

Deutsche Frauen lieben Hollywood

Gillette Venus Studie enthüllt die nackte Wahrheit über deutsche Intimzonen

Schwalbach am Taunus, Mai 2011. Dass sich die Stars aus Hollywood den Intimbereich am liebsten komplett enthaaren, ist nichts Neues. Und auch deutsche Frauen setzen auf diesen Trend. Eine von Gillette Venus durchgeführte Studie zeigt nun, dass bereits jede zweite der befragten Frauen sich schon einmal die Intimzone rasiert hat. Der klare Favorit: Hollywood Style. Mehr als ein Drittel der befragten Frauen rasieren sich den Intimbereich komplett und glatt.



Straßenumfrage „Rasur im Intimbereich“. Videoclip [hier](#) auf Youtube angucken oder [hier](#) herunterladen (Länge: 1'14 Min.).

Die repräsentative Studie, die Gillette in Zusammenarbeit mit TNS EMNID unter 1.002 Teilnehmerinnen durchführte, zeigt, dass das Thema Rasur längst nicht mehr ausschließlich Männern vorbehalten ist. Auch Frauen rasieren sich bestimmte Körperpartien wie z. B. Beine oder den Intimbe-

reich regelmäßig. Die hierbei bevorzugte Methode, nicht nur bei den Männern, ist die Nassrasur. Mehr als 50 % der befragten Frauen greifen zum Nassrasierer, und das mindestens wöchentlich. Nur 16 % benutzen lieber den Epilierer. Bei der Rasur ist SIE nicht nur geübter, sondern zum Teil auch schneller. Die Rasur der Intimzone ist bei 48 % der Damen beispielsweise in durchschnittlich weniger als fünf Minuten erledigt. Darüber hinaus ergab die Studie, dass sich 80 % der Frauen, die sich die Intimzone rasieren, als attraktiv oder sehr attraktiv empfinden. Ein positiver Nebeneffekt: Auch Männern gefällt glatte Haut bei Frauen am besten! Mehr als zwei Drittel finden, dass sich eine attraktive Frau die Achseln rasieren sollte. Bei den Befragten unter 30 Jahren erwarten sogar mehr

1/2

als 80 %, dass eine attraktive Frau sich nicht nur die Achseln, sondern auch die Beine und den Intimbereich rasieret.

Auch in Sachen Fitness finden sich einige Parallelen zwischen den deutschen Frauen und der Prominenz aus Hollywood. Zwar unterliegen deutsche Frauen bei Weitem nicht dem in Hollywood als verbreitet geltenden Fitnesswahn, aber in Sachen Sportlichkeit stehen sie den Stars in nichts nach. 69 % bzw. 70 % der Frauen, die sich die Intimzone bzw. Beine rasieren, treiben einmal die Woche oder häufiger Sport. Ein Drittel der befragten Frauen hält fast täglich den Körper fit, und dieses Pensum kann mit dem der Stars sicherlich mithalten. Dabei bevorzugt jede zweite Frau die Sportarten Radfahren oder Schwimmen.

Übrigens: Für die befragten Frauen spielt es keine Rolle, ob gerade Bikini- oder Thermohosen-Saison ist. Mehr als zwei Drittel rasieren sich im Winter genauso oft wie im Sommer. Glatte Haut ist für die meisten Frauen also ganzjährig ein Muss – egal ob auf den roten Teppichen dieser Welt oder dem heimischen Sofa.

Wenn Sie mehr über die Enthaarungsgewohnheiten deutscher Frauen erfahren möchten, dann klicken Sie auf www.facebook.com/GilletteVenusD. Informationen zu den aktuellen Produkten von Gillette Venus finden Sie unter www.gillettevenus.de.

Über P&G Beauty & Grooming

Die Produkte von P&G Beauty & Grooming helfen Frauen, ihre persönlichen Schönheitsträume zu verwirklichen, und Männern, jeden Tag großartig auszusehen, sich so zu fühlen und das Beste aus sich herauszuholen. Mit acht Milliarden-Dollar-Marken und Produkten, die in fast 130 Ländern erhältlich sind, gehört P&G Beauty & Grooming mit einem Umsatz von über 27 Milliarden US-Dollar im Geschäftsjahr 2009/10 zu den führenden Schönheits- und Körperpflegeunternehmen weltweit. P&G Beauty & Grooming bietet bewährte Marken mit führender Technologie an, um die umfassenden Verbraucherbedürfnisse nach Schönheits- und Körperpflegeprodukten zu bedienen. Zu diesen Marken gehören Pantene®, Olaz®, head & shoulders®, Max Factor®, Cover Girl®, DDF®, Frederic Fekkai®, Wellaflex®, Rejoice®, Sebastian Professional®, Herbal Essences®, Koleston®, Clairol Professional®, Nice 'n Easy®, Venus®, Gillette®, SK-II®, Wella Professionals®, Braun® sowie eine führende Prestige-Duftsparte, die mit einem Portfolio von weltweiten Marken wie Hugo Boss®, Lacoste® und Christina Aguilera® Verbraucher vom Erstduftverwender bis hin zum Luxuskäufer anspricht. Weitere aktuelle Informationen zu P&G und seinen Marken finden Sie im Internet unter <http://www.pg.com>.

2/2