



**PRESSEINFORMATION**

## **80 Prozent der Österreicher finden sich schön BIPA präsentiert den großen Körperpflege-Report**



**Wiener Neudorf, am 4. Mai 2020** – Morgens in Österreichs Badezimmern: Anlässlich des 40. Geburtstages hat BIPA in die Badezimmer der Österreicher geblickt, denn in den vergangenen vier Jahrzehnten hat BIPA die Körperpflege in Österreich entscheidend beeinflusst. Marketagent hat dazu im Auftrag von BIPA 1.000 Menschen zwischen 16 und 69 Jahren zu Körperpflege und alltäglichen Badgewohnheiten befragt. Die Zahlen des BIPA Körperpflege-Reports dokumentieren Erfreuliches und Erstaunliches, räumen mit Mythen auf und beziffern manchen Unterschied zwischen Realität und geschlechtsspezifischer Zuschreibung. Ein interessantes Ergebnis vorab: Die Österreicher finden sich schön!

„Seit 40 Jahren versorgt und inspiriert BIPA seine Kunden in Sachen Körperpflege, Beauty, Parfum und Kosmetik. Heute wie damals steht BIPA mit über 15.000 Produkten und 600 Filialen für Lebensfreude, Neugierde und Inspiration“, sagt BIPA Geschäftsführer Thomas Lichtblau. „Für uns ein Anlass, einen Blick in Österreichs Badezimmer zu werfen, um unsere Pflege- und Badgewohnheiten noch besser zu verstehen. Aber wir haben auch nach den Schlüsselmomenten gefragt, die man nicht vergisst – weil es ‚das erste Mal‘ war: Das erste Deo, der erste Eyeliner, Aftershave, Kondome. Diese Produkte und Momente bleiben wohl auch deshalb oft in Erinnerung, weil sie für uns einen Schritt in Richtung Erwachsenwerden bedeutet haben. Es freut uns, dass viele Menschen diesen Moment

offensichtlich bei und mit BIPA erlebt haben. Gerade Frauen haben oft gewisse Dinge zum ersten Mal bei BIPA gekauft: Wimperntusche, Eyeliner, Nagellack und Makeup liegen hier vorne, Männer erinnern sicher eher an ihr erstes Deo oder den ersten Rasierer.

### **Wir sind schön – und BIPA war dabei**

Ein sehr erfreuliches Ergebnis der Umfrage: Wir finden uns schön. Rund 80 % aller Befragten geben an, mit ihrem Aussehen entweder sehr (18,9 %) oder eher zufrieden (61,5 %) zu sein. „Dieses Ergebnis freut uns auch deshalb besonders, weil BIPA für über 53% der Befragten Körperpflege und Körperbewusstsein in Österreich der letzten 40 Jahre entscheidend mitgeprägt hat“, erklärt Thomas Lichtblau, Sprecher der Geschäftsführung bei BIPA. Die Zahlen zeigen auch: Ältere sind tendenziell zufriedener mit ihrem Äußeren, während die junge Generation ihrer physischen Erscheinung eher kritisch gegenübersteht. Körperpflege und ein gepflegtes Aussehen ist Frau und Herrn Österreicher jedenfalls generationen- und geschlechterübergreifend wichtig – Frauen noch etwa 10 % mehr als Männern.

### **Körperpflege ist wichtiger geworden**

Die Mehrheit der Befragten stimmt darin überein, dass Körperpflege im Laufe der Zeit immer wichtiger geworden sei. Die Verwendung von Beautyprodukten wird heute mehr denn je als selbstverständlicher Bestandteil der morgendlichen Badezimmeroutine gesehen. Hinsichtlich Körperpflege, Kosmetik und Beauty ist man allgemein informierter, gibt mehr Geld dafür aus und misst dem Thema gesellschaftlich und persönlich mehr Bedeutung zu, als dies früher der Fall war.

Der Wandel der Zeit zeigt sich auch bei 5,5 % der befragten Männer, die angeben, ihre erste Wimperntusche bei BIPA gekauft zu haben.

### **Klischee und Wirklichkeit. Frauen und Männer im Bad.**

Fünf Stunden pro Woche verbringen Herr und Frau Österreicher vor dem Badezimmerspiegel. Die Umfrage zeigt, dass geschlechtsspezifische Unterschiede zwar vorhanden sind, jedoch längst nicht in dem Umfang, wie mancherorts noch gepflegte Klischees dies nahelegen.

