

Herstellerinformation

04.07.2016

### Das deutsche Beauty-Paradoxon

In puncto Schönheit setzen Frauen klare Prioritäten. Zuerst komme ich.



In Deutschland zählen vor allem die äusseren Werte.



Mit zunehmendem Alter gewinnt Schönheit für deutsche Frauen an Bedeutung: Für 44% der 55- bis 65-Jährigen spielen äußere Aspekte eine große Rolle. Bei den 18- bis 29-Jährigen sind es nur 40%.



Anzeige (dfd/mdd) In Deutschland zählen vor allem die inneren Werte? Weit gefehlt!

Das deutsche Beauty-Paradoxon: Obwohl für 42 Prozent der deutschen Frauen die äußere Schönheit wichtiger ist als die innere, hat die Mehrheit beim Einsatz von Fillern und Botox weiterhin Berührungspunkte. International sieht das ganz anders aus. Es ist vor allem die innere Schönheit, die wirklich zählt! Ein Mythos, der bis heute in den Köpfen vieler Deutscher fest verankert zu sein scheint. Dass die Realität ganz anders aussieht, belegen jetzt die Ergebnisse der „Changing Faces of Beauty“-Studie; eine weltweite Umfrage unter 7.700 Frauen aus 16 Ländern, die von Pharm Allergan in Auftrag gegeben wurde. Demnach ist für 42 Prozent der deutschen Frauen die äußere Schönheit wichtiger als die innere. Dominanteste Merkmale für diese Form der Attraktivität: eine schlanke Figur, gesunde Haare oder eine ebenmäßige Haut. Und wir investieren viel in unser gutes Aussehen: Nicht nur gegen Falten werden hierzulande wesentlich mehr Beautyprodukte gekauft, als in anderen Ländern der Welt.

### Schön aussehen mit Haut und Haar.

Ein makelloser Teint ist für viele deutsche Frauen das Hauptmerkmal für Schönheit. Styling und eine gute Figur liegen nur auf Platz 3.



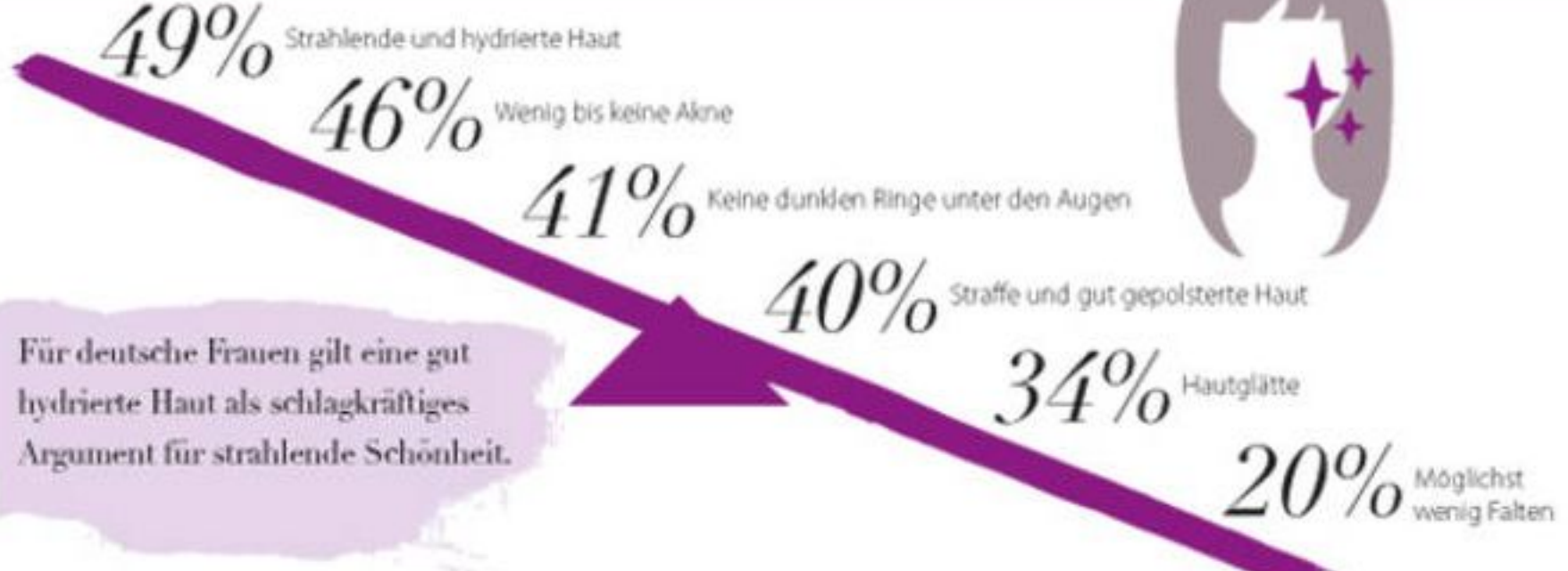
### Besonders hübsch am schönsten Tag des Lebens.



