

Beauty, Styling, Fashion



BRAVO Faktor **Jugend 5**

November 2001

Einleitung

Eins ist sicher: Nichts ist für Jugendliche so wichtig wie ihr Äußeres. Die Jugend ist vielleicht die spannendste und gleichzeitig schwierigste Zeit im Leben. Der Körper reift heran – äußerlich und innerlich, die Gefühlswelt steht Kopf und vieles erscheint plötzlich ungewohnt. Gleichzeitig beginnt der Abschied aus der Kindheit und die Suche nach einer eigenen, erwachsenen Persönlichkeit.

In dieser Phase spielen Produkte und Marken aus dem Kosmetik- und Modebereich eine immense Rolle. Beauty, Styling und das richtige Outfit helfen Jugendlichen, in dieser stürmischen Phase des Wandels ihre Rolle im Leben zu finden und ihren eigenen Typ auszudrücken.

Dabei gehört für Jugendliche alles zusammen: Ohne das richtige Outfit hilft das beste Styling wenig und wer ungepflegt ist, ist in der Clique schnell „unten durch“. Jugendliche investieren viel Zeit in Pflege und Styling und legen großen Wert auf die richtigen Marken. Verständlich, dass sie sehr klare Vorstellungen darüber haben, welche Marken sie verwenden wollen. Denn in einem „High Interest“-Bereich wie Beauty, Styling, Fashion wollen sie nichts dem Zufall überlassen.

Einleitung

Mit dieser 5. Ausgabe unserer Forschungsreihe BRAVO Faktor Jugend legen wir eine umfangreiche repräsentative Studie aus mehr als 800 Interviews mit 12- bis 18-Jährigen vor. Auf den folgenden Seiten präsentieren wir Ihnen, welche Einstellungen und Gewohnheiten Jugendliche zum Thema Beauty, Styling, Fashion haben und was ihnen wichtig ist. Natürlich zeigen wir Ihnen auch, welche Produkte und Marken sie verwenden. Und letztendlich geben wir Hinweise, wie Marken bei Jugendlichen besser ankommen.

Viel Spaß beim Lesen!

Anja Visscher
Marketing Managerin Jugend

Inhalt

- ▶ **Die Studie BRAVO Faktor Jugend 5
„Beauty, Styling, Fashion“**
- ▶ **Beauty, Styling, Fashion – Last und Lust für Jugendliche**
- ▶ **Beauty: „Mal nervt’s, mal tut es richtig gut“**
- ▶ **Styling: „Das dauert bei mir jeden Tag länger“**
- ▶ **Fashion: „Für Klamotten könnte ich ein
Vermögen ausgeben – wenn ich’s hätte“**
- ▶ **Das Fazit: 10 Regeln für den Erfolg bei Jugendlichen**

Warum

Beauty, Styling und Fashion als Thema für BRAVO Faktor Jugend 5?



Weil kaum ein Bereich die Jugendlichen mehr bewegt und berührt

Die Zielgruppe

12 bis 18 Jahre - nicht nur ein Altersunterschied



Jugend

die spannendste und schwierigste Zeit im Leben

Alles wird anders:

- ▶ Der Körper reift heran – äußerlich und innerlich
- ▶ Suche nach einer neuen, erwachsenen Persönlichkeit und Abschied von der Kindheit
- ▶ Neue Lebenswelten werden erschlossen
- ▶ Das andere Geschlecht wird wichtig – die erste Liebe, der erste Sex, der erste Liebeskummer ...
- ▶ Und die Eltern verstehen nichts mehr – sollen sie auch nicht!

Beauty,

Styling und Fashion - ein Grundbedürfnis für Jugendliche

- ▶ **Gibt Selbstsicherheit und Selbstbewusstsein**
„Sich wohl fühlen in seiner Haut ...“
- ▶ **Hilft bei der Schaffung der eigenen Persönlichkeit und bei der Abgrenzung von anderen**
„Mich gibt's nur einmal ...“

Die Studie:

BRAVO Faktor Jugend 5

820 Interviews mit Jugendlichen von 12 bis 18 Jahren
in ganz Deutschland rund um Pflege und Aussehen

- ▶ Einstellungen
- ▶ Markenpräferenzen
- ▶ Zugang und Besitz
- ▶ Nutzung
- ▶ Kaufverhalten



Beauty
Styling
Fashion

Beauty,

Styling, Fashion - Was ist was?

▶ Beauty –
alles, was pflegt

- Pflegende Kosmetik für Gesicht und Körper
- Haarpflege
- Deos
- Rasiermittel

▶ Styling –
für den großen Auftritt

- Dekorative Kosmetik (nur Mädchen)
- Haarstyling
- Haartönung
- Duft

▶ Fashion –
alles für das Outfit

- Oberbekleidung
- Schuhe

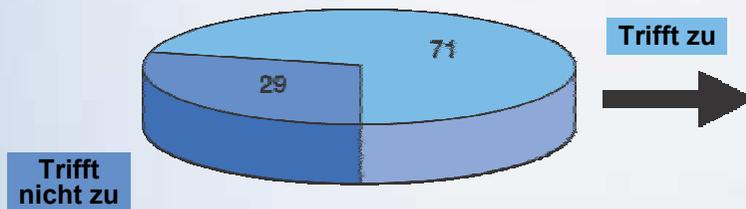
«Zum guten Style
zählen doch nicht
nur Klamotten»

**Beauty, Styling, Fashion –
Last und Lust für Jugendliche**

Kein Wunder:

Viele Jugendliche legen Wert auf guten Style

Wer ungepflegt ist, ist bei mir unten durch.



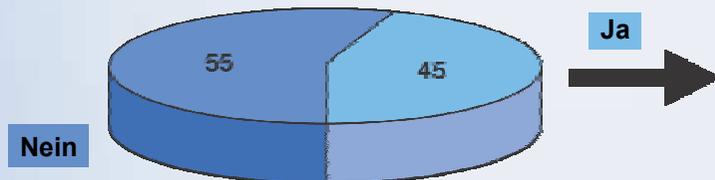
Mädchen:

Gesamt	12-13 Jahre	→	18 Jahre
77 %	74 %	→	82 %

Jungen:

Gesamt:	12-13 Jahre	→	18 Jahre
65 %	61 %	→	75 %

Würdest Du von Dir selber sagen, dass Du eitel bist?



Mädchen:

