

Kosmetik- og personlige plejeprodukter – en afgørende del af danskernes hverdag

Analyse for Kosmetik- og hygiejnebranchen

Marts 2024

Indledning

Kosmetik- og personlige plejeprodukter er en afgørende del af danskernes hverdag. Produkterne bruges på daglig basis og har betydning for både danskernes livskvalitet og mentale velvære.

Kosmetik- og hygiejnebranchen har vha. et spørgeskema spurgt ind til danskernes egen holdning og syn på produkterne, og hvilken rolle de spiller i deres hverdag og for samfundet generelt.

Nærværende analyse afrapporterer på svar fra et repræsentativt udsnit på 1000 respondenter.

Analysen er delt ind i to dele. Første del handler om danskernes overordnede syn på og forhold til kosmetik og personlige plejeprodukter, mens anden del zoomer ind på unge danskeres særlige forhold til produkterne.

Bilendi har stået for udsendelsen af spørgeskemaet, mens afrapporteringen er udarbejdet af Operate A/S.



Danskerne syn og forhold til kosmetik og personlige plejeprodukter

Kosmetik og personlige plejeprodukter er en vigtig og fast del af danskernes hverdag, som styrker den enkeltes livskvalitet.

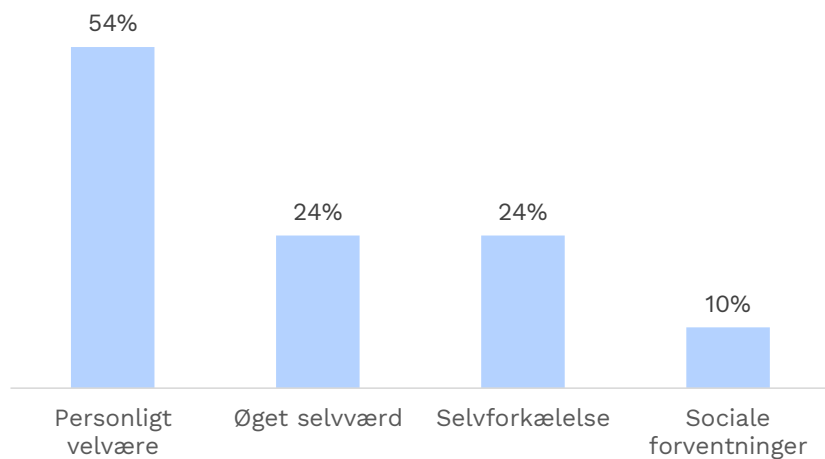
Analysen viser, at op mod 54% af danskerne angiver personligt velvære, øget selvværd og selvforkælelse som nogle af de største grunde til at bruge kosmetik og personlige plejeprodukter, mens kun 10% af danskerne angiver sociale forventninger som grund. Det vidner om, at danskerne bruger produkterne for dem selv og deres livskvalitet.

Kosmetik og personlige plejeprodukter forbindes ofte med udseende og skønhed – men for danskerne handler produkterne om langt mere end det. De er essentielle for, hvordan danskerne opfatter sig selv. Ifølge analysen mener mere end hver tredje dansker, at kosmetik og personlige plejeprodukter har en positiv indvirkning på deres selvværd, samt at produkterne er med til at skabe en følelse af selvsikkerhed hos den enkelte. Analysen viser samtidig også, at produkterne spiller en rolle for både danskernes selvtillid og generelle humør.

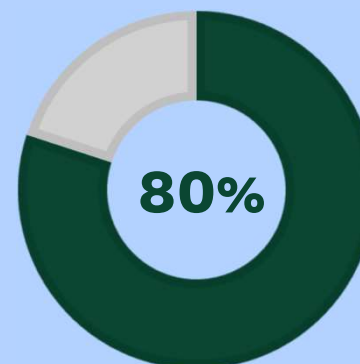
For danskerne handler kosmetik om *livskvalitet*

Brug af kosmetik og personlige plejeprodukter handler ikke om sociale normer og forventninger til, hvordan vi skal se ud. Ifølge danskerne handler det i højere grad om at gøre noget godt for sig selv.

