich noch rauschhaft auf Erotik ein, während sich bei anderen Ernüchterung eingestellt hat. Insgesamt spielt Sexualität für die ganze Generation eine große Rolle – allerdings ist guter Sex für 62 Prozent der Männer deutlich wichtiger als für Frauen mit nur 44 Prozent. Und beim Aussehen? Ein gutes und gepflegtes Äußeres ist für die Frauen und Männer dieser Generation wichtig. Für die Frauen allerdings noch deutlich wichtiger als für die Männer. Für 89 Prozent der Frauen ist es sehr wesentlich, etwas für das Aussehen zu tun. Und das ist erheblich mehr als bei den Männern mit 71 Prozent. Einig sind sich Männer und Frauen hingegen, was die Kompetenz im Bereich Schönheitspflege betrifft. Die liegt eindeutig bei den Frauen. Die Empfehlung der eigenen Frau

oder Freundin ist für mehr als 40 Prozent der Männer das wichtigste Entscheidungskriterium beim Kauf eines Kosmetikprodukts.

Nach drei Jugendstudien, in denen der IKW das Seelenleben der Jugendlichen intensiv untersucht hat, bietet die aktuelle Studie ein tiefenpsychologisches Verständnis der 50- bis 65-Jährigen. Birgit Huber, Bereichsleiterin des Kompetenzpartners Schönheitspflege im IKW: „Wir haben spannende Einblicke in eine Generation erhalten, die sich als Gestalter ihres Lebens sieht und noch lange nicht alt sein möchte. Ganz im Gegenteil. Diese Generation hat noch viel vor. Und dazu gehört es auch, gut auszusehen. Körper- und Schönheitspflege sind dementsprechend wichtig, um der Zukunft selbstbewusst entgegenzutreten. Die Boomer haben einfach Power.“

Im Rahmen der qualitativen Befragung wurden Einzel-Tiefeninterviews mit insgesamt 59 Frauen und Männern im Alter von 50 – 65 Jahren durchgeführt. Für die repräsentative quantitative Befragung wurden mehr als 1.000 Frauen und Männer im gleichen Alter in einem Online-Panel befragt.

Hinweis an die Redaktionen:

Interessante Fakten und weiteres Material stehen für Sie auf der Seite [www.ikw-boomerstudie.org](http://www.ikw-boomerstudie.org) bereit.

Kontakt:

Karen Kumposcht

Public Relations/Public Affairs Managerin

Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V.

Mainzer Landstraße 55, 60329 Frankfurt am Main

T +49.69.2556-1331 / F +49.69.237631 / [kkumposcht@ikw.org](mailto:kkumposcht@ikw.org) / [www.ikw.org](http://www.ikw.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 430 Unternehmen aus den Bereichen Schönheits- und Haushaltspflege. Die Branche macht einen Umsatz von über 18 Milliarden Euro und beschäftigt ca. 500.000 Arbeitnehmer in der Wertschöpfungskette. Die Mitgliedsunternehmen decken ca. 95 Prozent des Marktes ab.

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](http://www.ikw.org)