Gesamt	12-13 Jahre	→	18 Jahre
54 %	43 %	→	63 %

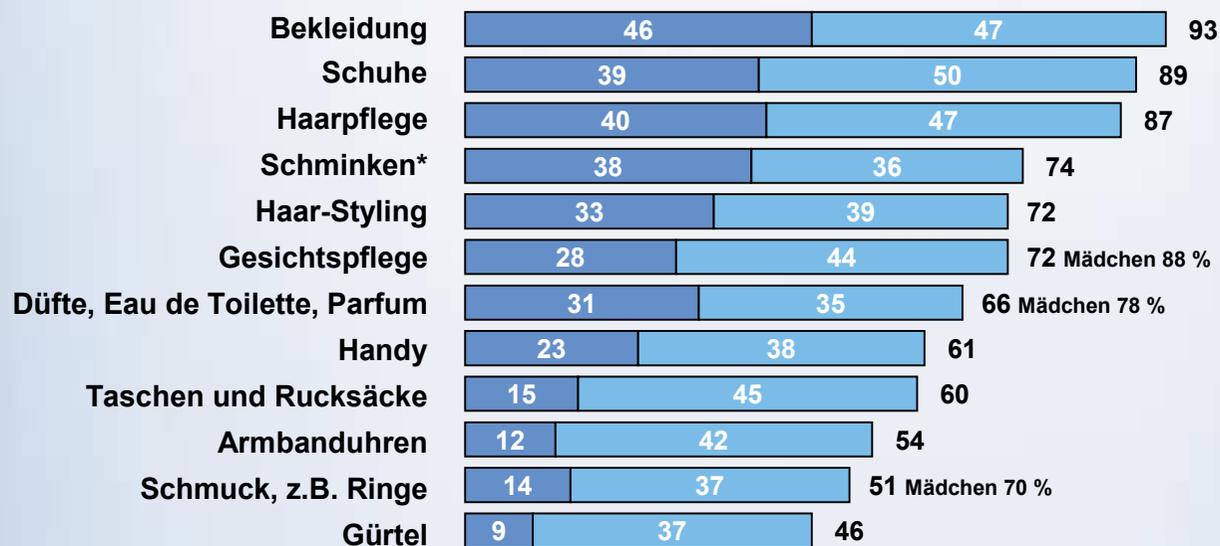
Jungen:

Gesamt:	12-13 Jahre	→	18 Jahre
35 %	20 %	→	52 %

Alle Befragten, n=820 / Angaben in Prozent

Was

gehört zum perfekten Style?



Marken sind wichtig:

82
78
64
59
56
55
66
62
55
51
35
36

■ sehr wichtig ■ wichtig

*nur Mädchen

Alle Befragten, n=820 / Angaben in Prozent; jeweils Top 2 Werte: sehr wichtig / wichtig

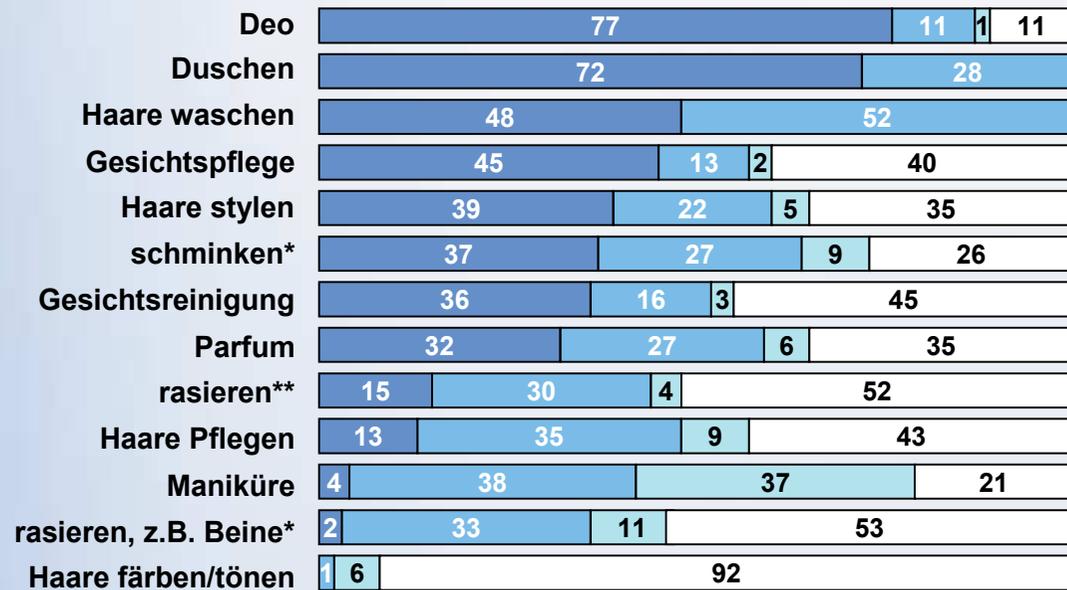
Die Macht der Clique, nicht nur bei Kleidung



Alle Befragten, n=820 / Angaben in Prozent; jeweils Top 2 Werte: trifft voll zu / trifft zu

Beauty und Styling:

Was die Jugendlichen wie oft machen



täglich
 mindestens 1x pro Woche
 mindestens 1x pro Monat
 seltener/nie

*nur Mädchen/**nur Jungen

Eher Spaß	Eher Pflicht
reduzierte Basis: Alle, die das machen	
49	51
48	52
34	66
45	55
80	20
94	6
27	73
91	9
22	78
46	54
32	68
30	70
91	9

Alle Befragten n=820 / Angaben in Prozent

Für **Pflege** und Styling nimmt man sich Zeit

Man benötigt für Pflege und Styling ...

Mädchen:

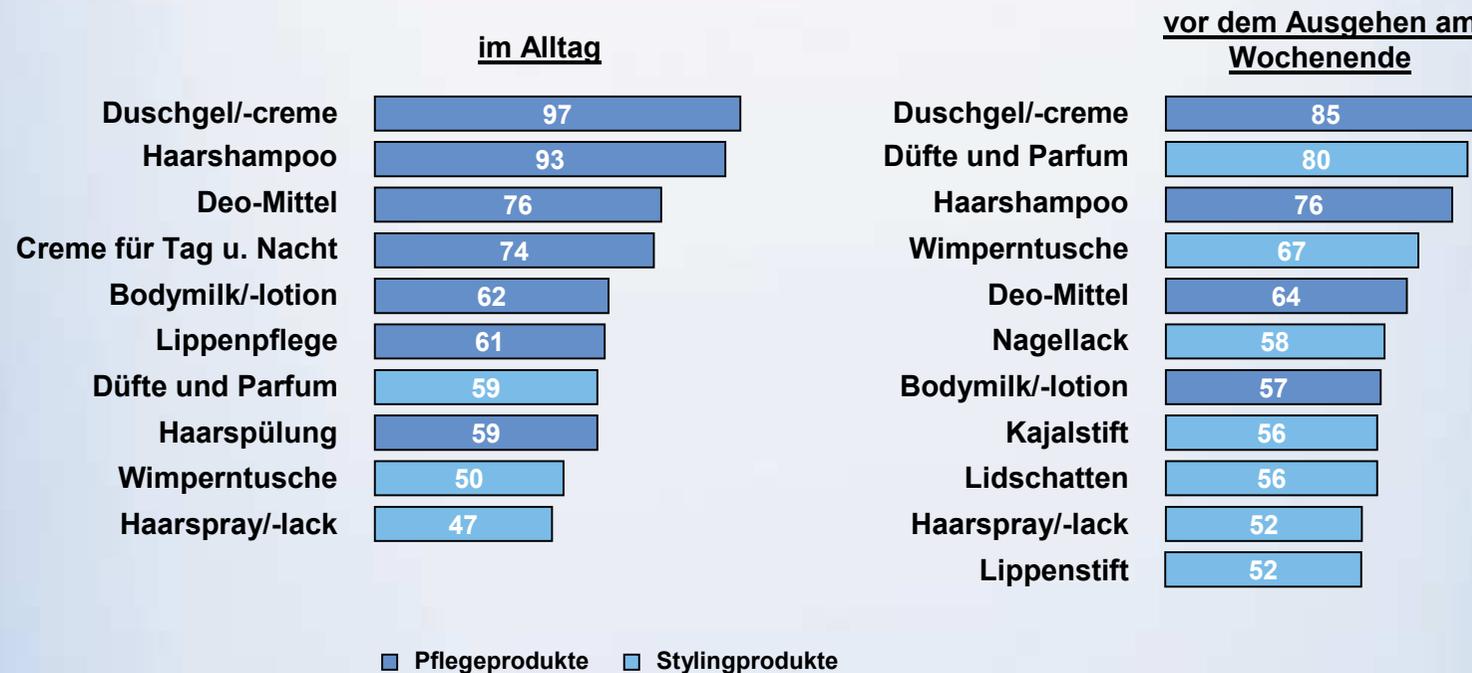
- ▶ **Im Alltag: 35 Minuten und 14,1 Produkte (8,3 Pflege; 5,8 Styling)**
- ▶ **Vor dem Ausgehen am Wochenende: 50 Minuten und 14,6 Produkte (6,6 Pflege; 8 Styling)**