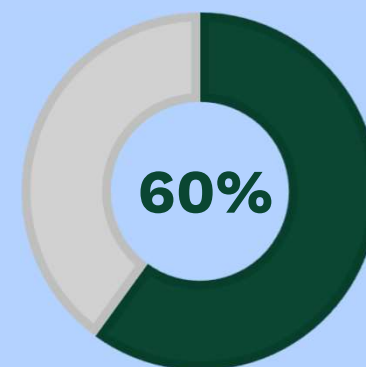
”Hvad spiller den største rolle for, hvorfor du bruger kosmetik og personlige plejeprodukter?”



Ifølge danskerne er udseende en reel faktor, der har betydning for danskernes velbefindende



Det er i orden at gå op i sit udseende.



Mit udseende har betydning for, hvordan jeg har det.

Andel respondenter, der har svaret 'enig' og 'meget enig'.

Operate

3

Afgørende for mere end hver tredje danskers *selvværd*

Kosmetik og personlige plejeprodukter har en positiv effekt på danskernes selvværd på flere parametre.

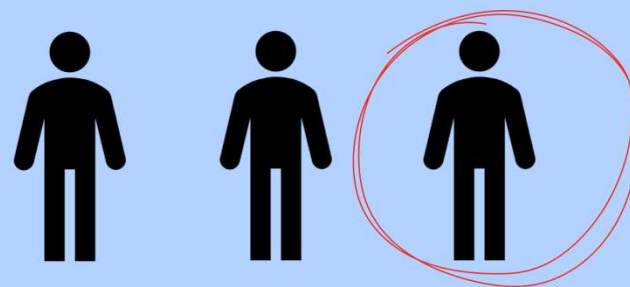
Mere end hver tredje dansker angiver, at produkterne giver dem en følelse af selvsikkerhed og har positiv indvirkning på deres selvværd.



af danskerne mener, at kosmetik og personlige plejeprodukter har en positiv indvirkning på deres selvværd.

Andel respondenter, der har svaret 'enig' eller 'helt enig'.

Kosmetik giver danskerne selvsikkerhed



Mere end hver tredje dansker **føler sig selvsikker**, når de bruger kosmetik og personlige plejeprodukter.

Andel respondenter, der har svaret 'enig' og 'meget enig'.

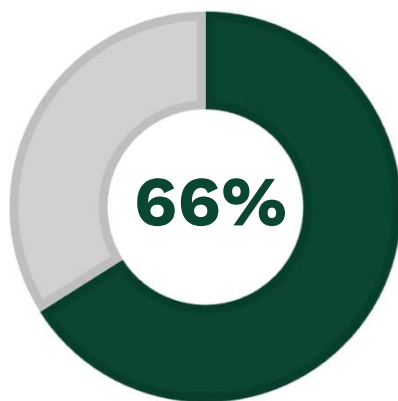
Operate

4

Kosmetik og personlige plejeprodukter styrker danskernes selvtillid og humør

Kosmetik og personlige plejeprodukter er med til at forme dagligdagen positivt hos langt de fleste danskere.

Ifølge danskerne selv er det centralt for deres humør, at de føler, at de ser godt ud.



Jeg er gladere, når jeg føler, at jeg ser godt ud

Andel respondenter, der har svaret 'enig' eller 'helt enig'.

Anvendelse af kosmetik og personlige plejeprodukter øger direkte danskernes selvtillid

34%

af danskerne føler, at deres **selvtillid øges**, når de anvender kosmetik og personlig plejeprodukter.

Andel respondenter, der har svaret 'enig' og 'meget enig'.

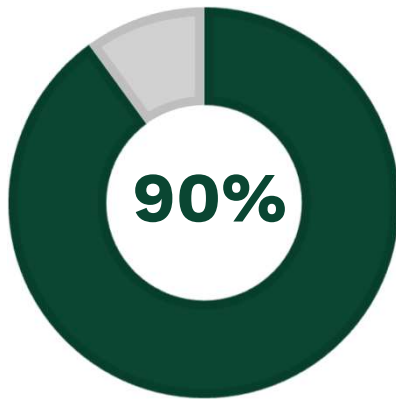
Operate

5

En indlejret del af danskernes hverdag

9 ud af 10 danskere bruger minimum et kosmetik eller personligt plejeprodukt dagligt eller flere gange dagligt.

Kosmetik og personlige plejeprodukter bruges hver dag af **99,9%** af danskerne, hvis tandpasta medregnes.



