



Schöne und gepflegte Füße müssen einfach sein. Darin sind sich Frauen und Männer einig. Bild: contrastwerkstatt | stock.adobe.com

15.12.2020 10:57 CET

Fußpflege: en vogue!

Nicht nur Frauen und Senioren legen Wert auf gepflegte Füße. Zuletzt hat die Bedeutung von Fußpflege in allen Altersgruppen sowie bei Männern stark zugenommen. Das ergaben die GEHWOL Fußpflege Trends, eine repräsentative Onlineumfrage des Marktforschungsinstituts Ipsos unter 1.073 Frauen und Männern in Deutschland ab 16 Jahren. Währenddessen bleibt die Zufriedenheit mit den eigenen Füßen weiterhin auf hohem Niveau. Für die Fußpflege bedeutet das, dass nicht mehr nur die Problemlösung im Vordergrund steht, sondern auch deren Prävention. Und diese nehmen die Deutschen inzwischen gerne selbst in die Hand. Die vollständigen Fußpflege Trends als Download: www.gehwol.de/Aktuelles/GEHWOL-

[Fusspflegetrends-2020.](#)

Wer mit seinen Füßen unzufrieden ist oder häufiger über Fußprobleme klagt, legt tendenziell auch mehr Wert auf entsprechende Pflege. Die aktuellen GEHWOL Fußpflegetrends zeigen jedoch: Die Motivation für Fußpflege ist nicht mehr allein von der (Un-)zufriedenheit abhängig. Während, wie zuvor in den GEHWOL Fußpflegetrends 2018, drei Viertel der Deutschen mit den eigenen Füßen zufrieden sind, hat insgesamt die Wichtigkeit von Fußpflege deutlich zugenommen. 70 Prozent stufen Fußpflege als wichtig oder sehr wichtig ein. Das sind nicht nur 17 Prozent mehr als vor zwei Jahren. Tatsächlich ist damit auch ein neuer Höchststand seit Beginn der Erhebungen im Jahr 2014 erreicht. Hier zeigt sich ein Bewusstseinswandel.

Positiver Trend: Füße gesund halten

Es geht nicht mehr nur um die Beseitigung von Fußproblemen, sondern auch um deren Prävention. Gesunde Füße sind en vogue – 92 Prozent der Deutschen möchten sie haben. Und das Thema ist längst auch bei den Jüngeren und bei Männern angekommen. Dafür nehmen die Teilnehmer auch vermehrt professionelle Hilfe in Anspruch: Vor vier Jahren gingen gerade einmal elf Prozent der Deutschen regelmäßig zur Fußpflege, inzwischen sind es bereits 24 Prozent, wobei ein Fünftel zweigleisig fährt und zusätzlich auch zuhause noch Hand anlegt. Mehr als die Hälfte der Deutschen pflegt die Füße ausschließlich selbst – das gilt für Fußpflegefans, interessanterweise aber auch für diejenigen, die die Fußpflege als weniger wichtig einstufen. Letztere zeichnen sich im Allgemeinen dadurch aus, dass sie wenig bis gar keine Probleme mit ihren Füßen haben. Bis auf eine kleine Randgruppe: Sieben Prozent der Fußpflegemuffel messen der Fußpflege keine große Bedeutung bei, obwohl sie häufig Fußprobleme haben.

Fußprobleme sind (k)eine Frage des Alters, aber weiblich

Insgesamt geben nur 22 Prozent der Deutschen an, dass sie in den letzten zwölf Monaten nicht von Fußproblemen betroffen waren. Den Rest beschäftigen vor allem trockene oder rissige Haut, übermäßige Hornhaut, schmerzende Füße und Blasen. Letztere häufen sich in den jüngeren Altersgruppen bis 29 Jahre und bei Frauen. Verantwortlich ist meist die Wahl des Schuhwerks. Insbesondere unpassende Schuhe, störende Nähte oder bestimmte modische Entscheidungen wie Highheels fördern die Entstehung von Blasen und Druckstellen. Neben diesen sichtbaren und schmerzhaften

Fußproblemen beschäftigt die Deutschen auch ein weniger offensichtliches Problem: Fußschweiß und -geruch ist ein Thema, über das sich vor allem Teenager bis 19 Jahre (26 Prozent) beschweren. Fußprobleme sind daher keine Frage des Alters, sondern in allen Altersgruppen vertreten. Tendenziell geben Frauen jedoch häufiger an, von Fußproblemen betroffen zu sein, als Männer.

