

## Veränderung unserer Beauty-Gewohnheiten durch Corona

### Croma-Pharma präsentiert Umfrageergebnisse

(Leobendorf, 20.07. 2020) Wie hat die Corona-Krise unsere Beauty-Gewohnheiten verändert? Zu dieser Fragestellung hat Croma-Pharma (Croma) gemeinsam mit Karmasin Research&Identity eine repräsentative Bevölkerungsumfrage in Österreich durchgeführt, um die Einstellungen, Erwartungen sowie den Umgang mit Beauty-Behandlungen nach der Corona Krise zu ermitteln. Dabei ist klar zum Ausdruck gekommen, dass Aussehen und Schönheit einen sehr wichtigen und einflussreichen Faktor im beruflichen wie privaten Kontext darstellen, allerdings haben sich die Motive gewandelt. Durch die Corona Krise zeigt sich eine neue, weniger nach außen gerichtete Orientierung, die den Wunsch sich selbst etwas Gutes zu tun in den Vordergrund stellt. Natürlichkeit und Nachhaltigkeit unter Verwendung von medizinischen und qualitativ hochwertigen Produkten und Behandlungen haben deutlich an Bedeutung gewonnen.

### Veränderung nach Corona

Während für rund 50% der österreichischen Bevölkerung Werte wie Sicherheit, Familie, Freiheit und Nachhaltigkeit nach Corona wichtiger als zuvor sind, so bleibt das Thema Schönheit für 64% der Bevölkerung gleich wichtig bzw. ist wichtiger geworden. Vor allem bei Frauen und bis 30 Jährigen hat die Bedeutung von Schönheitsbehandlungen und Pflegeprodukten um bis zu 32% zugenommen. Für 44% der Bevölkerung – für Frauen sogar bei 56% - steht der Aspekt des Verwöhnens im Vordergrund. 79% der Bevölkerung können sich aktuell eine Schönheitsbehandlung/Anwendung vorstellen.

### Experten Round Table

Croma hat gemeinsam mit Karmasin Research&Identity im Vorfeld der Befragung Hypothesen zur Fragestellung erstellt, diese im Rahmen eines Round Table mit Experten kritisch hinterfragt und mit der vorliegenden Umfrage empirisch überprüft. Dass sich die Menschen in der Zeit des Lockdowns weniger um ihr Äußeres gesorgt haben, konnte nicht bestätigt werden. Lediglich 11% der Befragten gaben an, dass Körperpflege in der Corona Zeit zu kurz kam. Je länger die Phase jedoch gedauert hat, desto bewusster und sichtbarer wurde die Bedeutung von Schönheitsbehandlungen und hat den Stellenwert derer erhöht. Jedoch ist als ein weiteres Motiv der Verwöhnaspekt dazu gekommen. PatientInnen wünschen ein stimmiges Gesamterlebnis wie eine wirksame, schonende, natürliche Behandlung in einem sicheren Umfeld mit Verwöhnfaktor. Als Bezugsquelle für professionelle Hautpflegeprodukte sehen 40% Apotheken, 31% Parfümerien und 23% den Hautarzt, aber 20% würden auch direkt online beim Hersteller ordern.

### Über Croma

Die Croma-Pharma GmbH (Croma) wurde 1976 gegründet und ist ein österreichisches Familienunternehmen, das sich auf die industrielle Herstellung von

# croma

est. 1976

Hyaluronsäure-Spritzen für die Bereiche medizinische Ästhetik, Augenheilkunde und Orthopädie spezialisiert hat. Croma betreibt derzeit 12 internationale Vertriebsgesellschaften und vertreibt seine Produkte in mehr als 70 Ländern. Innerhalb seines weltweiten Vertriebsnetzes konzentriert sich Croma mit eigenen Markenprodukten auf die minimalinvasive ästhetische Medizin. Neben einem breiten Angebot an HA-Fillern aus der eigenen Produktionsstätte in Leobendorf vertreibt Croma in seinen strategischen Kernmärkten PDO-Liftingfäden, ein Platelet Rich Plasma-System (PRP) sowie innovative Hautpflegeprodukte.

## Über Karmasin Research&Identity

Das Unternehmen beschäftigt sich mit der Analyse von Motiven, Bedürfnissen und Entscheidungsprinzipien von Menschen und Unternehmen. Diese empirischen Erkenntnisse sind Grundlage für anschließende verbesserte Produkte und Kommunikation für Unternehmen. Methodisch werden alle Verfahren der empirischen Sozialforschung, aber auch systemische Ansätze wie Appreciative Inquiry und Systembefragungen genutzt.

## Kontakt:

CROMA PHARMA GmbH  
Stefanie Höhn  
Global Director Communications  
Cromazeile 2  
A-2100 Leobendorf  
Tel.: +43 676 846868 190  
Mail: [stefanie.hoehn@croma.at](mailto:stefanie.hoehn@croma.at)  
Web: [www.croma.at](http://www.croma.at)