Jungen:

- ▶ **Im Alltag: 21 Minuten und 5,7 Produkte (4,5 Pflege; 1,2 Styling)**
- ▶ **Vor dem Ausgehen am Wochenende: 28 Minuten und 5,6 Produkte (4,0 Pflege; 1,6 Styling)**

Beauty und Styling

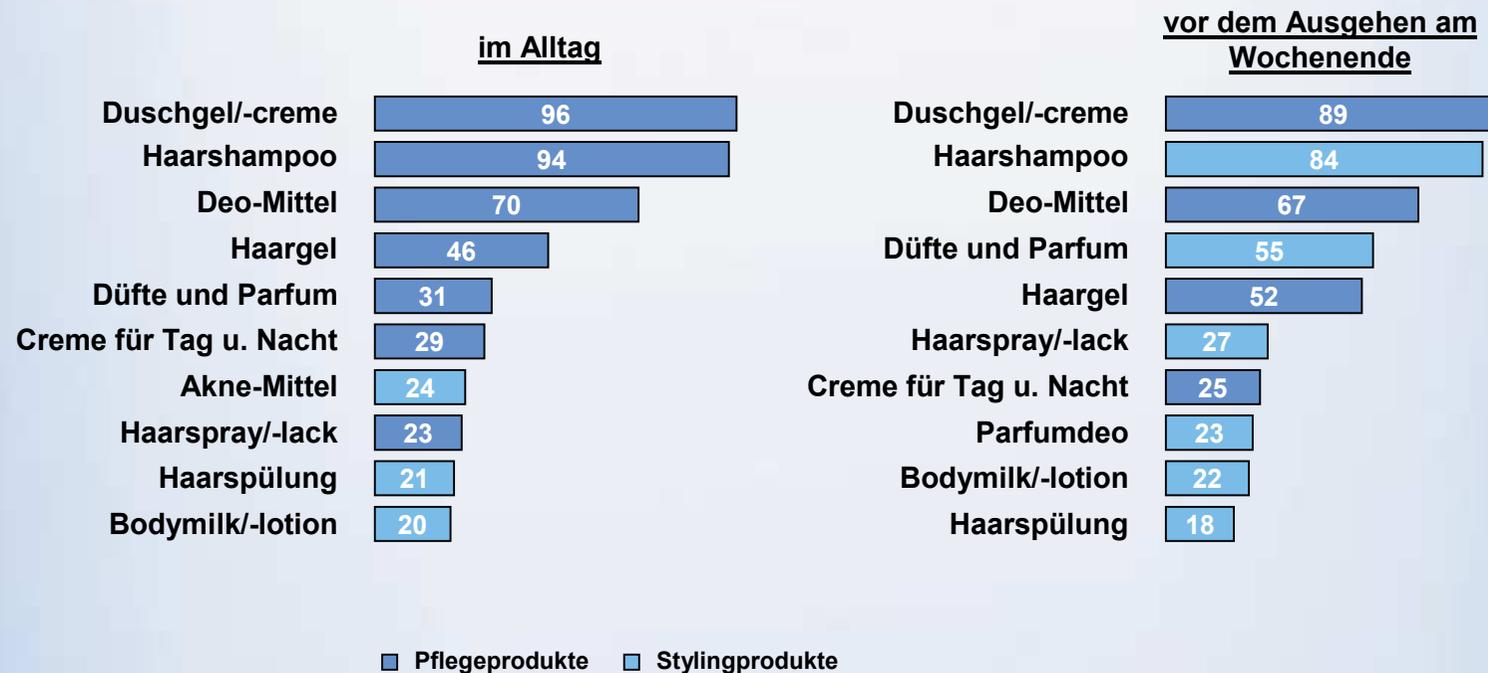
bei Mädchen: Alltag vs. Ausgehen am Wochenende



Alle Mädchen, n=406 / Angaben in Prozent

Beauty und Styling

bei Jungen: Alltag vs. Ausgehen am Wochenende



Alle Jungen, n=414 / Angaben in Prozent

Beauty, Styling und Fashion - alles wirkt zusammen!

- ▶ Es kommt auf den Gesamteindruck an: Ohne die entsprechende Körperpflege und das passende Styling nützen die coolsten Klamotten nichts.
- ▶ Deswegen sind auch Pflege und Styling den Jugendlichen so wichtig, dass sie
 - viel Zeit investieren
 - auf gute Marken Wert legen
 - eine Vielzahl von Produkten verwenden, um die gewünschten Effekte zu erzielen.
- ▶ Pflege dient der Stärkung des Selbstbewusstseins, Bekleidung prägt die eigene Persönlichkeit und das Styling schafft Individualität und Abgrenzung.

«Mal nervt's, mal tut
es richtig gut»

Beauty

Unbeschwerte Jugend?

▶ **48 % kämpfen mit Hautproblemen, z.B.:**

- **Akne: 18 %**
- **Mitesser: 16 %**
- **Unreinheiten: 14 %**
- **Fettige Haut: 8 %**

▶ **38 % sind mit ihren Haaren unzufrieden, z.B.:**

- **Zu fein: 12 %**
- **Fettig: 11 %**
- **Strapaziert: 7 %**
- **Zu trocken: 6 %**

Neue, ungewohnte Probleme in einer Phase, in der man in seiner „neuen Haut“ sowieso noch unsicher ist

Der **kleine** Unterschied - es gibt ihn auch hier

Mädchen:

- ▶ **Sind neugieriger, probieren öfter Neues und neue Produkte aus**
- ▶ **Bevorzugen tendenziell sanftere Produkte**
- ▶ **Sehen Pflege auch als „verwöhnen“**

Jungen holen auf:

- ▶ **Nutzen zunehmend pflegende Produkte**
- ▶ **Sind pragmatischer, wollen schnelle Wirkung**

Jugendliche

und ihre Pflegeprodukte - die Key-Facts

- ▶ Viel Auswahl? Kein Problem!
 - 78 % finden es nicht schwierig, die richtigen Pflegeprodukte zu finden
- ▶ Jugendliche sind auch hier treue Käufer
 - Nur 36 % wechseln ihre Produkte oft
- ▶ Aber: Marken-Sampling gehört zum Alltag
 - Nur 41 % finden es wichtig, dass die Produkte von einer Marke und aufeinander abgestimmt sind

Marken müssen mit jedem Produkt immer wieder neu überzeugen –
dann aber können sie überaus treue Kunden gewinnen!