Fußpflege muss mehr können als Probleme lösen

So unterschiedlich das Alter, in dem Fußprobleme auftreten, so vielfältig sind sie auch. Während manche Probleme wie Hühneraugen, eingewachsene Nägel oder Fehlstellungen besser vom Profi behandelt werden, lassen sich einige auch zuhause in Angriff nehmen. Dazu gehören zum Beispiel trockene Haut, schmerzende Füße oder Blasen. Daher ist es nicht verwunderlich, dass ein Drittel der Deutschen beim Produktkauf vor allem die Behandlung oder Lösung eines Fußproblems im Sinn hat. Daneben können Fußpflegeprodukte aber noch weitere Aspekte mitbringen. Knapp ein Viertel der Deutschen legt ebenfalls Wert auf eine präventive Funktion. Für Frauen steht neben der Lösung von Problemen vor allem die Ästhetik im Vordergrund: Fußpflege dient dazu, die Füße vorzeigbar zu machen. Männer entscheiden häufiger je nach Bedarf, legen aber tendenziell mehr Wert auf Schutz und Prävention als Frauen. Überraschenderweise unterscheiden sich Frauen und Männer nur gering in ihrem Wunsch nach einem Wellnesseffekt von Fußpflegeprodukten (16 Prozent und 14 Prozent). Knapp ein Viertel der jungen Verbraucher bis 19 Jahre bevorzugt den Ansatz: „Weniger ist mehr“. Sie möchten Pflegeprodukte, die nur so viele Inhaltsstoffe wie nötig verwenden. In diesem Alter wird außerdem viel probiert – die Entscheidung für ein Produkt fällt mal so mal so. Vegane oder innovative Fußpflegeprodukte werden insgesamt nur wenig bevorzugt (fünf bis sechs Prozent).

Fußpflege ist frisch und fruchtig

Was den Duft von Fußpflegeprodukten angeht entscheidet sich mehr als die Hälfte der Deutschen klar für die „frische“ Note. Aber auch „fruchtig“ wird als angenehm empfunden. Insbesondere bei Jüngeren stehen auch „süß“ und „blumig“ zur Debatte, während „zitrisch“ eher ab 50 Jahren als Alternative gesehen wird. Generell legen Frauen mehr Wert auf Düfte, während ein Fünftel der Männer Pflegeprodukte ohne Duft bevorzugt. Nur wenige Deutsche möchten für die Füße die Duftnoten „würzig“ oder „orientalisch“ verwenden.

5.429 Zeichen inkl. Leerzeichen

Abdruck honorarfrei | Beleg erbeten

Quelle

GEHWOL Fußpflegetrends 2020/21 (IPSOS Online-Omnibus), Juni 2020, zum Download: <https://www.gehwol.de/Aktuelles/GEHWOL-Fusspflegetrends-2020>

Die Eduard Gerlach GmbH ist mit ihren beiden Marken GEHWOL und GERLACH TECHNIK einer der beliebtesten Komplettanbieter für Fußpflege-Präparate und -Technik. Das Vollsortiment umfasst Präparate mit unterschiedlichen Darreichungsformen, Galeniken und Wirkstoffformulierungen sowie für unterschiedliche Hauttypen und Hautprobleme. Die Präparate sind ausschließlich in Apotheken, Fußpflegepraxen und Kosmetikinstituten erhältlich.

Kontaktpersonen



Dirk Fischer

Pressekontakt

fischer@dkcommunications.de

069/ 61 998-21



Marie-Therese Mink

Pressekontakt

mink@dkcommunications.de

069/ 61 998-12