

# „BOOMER UNGESCHMINKT“

Sie gingen für den Frieden auf die Straße, feierten ausgelassen zu Punk und Neuer Deutscher Welle und fühlten sich auch in der Liebe ungebunden und frei: Die als Baby-Boomer bekannte Generation war in ihren jungen Jahren laut, unangepasst und bereit, Grenzen zu überschreiten. Was ist aus den Rebellen von damals geworden? Wie tickt die Generation der Boomer heute? Wodurch wird ihr Selbst-Wert-Gefühl beeinflusst? Und gibt es ein starkes Geschlecht? Welche Rollen spielen Beruf, Partnerschaft, Aussehen und Sexualität als Einflussfaktoren auf den eigenen Selbst-Wert?



Nach drei Jugendstudien, die dem IKW (Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel) tiefe Einblicke in das Seelenleben der Jugendlichen gegeben haben, ermöglicht die aktuelle Studie ein tiefenpsychologisches Verständnis der Generation der **50- bis 65-Jährigen** – der Boomer-Generation. Hierzu wurden 59 Männer und Frauen in mehrstündigen Interviews auf die Couch gelegt, um über ihr Leben, ihre erfüllten Wünsche und offen gebliebenen Erwartungen zu berichten. Über 1.000 wurden im Anschluss in einem repräsentativen Online-Panel befragt.

## Die Boomer in der heutigen Zeit

Wenn es eine Generation gibt, die Probleme wuppen kann, dann ist sie es. Die Boomer haben in ihrem Leben schon viele Schicksalsschläge gemeistert und glauben fast immer, dass man Herr der Lage sein kann. Nur wenige fühlen sich als Opfer. Die große Mehrheit dieser Generation glaubt, ihres Glückes Schmied zu sein. Unabhängigkeit ist für sie extrem wichtig und viele fühlen sich sehr selbstbewusst. Das Besondere: Dieses Selbst-Wert-Gefühl ziehen sie aus sich selbst heraus. Ein Job, der ihnen Anerkennung verschafft, kann dieses Gefühl zwar unterstützen. Genauso wie eine funktionierende Partnerschaft – wobei sich Männer mit einer Partnerin an der Seite deutlich selbstbewusster fühlen als Frauen mit einem Partner. Allen gemein ist aber, dass ihr Selbst-Wert-Gefühl unabhängig vom tatsächlich Erlebten ist.

Auf ihr Aussehen legen die Boomer großen Wert. Auch wenn es nicht das Wichtigste im Leben ist – alt wollen sie nicht werden und schon gar nicht aussehen. Und deshalb investieren sie in Kosmetik und Schönheit. Dahinter verbirgt sich jedoch weniger ein Jugendwahn, sondern eher der Wunsch, nicht abhängig und gebrechlich zu werden. Denn wer fit und gesund ist, kann Herausforderungen besser bewältigen. Und das zeigt ihnen, dass sie „wirksam“ sind und Power haben.

# 1. WIE DIE BOOMER „DRAUF“ SIND.

Auf den ersten Blick wirken Männer und Frauen in ihrem unterschiedlichen Auftreten gar nicht wie eine Generation. Während Männer ihre Gefühle in der Öffentlichkeit versachlichen und sich betont nüchtern geben, übertrumpfen Frauen sich gegenseitig mit dramatischen Schicksalsgeschichten.

*„Also da kann ich mithalten – bei mir war es auch so und in Bezug auf meinen Ex-Mann sogar noch schlimmer.“ (Studienteilnehmerin)*

Was auf den ersten Blick dem Klischeebild vom starken und schwachen Geschlecht entspricht, entpuppt sich als das Gegenteil. Tatsächlich gewähren sich die Frauen über das Erzählen und Teilen ihrer Schicksalsschläge ein hohes Maß an gegenseitiger Zuwendung und Stärkung.

