



18.08.2021

Pressemitteilung der AUBII GmbH (Markenvertrauen Deutschland)

Mann oh Mann! Gutes Aussehen ist käuflich!

Umfrage zum Markenvertrauen in Onlineshops für Männerpflege

Gepflegte Männer sind erfolgreicher im Job, begehrter beim anderen Geschlecht und ganz allgemein zufriedener mit sich selbst. Pflegeprodukte für Herren sind auf Wachstumskurs – quer durch alle Alters- und Berufsgruppen steigt das Interesse an Aftershave, Lotion, Cremes und vollem Haar. Wurden Bartträger noch vor wenigen Jahren in die Holzfällerhemden-Ecke gesteckt, gilt ein liebevoll gepflegter Bart heute als hip! Solange die Haarpracht ordentlich gestutzt und gekämmt wird, können Männer nichts falsch machen. Die Wahl der Pflegeprodukte ist nicht unwichtig und vielen Männern ein Gespräch oder eine Internet-Recherche wert.



Welchen Anbietern gilt das Vertrauen der Männer? Markenvertrauen Deutschland hat eine repräsentative deutschlandweite Umfrage zum Markenvertrauen in Onlineshops für Männerpflege durchgeführt und 729 Antworten ausgewertet. Den Teilnehmer standen diese Onlineshops zur Wahl: *Beard and Shave*, *Blackbeards*, *Brooklyn Soap Company*, *Der gepflegte Mann* und *Heldenlounge*. Auf Platz 1 landete *Der gepflegte Mann* mit einem Viertel aller Stimmen. Auf den Rängen zwei bis vier platzierten sich *Blackbeards* mit 23,2%, *Brooklyn Soap Company* mit 18,7%, *Beard and Shave* mit 16,7% und *Heldenlounge* mit 15,8%.

Jahrzehntelang waren Beauty und Wellness reine Frauenthemen. Von der Akne-Creme bis zum Anti-Aging-Serum – die weibliche Kundschaft steht im Fokus der Marketingaktivitäten.



Wann haben die Männer die ersten Regale in Drogerien und Kosmetiksalons für sich erobert? Waren gepflegte Hände früher ein Zeichen mangelnder Tatkraft, gelten smarte Businessstypen heute als erfolgreich. Zum Dresscode gehören neben dem zwei- oder dreiteiligen Anzug ein modischer Haarschnitt und akkurat gestutzte Fingernägel.

Bart-Kultur

Termine beim Barbier sind heiß begehrt. Die angesagten Adressen werden beim gemeinsamen Meeting den Geschäftspartnern empfohlen. Zu Hause im Bad sammeln sich Tuben und Tiegel, Pinsel und verschiedene Substanzen, die dem Bart die besondere Optik verleihen: Öl, Balsam, Wachs, Schaum, Shampoo und Conditioner – neben Kamm, Bürste und Schere nehmen die Produkte rund um den Bart ein Regal für sich allein ein. Wer sich intensiver mit seiner Gesichtsbehaarung beschäftigt, legt sich einen elektrischen Barttrimmer zu. Die Entscheidung zwischen nass oder trocken polarisiert – je nach Typ und Leidenschaft gilt das Vertrauen ausschließlich der einen oder anderen Art.

Warum sind gepflegte Männer auf einmal sexy? Was hat den Wandel bewirkt? Während Frauen den Feminismus feiern, legen Männer verstärkt Wert auf das eigene Äußere. Statt mit Kraft, Muskelmasse oder derben Sprüchen beeindruckt der moderne Mann mit Know-how in puncto Augenserum und Feuchtigkeitsfluid. Auch die Herren der Schöpfung möchten sich ihre jugendliche Ausstrahlung bis zur Rente bewahren. Beruflicher Erfolg wird mit Dynamik assoziiert, da haben Augenringe und Stirnfalten keinen Platz. Die Kosmetikbranche hat sich auf die männliche Nachfrage eingestellt – namhafte Beautyproduzenten haben Produktionen für Männer in ihr Programm aufgenommen. Das Sortiment ist ähnlich wie das der Damen: Anti-Aging, Feuchtigkeit, strahlende Haare, Bodylotion. Pflegesets für Sportler und Geschenke runden das Angebot für die Männer ab – hier unterscheiden sich die Schwerpunkte. Während Frauen ein größeres Budget in Kosmetika investieren, kaufen Männer extra Shampoo, Lotion und Rasierzubehör für die Sporttasche und stylische Rasur- oder Bartpflegeartikel.

Schönheit aus der Tube ist ein Accessoire, das in der Männerwelt angekommen ist. Statt männlich-kernig ist ein smartes, gepflegtes Äußere angesagt.

Hintergrund: Markenvertrauen Deutschland ist eine Marke der AUBII GmbH mit Sitz in Hamburg. Gegründet wurde das Unternehmen von Benjamin Gemmert und Thomas Honold. Markenvertrauen Deutschland ist ein unabhängiges und privatwirtschaftliches Institut, welches alle seine Studien selbst initiiert und von keinerlei externen Gremien beauftragt oder beeinflusst wird. Mit repräsentativen und deutschlandweiten Umfragen zum Thema Markenvertrauen wird Verbrauchern geholfen, bessere Kaufentscheidungen in kürzerer Zeit zu treffen.

Pressekontakt: presse@markenvertrauen-deutschland.de