

**GANZE WAHRHEIT ÜBER SCHÖNHEIT: EIN GLOBALER REPORT  
FACT SHEET**

<b>Über die Studie</b>	<p>Dove gab die Studie „The Real Truth about Beauty: A Global Report“ in Auftrag, um die Beziehung der Frauen zur Schönheit zu erkunden. Im Besonderen hatte Dove sich vorgenommen herauszufinden, wie Frauen zu Schönheit stehen, wie zufrieden sie mit der eigenen Schönheit sind, und welchen Einfluss das auf ihr Wohlbefinden hat.</p> <p>„The Real Truth about Beauty: A Global Report“ wurde von dem Forschungsunternehmen StrategyOne in Zusammenarbeit mit Dr. Nancy Etcoff und dem Massachusetts General Hospital/Harvard University Harvard University Program in Aesthetics and Well Being und Dr. Susie Orbach von der London School of Economics durchgeführt.</p>
<b>Warum die Studie in Auftrag gegeben wurde</b>	<p>Als Weltmarke und verantwortungsbewusster Vermarkter in der Schönheitsindustrie wollte Dove die folgenden Punkte aus einer weltweiten Sicht untersuchen, verstehen und darüber berichten: 1. Die Definition der Frauen von Schönheit und 2. Die Ansichten der Frauen zu sozialen Fragen bezüglich des Einflusses der Massenmedien und der Pop-Kultur auf die Schönheit.</p>
<b>Studienteilnehmer</b>	<p>3.500 Frauen aus 11 Ländern, nämlich Argentinien, Brasilien, Kanada, Frankreich, Italien, Japan, den Niederlanden, Portugal, Spanien*, UK und den USA.</p> <p>Die globale Benchmark Studie unter 3.200 Frauen aus 10 Ländern (Argentinien, Brasilien, Kanada, Frankreich, Italien, Japan, den Niederlanden, Portugal, UK und den USA) wurde Anfang des Jahres 2004 (27. Februar bis 26. März 2004) durchgeführt.</p> <p>*Das Studiendesign wurde im Juni 2004 ( 17. bis 29. Juni) in Spanien mit 300 Frauen repliziert. Es muss darauf hingewiesen werden, dass Spanien aufgrund der unterschiedlichen Durchführungszeiten der Studien nicht in der globalen Gesamtsumme beinhaltet ist.</p>
<b>Weitere Maßnahmen</b>	<p>Als Reaktion auf die Ergebnisse der Studie und dem Wunsch, die Studie als Ausgangspunkt für einen gesellschaftlichen Wandel zu betrachten, startet Dove die Initiative für wahre Schönheit. Die Initiative wird sich verschiedener Kommunikationsinstrumente bedienen, unter anderem der Website “www.InitiativeFuerWahreSchoenheit.at” und einer Anzeigenkampagne, um die Diskussion und Debatte über die aktuelle Definition von Schönheit anzuregen, die im Lauf der Zeit eindimensional und unnötig eng geworden ist.</p>

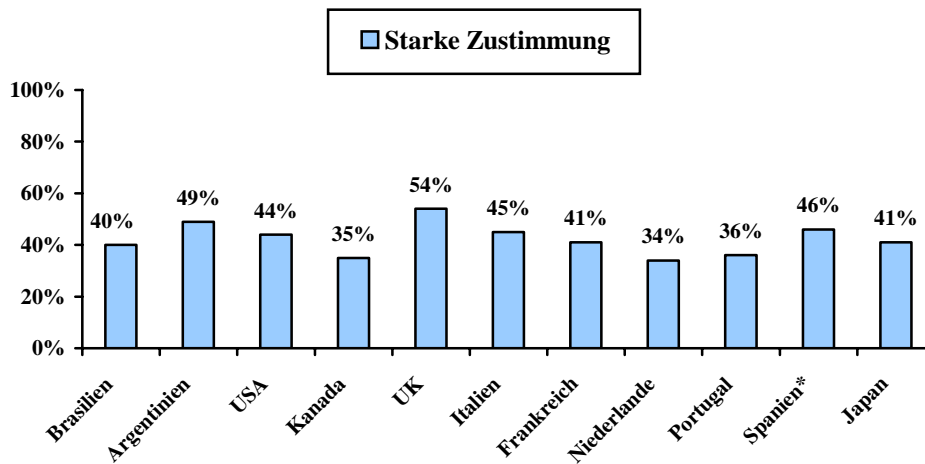
Fact Sheet zum White Paper mit einer Zusammenfassung der Erkenntnisse in den einzelnen Ländern

