

AUSSEHEN UND SCHÖNHEITSOPERATIONEN

Eine repräsentative Umfrage unter 1.058 Deutschen zur Zufriedenheit mit ihrem Aussehen und operativen Schönheitsveränderungen

Hinweis:

Alle Studienergebnisse sind unter Nennung der Quelle www.mymarktforschung.de und Mitteilung an uns zur Veröffentlichung freigegeben. Um Belegexemplare der Veröffentlichung wird gebeten.

AUSSEHEN UND SCHÖNHEITSOPERATIONEN

Eine repräsentative Umfrage unter 1.058 Deutschen zwischen 18 und 70 Jahren zur Zufriedenheit mit ihrem Aussehen und operativen Schönheitsveränderungen

47%

der Deutschen sind im Allgemeinen zufrieden mit ihrem Körper/ Aussehen

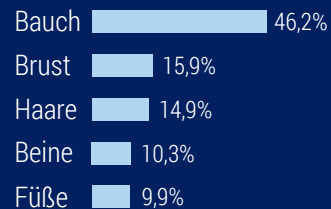
Top 3 – Schönheitsoperationen, die sich **Männer** vorstellen können

- 1 Fettabsaugung
- 2 Bauchdeckenstraffung
- 3 Augenlasern

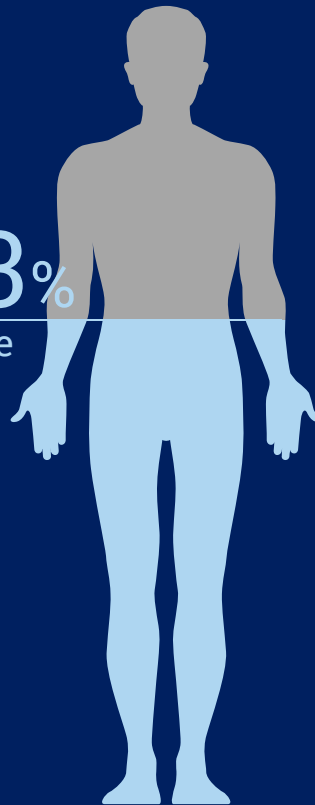
Top 3 – Schönheitsoperationen, die sich **Frauen** vorstellen können

- 1 Fettabsaugung
- 2 Bauchdeckenstraffung
- 3 Bruststraffung

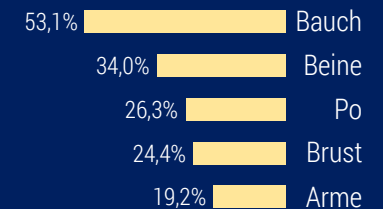
Mit welchen Körperstellen/-teilen sind **Männer** unzufrieden? – Top 5



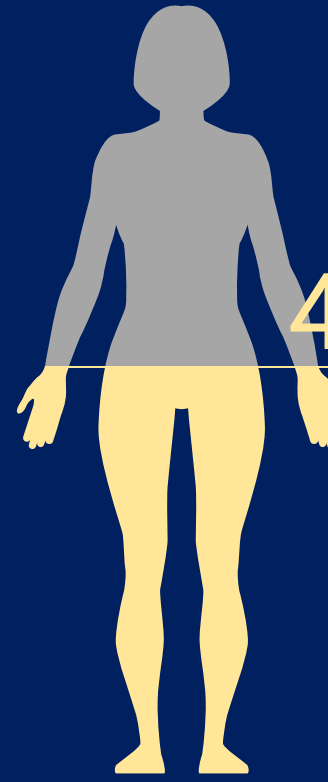
53% zufriedene Männer



Mit welchen Körperstellen/-teilen sind **Frauen** unzufrieden? – Top 5



41% zufriedene Frauen



Was unternehmen **Männer** für ein besseres Aussehen bzw. um sich schöner zu fühlen?



Was unternehmen **Frauen** für ein besseres Aussehen bzw. um sich schöner zu fühlen?



Über das Umfrageportal myMarktforschung wurden 1.058 Deutsche zur Zufriedenheit mit ihrem Aussehen und Schönheitsoperationen befragt.

ERHEBUNGSDATEN

| | |
|--------------------------|--|
| Untersuchungs-gegenstand | Untersucht wurde, wie zufrieden die Deutschen mit dem eigenen Aussehen und ihrem Körper sind. Ferner wurde erhoben, ob sich daraus der Wunsch nach einer Schönheitsoperation ergibt und welche Operationen die Befragten in Betracht ziehen. |
| Stichprobe | n=1.058 Personen (für Struktur siehe Abschnitt soziodemografische Daten) |
| Befragungszeitraum | 29.05.2016 bis 02.06.2016 |
| Methode | Repräsentative Erhebung unter in Deutschland lebenden Personen zwischen 18 und 70 Jahren über das aktiv und passiv rekrutierte Online Access Panel www.myMarktforschung.de |

Studienergebnisse

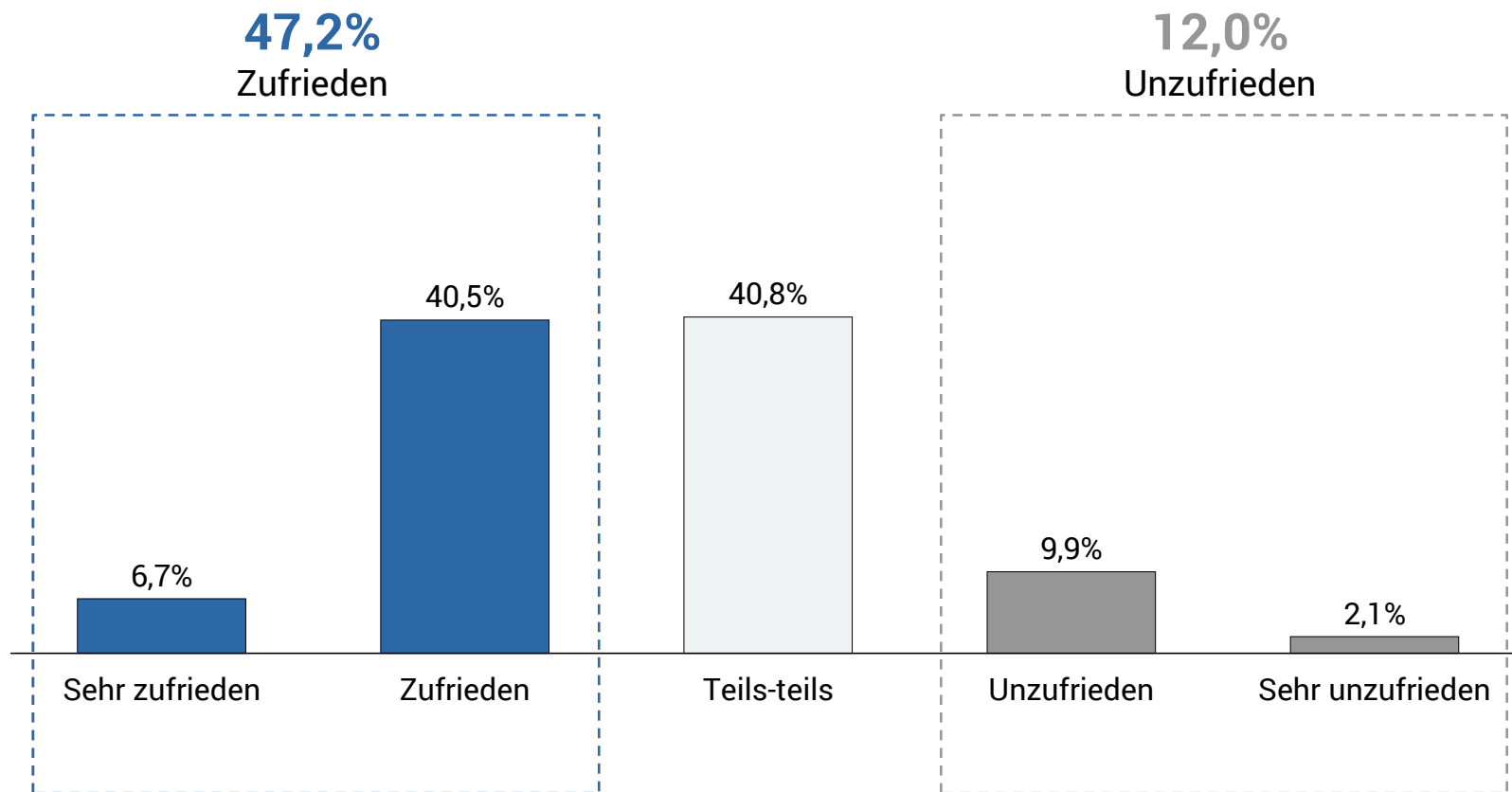
Soziodemografische Daten

Über myMarktforschung

Nur jeder zweite Deutsche ist mit dem eigenen Körper bzw. Aussehen zufrieden, rund jeder Achte ist sogar unzufrieden.

ZUFRIEDENHEIT MIT DEM KÖRPER/AUSSEHEN

„Ganz allgemein gesehen, wie zufrieden bzw. unzufrieden sind Sie mit Ihrem Körper/Aussehen?“

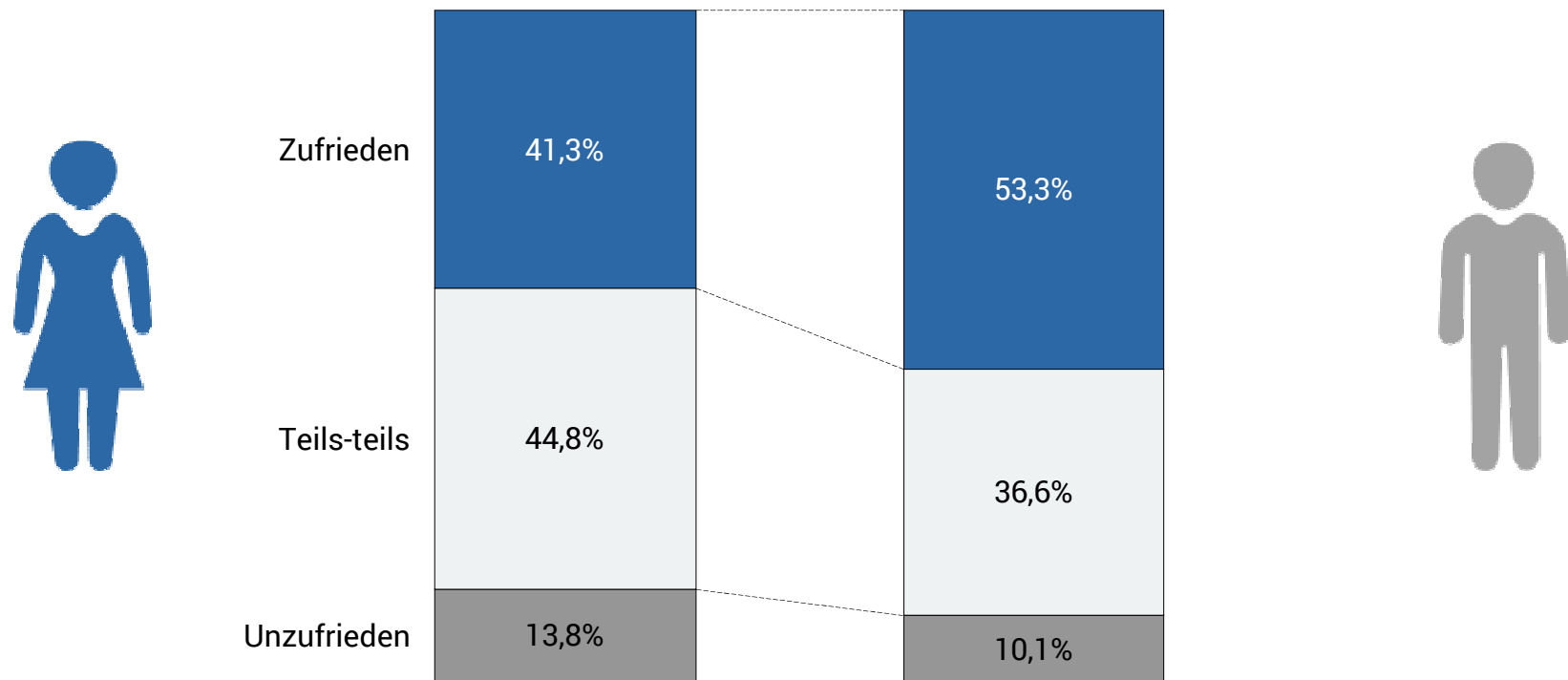


n=1.058

Verglichen mit den Männern zeigen sich weniger Frauen zufrieden mit dem eigenen Körper/ Aussehen.