*„Ich dachte schon die ganze Zeit – ach, die erzählt ja meine Geschichte – alle haben hier ja was durchgemacht.“ (Studienteilnehmerin)*

Sie sehen darüber hinaus die Fähigkeit zur Bewältigung von Schwierigkeiten als einen Gradmesser **ihrer eigenen Wirkmächtigkeit**. Außerdem durchschauen sie mehrheitlich die vermeintliche „Überlegenheit“ der Männer: **68 Prozent** der Frauen geben an, dass die Männer immer „alles im Griff haben wollen“ und wissen insgeheim, dass sie das eigentlich starke Geschlecht sind.

# 2. DER SELBST-WERT DER BOOMER: BIST DU GESTALTER ODER OPFER?

Insgesamt sind die Boomer eine selbstbewusste Generation – und das gilt insbesondere für die Frauen, die nicht selten den Alltag wuppen und dabei ihren Selbst-Wert viel unabhängiger von den jeweiligen Partnern entwickeln können als umgekehrt.

Zentral für beide Geschlechter ist aber, dass das Selbst-Wert-Gefühl nicht abhängig vom tatsächlich Erlebten oder von realen Schicksalsschlägen ist. Psychologisch relevant für das entstandene Selbst-Wert-Gefühl ist vor allem, ob man sich als Opfer oder Täter fühlt. Je stärker man das Gefühl hat, Einfluss nehmen zu können, um so selbstbewusster geht man durchs Leben.

**58 Prozent der Boomer glauben besonders stark, nicht vom Schicksal abhängig zu sein und dass man immer etwas ändern kann, wenn man es nur anpackt.** Frauen glauben das sogar stärker als Männer: **62 Prozent** im Vergleich zu **55 Prozent**. Und **73 Prozent** dieser Generation glauben generell an einen positiven Trend in ihrem Leben.

*„Mein Leben war extrem, mit 14 Jahren bin ich ausgezogen, Vater war Alkoholiker. Ich bin ins Heim gegangen (...) Jetzt bin ich auf meine eigene kleine Familie stolz, meinen Job stolz.“ (Studienteilnehmerin)*

Aber natürlich gibt es auch in dieser Generation eine Gruppe von Menschen, die eher pessimistisch ist. Sie ist mit **32 Prozent** aber vergleichsweise klein.

### **Wie gehen die Boomer mit Herausforderungen um?**

Viele Boomer, die sich aktuell oder generell eher in der bestimmenden Verfassung sahen, gingen anders mit Schicksalen und Herausforderungen um als die anderen. Sie begegneten Krisen, Rückschlägen und Schicksalen oftmals mit einem „jetzt erst recht“, „trotzdem“ oder „wollen wir doch mal sehen“. **73 Prozent** der Generation haben diese Haltung generell verinnerlicht.

*„Während des Umzuges ins Haus meiner Tochter vor drei Monaten von Frankfurt nach München habe ich selbst eine Brustkrebsdiagnose bekommen, das musste ich dann schnell operieren lassen. Ich dachte, das überstehe ich jetzt auch noch.“ (Studienteilnehmerin)*

## **3. FRAUEN BRAUCHEN ANERKENNUNG BEI DER ARBEIT, MÄNNER EINE PARTNERIN!**

Eine Reihe von Faktoren nimmt Einfluss auf das Selbst-Wert-Gefühl dieser Generation. Überraschend ist, wie stark die Geschlechter sich hinsichtlich der Bedeutung dieser Einflussfaktoren unterscheiden. So ist die Relevanz von **Arbeit und Partnerschaft** bei Männern und Frauen stark abweichend – ebenso wie sich die Geschlechter auch hinsichtlich der Bedeutung von **Aussehen und Sexualität** unterscheiden.