Highlights  
der Studie

	BRA	ARG	USA	CAN	GBR	ITA	FRA	NLD	ESP*	PRT	JPN
Frauen, die schön sind, haben bessere Chancen im Leben	68%	52%	44%	28%	37%	50%	49%	40%	45%	50%	39%
Physisch attraktive Frauen werden von Männern mehr geschätzt.	69%	60%	59%	51%	50%	63%	71%	40%	56%	73%	57%
Medien und Werbung setzen einen unrealistischen Schönheitsstandard, den die meisten Frauen niemals erfüllen können	66%	77%	81%	69%	74%	80%	72%	72%	80%	62%	20%
Ich wünschte, die Medien würden Frauen unterschiedlicher physischer Attraktivität – Alter, Figur und Größe – besser porträtieren.	91%	86%	80%	75%	75%	81%	77%	69%	89%	66%	41%
Schönheit kann durch Einstellung, Geist und andere Attribute erreicht werden, die nichts mit der physischen Erscheinung zu tun haben.	88%	82%	87%	82%	64%	76%	74%	72%	80%	81%	57%
Ich fühle mich nicht wohl damit, mich selbst als schön zu bezeichnen.	40%	49%	44%	35%	54%	45%	41%	34%	46%	36%	41%

*\*Die Benchmark Studie wurde vom 27. Februar bis zum 26. März 2004 in 10 Ländern durchgeführt. Die Studie wurde vom 17. bis 29. Juni 2004 in Spanien repliziert. Wegen der unterschiedlichen Zeiträume der Durchführung wurde Spanien nicht in das globale Gesamtergebnis eingeschlossen.*

**"Ich fühle mich nicht wohl damit, mich als schön zu bezeichnen."**

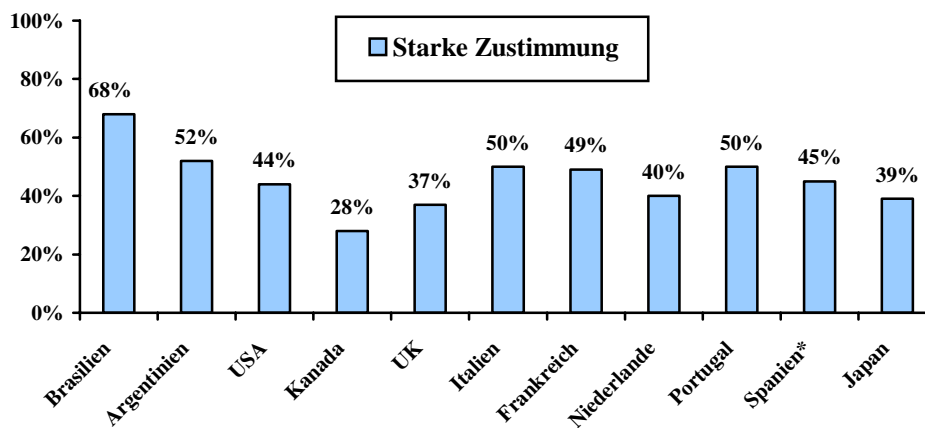


The Real Truth about Beauty: A Global Report, 2004

Durchgeführt von StrategyOne im Auftrag von Dove/Unilever

\*Die Benchmark Studie wurde vom 27. Februar bis zum 26. März 2004 in 10 Ländern durchgeführt. Die Studie wurde vom 17. bis 29. Juni 2004 in Spanien repliziert. Wegen der unterschiedlichen Zeiträume der Durchführung wurde Spanien nicht in das globale Gesamtergebnis eingeschlossen.