Für das **Gesicht**

verwenden die meisten eigene Produkte

▶ Jugendliche verwenden eigene Produkte, z.B.:

- **Gesichtsreinigung:** 81 %
- **Gesichtspflege:** 64 %
- **Haarpflege*:** 46 %
- **Shampoo:** 45 %
- **Duschgel/Seife:** 43 %

▶ Diese Produkte kaufen sie z.T. auch selber, z.B.:

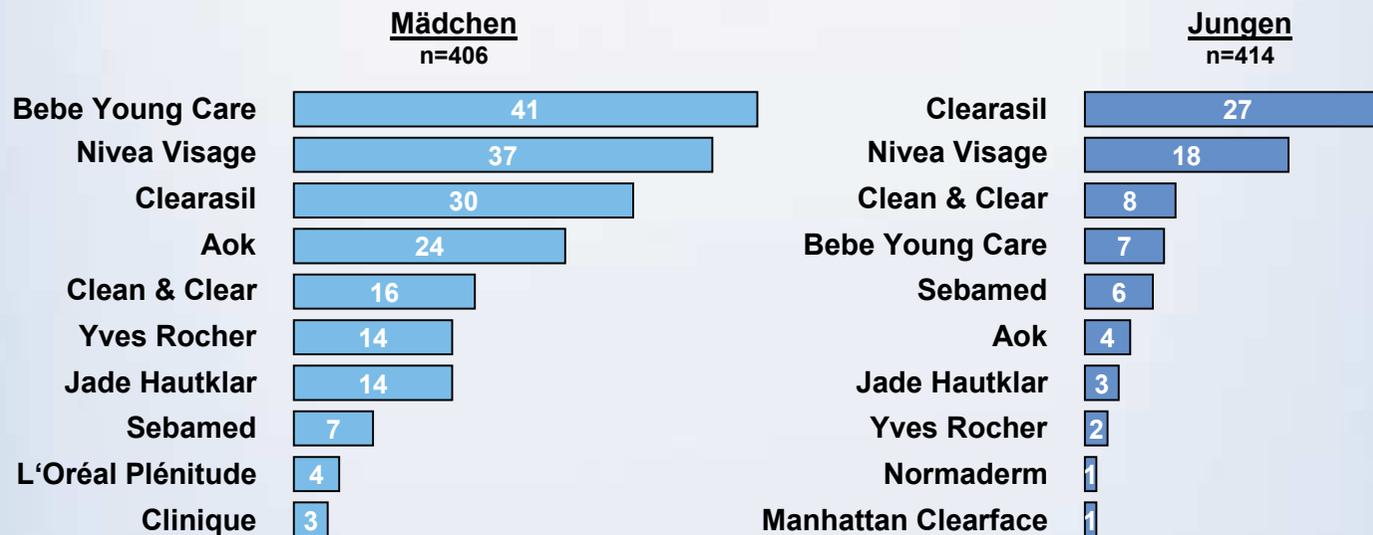
- **Gesichtsreinigung:** 50 %
- **Gesichtspflege:** 48 %
- **Shampoo:** 41 %

Die Hautpflege ist Jugendlichen zu wichtig, um sie „irgendwelchen“ Produkten zu überlassen!

* z.B. Lotion oder Spülung

Verwendung

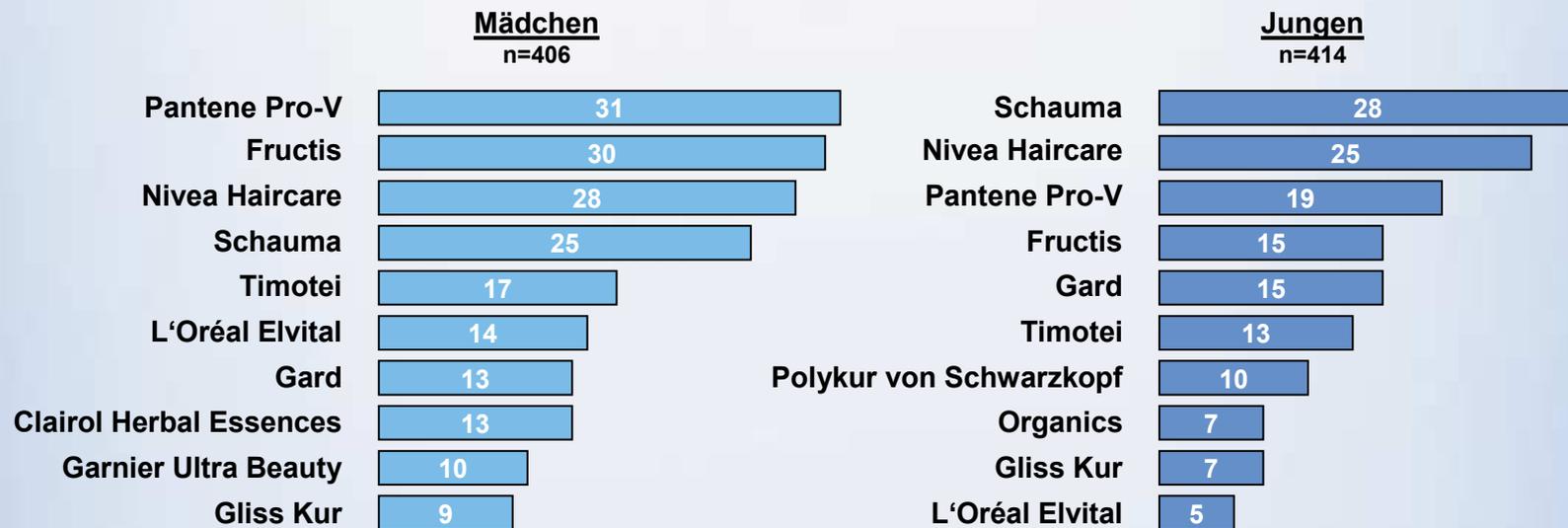
von Gesichtspflege - Top-Marken



Angaben in Prozent

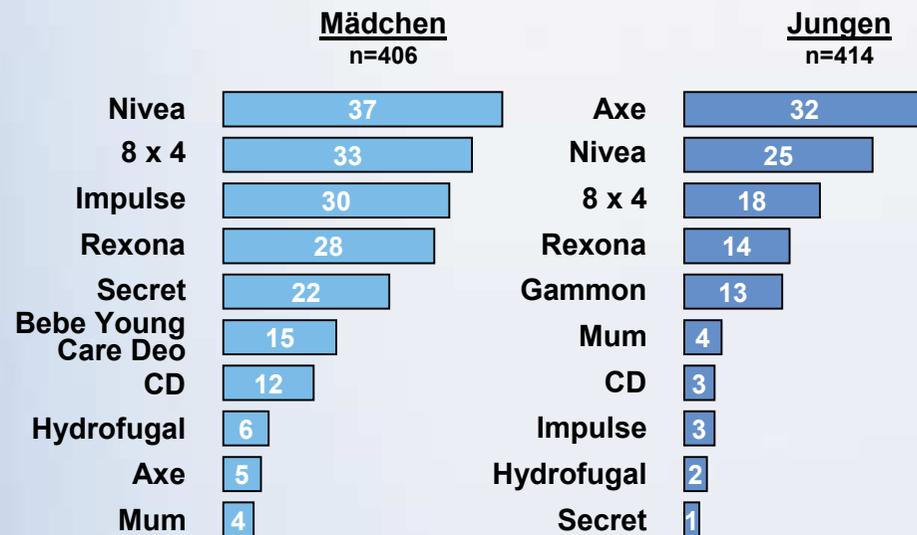
Verwendung

von Haarpflege - Top-Marken



Angaben in Prozent

Verwendung von Deo - Top-Marken



„Zwitterprodukt“
zwischen Beauty
und Styling.
76 % erwarten
vom Deo auch
einen guten Duft!

