

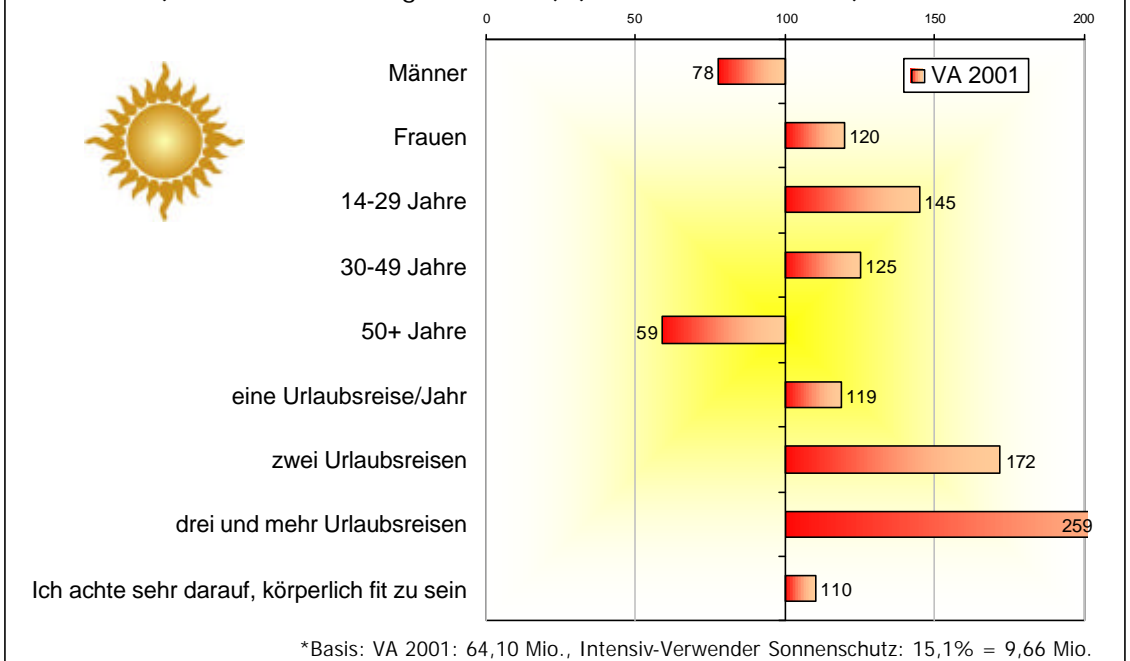
### Special zum Frühlingsanfang: Sonnenschutzmittel



#### Verwendung von Sonnenschutz nimmt zu

Kaum zeigen sich zum Frühlingsanfang die ersten zaghaften Sonnenstrahlen, da ermuntert uns die Werbung aber auch die Medizin zum Gebrauch von Sonnenschutzmitteln. Das gestiegene Gesundheitsbewusstsein, aber auch häufigere Urlaubsreisen führten zu einer zunehmenden Verwendung von Sonnenschutz: laut VA 1992 waren es 55,8 %, die Sonnenschutz verwendeten, dieser Wert steigt in der VA 2001 auf 56,6 %. Davon zählen immerhin fast 10 Millionen zu den Intensiv-Verwendern.

Gebrauch von Sonnenschutzmitteln in den letzten 12 Monaten – Profil der Intensiv-Verwender (an mehr als 20 Tagen im Jahr) (Index 100 = Gesamt)\*

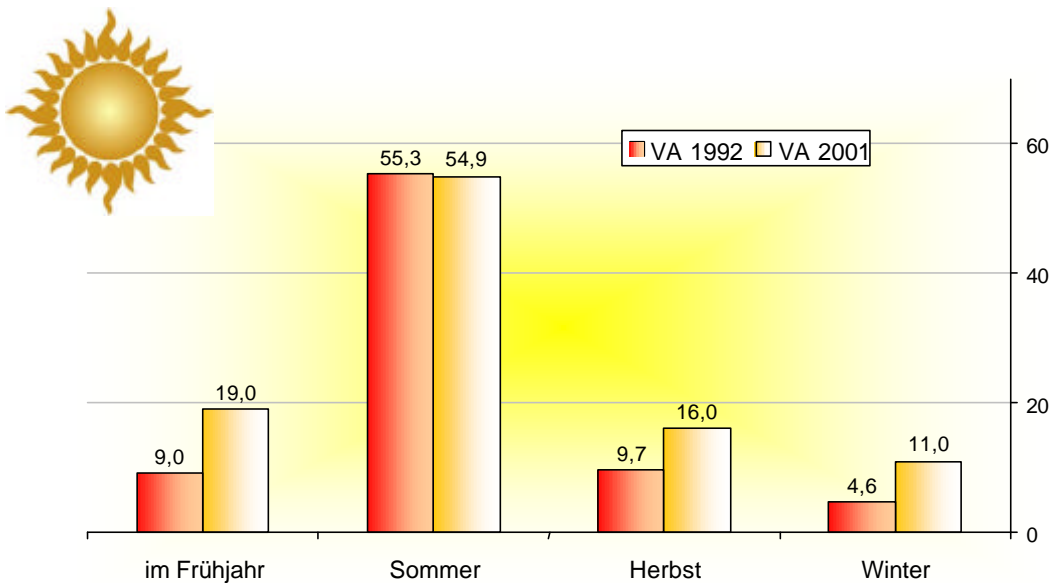


Das Profil der Intensiv-Verwender zeigt, dass besonders jüngere Frauen dazu gehören, aber auch diejenigen, die drei oder mehr Urlaubsreisen im Jahr unternehmen. Männer und ältere Jahrgänge sind immer noch Sonnenschutz-Muffel. Achtet man dagegen auf körperliche Fitness, verwendet man auch überproportional Sonnencreme und Co.