ZUFRIEDENHEIT MIT DEM KÖRPER/AUSSEHEN – GESCHLECHTERVERGLEICH

„Ganz allgemein gesehen, wie zufrieden bzw. unzufrieden sind Sie mit Ihrem Körper/ Aussehen?“

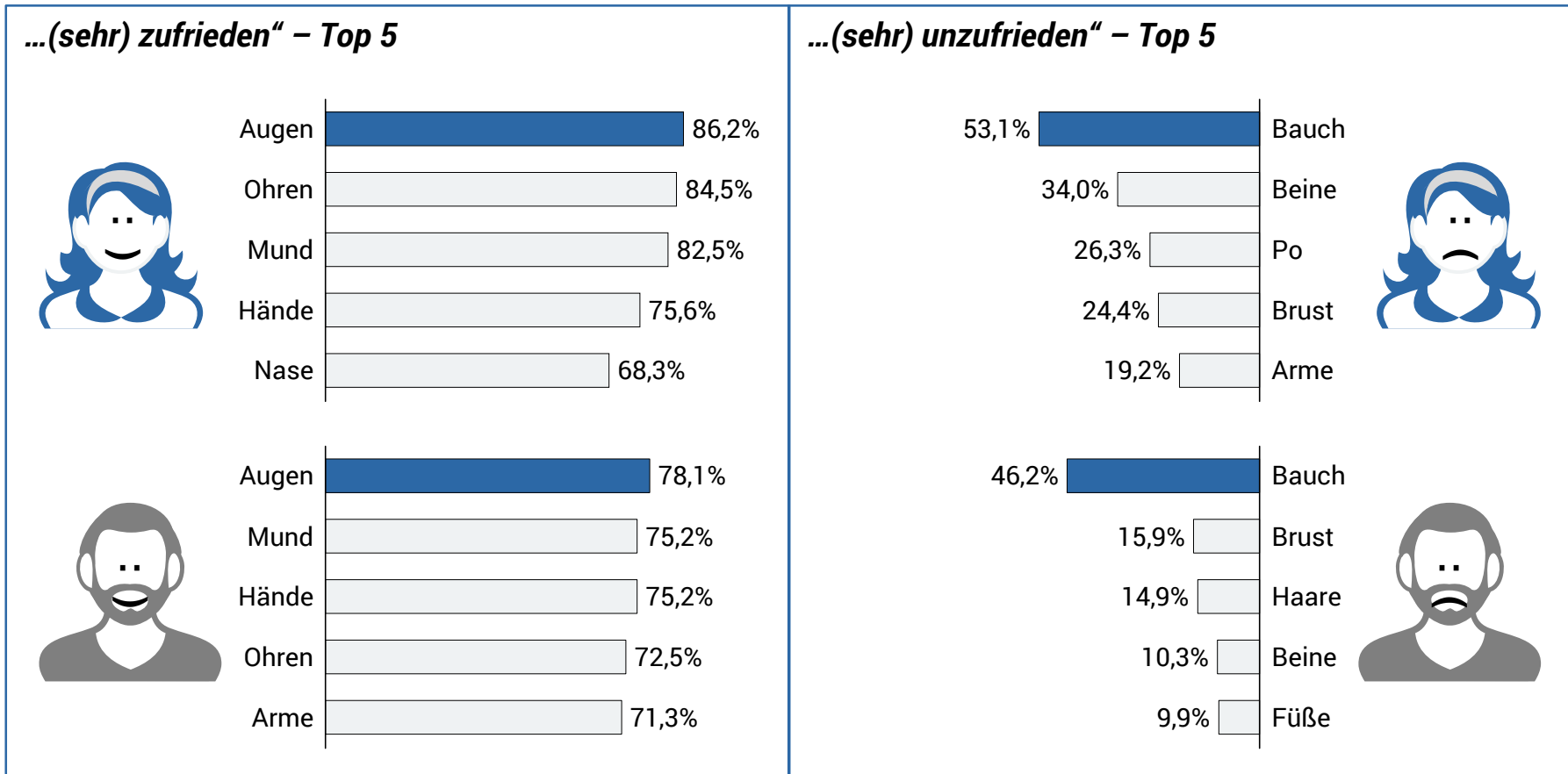


n₁=542 (Frauen)
n₂=516 (Männer)

Die Deutschen sind besonders zufrieden mit ihren Augen, zeigen sich jedoch zugleich häufig unzufrieden mit ihrem Bauch.

KÖRPERSTELLEN BEI DENEN ZUFRIEDENHEIT UND UNZUFRIEDENHEIT HERRSCHT

„Mit welchen Körperstellen/ -teilen sind Sie...



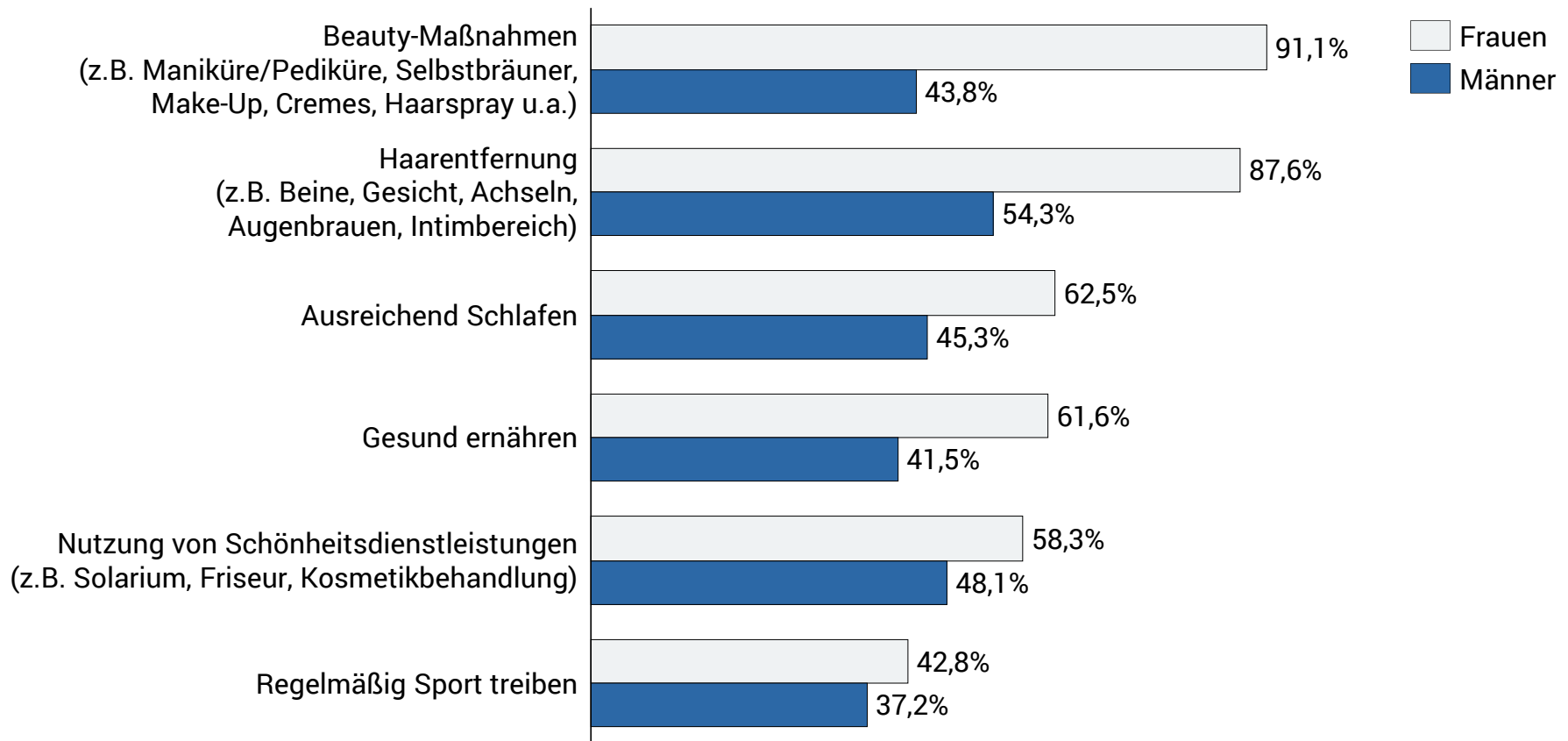
n₁=542 (Frauen)

n₂=516 (Männer)

Unabhängig von der Art der Maßnahmen für ein besseres Aussehen – Frauen zeigen sich bemühter, wenn es darum geht, sich schöner zu fühlen.

MASSNAHMEN FÜR EIN BESSERES AUSSEHEN/WOHLGEFÜHL – GESCHLECHTERVERGLEICH

„Was tun Sie alles für ein besseres Aussehen bzw. um sich schöner zu fühlen?“

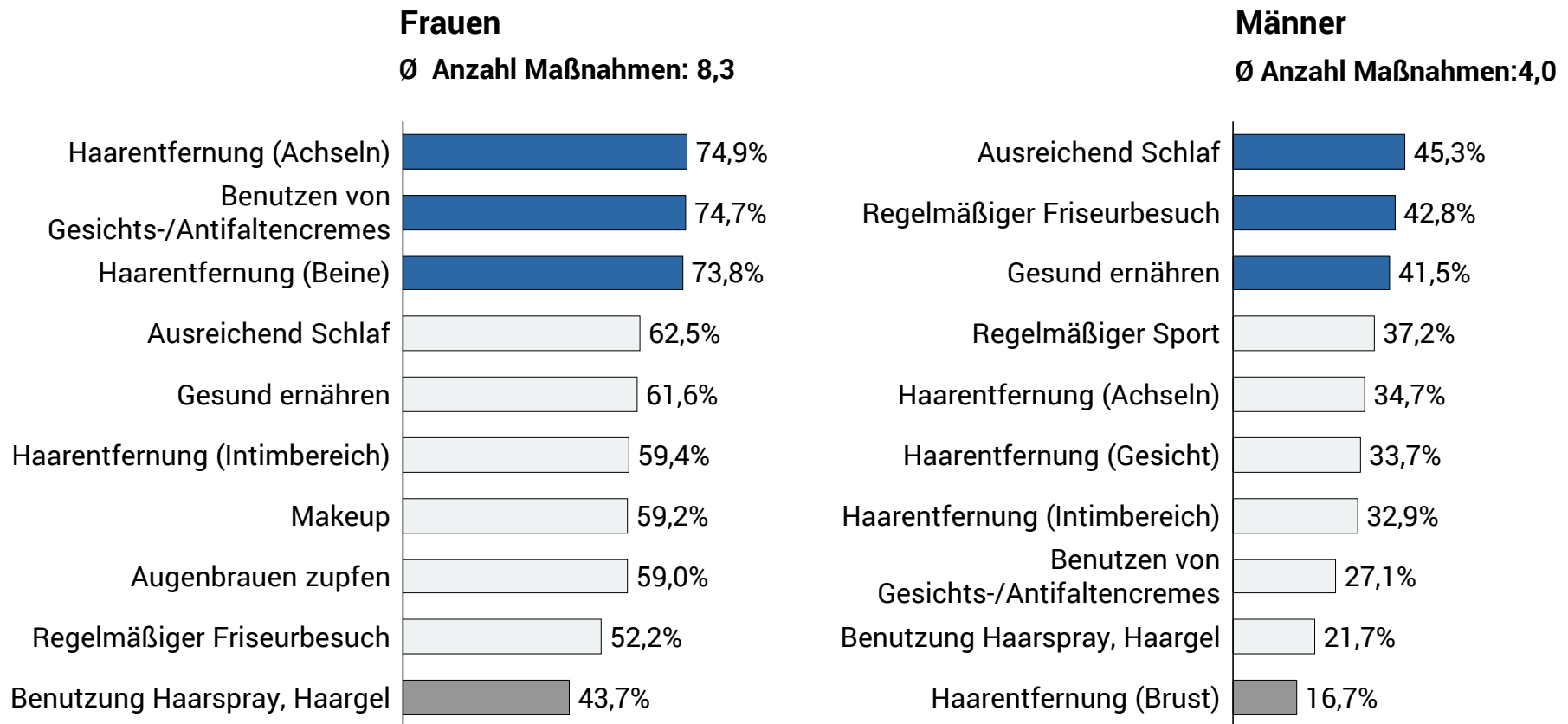


n₁=542 (Frauen)
n₂=516 (Männer)

Frauen nutzen deutlich mehr Möglichkeiten zur Steigerung der eigenen Attraktivität.

MASSNAHMEN FÜR MEHR ZUFRIEDENHEIT MIT DEM AUSSEHEN/KÖRPER – TOP 10

„Was tun Sie alles für ein besseres Aussehen bzw. um sich schöner zu fühlen?“

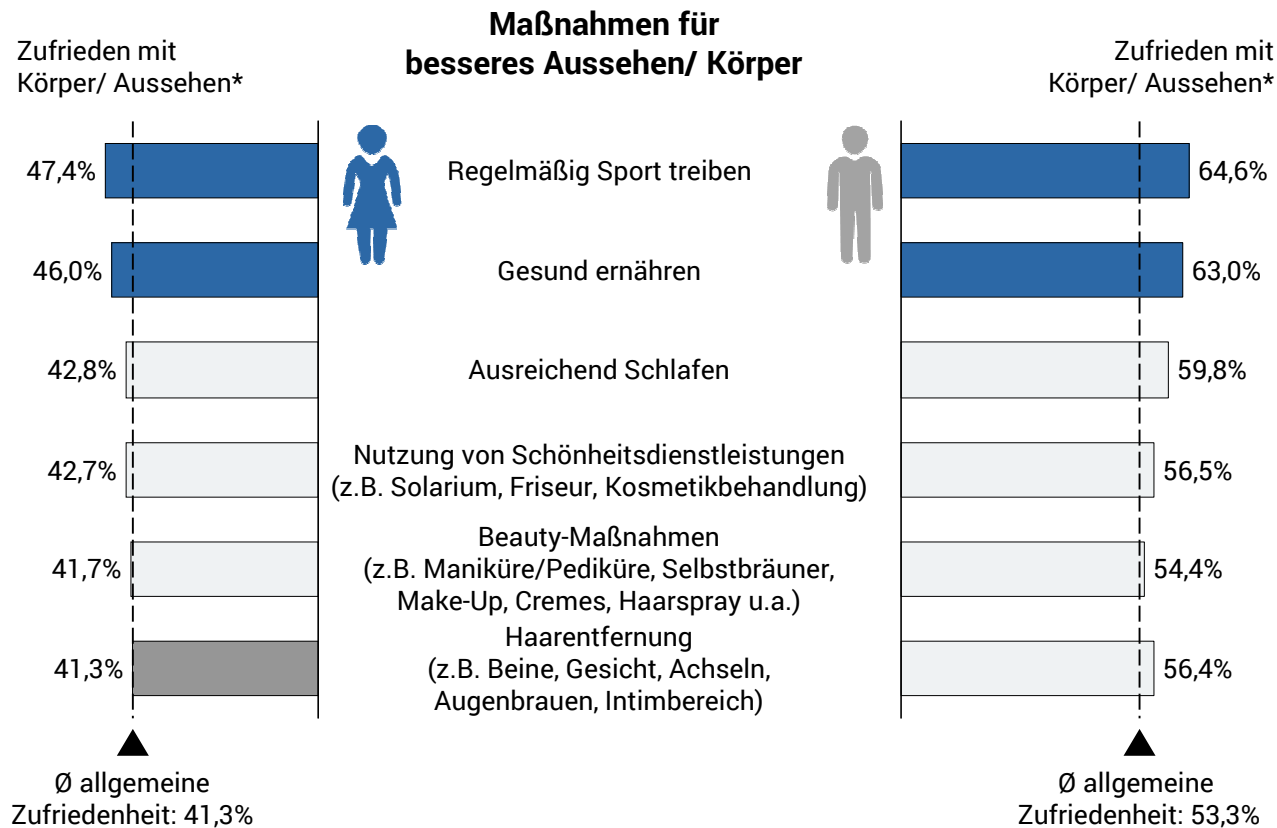


n₁=542 (Frauen)
n₂=516 (Männer)

Bewegung und gesunde Ernährung zahlen sich aus: Befragte, die regelmäßig Sport treiben und sich gesund ernähren, sind zufriedener mit sich.