Angaben in Prozent

Fast genau so viele

Mädchen wie Jungen rasieren sich

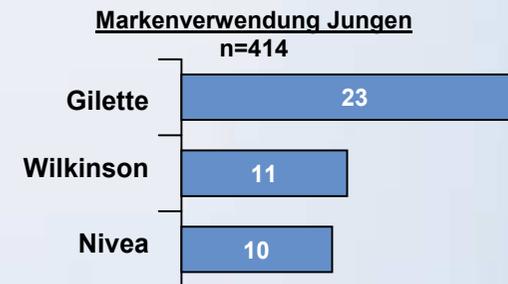
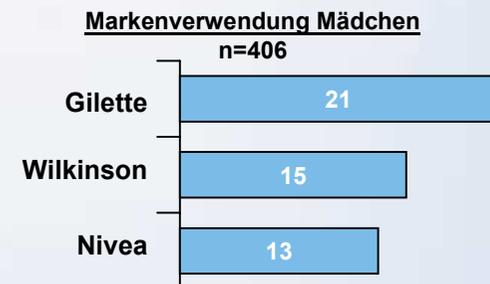
Mädchen:

- ▶ 48 % der Mädchen rasieren sich ihre Körperbehaarung, im Durchschnitt zum ersten Mal mit 13,9 Jahren
- ▶ 36 % aller Mädchen greifen zum Nassrasierer, je 5 % zu Enthaarungscreme oder Epilierer

Jungen:

- ▶ 50 % der Jungen rasieren sich, im Durchschnitt zum ersten mal mit 14,7 Jahren.
- ▶ 34 % rasieren sich nass, 16 % benutzen einen Trockenrasierer.

Angaben in Prozent



Beauty -

für diese Zielgruppe lebenswichtig!

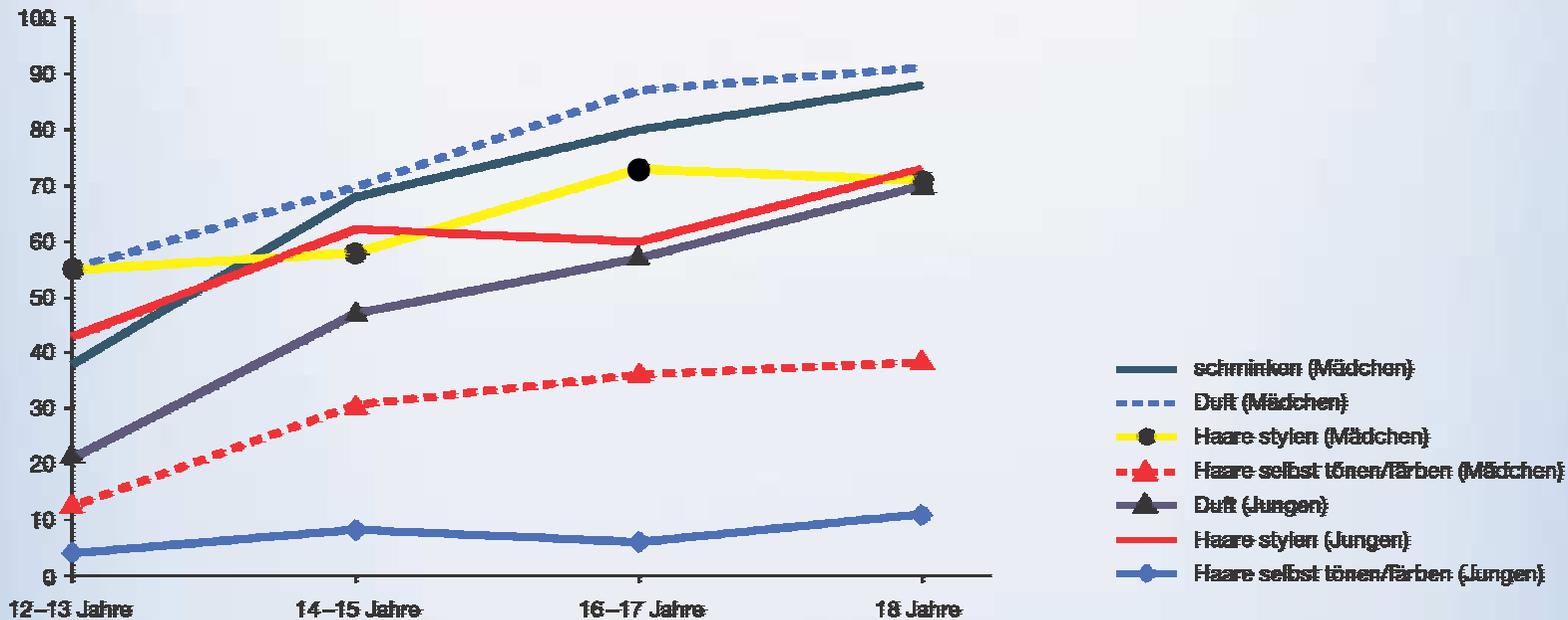
- ▶ Ein klar ichbezogener Produktbereich: Ausgangspunkt der jugendlichen Körperpflege ist oft ein spezifisches Haut- oder Haarproblem – gefragt sind dann „problemlösende“ Marken mit klarem Wirkungsversprechen.
- ▶ Gerade bei Mädchen entwickelt sich zusätzlich ein narzisstisches Körpergefühl, das ebenfalls durch passende Produkte „gepflegt“ werden möchte.
- ▶ Für Marken ist es deswegen wichtig, zum richtigen Zeitpunkt mit dem passenden Wirkungsversprechen aufzutreten – einmal geschaffene Produktbindungen sind in diesem Bereich nur schwer zu knacken.
- ▶ Und: Ein starkes Lead-Produkt macht nicht automatisch eine Range erfolgreich, jedes Produkt muss für sich überzeugen.

«Das dauert bei mir
jeden Tag länger»

Styling

Styling:

In welchem Alter machen die Jugendlichen was?



Alle Befragten, n=820 / Angaben in Prozent; Top 3 Werte: täglich / 1x-3x pro Woche / 4x-5x pro Woche
Für Haare tönen/färben: mindestens alle 2 bis 3 Monate

Styling ja -

aber nicht Auffallen um jeden Preis

- ▶ **Einerseits: Styling hilft, die eigene Ausstrahlung zu verbessern**
 - 61 % glauben, dass sie gestylt besser ankommen
 - 56 % kaschieren damit ihre Problemstellen (Mädchen: 68 %)
- ▶ **Andererseits: Styling findet in festgesetzten Grenzen statt**
 - 77 % finden übertriebenes Styling furchtbar
 - 63 % beschreiben ihren eigenen Schminkstil als eher dezent (nur Mädchen)
 - 58 % gefällt das Styling am besten, das man gar nicht bemerkt

Das Styling soll die eigene Persönlichkeit unterstreichen, nicht ersetzen!