## Einflussfaktor Arbeit

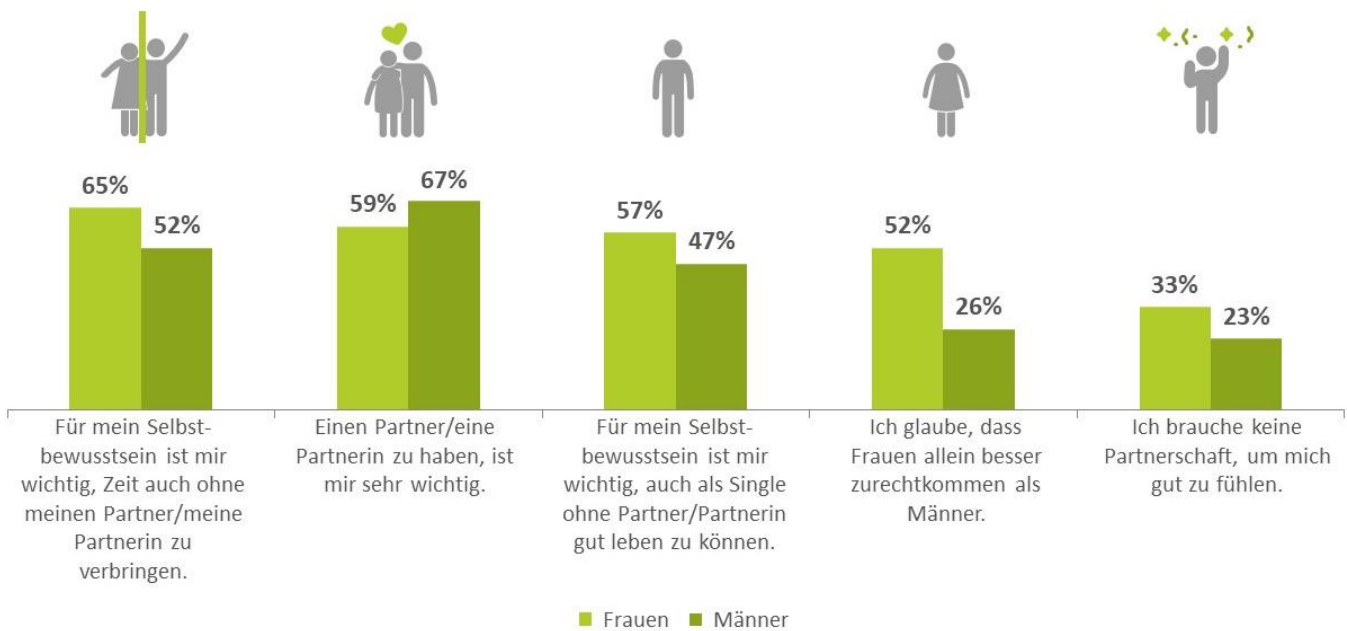
Zwar ziehen beide Geschlechter **viel Selbstvertrauen aus dem Job**, aber bei den Frauen ist Unabhängigkeit in Job und Karriere mit dafür verantwortlich, ob sie sich selbst etwas zutrauen. Ohne Bestätigung im Job oder gar ganz ohne Berufsausübung sind die Frauen deutlich seltener mit sich selbst im Reinen. Und sogar Frauen, die sich generell als sehr wenig selbstbewusst einstufen, hatten ihre motivierendsten Erlebnisse in einem Jobzusammenhang und konnten dadurch mehr Selbstvertrauen gewinnen. Insgesamt **möchten 62 Prozent der Boomer Freiheit und Selbstbestimmungsmöglichkeiten im Beruf und 65 Prozent suchen hier Inspiration.**

*„Auf jeden Fall resultiert mein Selbstbewusstsein aus meinem Job. Daraus resultiert Vieles. Man begegnet interessanten Menschen, seien es unsere Mandanten. Wir sind eine große Kanzlei – 22 Angestellte, Steuerberater und Fachangestellte. Diesen Austausch, den man täglich hat, den hat man zuhause nicht. Und sich jeden Tag dafür schön anzuziehen, dass man da gutes Geld verdient, ist natürlich auch nicht unerheblich.“ (Studienteilnehmerin)*