MASSNAHMEN FÜR MEHR ZUFRIEDENHEIT MIT DEM AUSSEHEN/KÖRPER – GESCHLECHTERVERGLEICH

„Ganz allgemein gesehen, wie zufrieden bzw. unzufrieden sind Sie mit Ihrem Körper/ Aussehen?“
 betrachtet mit „Was tun Sie alles für ein besseres Aussehen bzw. um sich schöner zu fühlen?“



Lesebeispiel:

- 47,4 Prozent der Frauen, die regelmäßig Sport treiben, sind mit dem eigenen Körper bzw. Aussehen zufrieden.
- Das sind deutlich mehr als im Durchschnitt aller Frauen (41,3 Prozent).
- Das bedeutet, dass regelmäßiger Sport die erfolgversprechendste Maßnahme ist, um die allgemeine Zufriedenheit der Frauen mit dem Körper/ Aussehen zu steigern.

n₁=542 (Frauen)
 n₂=516 (Männer)

*Anteil von sehr zufrieden/ eher zufrieden

Jeder fünfzehnte Befragte hat ein recht konkretes Vorhaben einer Schönheitsoperation; jeder Siebte zieht sie zumindest in Betracht.

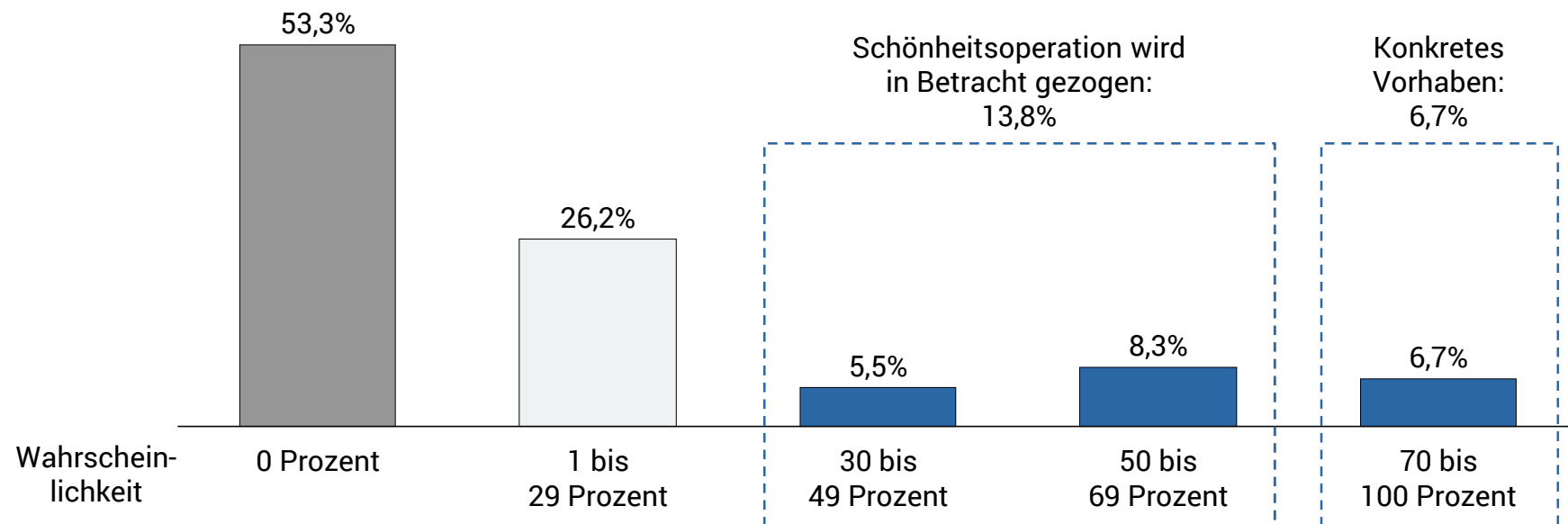
ZUKÜNFTIGE SCHÖNHEITSOPERATIONEN (1/2)

„Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie sich in den nächsten zwei Jahren einer Schönheitsoperation, egal welcher Art, unterziehen?“



Ø 16,8%

Ø 12,9%

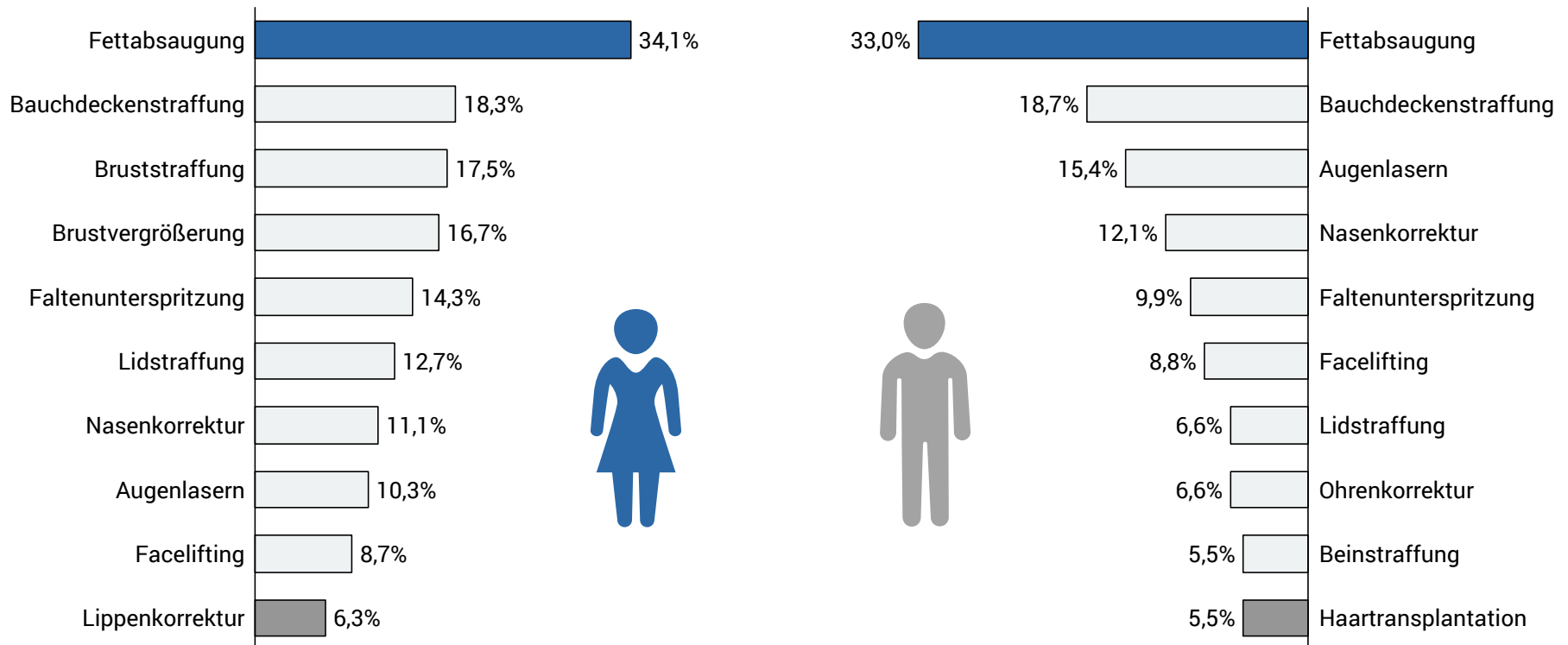


n=1.058

Sofern Männer oder Frauen eine Schönheitsoperation konkret planen oder in Betracht ziehen, denken sie am häufigsten an eine Fettabsaugung.

ZUKÜNFTIGE SCHÖNHEITSOPERATIONEN (2/2)

„Sie haben angegeben, dass Sie sich mit einer Wahrscheinlichkeit $\geq 30\%$ in den nächsten zwei Jahren einer Schönheitsoperation unterziehen wollen: Welche der nachfolgenden Schönheitsoperationen können Sie sich vorstellen, in den nächsten zwei Jahren durchführen zu lassen?“ – Top 10*



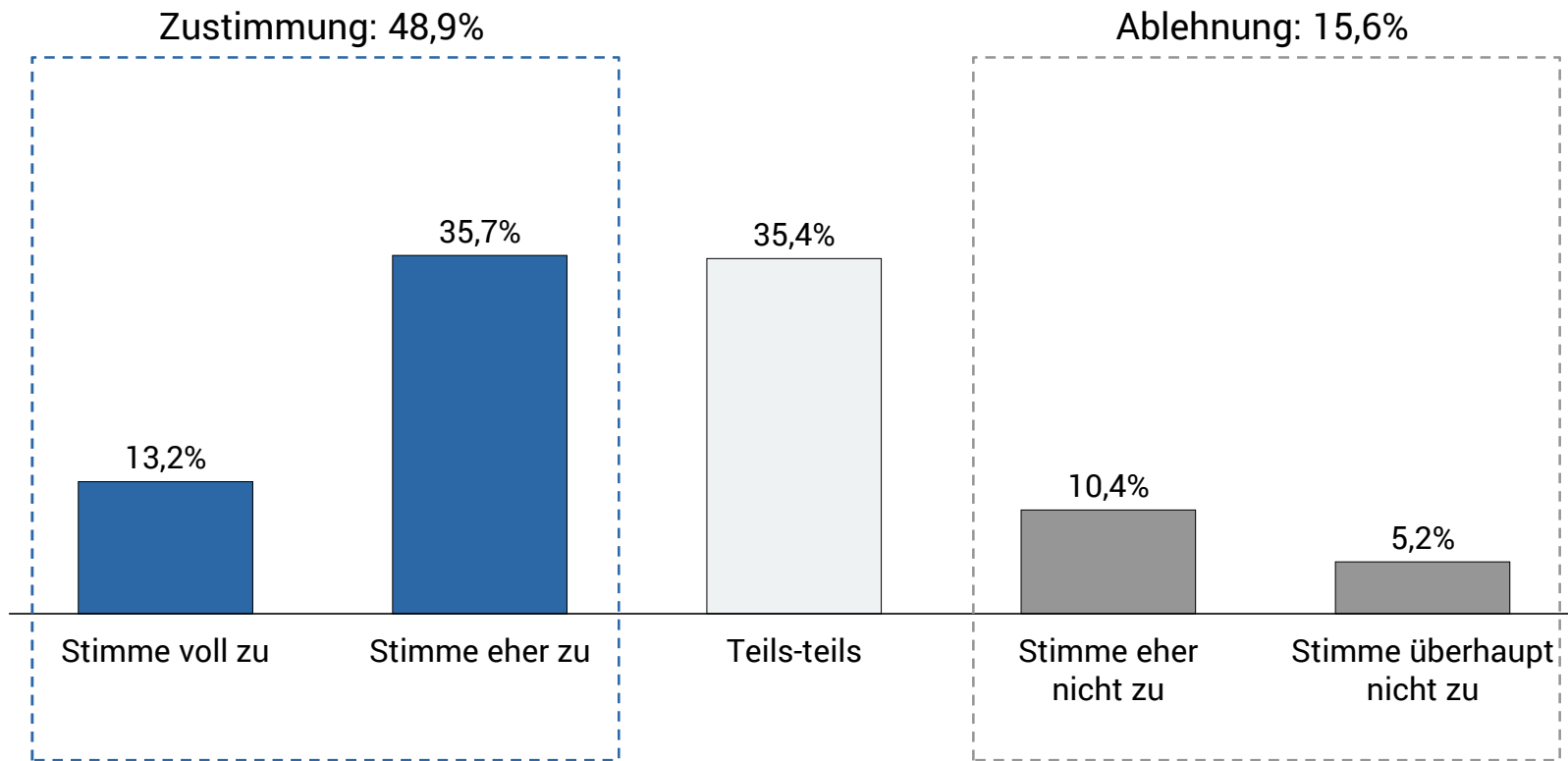
n₁=126 (Frauen)
n₂=91 (Männer)

*nur Personen, die sich mit einer Wahrscheinlichkeit $\geq 30\%$ in den nächsten zwei Jahren einer Schönheitsoperation unterziehen wollen

Knapp die Hälfte der Deutschen sieht Schönheitsoperationen mittlerweile als etwas ganz Alltägliches.

SCHÖNHEITSOPERATIONEN ALS ETWAS ALLTÄGLICHES

„Inwieweit stimmen Sie nachfolgender Aussage zu: ‚Schönheitsoperationen sind in der Gesellschaft mittlerweile etwas ganz Alltägliches.‘?“

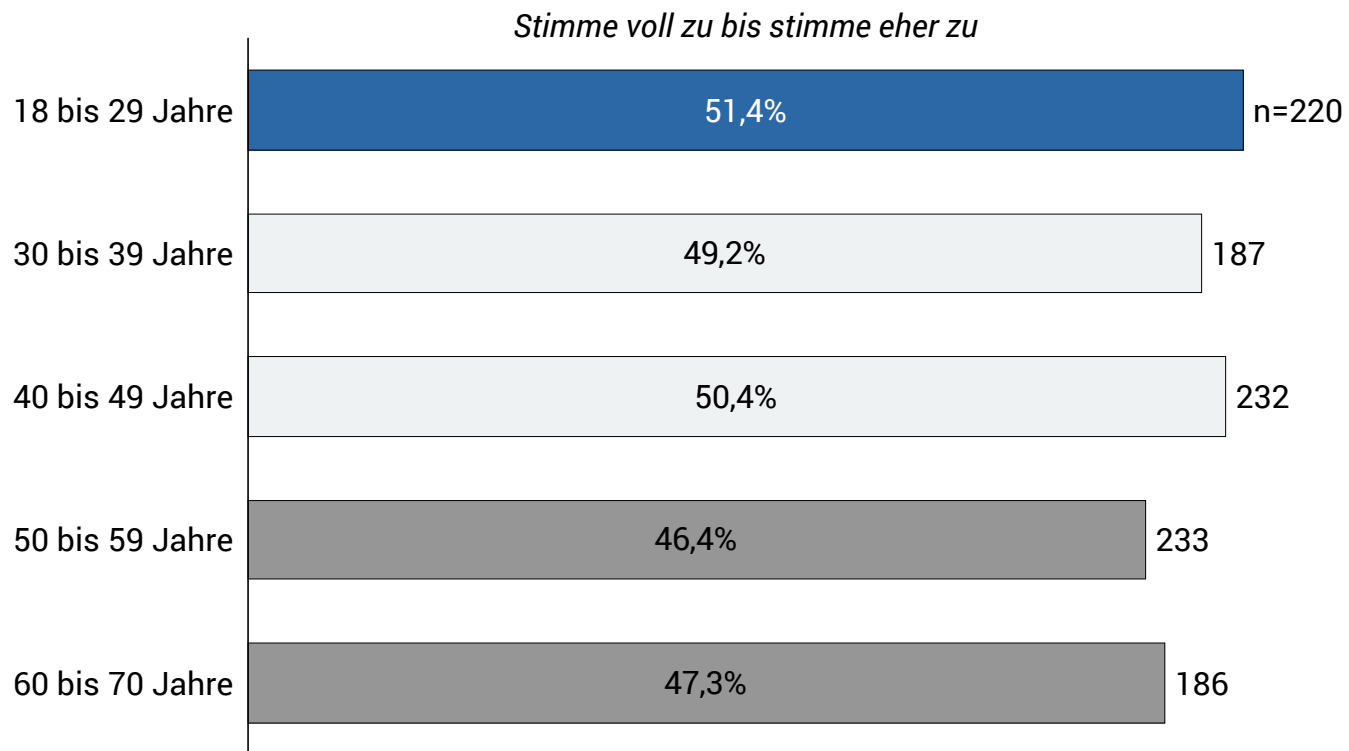


n=1.058

Die Meinung, dass Schönheitsoperationen mittlerweile etwas ganz Alltägliches sind, ist in allen Altersgruppen annähernd gleich vertreten.