Die Fakten: Mit 45 Minuten benötigen Frauen wochentags nur rund 9 Minuten länger im Bad als Männer mit 36 Minuten. Und was glaubt man vom anderen Geschlecht? Hier legen Männer noch einmal 10 Minuten drauf und glauben, dass Frauen unter der Woche erst nach 55 Minuten aus dem Bad kommen. Fazit: Wirklich weit auseinander liegen Männer und Frauen hinsichtlich der Dauer ihres morgendlichen Hygiene- und Beautyvergnügens weder bei der gegenseitigen Einschätzung noch in der Realität.

Wer nach klassischer Rollenverteilung sucht, wird bei der Gestaltung der Badezimmerzeit fündig. Während Männer und Frauen, wenig überraschend, hinsichtlich Zähne putzen, Haare machen und Gesicht waschen eine ähnliche Pflegeroutine haben, fallen die Herren bei den Disziplinen Gesicht und Körper eincremen deutlich zurück. Trotzdem praktizieren Ersteres immerhin 25 % der befragten Männer. Auch bei den monatlichen Ausgaben für Körperpflege, Kosmetik und Beauty gibt es Unterschiede. Mit fast 30 EUR beziffern Frauen ihre Ausgaben für die eigene Person um 10 EUR höher als Männer das annehmen. Bei den Ausgaben für die ganze Familie hingegen liegen Männer mit rund 40 EUR pro Monat vorne, bei Frauen sind es rund 7 EUR weniger.

## Fazit

BIPA konnte in Österreich in den letzten 40 Jahren die Themen Körperpflege und Körperbewusstsein entscheidend mitgestalten. Körperpflege und auch Kosmetik zählen für alle zu den schönen Essentials des Lebens und werden geschlechterübergreifend kultiviert. Die Unterschiede existieren in den Köpfen ein klein wenig mehr als in Wirklichkeit. Manche Frauen gehen ungeschminkt aus dem Haus – und manche Männer kaufen halt Wimperntusche. Ein vielleicht wichtigstes Ergebnis der Studie mag aber sein, dass die meisten Menschen hierzulande mit ihrem Aussehen zufrieden sind.

**Bildmaterial steht für redaktionelle Zwecke [hier](#) kostenlos zum Download zur Verfügung.  
Fotocredit: BIPA**

## Über BIPA

BIPA Parfumerien Gesellschaft m.b.H, mit Sitz in Wiener Neudorf, ist Teil der REWE International AG und mit rund 600 Filialen einer der größten Drogerie-Fachhändler Österreichs.

BIPA ist eine preisstarke, moderne Drogerie für alles rund um Pflege, Schönheit und Wohlbefinden und begeistert mit Produkten für Beauty, Haare, Duft, Zahnpflege und Baby. BIPA bietet seinen KundInnen über 15.000 internationale Markenartikel sowie Eigenmarken wie BI CARE, BI HOME, BI KIDS, bi good, LOOK BY BIPA, BABYWELL und BI STYLED.

Vor fast 40 Jahren gegründet, ist BIPA heute nicht nur das bekannteste Unternehmen im österreichischem Drogeriefachhandel, sondern auch das unangefochtene Lieblingsunternehmen bei rund 3,3 Millionen treuen StammkundInnen. Als Partner des jö Bonusclubs bietet BIPA seinen StammkundInnen ein ganz besonderes Programm mit attraktiven Angeboten und zahlreichen Vorteilen.

Das Unternehmen beschäftigt österreichweit über 4.000 MitarbeiterInnen in rund 600 Filialen. Ob Berufs-, Quer- oder WiedereinsteigerInnen: Hochwertige Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten bilden einen zentralen Bestandteil der Unternehmensstrategie und ermöglichen so individuelle Karrierewege. Mit einem Frauenanteil von 98% setzt BIPA umfangreiche Maßnahmen, um alle MitarbeiterInnen bei der Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu unterstützen. Im Jahr 2016 hat BIPA vom Bundesministerium für Familien und Jugend erneut die Auszeichnung als familienfreundlicher Arbeitgeber erhalten.

Online Shop: [www.BIPA.at](http://www.BIPA.at) | Facebook: [www.facebook.com/BIPA](https://www.facebook.com/BIPA) und [www.facebook.com/BIPAKarriere](https://www.facebook.com/BIPAKarriere) | YouTube: [www.youtube.com/BIPA](https://www.youtube.com/BIPA) | Instagram: [www.instagram.com/BIPA](https://www.instagram.com/BIPA) | Twitter: [www.twitter.com/BIPA](https://www.twitter.com/BIPA)

## Rückfragehinweis:

Team Media Relations REWE International AG  
REWE International AG, Industriezentrum NÖ-Süd, Straße 3, Objekt 16, A-2355 Wiener Neudorf  
Tel.: +43 2236 600 5265, E-Mail: [mediarelations@rewe-group.at](mailto:mediarelations@rewe-group.at)