Jugendliche und ihre Stylingprodukte

▶ Jugendliche verwenden ihre eigenen Produkte, z.B.:

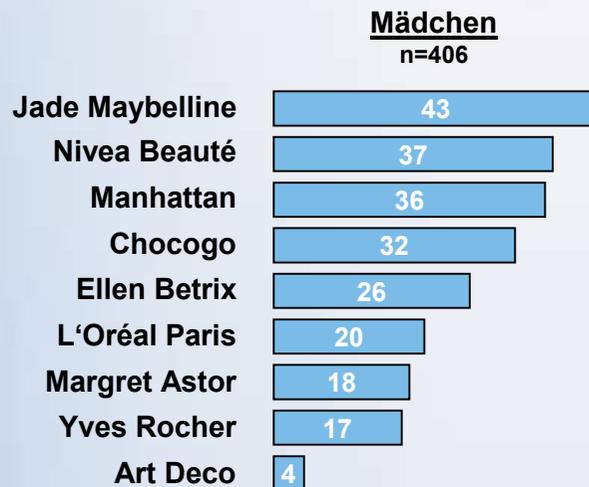
- Dekorative Kosmetik: 86 %
- Duft: 84 %
- Haartönung: 80 %
- Haarstyling: 70 %

▶ Diese Produkte kaufen sie oft selber, z.B.:

- Dekorative Kosmetik: 78 %
- Haartönung: 66 %
- Haarstyling: 61 %
- Duft: 57 %

Durchweg hohe Eigenbestimmung der Jugendlichen und großer Einfluss der Freunde!

Verwendung von Kosmetik - Top-Marken



**Klare Zuweisung von bestimmten
Styles zu den einzelnen Marken**

- ▶ Jade Maybelline und Nivea Beauté stehen z.B. für natürliches oder romantisches Styling
- ▶ Manhattan und Chicogo dagegen eher für freches, auffallendes Styling

Angaben in Prozent

Verwendung von Haarstyling - Top-Marken

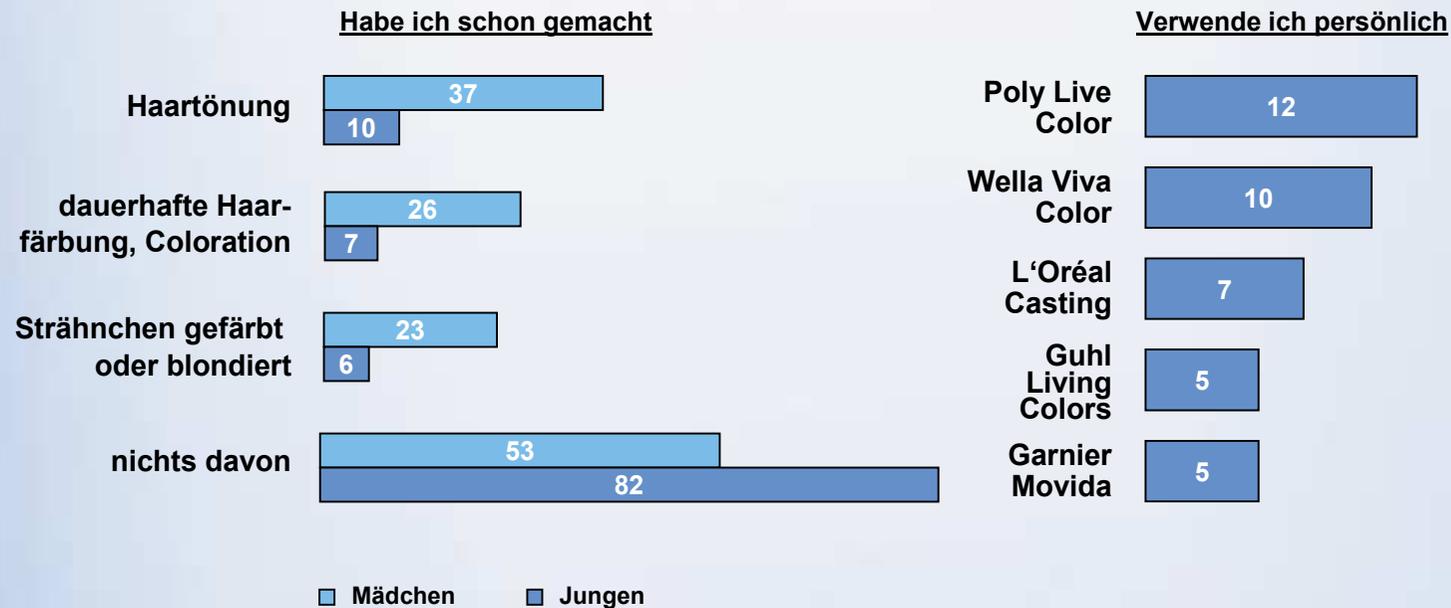


Marken-Kompetenz:

- ▶ Nivea: pflegend, soft, natürlich
- ▶ L'Oréal Studio Line und Fructis Style: für freches Styling
- ▶ Wella Design: starker Halt, gute Qualität

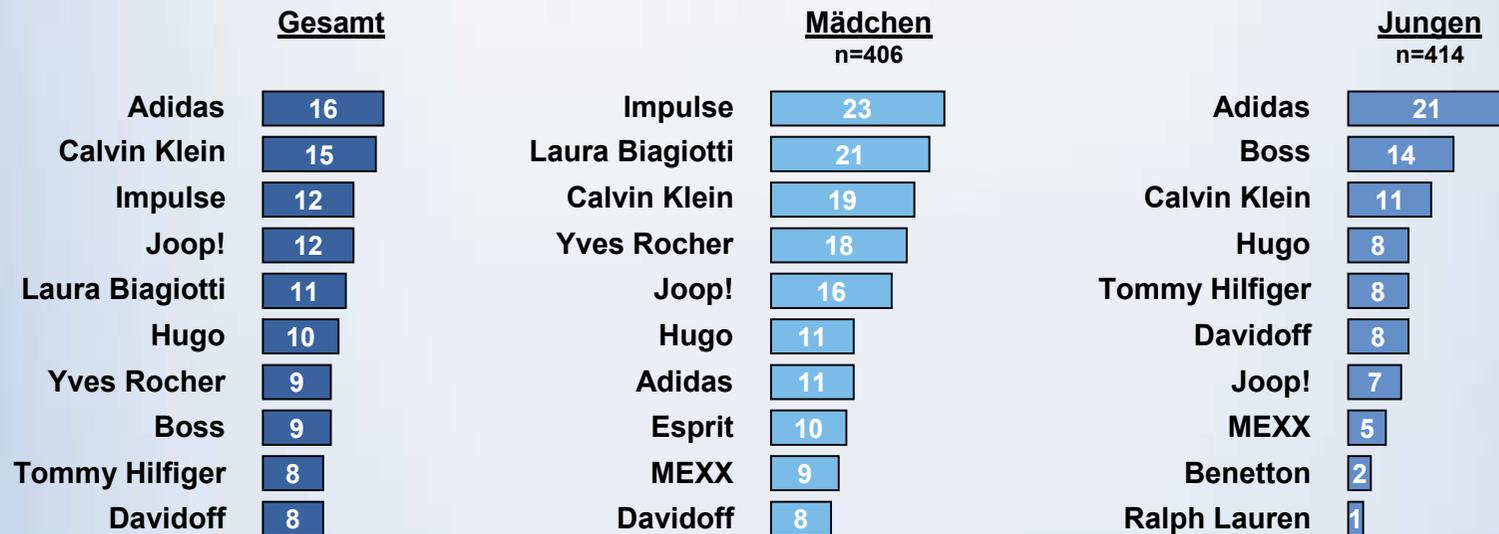
Angaben in Prozent

Verwendung von Marken: Tönen/Färben



Alle Befragten, n=820 / Angaben in Prozent

Verwendung von Düften - Top-Marken



Alle Befragten, n=820 / Angaben in Prozent

Styling -

absolut High Interest bei Jugendlichen

- ▶ Die Funktion des Stylings: es geht um die Wirkung auf andere, und die nehmen Jugendliche sehr ernst.
- ▶ Dabei vertrauen sie auf ihr eigenes Feeling und die Tipps ihrer Freunde – und bei denen zählt im Moment eindeutig Natürlichkeit, zu auffälliges Styling „turnt ab“.
- ▶ Auch beim Styling gilt: Man bleibt seinen Produkten treu, aber nicht unbedingt einer bestimmten Marke – schließlich wechselt man je nach Situation auch mal seinen Style, und damit eben auch die Marke.
- ▶ Marken im Jugendmarkt müssen deswegen immer wieder beweisen, dass ihr Style der angesagte ist.