**"Schöne Frauen haben bessere Chancen im Leben."**

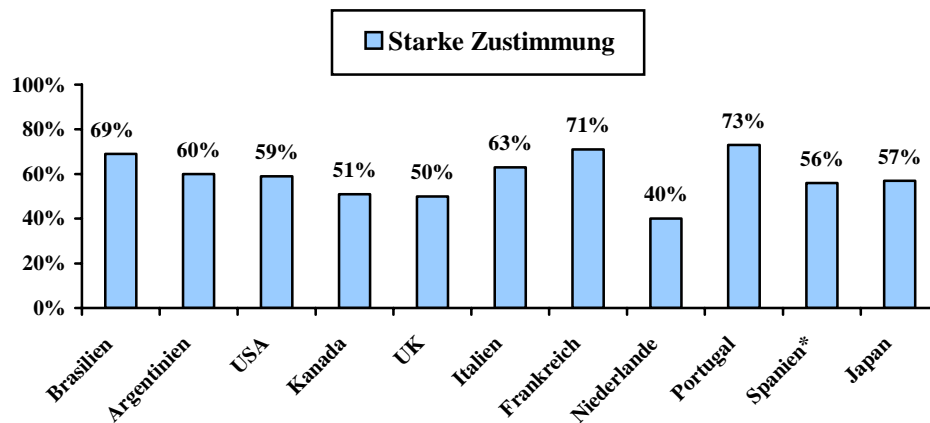


The Real Truth about Beauty: A Global Report, 2004

Durchgeführt von StrategyOne im Auftrag von Dove/Unilever

\*Die Benchmark Studie wurde vom 27. Februar bis zum 26. März 2004 in 10 Ländern durchgeführt. Die Studie wurde vom 17. bis 29. Juni 2004 in Spanien repliziert. Wegen der unterschiedlichen Zeiträume der Durchführung wurde Spanien nicht in das globale Gesamtergebnis eingeschlossen.

**"Physisch attraktive Frauen werden von Männern mehr geschätzt."**

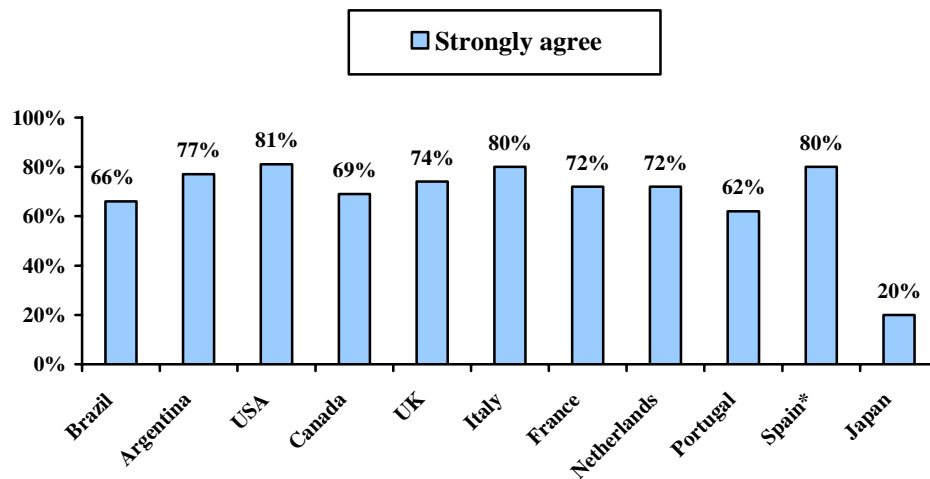


The Real Truth about Beauty: A Global Report, 2004

Durchgeführt von StrategyOne im Auftrag von Dove/Unilever

\*Die Benchmark Studie wurde vom 27. Februar bis zum 26. März 2004 in 10 Ländern durchgeführt. Die Studie wurde vom 17. bis 29. Juni 2004 in Spanien repliziert. Wegen der unterschiedlichen Zeiträume der Durchführung wurde Spanien nicht in das globale Gesamtergebnis eingeschlossen.