... af danskerne bruger mindst 1 kosmetik eller personligt plejeprodukt dagligt eller flere gange dagligt.

Andel respondenter, der har svaret 'dagligt' eller 'flere gange dagligt' på spørgsmål om brug af en række kosmetik og personlige plejeprodukter.

Mange kosmetik og personlige plejeprodukter spiller en rolle i de fleste danskers hverdag

4

**kosmetik og personlige
plejeprodukter dagligt**

Danskerne bruger i gennemsnit 3,9 kosmetiske og personlig plejeprodukter dagligt eller flere gange dagligt.



Ungeanalysen

Kosmetik og personlige plejeprodukter er særligt vigtige for yngre generationer.

Analysen viser, at tendenser om kosmetik og personlige plejeprodukters indvirkning på selvværd forstærkes for de 18-29 årige. Fx angiver 60% af de unge, at kosmetik og personlige plejeprodukter har en indvirkning på deres selvværd. For den samlede danske befolkning gælder det for 38% - og der er dermed tale om en forskel på hele 22 procentpoint.

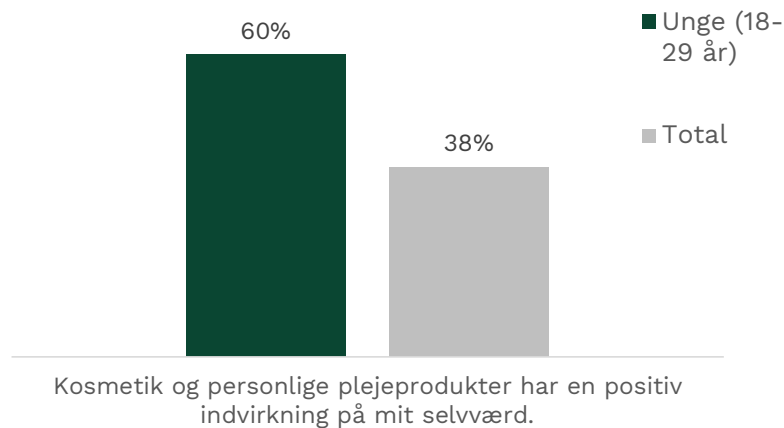
Kosmetik og personlige plejeprodukter spiller på den måde en særlig rolle for nyere generationer. Det viser sig også ved, at de unge i langt højere grad bruger kosmetik og personlige plejeprodukter til at udtrykke sig selv og deres personlighed. Det gælder for mere end hver tredje unge.

På den måde understøtter produkterne diversitet og giver de unge muligheden for at udtrykke, hvem de er. Det gør sig desuden særligt gældende for unge mænd, hvor de 18-29 årige mænd i langt højere grad end mænd over 29 år anvender kosmetik og personlige plejeprodukter. Her gælder det, at 39% af unge mænd bruger dekorativ kosmetik på ugentlig basis (eller hyppigere), mens dette kun gælder for 6% af mænd over 29 år.

Helt afgørende for unges selvværd og livskvalitet

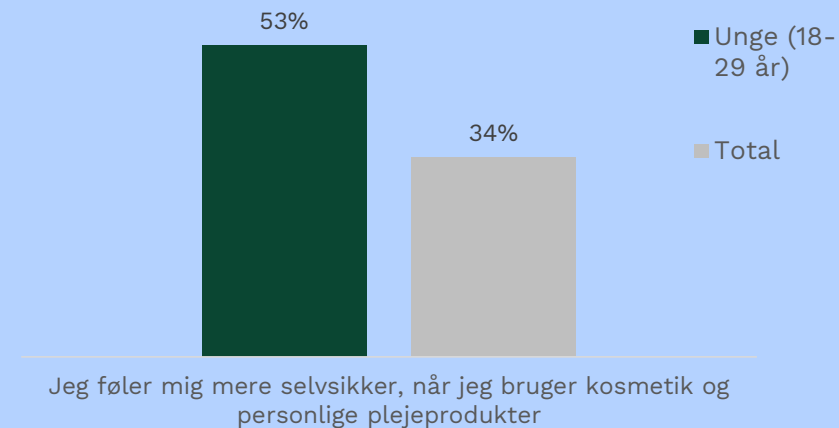
Kosmetik og personlige plejeprodukter spiller en særlig vigtig rolle for de yngre generationer. Sammenlignet med for resten af danskerne er produkterne afgørende for unges selvværd.

