

Medienmitteilung

Männer stylen sich eher fürs andere Geschlecht als umgekehrt

Zürich, 18. April 2013 – **Deutschschweizer Singles empfinden sich nicht als eitel und betreiben auch entsprechend wenig Aufwand. 87% geben an, sich täglich weniger als 30 Minuten Zeit fürs Styling zu nehmen. Wichtiger ist ihnen die persönliche Hygiene, für die zwei Drittel bis zu einer Stunde pro Tag aufwenden. Gehen sie aus dem Haus, dann müssen vor allem die Frisur und die Kleidung sitzen. Hauptmotivator für Pflege und Styling ist dabei nicht das andere Geschlecht, sondern das eigene Wohlbefinden. Dies ergab eine aktuelle Umfrage der führenden Online-Partneragentur PARSHIP.ch bei insgesamt 1'305 Deutschschweizer Singles im Alter zwischen 18 und 69 Jahren.**

Man sollte meinen, mit den wärmeren Frühlings-Temperaturen steigt die Lust, die eigenen Vorzüge in ein besseres Licht zu rücken. Doch gefragt nach der Motivation geben fast alle Singlefrauen (92%) und drei Viertel der Männer (77%) an, mit dem Styling in erster Linie ihr eigenes Wohlbefinden steigern zu wollen. An zweiter Stelle sehen ein Drittel der Frauen (33%) und fast die Hälfte der Männer (43%) im Styling eine Konvention, die im Berufsleben und Alltag von ihnen erwartet wird. Lediglich ein Viertel der Frauen, doch fast die Hälfte der Männer (45%) geben sich beim Styling Mühe, um dem anderen Geschlecht zu gefallen.

Am wichtigsten beim Styling sind beiden Geschlechtern die Frisur bzw. die Haare, der Zustand der Kleidung und ihre Zähne. Platz 4 geht bei den Singlefrauen an eine reine, gepflegte Haut und bei den Männern an das Parfum bzw. einen guten Duft.

Das Stylen der Haare, die Auswahl der Kleidung oder auch das Auftragen des Make-ups ist bei den meisten Schweizer Singles jedoch meist schnell erledigt: 63% der Frauen und 87% der Männer wenden dafür weniger als 30 Minuten pro Tag auf; weitere 34% Frauen und 11% Männer okkupieren das Bad immerhin bis zu einer Stunde.

Wichtiger als das Styling ist den meisten Singles die persönliche Hygiene wie duschen, Zähne putzen, Haare waschen etc. In diese investieren 65% der Frauen und 58% der Männer bis zu einer Stunde. 19% der Frauen und 36% der Männer brauchen dafür weniger als 30 Minuten, während 17% der Frauen und 6% der Männer sich dafür mehr als eine Stunde täglich Zeit nehmen.

Mittelländer, Basler und Zürcher Singles schätzen sich am eitelsten ein

Zwei Drittel der Frauen (65%) und drei Viertel der Männer (77%) sind überzeugt davon, nicht eitel zu sein; eine Einschätzung, die ihre Freunde auch bestätigen würden. Bei den Übrigen sind es allen voran die Mittelländer, die sich gerne stylen: 20% von ihnen geben offen zu, eitel zu sein. Weitere 14% sehen sich zwar nicht als eitel, glauben aber, dass ihre

Freunde das anders sehen. Doch auch 18% der Basler und 16% der Zürcher stehen zu ihrer Eitelkeit. Weitere 15% der Basler und Zürcher sehen sich selbst zwar nicht als eitel an, haben aber von ihren Freunden schon gegenteilige Kommentare zu hören bekommen.

Sucht man die am wenigsten eitlen Deutschschweizer Singles, findet man diese vor allem in der Ostschweiz (74) und in der Region Bern (76%).

Über PARSHIP.ch

PARSHIP ist die führende Online-Partneragentur für langfristige Beziehungen in der Schweiz (PARSHIP.ch) und Europa (PARSHIP.com). PARSHIP-Mitglieder sind aktive, anspruchsvolle Frauen (51%) und Männer (49%) ab 30 Jahren. Allen Mitgliedern bietet PARSHIP maßgeschneiderte Services und Informationen sowie ein anonymes und sicheres Umfeld für die seriöse und erfolgreiche Partnersuche. Das PARSHIP-Prinzip des schrittweisen Zusammenfindens basiert auf einem 74 Fragen umfassenden wissenschaftlich basierten Verfahren. Mit seiner Hilfe werden jedem Mitglied die detaillierten Profile besonders gut zu ihm passender Mitglieder angeboten. Das zur Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck gehörende Unternehmen bietet seinen Service unter PARSHIP.com in derzeit 13 Ländern an.

www.PARSHIP.ch

Für weitere Informationen:

Stella Zeco

Contract Media AG

Medienstelle PARSHIP.ch

Büro +41 (0)44 209 60 00

Mobile +41 (0)79 602 10 86

Email stella.zeco@contractmedia.ch