SCHÖNHEITSOPERATIONEN ALS ETWAS ALLTÄGLICHES – ALTERSGRUPPENVERGLEICH

„Inwieweit stimmen Sie nachfolgender Aussage zu: ‚Schönheitsoperationen sind in der Gesellschaft mittlerweile etwas ganz Alltägliches.‘?“

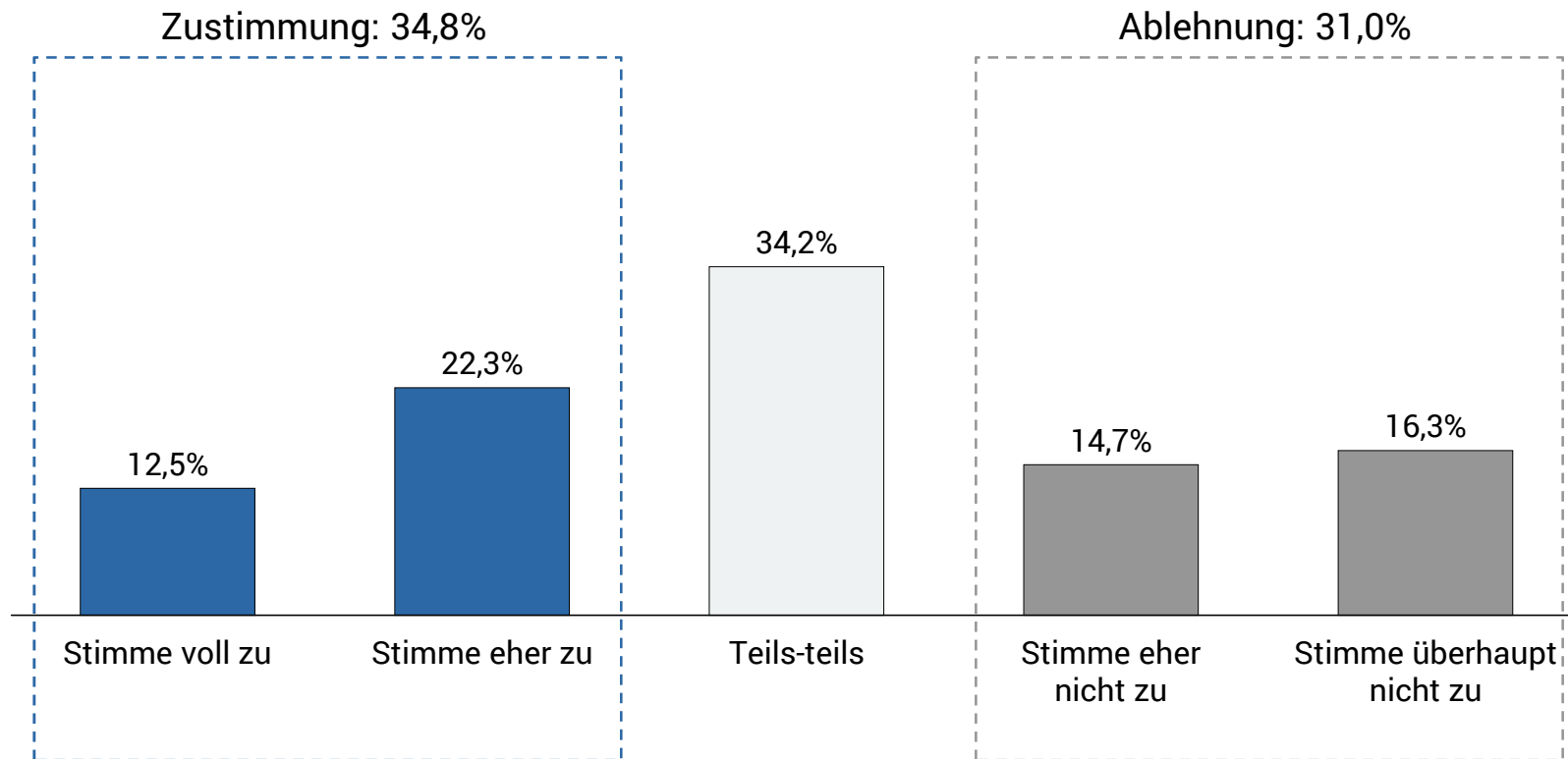


n=1.058

Hinsichtlich der Frage ob Schönheitsoperationen eine Chance sind, sich im eigenen Körper wohler zu fühlen, sind sich die Befragten uneins.

SCHÖNHEITSOPERATIONEN ALS CHANCE

„Inwieweit stimmen Sie nachfolgender Aussage zu: ‚Ich sehe Schönheitsoperationen prinzipiell als eine Chance, sich im eigenen Körper wohler zu fühlen.‘?“

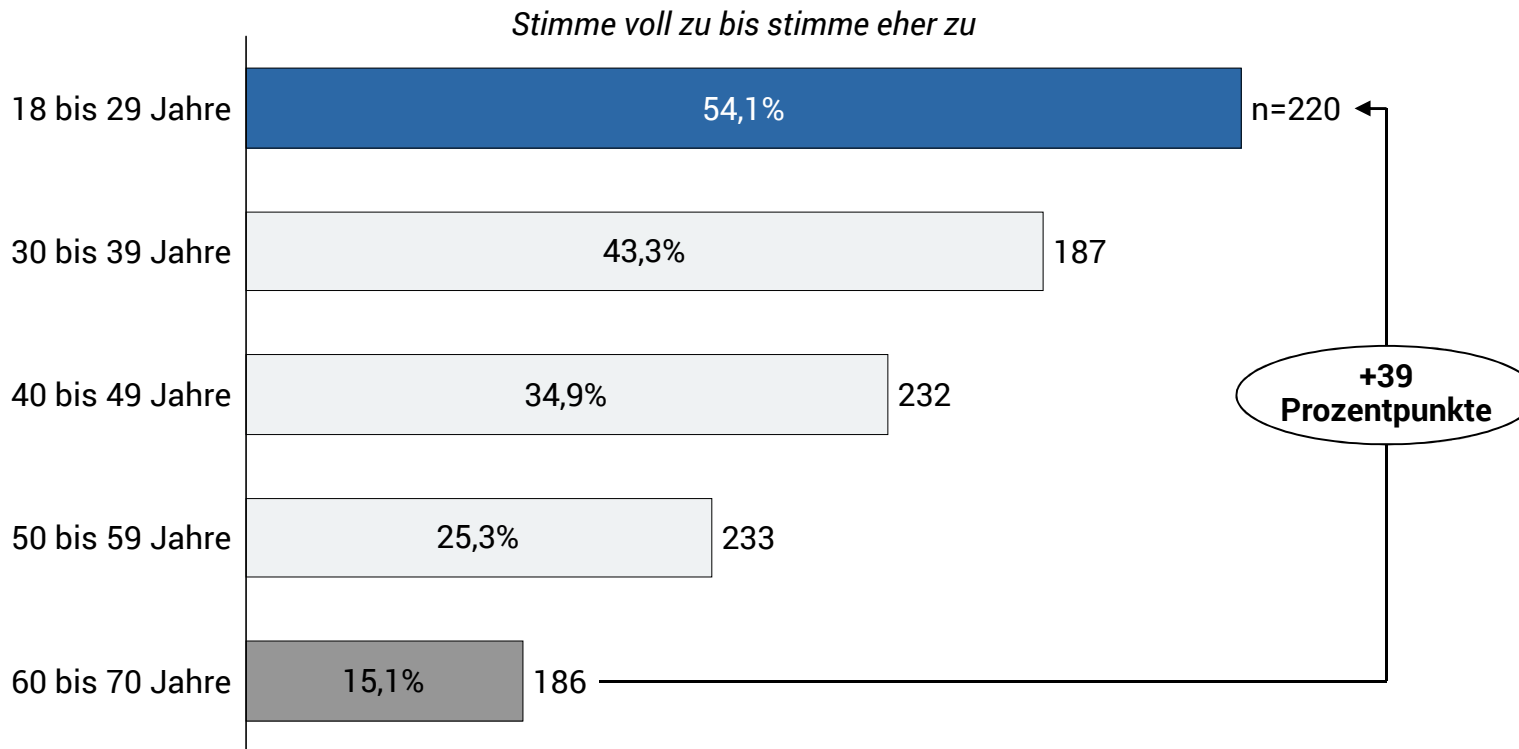


n=1.058

Jüngere Personen sehen Schönheitsoperationen deutlich häufiger als eine Chance an als ältere Befragte.

SCHÖNHEITSOPERATIONEN ALS CHANCE – ALTERSGRUPPENVERGLEICH

„Inwieweit stimmen Sie nachfolgender Aussage zu: ‚Ich sehe Schönheitsoperationen prinzipiell als eine Chance, sich im eigenen Körper wohler zu fühlen.‘?“

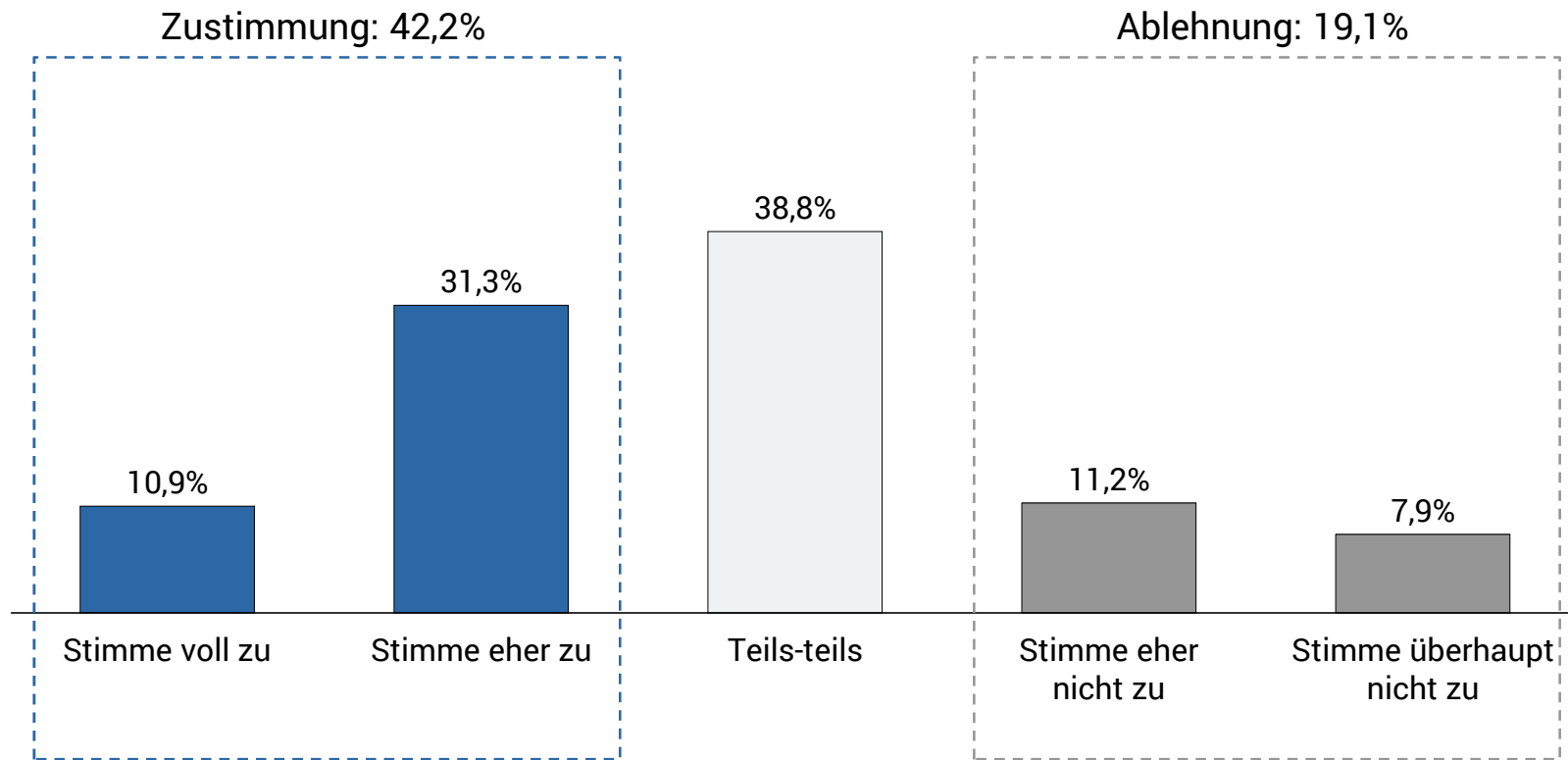


n=1.058

Rund zwei von fünf Befragten sind der Ansicht, dass man in der heutigen Gesellschaft attraktiv aussehen muss.