## Einflussfaktor Partnerschaft

Obwohl Frauen eine **funktionierende Partnerschaft** wichtig ist, ist es den Männern noch wichtiger, eine Partnerin zu haben. **57 Prozent** der Männer schreiben der Partnerschaft eine hohe Bedeutung für ihren eigenen Selbst-Wert zu – nur das Thema Gesundheit ist Männern mit **64 Prozent** noch wichtiger. Zwar reden Männer nicht offen über Gefühle, geraten jedoch in eine tiefe Krise, wenn sie mit der Frau den einzigen Menschen verlieren, mit dem sie Intimes und Persönliches besprochen haben. Denn **81 Prozent reden am ehesten nur mit der Partnerin!** Bei den Frauen geben **70 Prozent** an, dass sie sich ebenfalls gern mit dem Partner austauschen.

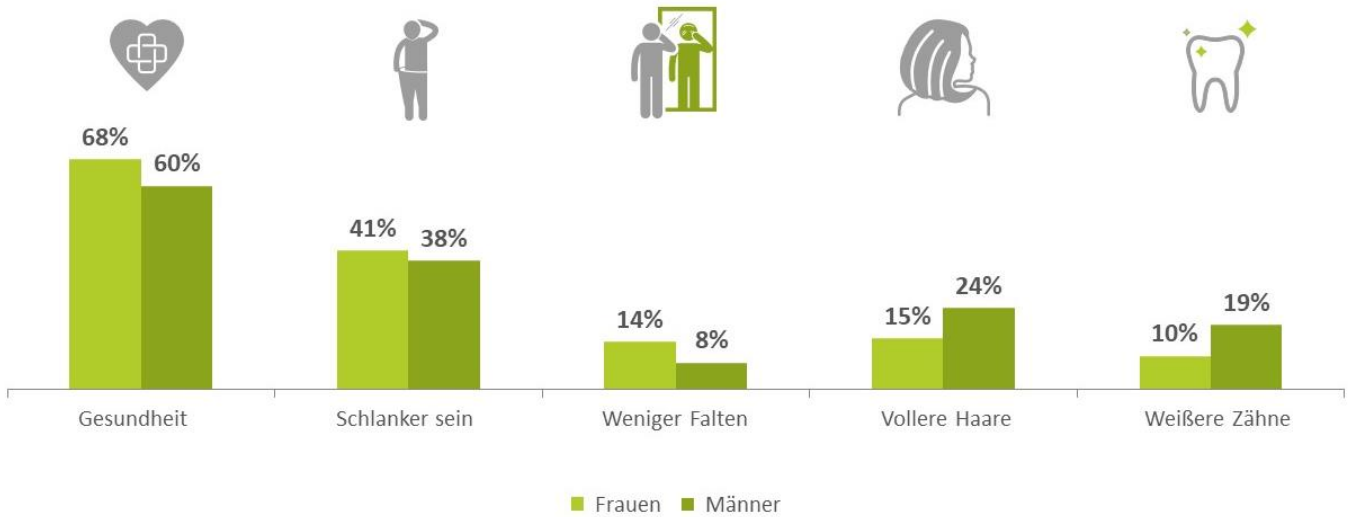
*„Ich habe eine tiefe Sehnsucht nach einer Frau – ich bin verlassen worden und jetzt bin ich auf der Suche nach jemandem, der mich und meinen Papagei liebt – ich verstehe gar nicht, warum ich immer verlassen werde.“ (Studienteilnehmer)*



Aber fast genauso gerne reden Frauen, nämlich **66 Prozent**, auch mit Freundinnen. Frauen freuen sich zwar über Partner, die ihnen Komplimente machen und sie begehren – aber ihr Selbst-Wert-Gefühl ist etwas weniger davon abhängig. Denn: Frauen geben sich untereinander im privaten Rahmen viel mehr echte Selbstbestätigung. Im „Networking on the Selbst-Wert-Gefühl“ schaffen sie sich in Gesprächen gegenseitig Anerkennung und das Gefühl, etwas wert zu sein. Entsprechend **glauben 70 Prozent der Frauen, dass sie im Vergleich zu Männern besser allein zurechtkommen**. Dem stimmen auch **43 Prozent** der Männer zu.