«Für Klamotten könnte
ich ein Vermögen
ausgeben -
wenn ich's hätte»

Fashion

Die richtigen Klamotten -

das gehört einfach dazu

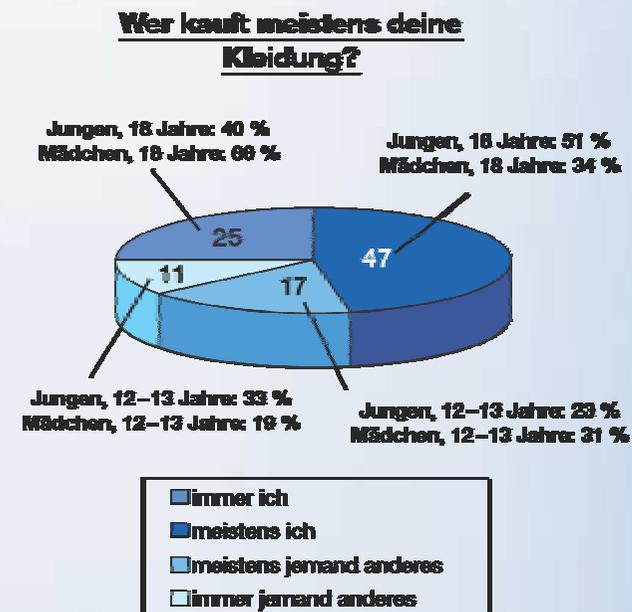
- ▶ **Kleider machen Leute, auch bei Jugendlichen**
 - 90 % ist Kleidung wichtig
 - 69 % möchten mit ihrer Kleidung auf andere wirken
 - 56 % wollen sich mit ihren Klamotten abheben
- ▶ **Aber: Eine gute Portion Pragmatismus ist auch dabei**
 - 77 % ist am wichtigsten, dass die Kleidung bequem ist
 - 54 % möchten sich nur wenig Gedanken über Kleidung machen

Eines der wichtigsten Ausdrucksmittel, um die eigene Persönlichkeit zu zeigen – aber dabei bitte nicht übertreiben ...

Kleidungskauf:

Ein Abwägen von Können und Wollen

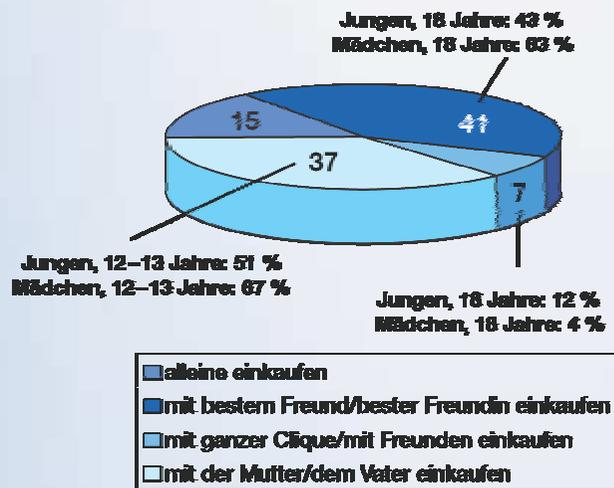
- ▶ Jugendliche setzen wegen ihres begrenzten Budgets Prioritäten:
 - 64 % sparen auch mal für ein besonderes Stück
 - 61 % ist das Aussehen der Kleidung wichtiger als die Qualität
 - 53 % kaufen nur, wenn sie „wirklich etwas brauchen“ (Jungen: 62 %)
- ▶ Aber:
 - 63 % kaufen meistens spontan



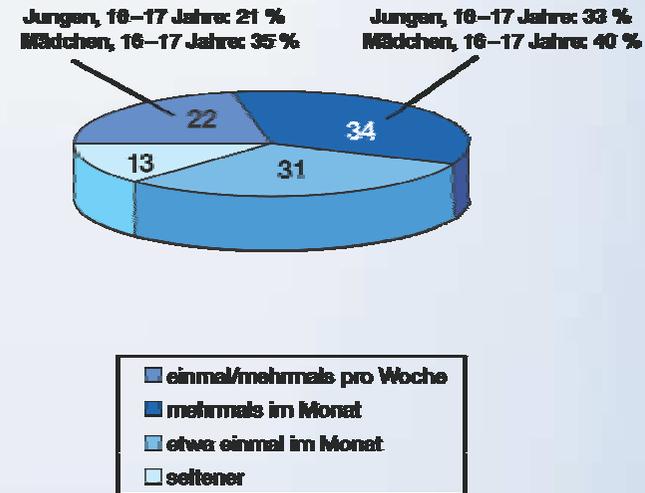
Alle Befragten, n=820 / Angaben in Prozent

Kleidungskauf, eine Lieblingsbeschäftigung der Jugendlichen

Wenn du Kleidung kaufst,
gehst du dann meistens...?

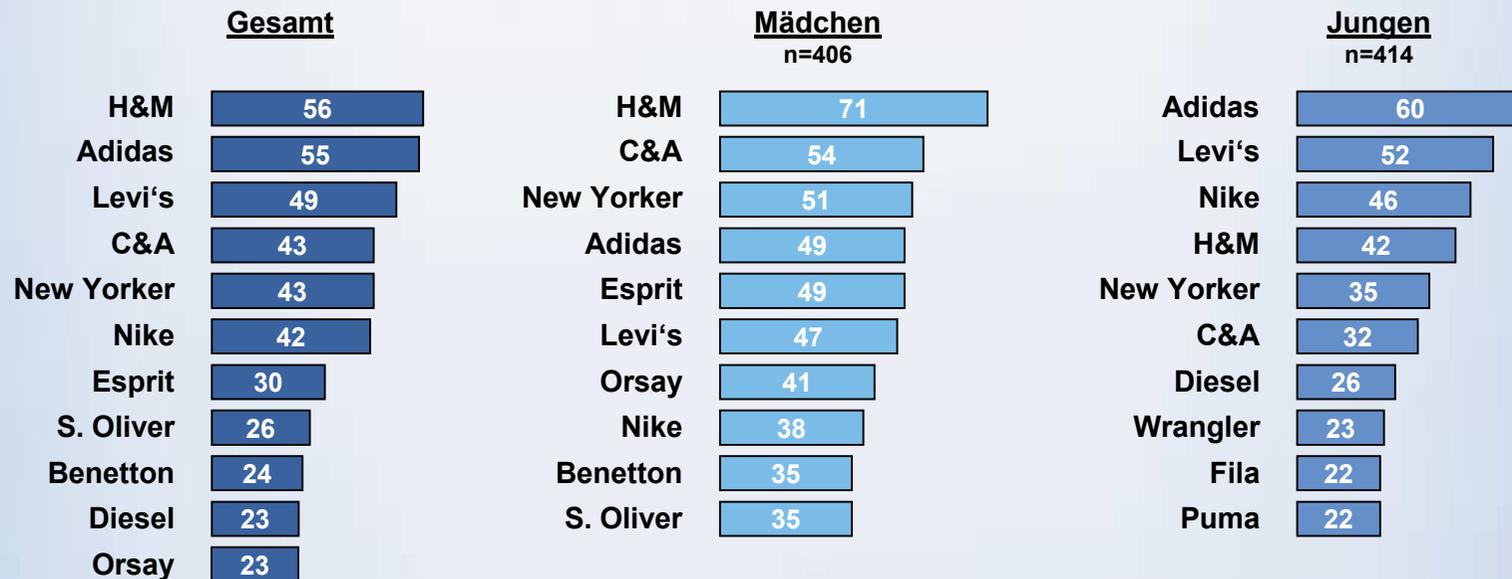


Wie oft gehst du durch
die Geschäfte?