Blandt de 18-29-årige angiver 60%, at kosmetik og personlige plejeprodukter har en positiv indvirkning på deres selvværd. Til sammenligning gjaldt dette for 38% af den samlede befolkning.



Andel respondenter, der har svaret 'enig' eller 'helt enig'.

Kosmetik og personlige plejeprodukter betyder særligt meget for unges selvsikkerhed sammenlignet med resten af befolkningen



Andel respondenter, der har svaret 'enig' og 'meget enig'.

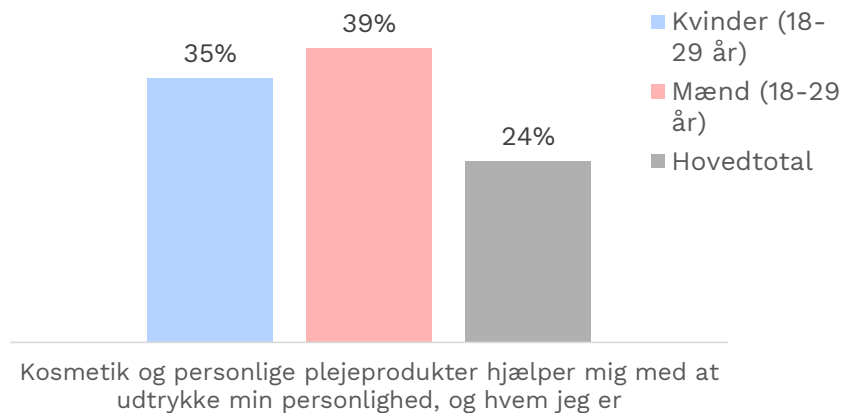
Operate

8

De unge bruger kosmetik til at udtrykke deres *personlighed*

Kosmetik og personlige plejeprodukter giver mennesker muligheden for og friheden til at udtrykke deres personlighed og hvem, de er.

Det er især vigtigt for de unge, *og særligt unge mænd*, der i højere grad end den samlede befolkning bruger produkterne til at finde deres eget personlige udtryk.



Andel respondenter, der har svaret 'enig' eller 'helt enig'.

Kosmetik og personlige plejeprodukter hjælper knap hver anden unge med at føle sig mere som sig selv

44%

af de unge angiver, at de **føler sig mere som sig selv**, når de bruger kosmetik og personlige plejeprodukter.

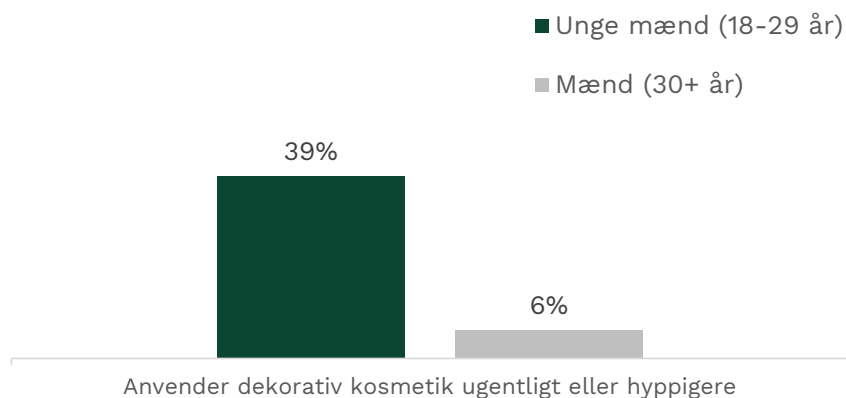
Andel respondenter, der har svaret 'enig' og 'meget enig'.