ATTRAKTIVITÄT ALS VORAUSSETZUNG IN DER GESELLSCHAFT

„Inwieweit stimmen Sie nachfolgender Aussage zu: ‚In der heutigen Gesellschaft muss man einfach attraktiv aussehen.‘?“

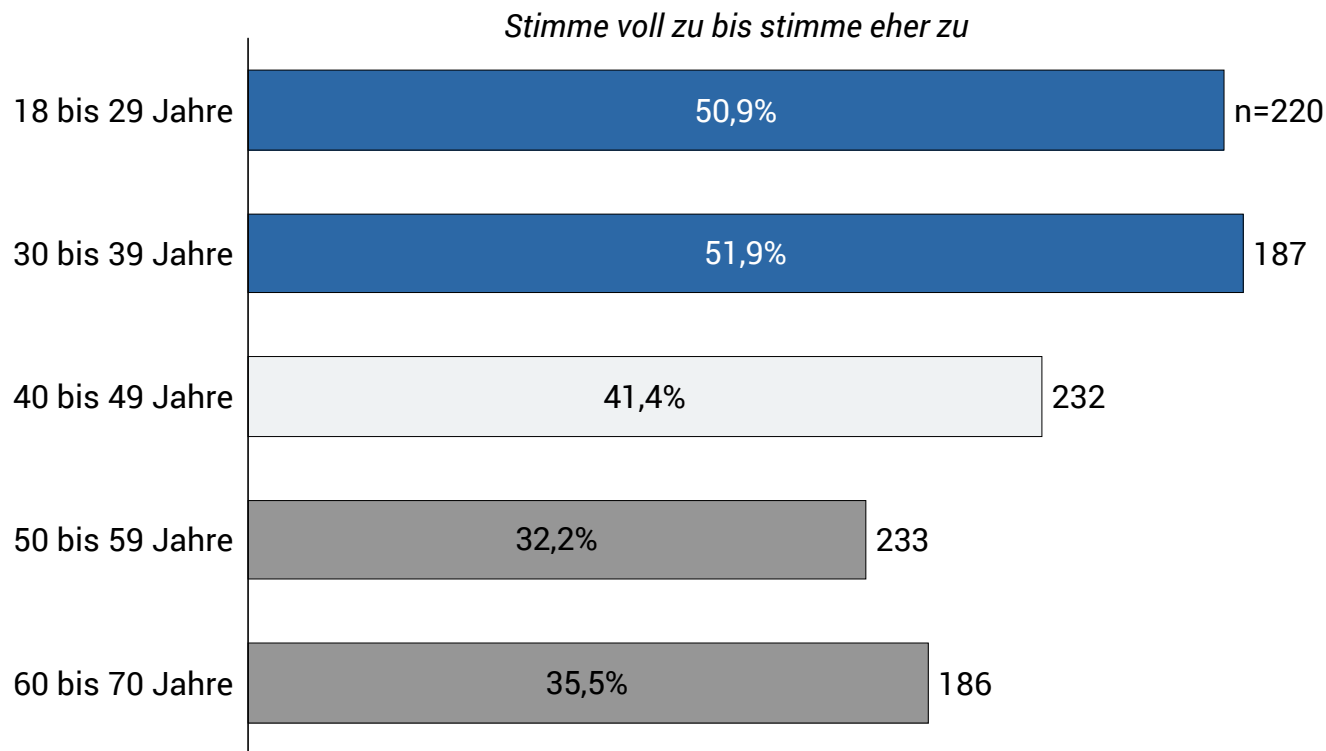


n=1.058

Im Vergleich der Altersgruppen wird deutlich, dass vor allem jüngere Befragte das Gefühl haben, attraktiv aussehen zu müssen.

ATTRAKTIVITÄT ALS VORAUSSETZUNG IN DER GESELLSCHAFT – ALTERSGRUPPENVERGLEICH

„Inwieweit stimmen Sie nachfolgender Aussage zu: ‚In der heutigen Gesellschaft muss man einfach attraktiv aussehen.‘?“

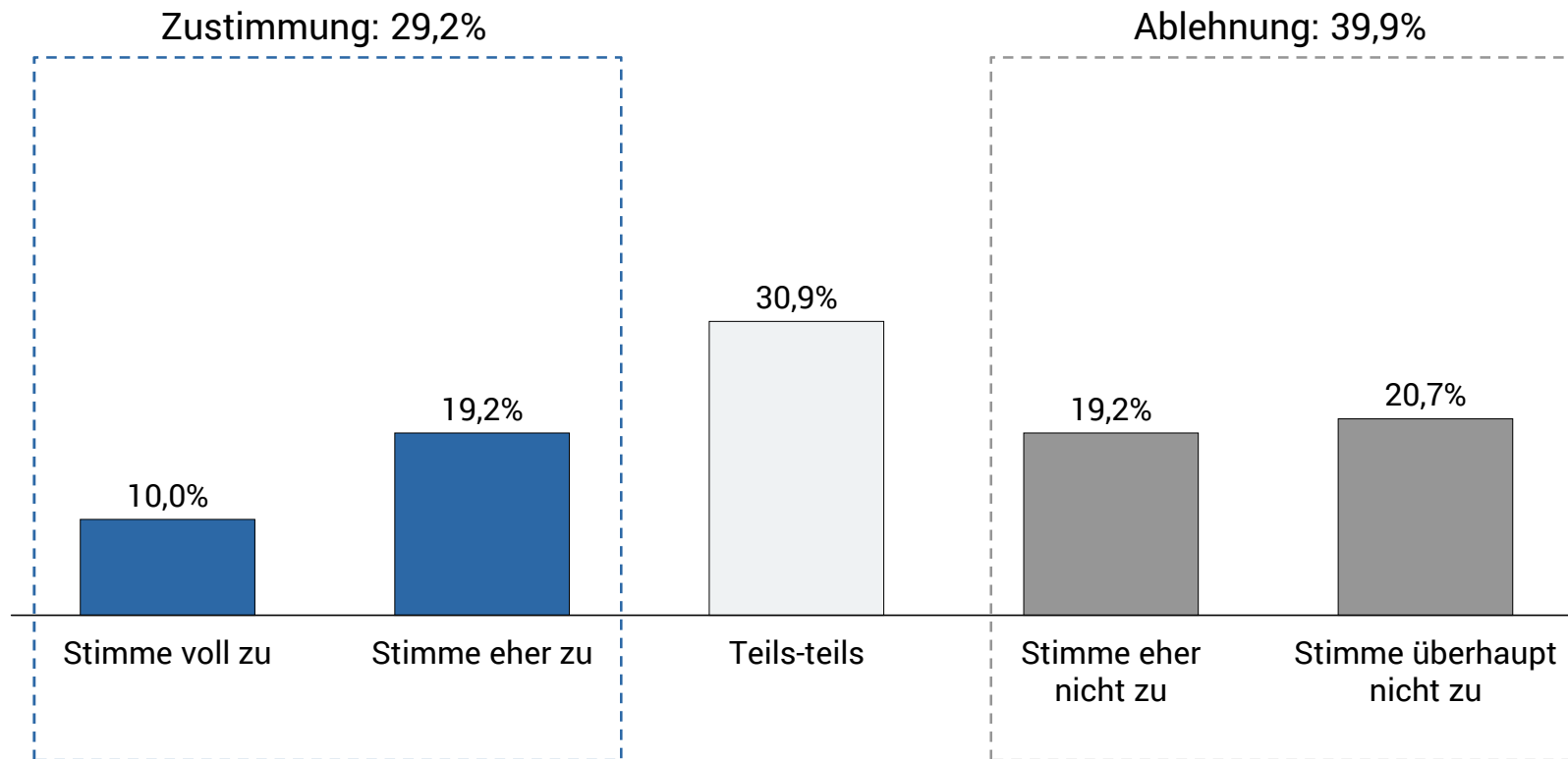


n=1.058

Drei von zehn Deutschen glauben, dass sie sich nach einer Schönheitsoperation selbstbewusster fühlen würden.

ATTRAKTIVITÄT ALS VORAUSSETZUNG IN DER GESELLSCHAFT

„Inwieweit stimmen Sie nachfolgender Aussage zu: ‚Nach einer Schönheitsoperation würde ich mich selbstbewusster fühlen.‘“

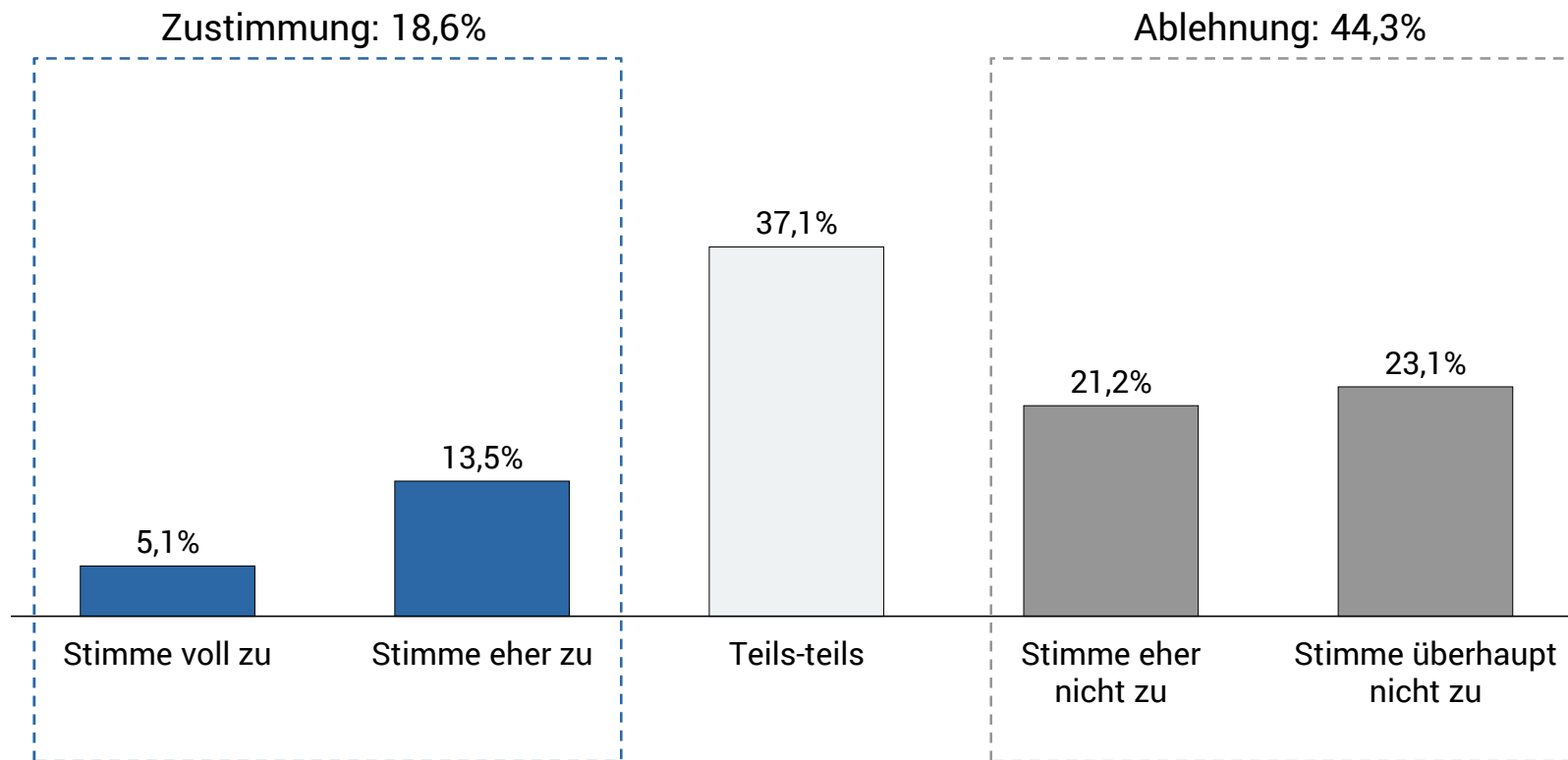


n=1.058

Knapp jeder Fünfte sieht in einer operativen Schönheitsveränderung den richtigen Weg, sofern man mit dem Aussehen unzufrieden ist.

SCHÖNHEITSOPERATIONEN ALS MITTEL MIT DEM AUSSEHEN ZUFRIEDENER ZU SEIN

„Inwieweit stimmen Sie nachfolgender Aussage zu: ‚Schönheitsoperationen sind der richtige Weg, wenn man mit seinem Aussehen unzufrieden ist.‘?“

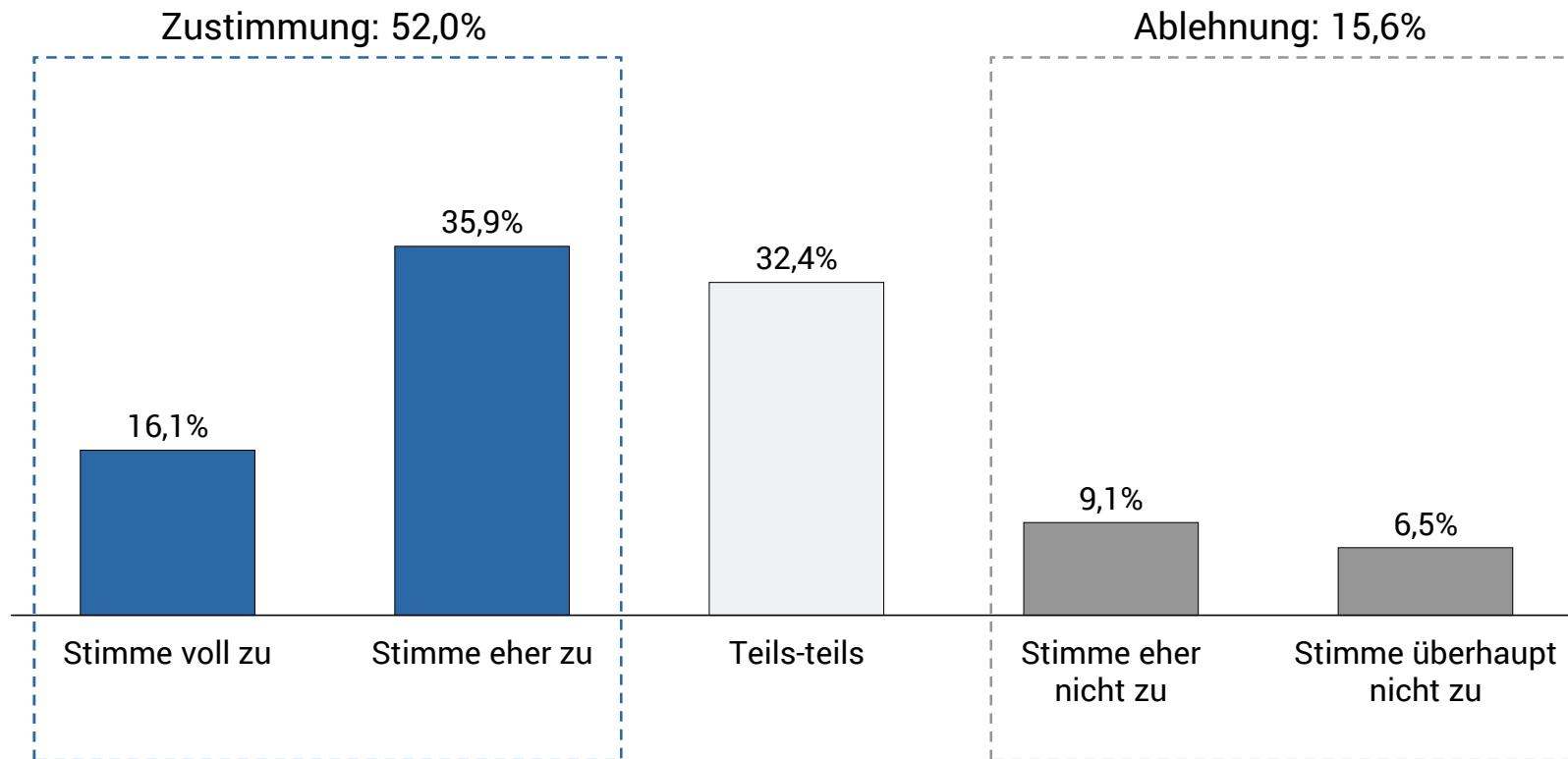


n=1.058

Gut die Hälfte der Deutschen sieht in einem attraktiven Aussehen eine Verbesserung der Chancen in der Berufswelt.