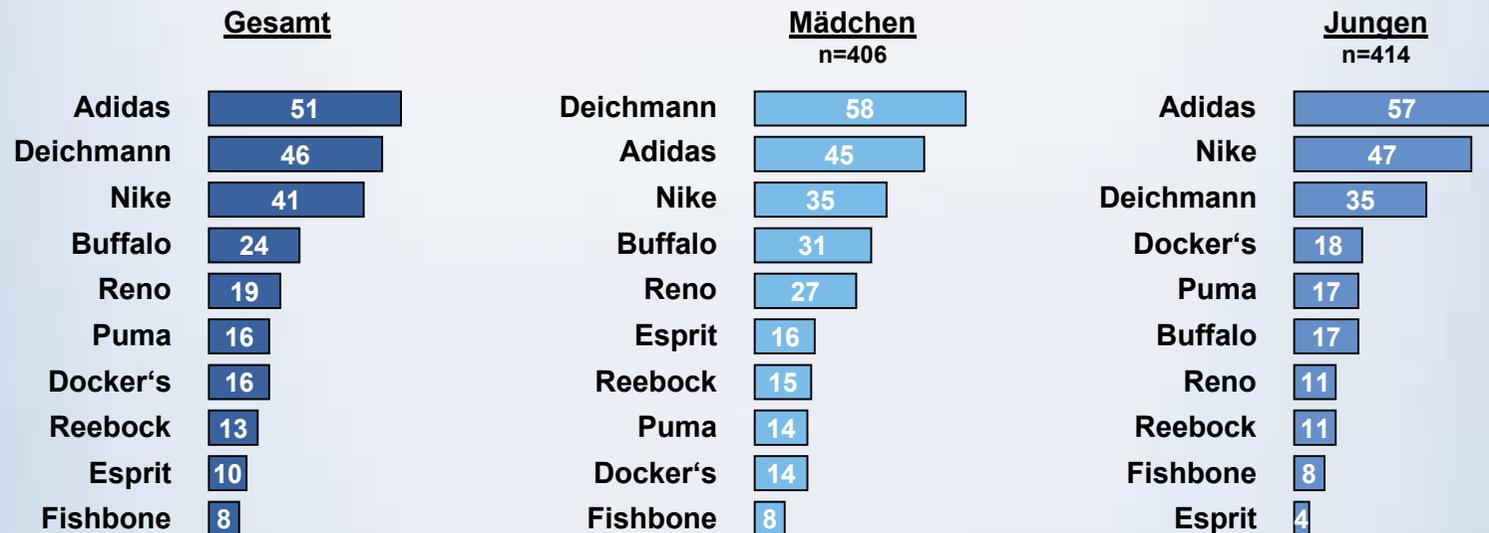
Alle Befragten, die ihre Kleidung immer/meistens/auch selbst kaufen, n=730 / Angaben in Prozent

Verwendung von Bekleidung - Top-Marken



Alle Befragten, n=820 / Angaben in Prozent

Verwendung von Schuhen - Top-Marken



Alle Befragten, n=820 / Angaben in Prozent

Fashion - das Aushängeschild

- ▶ Die richtigen Klamotten und Schuhe sind ein absolutes Muss für den eigenen Auftritt – mit nichts anderem kann man Zugehörigkeit zur Clique und die eigene Persönlichkeit besser zeigen.
- ▶ Entsprechend wichtig ist das Aussehen der Kleidung: Lieber mit billigen Teilen gut aussehen als mit teuren Teilen langweilen.
- ▶ Nirgendwo sonst ist der Wettbewerb so scharf – für Marken ist es deswegen wichtig, über ihre Kommunikation in den Relevant Set der Jugendlichen zu kommen.
- ▶ Weil der Kauf oft spontan erfolgt, muss die Marke dann aber auch permanent präsent sein und vor Ort überzeugende Produkte bieten.

«Die Marke passt
halt zu mir»

**Das Fazit: 10 Regeln für Marken, die im
Jugendmarkt erfolgreich sein wollen**

10 Regeln

für den Erfolg bei Jugendlichen

- ▶ Jugendliche befinden sich in einer schwierigen Lebensphase. Nehmen Sie die Jugendlichen mit ihren Sorgen und Problemen ernst.
- ▶ Überprüfen Sie Ihre Marke auf ihre Kernkompetenz: Löst sie ein Problem? Oder gibt sie einfach ein gutes Gefühl?
- ▶ Je problemorientierter die Marke ist, desto mehr Re-Assurance müssen Sie bieten – coole Lebenswelten überzeugen hier nicht.
- ▶ Auch wenn Ihre Marke „nur“ ein gutes Gefühl gibt: Erklären Sie warum. Vergessen Sie aber das gute Gefühl nicht – wecken Sie Emotionen ...
- ▶ Seien Sie zum richtigen Zeitpunkt da: Wenn der Produktwunsch erstmals auftaucht, müssen Sie präsent sein.

10 Regeln

für den Erfolg bei Jugendlichen

- ▶ **Vertrauen Sie nicht automatisch auf die Kraft der Marken-Range – jedes Produkt muss für sich überzeugen.**
- ▶ **Neben einem überzeugenden Produkt benötigt man ein stimmiges Markenimage, das die Marke in den Relevant Set der Jugendlichen bringt und vom Wettbewerb differenziert.**
- ▶ **Jugendliche gehen auch mit Styling- und Modemarken pragmatisch um: Wer übertreibt, ist out, und wer zu teuer ist, wird die Masse nicht erreichen.**
- ▶ **Akzeptieren Sie, dass Jugendliche verschiedene Styles wollen: Niemand hat Anspruch auf Alleinvertretung, auch keine Marke.**
- ▶ **Unterschätzen Sie nicht die Macht der Clique ...**

Untersuchungssteckbrief

Methodik:	Standardisierte Face-to-Face- Interviews
Größe der Stichprobe:	820 Jugendliche im Alter von 12–18 Jahren
Zusammensetzung der Stichprobe:	Repräsentative Stichprobe für 12- bis 18-Jährige in Deutschland
Quotiert nach:	Geschlecht, Bildung, Bundesländern und Gemeindegrößenklassen
Feldzeit:	Juli–August 2001
Konzeption:	Research & Media Marketing, Bauer Media KG, Hamburg
Durchführendes Institut:	iconkids & youth, München Projektleitung: Axel Dammler