## Einflussfaktor Aussehen

Mit ihrem Aussehen hadert diese Generation wenig. Von einer guten Fee, die ihnen kostenlos und ohne gesundheitliche Nebenwirkungen Wünsche erfüllt, erhoffen sich **68 Prozent** der Frauen und **60 Prozent** der Männer vor allem Gesundheit. Schlanker zu sein, ist für Frauen zu **41 Prozent** und für Männer zu **38 Prozent** der wichtigste „äußerliche“ Wunsch. Nur **14 Prozent** der Frauen wünschen sich weniger Falten, aber **24 Prozent** der Männer wünschen sich volleres Haar. Sofern „äußere“ Veränderungen überhaupt gewünscht sind, sollen diese insbesondere bei den Frauen eher die zukünftige Beweglichkeit und damit Unabhängigkeit sichern.

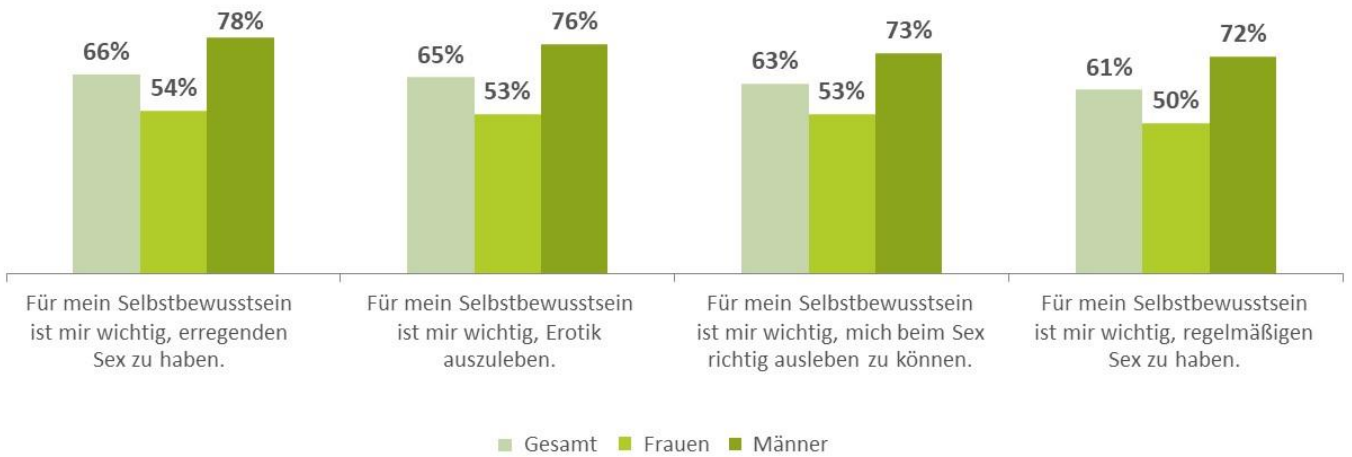


## Einflussfaktor Sexualität

Sexualität bewegt sich in dieser Altersgruppe zwischen Rausch und Ernüchterung: Einige lassen sich noch rauschhaft auf Erotik ein – und sind teils sogar wie frisch verliebt. Bei anderen hat sich eher eine Ernüchterung eingestellt. Für **62 Prozent** der Männer ist guter Sex deutlich relevanter als für Frauen mit nur **44 Prozent**. Und **65 Prozent** der weiblichen Befragten verbringen gern Zeit mit sich selbst, beziehungsweise fühlen sich mit **57 Prozent** auch als Single sehr wohl. Dies tun hingegen nur **47 Prozent** der Männer.

