

Presseinformation



Nicht ohne mein Deo

Frankfurt am Main, 13. Juli 2016.

Neben dem Smartphone gibt es noch einige andere Dinge, auf die Jugendliche im Alltag nicht verzichten möchten. Dazu gehört überraschenderweise auch das Deo.

Wie kommt das?

Gerade der mit dem Beginn der Pubertät stärker riechende eigene Körpergeruch ist den Jugendlichen eher peinlich. Die allermeisten empfinden ihn gar bei sich und anderen als eklig. Das Gefühl, unangenehm zu riechen, soll auf jeden Fall verhindert werden. Im Extremfall werden Jugendliche sogar wegen ihres Schweißgeruches gemobbt – und sie mobben andere dafür.

Ohne Deo gehen daher die meisten Jugendlichen gar nicht erst aus dem Haus. Es ist auch in Sport- und Schultaschen ein ständiger Begleiter, der hilft, die unliebsamen Begleiterscheinungen des Erwachsenwerdens zu kontrollieren. **83 Prozent** der in der Studie befragten Jugendlichen nutzen Deo daher täglich beziehungsweise mehrmals täglich. Dies sind die Ergebnisse einer tiefenpsychologisch-repräsentativen [Studie](#) mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Auftrag des IKW.



Für 81 Prozent kann Deo sogar dazu dienen, das eigene Selbstwertgefühl zu stärken. Und dies hat einen psychologisch interessanten Hintergrund. Der eigene Körpergeruch ist eng geknüpft an die in der Pubertät aufkeimende Sexualität. In der Pubertät wird es den jungen Menschen im tatsächlichen wie übertragenen Sinne häufiger ‚heiß‘. Erkennbar ist das am Körpergeruch. Die Jugendlichen verspüren, was sie ausstrahlen. Anziehung und Ablehnung wird nicht zuletzt an den Pheromonen festgemacht. Mit Hilfe des Deos soll also nicht nur der eigene Geruch kaschiert und ein „idealer“, anziehender Duft verbreitet werden. Auch die verräterischen Pheromone sollen überdeckt werden.

Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V.

Mainzer Landstraße 55 / 60329 Frankfurt am Main / T +49.69.2556-1331 / info@ikw.org / www.ikw.org

Das verleiht den Jugendlichen und jungen Erwachsenen nicht nur mehr Sicherheit im Umgang mit Freunden. Auch beim Zusammentreffen mit dem andern Geschlecht gehen sie damit auf Nummer sicher, vermeiden Peinlichkeiten und das Risiko, dass man sie ablehnt, weil man sie nicht riechen kann.

Wie deutlich Geruch und Erwachsenwerden zusammenhängt, erkennt man auch daran, dass Deo kein seltener Streitpunkt zwischen Eltern und Kindern ist: Die Eltern mögen den neuen (Deo-)Geruch oft nicht oder empfinden ihn als extrem übertrieben – daher verwenden die jungen Leute es häufig in ihrem eigenen Zimmer oder gar erst vor der Haustür.

Das sagen die Jugendlichen:

„Deo ist alltäglich.“

„Wenn ich mit der Freundin zusammen bin, will ich nicht stinken.“

„Wir legen auch Zettel auf den Tisch, wenn einer stinkt: 'Kauf Dir ein Deo.' – Man wird leicht gemobbt.“

„Der Duft (Deo) gibt auch eine Sicherheit.“

„Mein Vater sagt immer, das Zeug stinkt und ich benutze es zu viel – ich darf das nur im Zimmer.“

So spielt Deo schon relativ früh eine relevante Rolle im Alltag der Jugendlichen. Spätestens ab der weiterführenden Schule werden Deos regelmäßig angewendet. Ein Rund-um-die-Uhr-Schutz ist dabei sehr wichtig. Morgens, mittags, abends und auch zwischendurch.

Gibt es etwas, das für die Jugendlichen fast genauso peinlich ist wie Körpergeruch?

Ja – für die in der Studie befragten Jungen und Mädchen stehen fettige Haare neben Körpergeruch ganz weit oben auf der Peinlichkeitsskala. Hierzu gibt es demnächst eine weitere Veröffentlichung aus der Studie.



Kontakt:

Karen Kumposcht

Public Relations/Public Affairs Managerin

Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V.

The German Cosmetic, Toiletry, Perfumery and Detergent Association

Mainzer Landstraße 55, 60329 Frankfurt am Main

T +49.69.2556-1331 / F +49.69.237631

kkumposcht@ikw.org / www.ikw.org

Jugend ungeschminkt

Selbstbild und Selbstwert von Jugendlichen

Eine tiefenpsychologisch-repräsentative Studie von rheingold salon im Auftrag des IKW

Jugendliche ringen heute mit Unsicherheiten – nicht allein aufgrund von ungewohnten Gefühlsschwankungen und aufkeimender Sexualität. Auch auf gesellschaftlicher und familiärer Ebene erleben sie eine Art Kontrollverlust. Diesem unsicheren Grundgefühl versuchen die Jugendlichen eine ganz eigene Strategie entgegenzusetzen: Sie legen verstärkt Wert auf ihr äußeres Erscheinungsbild.

rheingold salon hat im Auftrag des Industrieverbandes Körperpflege- und Waschmittel e. V. die Entwicklung des Selbstwertgefühls von Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Alter von 14 bis 21 Jahren untersucht. Welche Rolle spielt ein gepflegtes Aussehen für Jugendliche und junge Erwachsene. Welchen Einfluss hat die Pflege des Äußeren auf das Selbstwertgefühl der Jugendlichen? Und inwieweit können Kosmetik- und Schönheitsprodukte die Jugendlichen bei ihrer Selbstfindung unterstützen? Die erste tiefenpsychologisch-repräsentative Studie zum Erwachsenwerden liefert Antworten auf diese spannenden Fragen. Im Rahmen der qualitativen Befragung wurden dazu Gruppendiskussionen und Einzel-Tiefeninterviews mit insgesamt 56 Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Alter von 14 bis 21 Jahren durchgeführt. Für die repräsentative quantitative Befragung wurden 1.012 Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 14 bis 21 Jahren interviewt.

<http://www.ikw-jugendstudie.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 400 Unternehmen aus den Bereichen Schönheits- und Haushaltspflege. Mit einem Umsatz von fast 18 Milliarden Euro decken die Mitgliedsunternehmen ca. 95 Prozent des Marktes ab und beschäftigen ca. 500.000 Arbeitnehmer.

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