

Presseinformation

März 2021

Taft Studie 2021

Style your confidence! – Repräsentative Taft Studie belegt einen Zusammenhang von Styling und Selbstbewusstsein

Frauen, die mehr Zeit mit ihrem Haarstyling verbringen, sind zufriedener mit ihrem Aussehen und fühlen sich selbstbewusster und glücklicher

Düsseldorf, März 2021 – Zum Weltfrauentag am 08. März hat sich die Schwarzkopf Marke Taft in einer repräsentativen Studie¹ mit dem Zusammenhang von Haarstyling und Selbstbewusstsein auseinandergesetzt und dabei den Fokus auf die Zufriedenheit der befragten Frauen gelegt. Die Studie zeigt: Styling und die Zeit, die sich Frauen dafür nehmen, haben einen großen Einfluss darauf, wie sie sich fühlen. Style your confidence: Die Taft Studie macht deutlich, dass ein starkes Styling und das damit einhergehende Gefühl die besten Begleiter der authentisch-selbstbewussten Frau von heute sind.

Die Studienergebnisse im Überblick:

- Wow: Jede dritte Frau in Deutschland ist mit ihrem Aussehen unzufrieden
- Spieglein, Spieglein: Frauen verbringen täglich rund 34 Minuten mit ihrem Styling und prüfen im Laufe des Tages durchschnittlich neunmal den eigenen Look
- Good Hair Day: Rund ein Drittel der Styling-Zeit am Tag wird in die Haare investiert
- Styling als Selbstbewusstseins-Boost: Frauen, die mehr Zeit mit ihrem Styling verbringen, sind gleichzeitig zufriedener mit ihrem Aussehen

¹In einer repräsentativen Online-Studie des Marktforschungsinstituts Mindline für die Schwarzkopf Marke Taft wurden 1.050 Frauen zwischen 22 und 55 Jahren zur Bedeutung von Styling und ihrem Aussehen in ihrem Leben befragt. Dabei wurde zwischen dem Zeitraum vor dem und im Lockdown differenziert. Die Befragung fand im Februar 2021 statt.

- Me, myself and I: 58 % der Frauen überprüfen ihr Aussehen im Spiegel, weil sie ihr Styling mögen und sich darüber freuen
- Fun Fact: 74 % der Frauen überprüfen ihr Aussehen im Spiegel von Geschäften, 69 % über die Reflektion in Schaufenstern, 68 % in Autospiegeln

Anlässlich des Weltfrauentags am 08. März hat das Marktforschungsinstitut Mindline zusammen mit Taft Frauen zwischen 22 und 55 Jahren in einer repräsentativen Umfrage zu ihrem Stylingverhalten befragt. Wie fühlen sich Frauen mit ihrem Aussehen? Wie viel Zeit nehmen sie sich für ihr Styling? Und für wen stylen sich Frauen eigentlich? Das Ergebnis: Frauen, die sich Zeit für ihr Styling nehmen, sind gleichzeitig zufriedener mit ihrem Aussehen und fühlen sich stark und selbstbewusst.

Durchschnittlich verbringen deutsche Frauen aktuell täglich 34 Minuten mit ihrem Styling. Dabei wird fast ein Drittel der Zeit für das Haarstyling genutzt. Gepflegtes, frisch gestyltes Haar ist scheinbar auch ein Ausdruck der Persönlichkeit und wirkt wie ein Boost für das Selbstbewusstsein. Denn wer sich Zeit für sein Styling nimmt, tut nicht nur etwas für sein Aussehen, sondern ist laut Studie auch einfach glücklicher.

Der eigene Look hat einen wichtigen Stellenwert im Leben der modernen Powerfrau: das Styling wird neunmal am Tag überprüft – am liebsten zuhause im Badezimmer, über die Reflektion im Schaufenster oder im Spiegel von Geschäften beim Shoppingtrip mit der besten Freundin. Der ist übrigens auch einer der wichtigsten Anlässe für Frauen, um sich mal wieder so richtig in Schale zu werfen. 63 % der Teilnehmerinnen gaben an, die Haare für das Treffen mit der Lieblingsfreundin zu stylen. Aber auch Geburtstagsfeiern (63 %) und Familienfeste (55 %) machen Lust auf ein starkes Styling.