SCHÖNHEITSOPERATIONEN ALS STEIGERUNG DER CHANCEN IN DER BERUFSWELT

„Inwieweit stimmen Sie nachfolgender Aussage zu: ‚Durch ein attraktives Aussehen hat man in der Berufswelt bessere Chancen.‘“

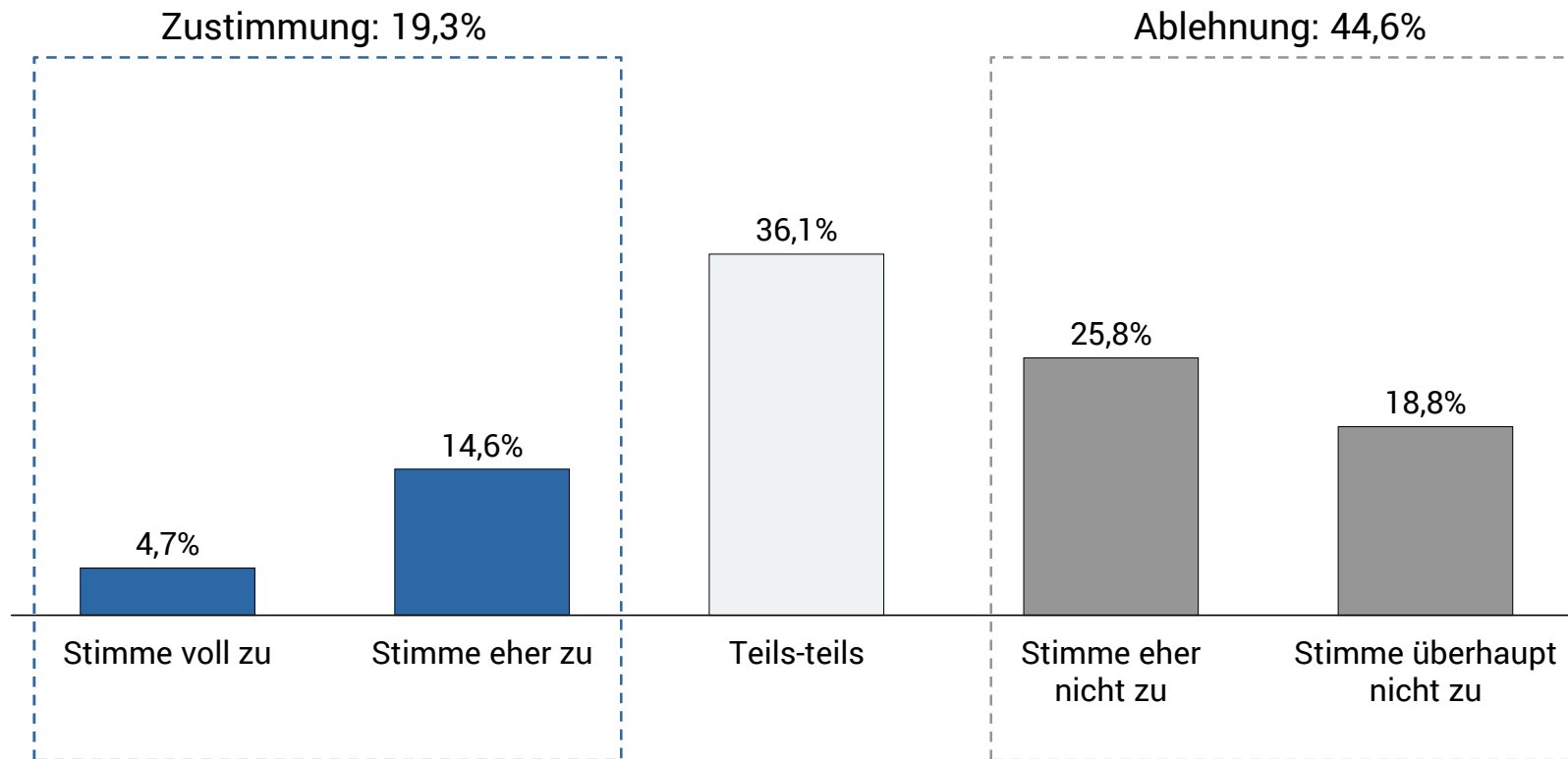


n=1.058

Jeder fünfte Befragte ist der Ansicht, dass man bei einer Schönheitsoperation kaum mehr ein Risiko eingeht.

DURCH SCHÖNHEITSOPERATIONEN EINGESCHÄTZTES RISIKO

„Inwieweit stimmen Sie nachfolgender Aussage zu: ‚Bei den heutigen Methoden geht man bei einer Schönheitsoperation kaum mehr Risiken ein.‘?“

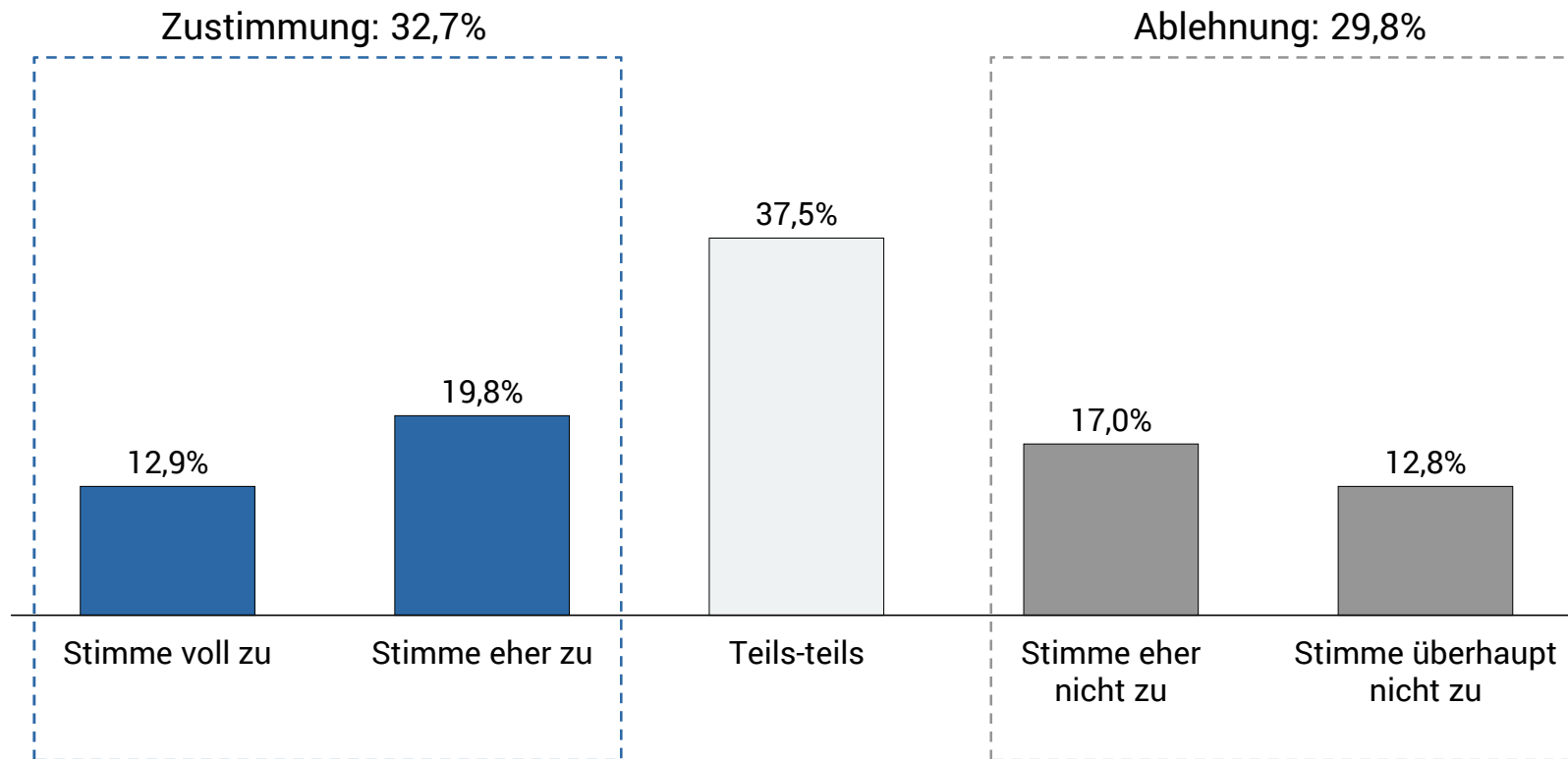


n=1.058

Drei von zehn Befragten würden die beste Freundin/ den besten Freund bei einer geplanten Schönheitsoperation nicht unterstützen.

SCHÖNHEITSOPERATIONEN UNTERSTÜTZUNG VON FREUNDEN

„Inwieweit stimmen Sie nachfolgender Aussage zu: ‚Ich würde meine beste Freundin/ meinen besten Freund unterstützen, wenn sie/er sich einer Schönheitsoperation unterziehen möchte.‘?“