Operate

9

De yngre mænd tager produkterne til sig

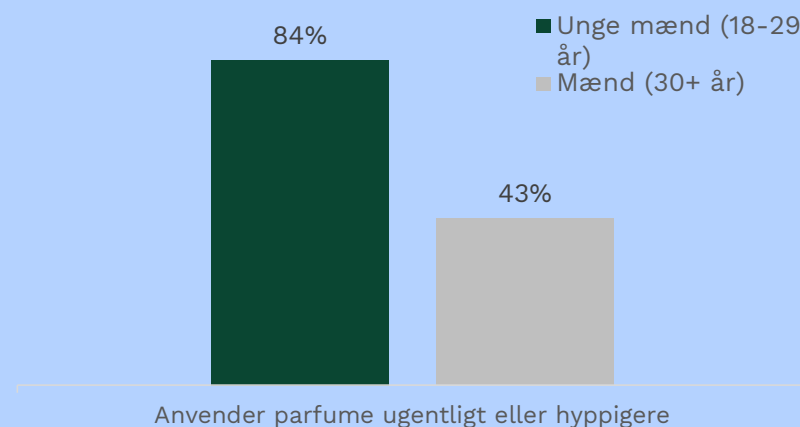
Særligt blandt yngre mænd ses der et skift i brugen af dekorativ kosmetik, når man sammenligner med ældre generationer. Flere end hver tredje unge mand anvender dekorativ kosmetik ugentligt eller hyppigere. Det er markant mere end mænd over 29 år, hvor det kun gælder for 6%.



Andel respondenter, der har svaret 'flere gange dagligt' eller 'dagligt', 'flere gange om ugen' eller 'ugentligt'.

Det gælder for flere forskellige produkter, at de er særligt vigtige for unge mænd

Der ses også en stor forskel i brugen af parfume mellem yngre og ældre mænd. Næsten en dobbelt så stor andel af mænd i alderen 18-29 år bruger parfume ugentligt eller hyppigere sammenlignet med mænd, der er ældre end 29 år.

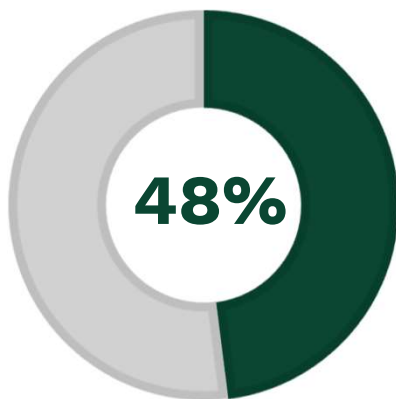


Andel respondenter, der har svaret 'flere gange dagligt' eller 'dagligt', 'flere gange om ugen' eller 'ugentligt'.

En værdsat og vigtig del af de unges hverdag

Kosmetik og personlige plejeprodukter er særligt værdsatte blandt yngre generationer.

Knap hver anden af de 18-29 årige angiver, at kosmetik og personlige plejeprodukter er vigtige i deres hverdag.



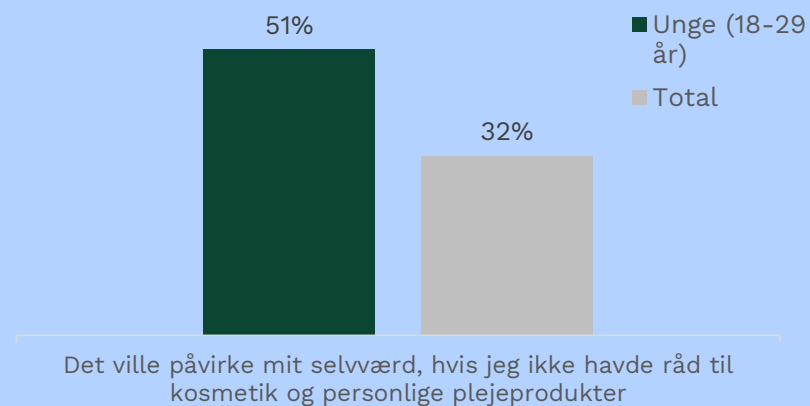
Kosmetik og personlige plejeprodukter spiller en vigtig rolle i min hverdag

Andel respondenter mellem 18-29 år, der har svaret 'enig' eller 'meget enig'.

Prisstigninger pga. afgifter vil true unges selvverd

Både blandt den samlede danske befolkning, men særligt blandt de unge vækker prisstigninger på kosmetik og personlige plejeprodukter bekymring.

Mere end halvdelen af de unge er enige i, at det ville påvirke deres selvverd, hvis de ikke havde råd til produkterne.



Andel respondenter, der har svaret 'enig' og 'meget enig'.

Operate

11