

PRESSEMITTEILUNG

**Wohlfühl- und Hygienestudie deckt Gewohnheiten der Europäer auf
– Italiener wenden am meisten Zeit für Körperhygiene auf, Spanier verbringen
am meisten Zeit auf der Toilette!**

- Körperhygiene ist für fast alle Europäer von hoher Bedeutung
- Die meisten Europäer fühlen sich nach der WC-Benutzung unsauber
- Wasser ist aus Sicht der Europäer die beste Lösung für Sauberkeit

Geberit AG, Rapperswil-Jona, 19. November 2010 – Eine kürzlich unter 8'000 Erwachsenen aus acht europäischen Ländern durchgeführte Umfrage belegt, dass die Europäer der Körperhygiene und dem Gefühl von Sauberkeit nach der Toilettenbenutzung einen hohen Stellenwert einräumen. Die Umfrage wurde in Grossbritannien, Frankreich, Deutschland, Österreich, der Schweiz, Italien, Spanien und den Niederlanden in Zusammenarbeit mit Geberit, dem europäischen Marktführer im Bereich Sanitärtechnik, durchgeführt.

Italiener wenden am meisten Zeit für Körperhygiene auf

Körperhygiene ist für mehr als 98% aller Europäer von grosser Bedeutung. 85% der Italiener und 84% der Spanier stufen Körperhygiene als sehr wichtig ein. 43% der Italiener wenden pro Tag über 50 Minuten für die Körperhygiene auf, verglichen mit 34% der Niederländer, die täglich weniger als 20 Minuten im Bad verbringen. Die Mehrheit der Europäer wendet zwischen 21 und 30 Minuten für die tägliche Körperpflege auf und duscht ein Mal täglich. Baden scheint sich hingegen einer geringeren Beliebtheit zu erfreuen. Die Mehrheit der Befragten gibt an, weniger als ein Mal pro Monat zu baden, wobei 47% der Schweizer erklären, nie ein Bad zu nehmen.

Spanier Rekordhalter bei der Dauer der Toilettenbenutzung

Die Spanier führen die Rangliste in Sachen Toilettenbenutzung an: 62% der spanischen Befragten geben an, täglich mehr als 30 Minuten auf der Toilette zu verbringen. Und auch das Geheimnis um die liebsten Nebenbeschäftigungen der Europäer auf dem WC wurde gelüftet: Die Umfrage zeigt, dass die Spanier bei der Toilettenbenutzung meist lesen (41%), sich entspannen (28%), die Ruhe und Ungestörtheit geniessen (26%) und Musik hören (21%). Die meisten Schweizer lesen (51%) oder geniessen die Ruhe und Ungestörtheit (34%) bei der Toilettenbenutzung. Die Italiener hingegen nutzen diese Zeit auch für Kommunikation. So geben 11% der italienischen Befragten an, während des WC-Besuchs zu telefonieren. Die Mehrheit der Europäer hat mindestens zwei Toiletten zuhause, wobei 18% der Schweizer und 17% der Franzosen angeben, dass ihre Wohnung mit drei und mehr Toiletten ausgestattet ist!

Geruch und Gefühl der Unsauberkeit nach der WC-Benutzung stören Europäer am meisten

Über die unangenehmen Faktoren bei der Toilettenbenutzung sind sich die Europäer einig: Der Geruch und das unsaubere Gefühl danach werden als besonders störend empfunden. Durch den Geruch fühlen sich insbesondere die Spanier (68%) gestört, dicht gefolgt von den Franzosen (64%) und von den Schweizer (53%). Ebenso geben 74% der Spanier und 68% der Franzosen an, sich nach der Toilettenbenutzung unsauber zu fühlen. Den Niederländern bereiten der Geruch und das Gefühl der Unsauberkeit offenbar am wenigsten Unbehagen (34% bzw. 36%).

Wasser ist aus Sicht der Europäer die beste Lösung für Sauberkeit

Knapp 80% der Europäer glauben, dass sie nach einer Reinigung mit Wasser nach dem Toilettengang sauberer sein würden. Für die meisten Europäer, die sich eine Reinigung mit Wasser vorstellen könnten, wäre ein WC mit integrierter Duschfunktion wie das Geberit AquaClean eine attraktive Lösung. In der Schweiz, dem Heimatland des Dusch-WCs, kennen drei Viertel der Befragten Toiletten mit integrierter Duschfunktion. In Grossbritannien hingegen ist der Bekanntheitsgrad mit nur 22% deutlich geringer. Im Vergleich zu herkömmlichen Toiletten werden WCs mit automatischem Wasserstrahl von den Europäern insgesamt als hygienischer, frischer, sauberer, gründlicher, sanfter, angenehmer, hautfreundlicher und praktischer wahrgenommen.

*****Ende*****

Über diese Umfrage

Mit dieser von den Marktforschungsinstituten GfK Switzerland und market im Auftrag von Geberit durchgeführten Online-Umfrage wurden die kulturellen Unterschiede und Gewohnheiten in den Bereichen Körperhygiene und Wohlbefinden in den einzelnen Ländern untersucht. Bei Bedarf kamen auch geschlechtsspezifische Kriterien zur Anwendung.

Die Umfrage wurde zwischen 2008 und 2010 in der Schweiz, Deutschland, Österreich, Italien, Spanien, den Niederlanden, Frankreich und Grossbritannien durchgeführt. Insgesamt wurden 8'000 Europäer (1'000 pro Land) zwischen 35 und 55 Jahren mittels standardisiertem Online-Fragebogen befragt.

Über Geberit:

Als europäischer Marktführer ist die Geberit Gruppe ein globaler Anbieter in der Sanitärtechnik mit einem Umsatz von CHF 2,2 Milliarden. Sie beschäftigt weltweit 5700 Mitarbeitende in 40 Ländern.

Ansprechpartner für Medienanfragen:

Chloé Maillard – Cohn & Wolfe Public Relations
E-Mail: chloe.maillard@cohnwolfe.com
Tel.: +41 22 908 40 79