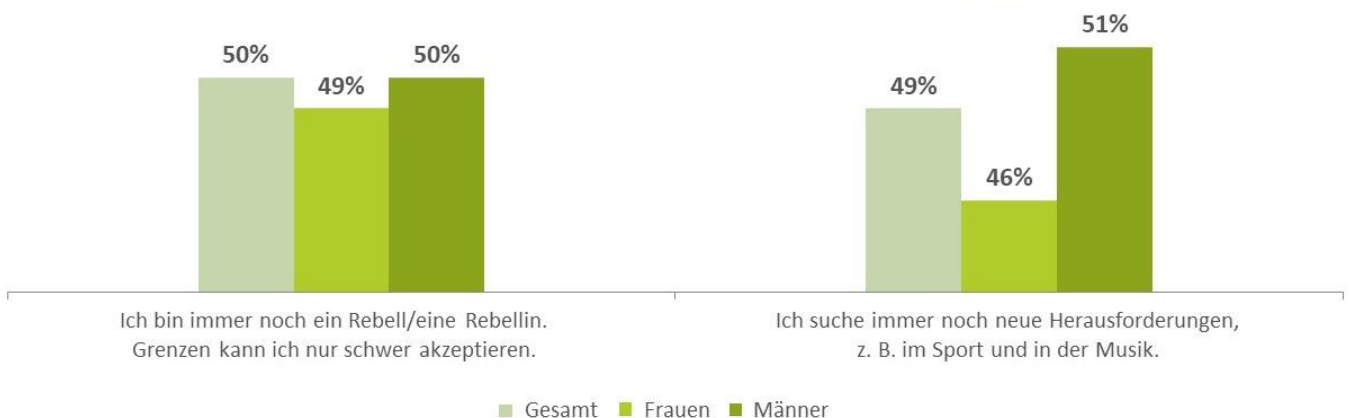


Die Relevanz von Sex für das Selbstbewusstsein differenziert die Geschlechter. Sex ist Männern extrem wichtig. Aber für die ganze Generation spielt Sexualität, also Entgrenzung, eine große Rolle.



## 4. ZWISCHEN ENTGRENZUNG UND ERNÜCHTERUNG: SO TICKEN DIE BOOMER!

In ihrer Jugend waren sie Rebellen. Normen und Rollenklischees waren den heutigen Boomern zuwider. Grenz-Erfahrungen und -Überschreitungen gehörten damals zum Lebensmotto: in der Musik, in der Erotik und in Partnerschaften. Sie waren jung mit Christiane F. – und ihre Eltern hatten Heroin als das große Schreckgespenst verinnerlicht. Zwar weicht der Rausch der Grenzüberschreitung im Alltag einer gewissen Ernüchterung, aber die Faszination der Extreme ist geblieben. **50 Prozent bezeichnen sich noch immer als Rebellen**, die Grenzen nur schwer akzeptieren möchten. Denn: **Entgrenzungen sind der Kern dieser Generation. Genug ist nie genug!**





Die Generation liebt das Rauschhafte, im Feiern und in der Erotik. Zwar ist den Männern Sexualität noch wichtiger, aber mehr als **60 Prozent** der Generation will regelmäßigen und erregenden Sex haben. Boomer leben auch Entgrenzungen im Job, sie arbeiten deutlich mehr als andere Altersgruppen – und muten sich viel körperliche Belastung oder extremen Sport zu. **49 Prozent suchen und lieben die Herausforderungen.**

*„Von der Arbeit her habe ich mich durch Vieles durchgekämpft. Als junger Mann Bäcker gelernt, dann ungelernter Handwerker auf Montage, war auch Staubsauger-Vertreter in selbstständiger Arbeit.“ (Studienteilnehmer)*

Und die Boomer haben immer noch Spaß daran, **sich nicht in ihr Schicksal zu „fügen“**. Dazu gehört auch, das Alter generell als Grenze nicht zu akzeptieren. In den Tiefeninterviews geben viele zu, diverse Verfahren zu nutzen, um körperlichen Alterungsprozessen entgegenzuwirken. Sie schöpfen sich ihren Körper selbst neu. **69 Prozent der Frauen möchten jünger aussehen, als sie sind.**