## Gebrauch von Sonnenschutz saisonabhängig

Es sind also doch beachtliche Potenziale, die sich in der VA als Konsumzielgruppe für Sonnenschutzmittel abzeichnen. Die Vermutung liegt nahe, es handele sich dabei um ein eher saisonales Produkt. Interessanterweise wird in der VA abgefragt, zu welcher Jahreszeit man gereist ist. Es lässt sich also untersuchen, ob und wie sich Saisonalitäten zeigen, da der Sonnenschutz natürlich sehr stark mit der Urlaubsreise korreliert.

Gebrauch von Sonnenschutzmitteln in den letzten 12 Monaten – Intensiv-Verwender (an mehr als 20 Tagen im Jahr) (in %) und Jahreszeit, in der die Urlaubsreise gemacht wurde\*



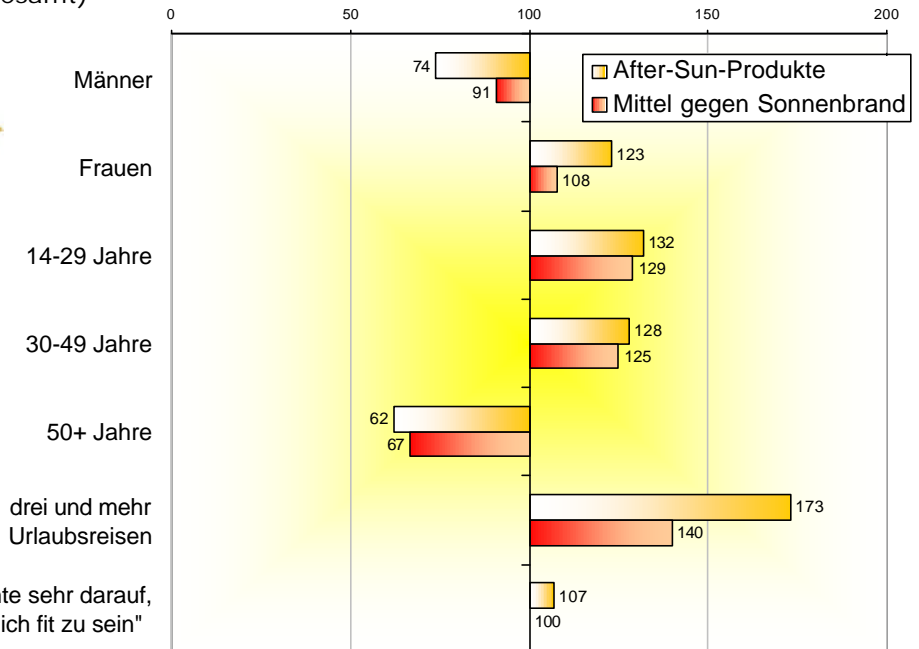
\*Basis: VA 1992: 11,78 Mio., VA 2001: 9,66 Mio.

Insgesamt zeigt sich sehr deutlich der Schwerpunkt im Sommer. Dennoch sind im Zeitvergleich Tendenzen sichtbar, dass auch die anderen Jahreszeiten verstärkt für Urlaubsreisen genutzt werden und damit der Verbrauch von Sonnenschutzmitteln dann steigt.

Tatsächlich ist der Anteil der Intensiv-Verwender von Sonnenschutzmitteln bei den Urlaubern südlicher Gefilde am höchsten: während Urlauber im deutschen oder deutschsprachigen Raum zu knapp 28 % dazu zählen, sind es in Europa bzw. dem südlichen Europa fast 46 %. Weder bei der langersehnten Haupturlaubsreise noch bei dem Kurztrip nach „Malle“ darf eben die Sonnencreme im Gepäck fehlen.

### ... und nach dem Sonnenbad?

Verwendung von After-Sun-Produkten und Mitteln gegen Sonnenbrand  
(Index 100 = Gesamt)\*



\*Basis: VA 2001: Verwender After-Sun-Produkte: 29,7%=19,04 Mio., Verwender Sonnenbrandmittel: 29,3%=18,8 Mio.

Es sind jeweils rund 30 % der Bevölkerung, die nach dem Sonnenbad zu After-Sun-Produkten oder sogar Mitteln gegen Sonnenbrand greifen. Auch hier sind es überdurchschnittlich jüngere Frauen und Vielreisende.

Weitere Informationen zu diesem Bereich bietet die VerbraucherAnalyse, die Sie online auswerten können über die Internet-Adresse [www.bauermedia.com](http://www.bauermedia.com). Unter dieser Adresse sind außerdem die hier enthaltenen Informationen und Charts abrufbar.

Für Anregungen oder Rückfragen stehen wir Ihnen gerne jederzeit zur Verfügung. Falls sich Ihre E-Mail-Adresse oder Faxnummer geändert hat oder wenn Sie den VA-Newsletter nicht mehr erhalten wollen, bitten wir um eine kurze Nachricht.

Ihr Bauer-Media-Research-Team

Ansprechpartner: Bauer Media KG, Research & Media Marketing, Nicole Plettner, Tel.: 040 /3019-3273, e-Mail: [nplettner@bauermedia.com](mailto:nplettner@bauermedia.com)

Quellen: VerbraucherAnalyse 1992-2001 (die VA ist eine Gemeinschaftsuntersuchung der Bauer Verlagsgruppe, des Axel Springer Verlages und der beteiligten Medienunternehmen)