### Anti-Aging-Cremes? Ja, bitte! Filler & Co? Besser nicht!

Bei so viel ausgeprägtem Beauty-Bewusstsein müssten deshalb doch eigentlich auch in Deutschland Dermalfiller oder Botox-Injektionen längst zu selbstverständlichen Treatments zählen. Wo sie doch sofort sichtbar und gezielt Problemzonen im Gesicht entgegenwirken und die Zeichen der Zeit auf maßgeschneiderte Art und Weise bekämpfen. Doch weit gefehlt. Wie die „Changing Faces of Beauty“-Studie belegt, sind wir bei diesen Beauty-Hilfsmitteln betont vorsichtig – und landen damit international im Abseits. Frauen anderer Länder gehen mit dem Thema viel offensiver um: Dort stehen 43 Prozent dem Einsatz von Fillern & Co offen gegenüber. In Deutschland sind es dagegen weit weniger als ein Drittel der befragten Frauen. Es ist das deutsche Beauty-Paradoxon: Klasse aussehen? Unbedingt! Eine konsequente und gut ausbalancierte Anti-Aging-Pflege? Auf jeden Fall! Dermalfiller und Botox? Lieber nicht!

### Völlig fallenfrei? Für uns kein Thema.



Für deutsche Frauen gilt eine gut hydratierte Haut als schlagkräftiges Argument für strahlende Schönheit.



### Natürliche Ergebnisse

Dabei stehen doch auch wir Deutschen immer länger „mitten im Leben“ und wollen so lange wie möglich attraktiv aussehen. Nicht nur, um in Sachen Karriere konkurrenzfähig zu bleiben. Zudem rückt die neue Generation der „Third Ager“ die eigenen Wünsche und Ziele in den Lebensmittelpunkt – auch in puncto Aussehen. Warum also gibt es trotzdem immer noch Barrieren, sich in die Hände eines Experten zu begeben und durch nichtinvasive Eingriffe wieder eine positivere und dynamischere Ausstrahlung zu erreichen? „Die Vorteile bei der Arbeit mit Dermalfillern, speziell Hyaluronsäure, sind das Erzielen eines möglichst natürlichen Ergebnisses, eine minimale Ausfallzeit des Patienten und die Eignung für verschiedenste Arten von Patienten.“, sagt Dr. Gerhard Sattler aus Darmstadt betont: „Eine Behandlung führt bei vielen zu einer positiven Ausstrahlung und zu einer neuen Spiegelung von positiven Emotionen durch ihre Mitmenschen. Dieses positive Erlebnis ist für viele Patienten ein besonders hoher Gewinn.“

### Botox oder Filler? Erfahrung überzeugt!



### Eine Frage des Lebensgefühls

Ein Blick in die Zukunft lässt jedoch ein baldiges Ende des deutschen Beauty-Paradoxons erahnen. Davon sind auch die Experten überzeugt – wie zum Beispiel Facharzt Dr. Darius Alamouti aus Herne: „Gerade weil wir heute immer älter werden und somit auch deutlich länger fit und aktiv sind, wird es in Zukunft dementsprechend wichtiger werden, auch noch im reiferen Alter gut auszusehen.“ Denn gutes Aussehen entwickelt sich auch in Deutschland immer mehr zu einer Frage des Lebensgefühls und nicht des Alters. Wir wollen uns attraktiv, frisch und begehrt fühlen – mit 25, 40 und natürlich auch mit 60. Was sollte das jugendliche Selbstverständnis dann beim Aussehen an seine Grenzen stoßen? Zumal eine Behandlung auch ganzheitlich sehr positive Effekte mit sich bringt. Effekte, die nicht nur den Patienten selbst betreffen, wie Dr. Gerhard Sattler aus Darmstadt betont: „Eine Behandlung führt bei vielen zu einer positiven Ausstrahlung und zu einer neuen Spiegelung von positiven Emotionen durch ihre Mitmenschen. Dieses positive Erlebnis ist für viele Patienten ein besonders hoher Gewinn.“

### Über die Pharm-Allergan GmbH

Allergan plc (NYSE: AGN), mit Sitz in Dublin, Irland, ist ein globales pharmazeutisches Unternehmen und im neuen Branchenmodell „Growth Pharma“ eine der führenden Firmen. Allergan fokussiert sich auf die Entwicklung, Produktion und Vermarktung von innovativen pharmazeutischen Marken, qualitativ hochwertigen Generika und Over-The-Counter (OTC)-Produkten sowie Biologika – für Patienten überall auf der Welt.

Allergan vermarktet ein Portfolio von erfolgreichen Produkten in den Bereichen ZNS, Ophthalmologie, Medizinische Ästhetik, Gastroenterologie, Frauengesundheit, Urologie, Kardiovaskuläre Erkrankungen und Antinfektiva. Darüber hinaus betreibt Allergan das weltweit drittgrößte globale Generika-Geschäft, das Patienten einen verbesserten Zugang zu bezahlbaren und qualitativ hochwertigen Produkten ermöglicht. Allergan zählt zu den führenden Unternehmen in Forschung und Entwicklung mit einer der breitesten Entwicklungspipelines der pharmazeutischen Industrie sowie einer maßgeblichen Rolle bei Generika-Zulassungen weltweit.

Allergan hat Niederlassungen in annähernd 100 Ländern. Das Unternehmen fühlt sich der Zusammenarbeit mit Ärzten, Gesundheitsdienstleistern und Patienten verpflichtet, um Menschen auf der ganzen Welt eine innovative und sinnvolle Versorgung zu bieten und ihnen so ein gesünderes und längeres Leben zu ermöglichen.