*„Ich bin kein Gegner von Botox und Hyaluron. Wenn es so weit ist, dann mache ich das.“ (Studienteilnehmerin)*

*„Ich habe eine Lidstraffung gemacht vor ein paar Jahren, je nachdem mit wem man spricht, der auch so interessiert ist, da entwickelt sich das Thema, die Idee. Man fragt an, was es kostet bei den Ärzten. Irgendwann hat man eine gute Adresse. Dann kostete es ein halbes Jahr Zeit bis man den Mut hat – und dann.“ (Studienteilnehmer)*

## **5. FUCK AGE! WELCOME SELBST-WERT! BOOMER INVESTIEREN IN IHR AUSSEHEN.**

Auch wenn das Aussehen nicht die entscheidende Rolle für das Selbstbewusstsein spielt, etwas für das gute und gepflegte Aussehen zu tun, ist **89 Prozent** der Frauen sehr wichtig. Bei Männern sind es **71 Prozent**. Generell ist Frauen die Körper- und Schönheitspflege wichtiger als den Männern. Ein Leben ohne Kosmetik können sich daher auch nur wenige Frauen vorstellen, nämlich nur **37 Prozent**.





89%

71%

Für mein Selbstbewusstsein ist mir wichtig,  
etwas für mein Aussehen zu tun.



79%

61%

Körper-/Schönheitspflege sind mir  
sehr wichtig im Leben.

■ Frauen ■ Männer

Frauen investieren aus diesem Grund viel in ihr Aussehen. Dabei geht es aber nicht unbedingt um Jugendlichkeit, sondern um Gesundheit, Selbstbestimmtheit und letztendlich um Unabhängigkeit. Von besonderer Bedeutung ist hierbei die tatsächliche Investition in das Aussehen. Sie steigert das Selbst-Wert-Gefühl noch mehr: **67 Prozent** der Frauen geht das so nach der Maniküre und **64 Prozent** nach dem Friseurbesuch. Eine Pediküre ist bei **50 Prozent** der Männer selbst-wert-steigernd, eine Maniküre sogar bei **55 Prozent** der Männer.

Wenn es um die Kompetenz beim Thema Aussehen und Kosmetik geht, ist die Faktenlage eindeutig: Männer vertrauen auf die Kompetenz der Partnerin. Der Rat der Frau oder Freundin ist das wichtigste Entscheidungskriterium beim Kauf eines Kosmetikproduktes.



27%

43%

Ich achte darauf, dass meine Partnerin/mein Partner  
das Produkt empfohlen hat.