n=1.058

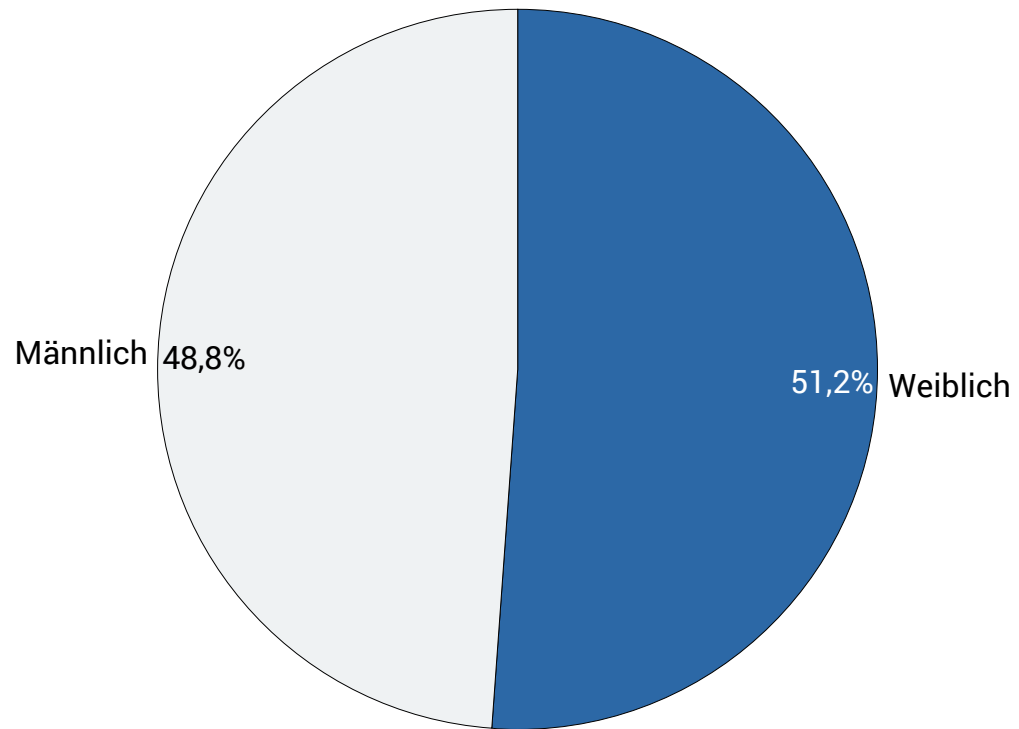
Studienergebnisse

Soziodemografische Daten

Über myMarktforschung

Geschlechterverteilung der Befragten

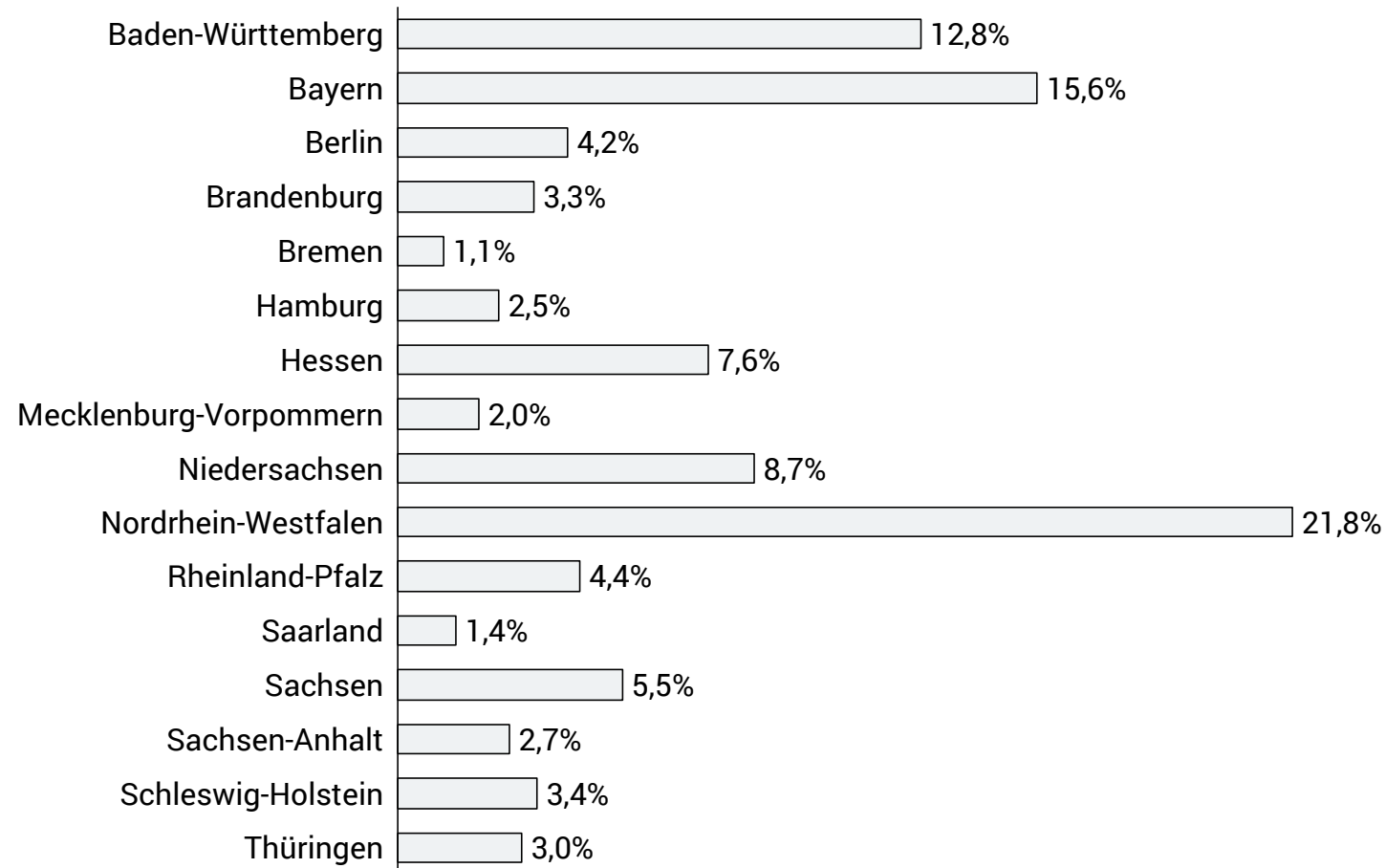
SOZIODEMOGRAFISCHE DATEN (1/7)



n=1.058

Wohnorte der Befragten

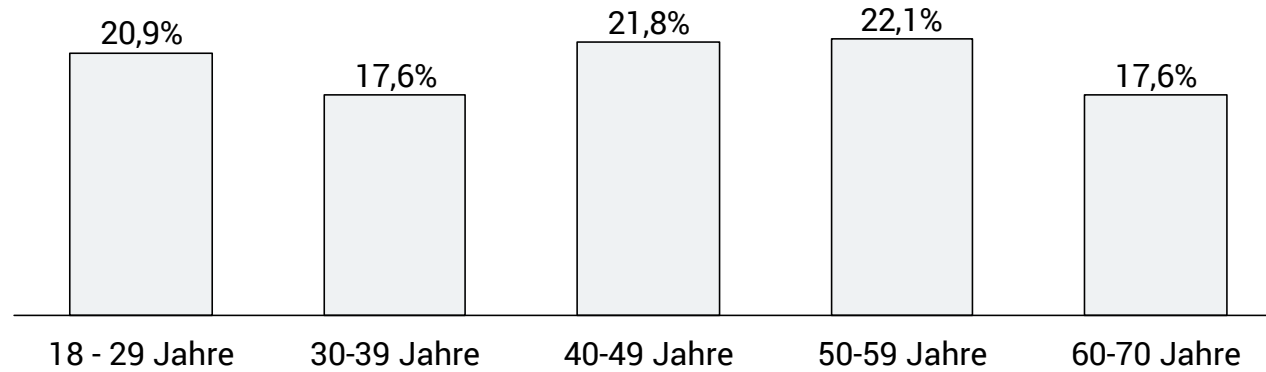
SOZIODEMOGRAFISCHE DATEN (2/7)



n=1.058

Altersverteilung der Befragten

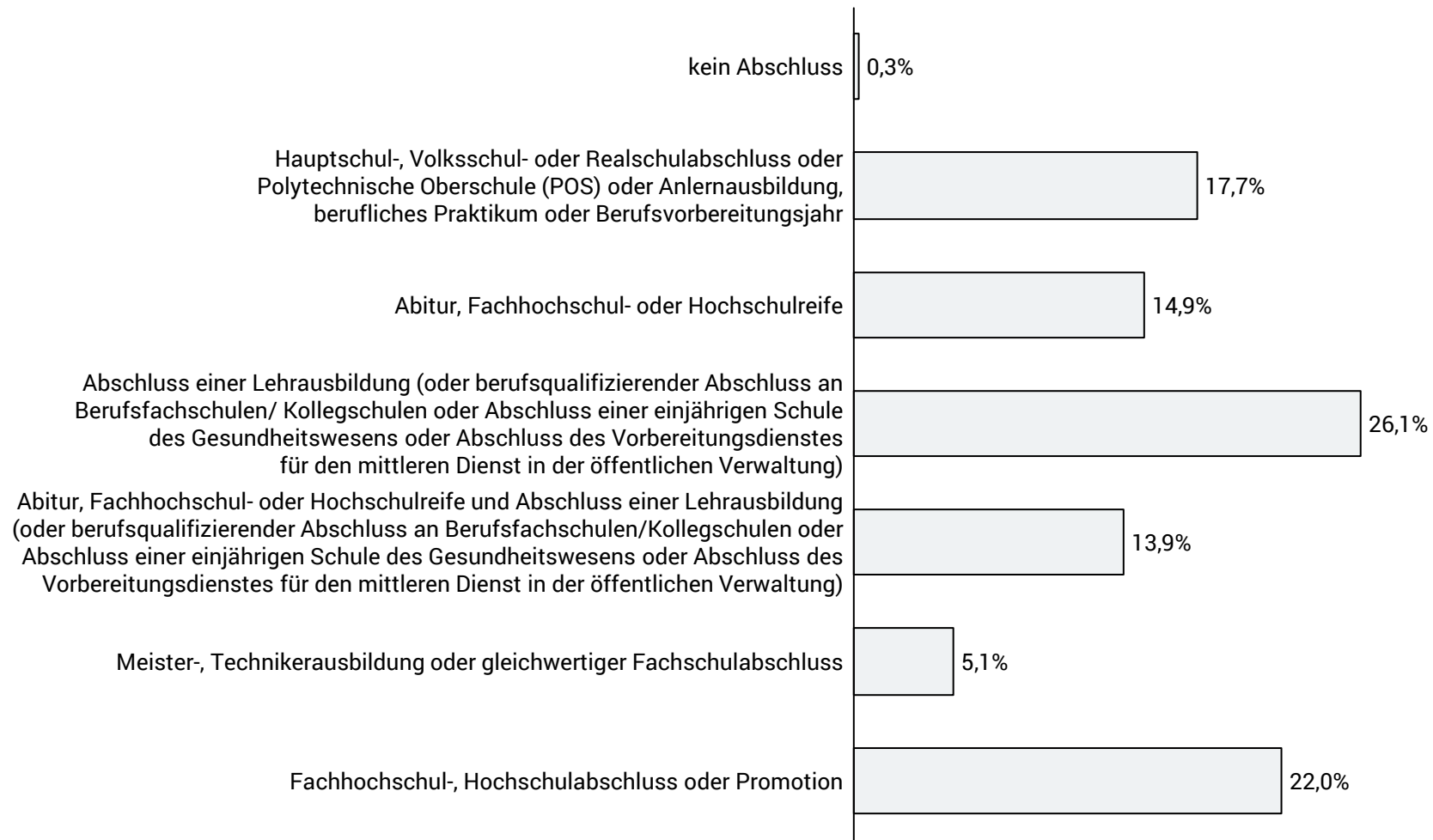
SOZIODEMOGRAFISCHE DATEN (3/7)



n=1.058

Bildungsabschlüsse der Befragten

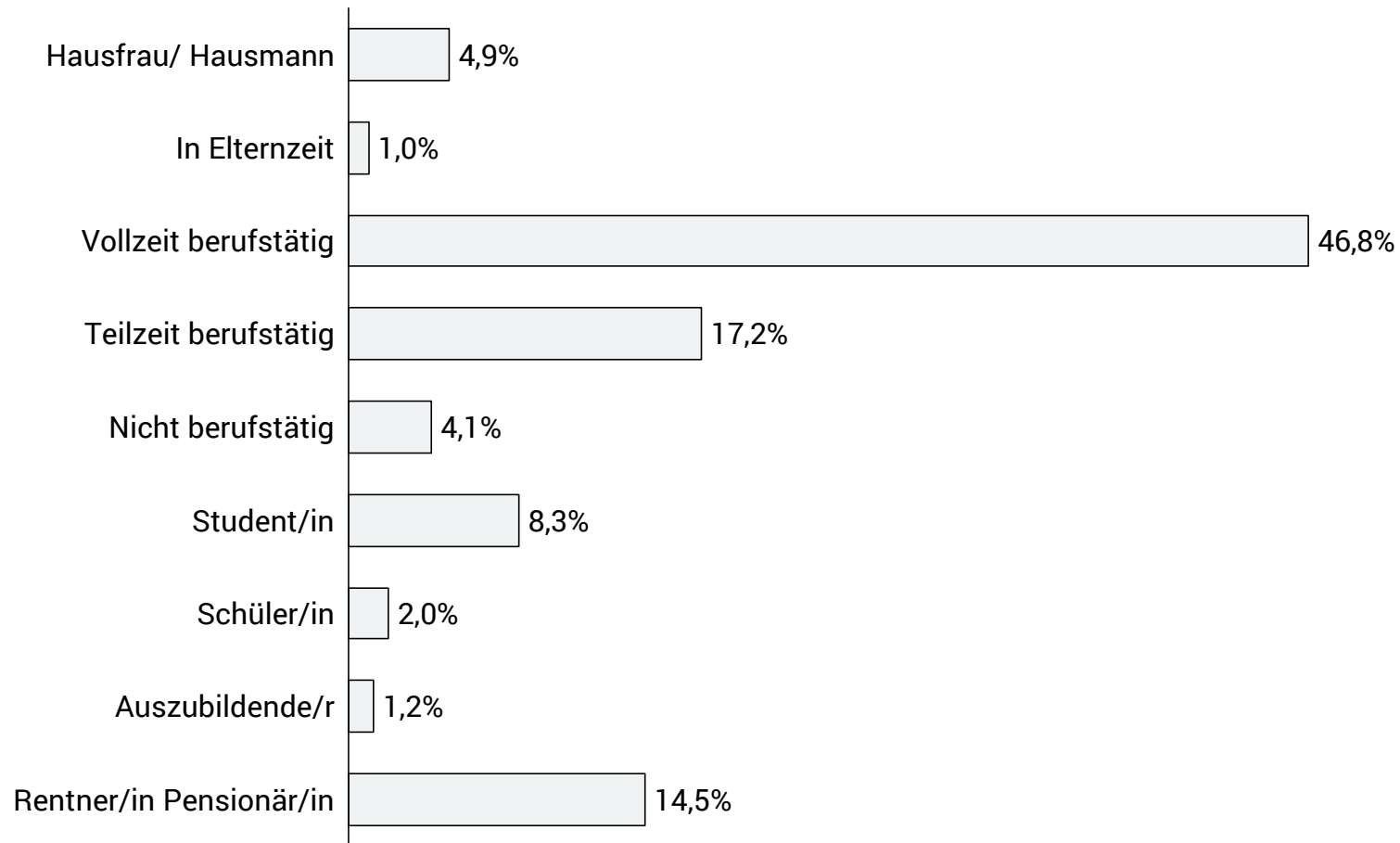
SOZIODEMOGRAFISCHE DATEN (4/7)



n=1.058

Tätigkeit der Befragten

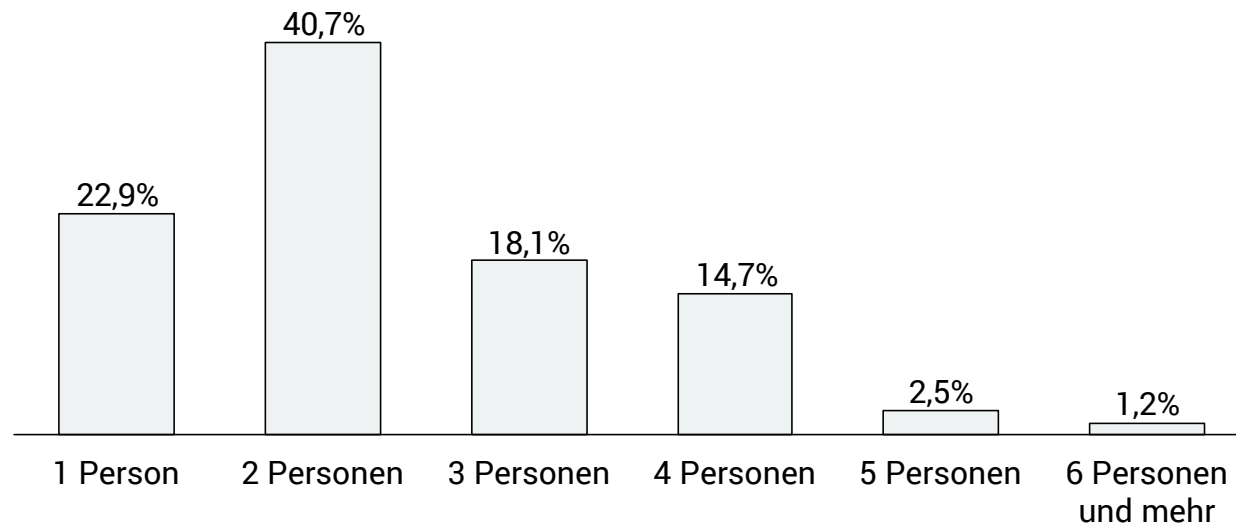
SOZIODEMOGRAFISCHE DATEN (5/7)