Was die Studie außerdem zeigt: Beim Blick in den Spiegel geht es nicht immer um den Vergleich mit anderen oder Konkurrenzdenken. Fast 60 % der Teilnehmerinnen gaben an, ihr Aussehen zu überprüfen, weil sie ihr Styling mögen und sich einfach darüber freuen, wie sie aussehen. Zeit für sich, für Outfit, Haarstyling und Make-Up macht zufriedener und wirkt wie eine Happiness-Therapie für die selbstbestimmte Frau von heute.

Jede dritte Frau in Deutschland ist glücklich mit ihrem Aussehen und strahlt das nach außen. Auch Schwarzkopf-Haarexperte Armin Morbach weiß um die Macht eines guten Stylings: „Gut gestylt fühlt sich jede Frau beim Blick in den Spiegel erfolgreicher und selbstsicherer – für sich und für andere. Volles, glänzendes und gut gepflegtes Haar ist die Basis für unser persönliches Wohlbefinden, gibt uns Kraft und trägt ein ganzes Stück zum Selbstbewusstsein bei. Deshalb ist die eigene Stylingroutine nicht zu unterschätzen – da versteckt sich ein wahrer Zufriedenheits-Booster!“ Dafür bedarf es noch nicht einmal sehr viel Aufwand, so Armin. Schwungvolles, gesundes Haar kann mit Taft leicht gestylt werden und macht jeden Tag zum Good Hair Day! Denn Taft unterstützt Frauen seit jeher dabei, das Beste aus jedem Moment zu machen.

Starkes Styling für die Powerfrau von heute: Taft stand schon immer an der Seite selbstbewusster, authentischer Frauen und ist heute wie damals der verlässliche

Partner der Generation Frau, die weiß, was sie will und sich selbstbestimmt und engagiert für ihre Ziele einsetzt – ein starkes Team für starke Momente. Zum März 2021 hat Taft sich selbst ein Umstyling verpasst: Minimalistisch, mit klarer Linienstruktur und schnell erkennbarem Produktbenefit.

Über Henkel

Henkel verfügt weltweit über ein ausgewogenes und diversifiziertes Portfolio. Mit starken Marken, Innovationen und Technologien hält das Unternehmen mit seinen drei Unternehmensbereichen führende Marktpositionen – sowohl im Industrie- als auch im Konsumentengeschäft: So ist Henkel Adhesive Technologies globaler Marktführer im Klebstoffbereich. Auch mit den Unternehmensbereichen Laundry & Home Care und Beauty Care ist das Unternehmen in vielen Märkten und Kategorien führend. Henkel wurde 1876 gegründet und blickt auf eine über 140-jährige Erfolgsgeschichte zurück. Im Geschäftsjahr 2020 erzielte Henkel einen Umsatz von über 19 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 2,6 Mrd. Euro. Henkel beschäftigt weltweit mehr als 53.000 Mitarbeiter, die ein vielfältiges Team bilden – verbunden durch eine starke Unternehmenskultur, einen gemeinsamen Unternehmenszweck und gemeinsame Werte. Die führende Rolle von Henkel im Bereich Nachhaltigkeit wird durch viele internationale Indizes und Rankings bestätigt. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert. Weitere Informationen finden Sie unter www.henkel.de.

Fotomaterial finden Sie im Internet unter www.henkel.de/presse

Kontakt

Pressebüro bei Henkel Beauty Care

Henkel Beauty Care Markenkommunikation

Nicola Surholt

Telefon: +49 211 797 1637

E-Mail: nicola.surholt@henkel.com

PR-Agentur

BCW GmbH

Telefon: +49 178 9355392

E-Mail: henkelbeautycare@bcw-global.com

Folgen Sie uns auch auf Twitter: [@HenkelPresse](https://twitter.com/HenkelPresse)

Henkel AG & Co. KGaA