22%

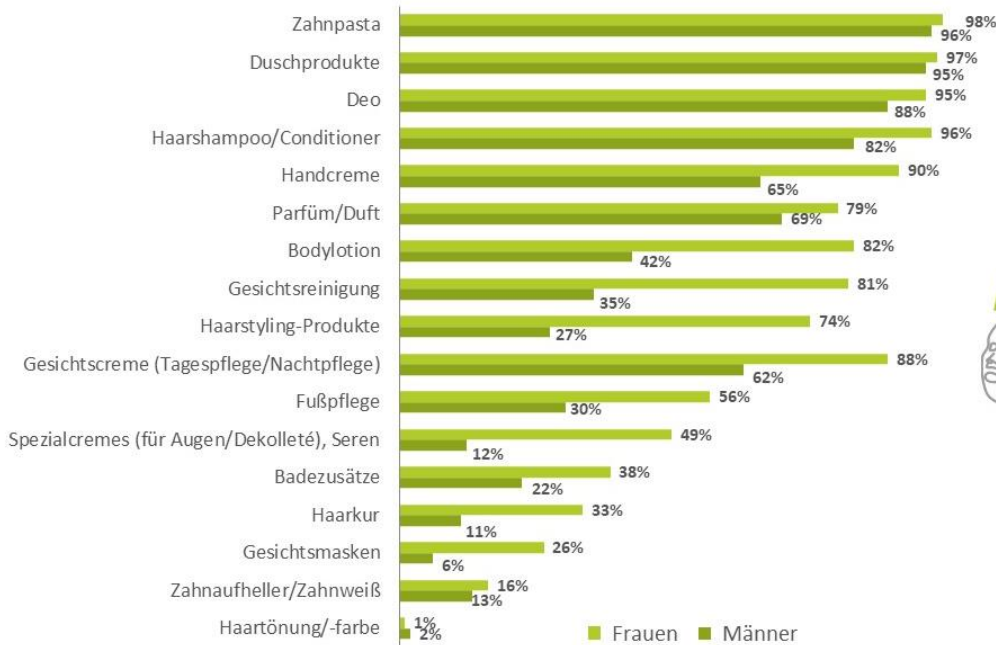
27%

Ich achte darauf, dass meine Freundinnen/Freunde  
das Produkt empfohlen haben.

■ Frauen ■ Männer

## Und welche Kosmetikprodukte werden besonders gern verwendet?

Überraschend wichtig für die Altersgruppe ist die Handcreme. Sie gehört zu den Top 3 Kosmetikprodukten bei Frauen: **77 Prozent** cremen mehrmals täglich gegen das Alter an. Aber auch **65 Prozent** der Männer verwenden Handcreme wenigstens einmal wöchentlich.



## FAZIT

Die Generation Boomer ist eine echte Self-made-Generation: Sie sieht sich eher als Gestalter denn als Opfer ihres Lebens. Schicksalsschläge werden zwar bereitwillig - und bei den Frauen auch öffentlich - auserzählt. Aber eher um zu zeigen, wie viel man bereits geschafft hat. Entgrenzung ist das Kernmotiv der Generation. Die Generation „rauscht“ quasi durch ihr Leben. Genug ist nie genug: Diese Generation arbeitet nicht nur am härtesten, sie feiert auch immer noch gern und viel. Auch Erotik war und ist für sie immer ein Thema, von dem sie nicht wirklich genug bekommt.

Zwischenzeitlich gibt es neben dem „Rausch“ auch immer wieder Phasen der „Ernüchterung“, in denen man sich schonen will und aus dem ewigen Hamsterrad aussteigen möchte. Letztlich wird sich hier aber gesammelt, gepflegt und auf Vordermann gebracht – um unabhängig und fit für das Leben zu bleiben. Das gilt insbesondere für die Frauen, für die Unabhängigkeit von großer Bedeutung ist. Frauen schöpfen einen großen Teil ihres Selbst-Wert-Gefühls aus ihrem Job und aus der gegenseitigen Unterstützung untereinander, während Männer weniger auf Freunde als auf ihre Partnerin als engste Vertraute setzen. Kosmetik und gutes Aussehen ist Frauen wichtiger als Männern, insbesondere die verwöhnende Pflege der Haare, der Hände und des Gesichts. Ohne Kosmetikprodukte möchten die weiblichen Boomer nicht leben, da diese sie selbstbewusster und damit auch unabhängiger machen. Sie möchten gerne jünger aussehen als sie sind. Männern ist ihr eigenes Aussehen eher etwas unwichtiger – sie glauben auch nicht, dass sie sich für den Sex, den sie gern noch sehr intensiv hätten, besonders pflegen müssen.

Diese Studie wurde durchgeführt von Lönneker & Imdahl rheingold salon im Auftrag des Industrieverbandes Körperpflege- und Waschmittel e. V.

### ANSPRECHPARTNER ZUR STUDIE



**Ines Imdahl**

Geschäftsführerin  
Lönneker & Imdahl  
rheingold salon

[Imdahl@rheingold-salon.de](mailto:Imdahl@rheingold-salon.de)

**lönneker  
& imdahl**  
rheingold salon

**Birgit Huber**

Bereichsleiterin Kompetenz-  
partner Schönheitspflege im IKW

[bhuber@ikw.org](mailto:bhuber@ikw.org)

**SCHÖNHETSPFLEGE**  
KOMPETENZPARTNER IM IKW