**"The media and advertising set an unrealistic standard of beauty that most women cannot ever achieve."**

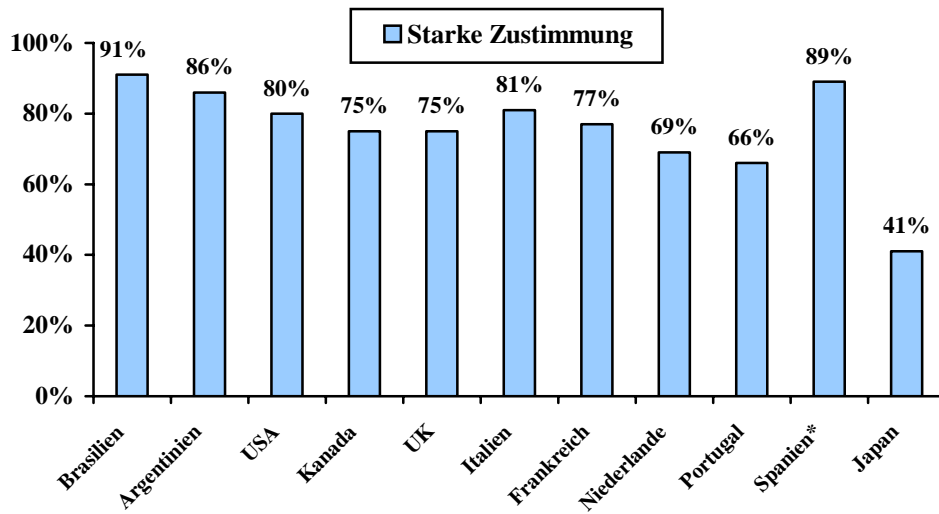


The Real Truth about Beauty: A Global Report, 2004

Durchgeführt von StrategyOne im Auftrag von Dove/Unilever

\*Die Benchmark Studie wurde vom 27. Februar bis zum 26. März 2004 in 10 Ländern durchgeführt. Die Studie wurde vom 17. bis 29. Juni 2004 in Spanien repliziert. Wegen der unterschiedlichen Zeiträume der Durchführung wurde Spanien nicht in das globale Gesamtergebnis eingeschlossen.

**"Ich wünschte, die Medien würden Frauen unterschiedlicher physischer Attraktivität – Alter, Figur und Größe – besser porträtieren."**

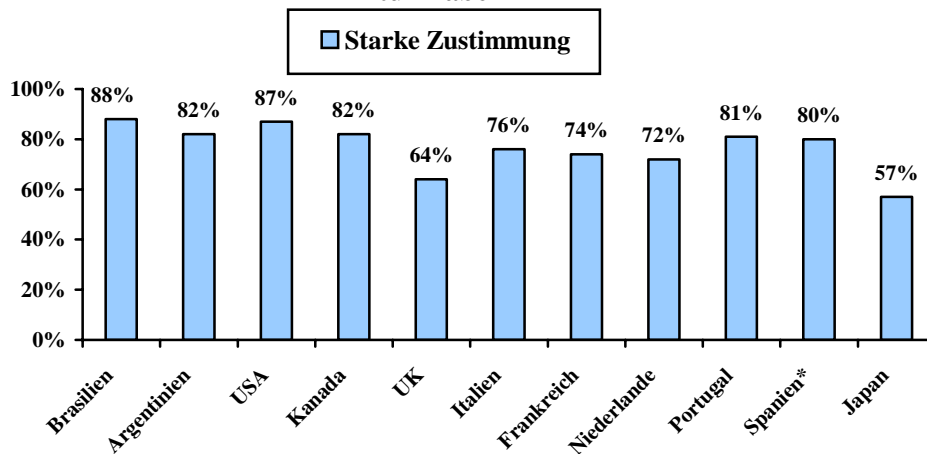


The Real Truth about Beauty: A Global Report, 2004

Durchgeführt von StrategyOne im Auftrag von Dove/Unilever

\*Die Benchmark Studie wurde vom 27. Februar bis zum 26. März 2004 in 10 Ländern durchgeführt. Die Studie wurde vom 17. bis 29. Juni 2004 in Spanien repliziert. Wegen der unterschiedlichen Zeiträume der Durchführung wurde Spanien nicht in das globale Gesamtergebnis eingeschlossen.

**"Schönheit kann durch Einstellung, Geist und andere Attribute erreicht werden, die nichts mit der physischen Erscheinung zu tun haben"**



The Real Truth about Beauty: A Global Report, 2004

Durchgeführt von StrategyOne im Auftrag von Dove/Unilever

\*Die Benchmark Studie wurde vom 27. Februar bis zum 26. März 2004 in 10 Ländern durchgeführt. Die Studie wurde vom 17. bis 29. Juni 2004 in Spanien repliziert. Wegen der unterschiedlichen Zeiträume der Durchführung wurde Spanien nicht in das globale Gesamtergebnis eingeschlossen.