n=1.058

Anzahl der Personen im Haushalt der Befragten

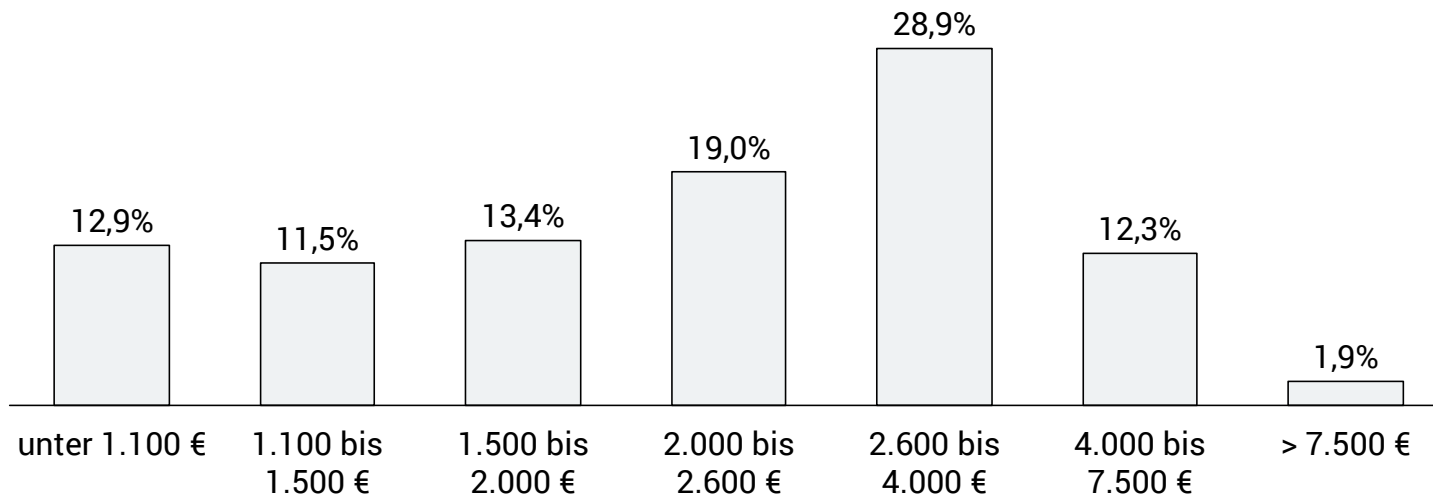
SOZIODEMOGRAFISCHE DATEN (6/7)



n=1.058

Haushaltsnettoeinkommen der Befragten

SOZIODEMOGRAFISCHE DATEN (7/7)



n=1.058

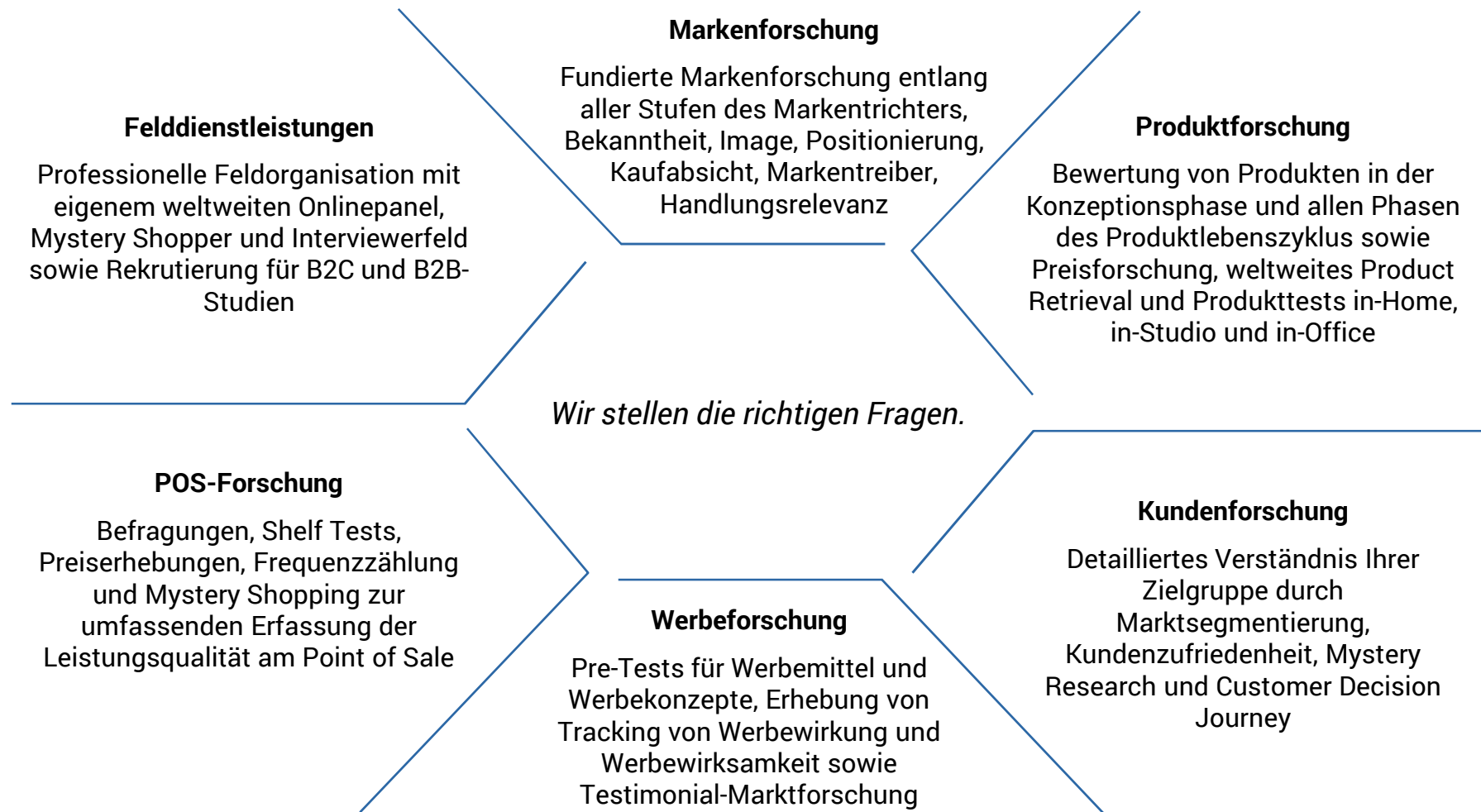
Studienergebnisse

Soziodemografische Daten

Über myMarktforschung

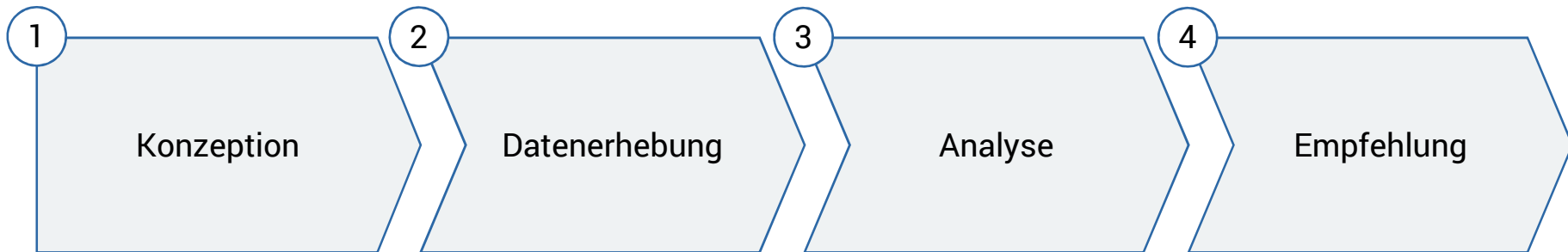
Unser Leistungsspektrum umfasst alle relevanten Themenbereiche der Marktforschung.

LEISTUNGSSPEKTRUM MARKTFORSCHUNG



Wir begleiten Sie im gesamten Prozess Ihrer Marktforschung.

UNTERSTÜTZUNG IM GESAMTEN MARKTFORSCHUNGSPROZESS



- Ist-Situation feststellen und analysieren
- Zielsetzung festlegen
- Untersuchungsdesign konzipieren
- Fragebogen / Leitfaden entwickeln
- Zeitlichen Ablauf klären

- Quantitative Primärforschung (telefonisch, schriftlich, persönlich, online)
- Qualitative Primärforschung
- Sekundäranalyse / Desk Research

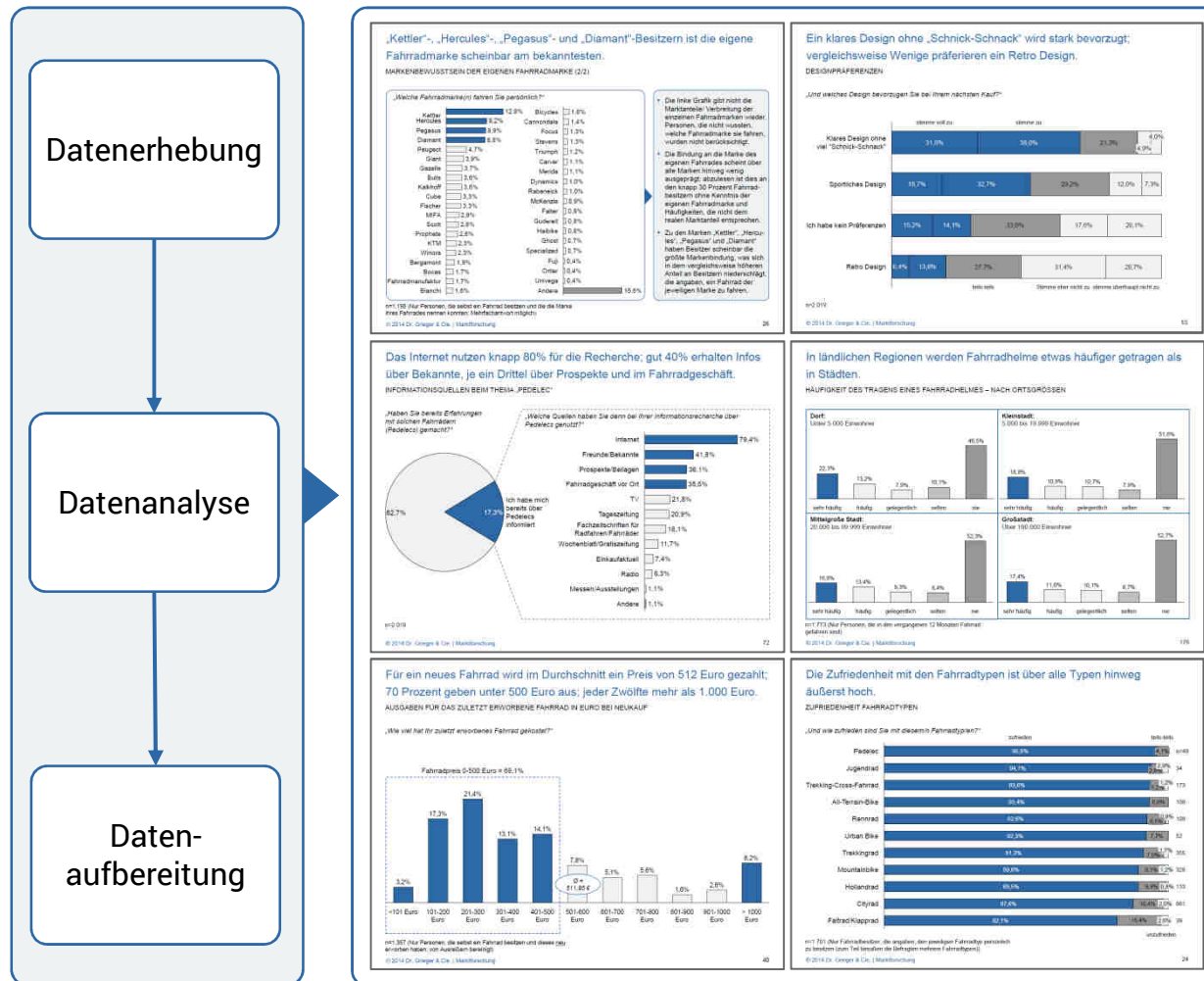
Wir führen die Datenerhebung zu 100% mit unseren eigenen Ressourcen durch.

- Datenauswertung
- Statistische Datenanalyse
- Qualitative Analyse
- Dateninterpretation
- Aussagekräftige Dokumentation

- Handlungsoptionen identifizieren und bewerten
- Implikationen ableiten
- Begleitung von Umsetzungsprozessen

Erhobene Daten liefern wir in einem ausführlichen und aussagekräftigen Schaubildreport.

ERGEBNISDARSTELLUNG / ANALYSE / REPORTING VON MARKTFORSCHUNGSDATEN



- Wir führen eine fundierte statistische Datenanalyse durch.
- Sie erhalten aussagekräftige Diagramme, statt schwer zu interpretierende Daten.
- Kernaussagen werden auf den Punkt gebracht.
- Die Präsentation kann in Ihrem Unternehmensdesign angefertigt werden.
- Die Schaubilder können in Management-Präsentationen integriert werden.
- Erforderliche Maßnahmen sind einfach abzuleiten.
- Kurzum: Sie können ohne Schwierigkeiten mit den Ergebnissen arbeiten.*

Wir konnten bereits Klienten aus unterschiedlichen Branchen mit unserer Arbeit begeistern.

AUSWAHL UNSERER REFERENZEN





www.myMarktforschung.de

myMarktforschung.de ist ein Angebot von

Dr. Grieger & Cie. Marktforschung
Barmbeker Straße 7a
22303 Hamburg
Germany

(0 40) 69 64 66 2-0

hallo[at]mymarktforschung.de

© 2016 myMarktforschung | Dr. Grieger & Cie. Marktforschung

All rights reserved. No part of this document may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photography, recording, or any information storage and retrieval system, without permission from Dr. Grieger & Cie.