

KURZFASSUNG

WOHLFÜHL- UND HYGIENESTUDIE

1. Körperhygiene von hoher Bedeutung

Ein erfreuliches Bild zeigt sich bei der Befragung der Schweizer Bevölkerung zwischen 35 und 55 Jahren in Bezug auf Körperhygiene; so gut wie alle befinden Körperhygiene als sehr wichtig oder zumindest wichtig. Im Ländervergleich ist Körperhygiene den Italienern und Spaniern am wichtigsten. Ausnahmslos alle geben an, dies sei von Bedeutung für sie. Auf den ersten Blick erstaunlich ist, dass 8 Prozent der Japaner - die bekannt sind für ihre Badekultur - angeben, Körperhygiene sei ihnen eher unwichtig. Es ist anzunehmen, dass dies auf die hohen Hygienestandards in Japan zurückzuführen ist. Japaner, die nicht ganz so hohe Standards haben, wie dies in Japan üblich ist, geben wohl schneller einmal an, dieses Thema sein für sie nicht besonders wichtig.

Die Japaner sind es denn auch, die am meisten Zeit aufwenden für die tägliche Körperpflege: knapp die Hälfte verwendet mehr als 50 Minuten pro Tag für duschen, baden, waschen, Zähne putzen, eincremen oder sonstige Körperhygiene. Etwas mehr als die Hälfte der Schweizerinnen und Schweizer verbringt täglich höchstens 30 Minuten im Bad. Unterschiede zeigen sich beim Geschlecht: Wenig überraschend nehmen sich Frauen dafür mehr Zeit als Männer – zwei Drittel der Männer gaben an, in maximal 30 Minuten pro Tag ihre Morgen- und Abendtoilette erledigt zu haben; knapp drei Fünftel der Frauen benötigen für die gleichen Tätigkeiten mehr als eine halbe Stunde.

2. Duschen beliebter als Baden

Körperhygiene ist ein wichtiger Bestandteil des eigenen Wohlbefindens, dies zeigt sich auch an der „Duschintensität“: Drei Viertel der Schweizer duschen

zumindest ein Mal pro Tag. Duschen ist in allen Ländern beliebter als Baden, wobei die Badekultur in Japan am ausgeprägtesten ist. 56 Prozent der befragten Japaner baden sogar täglich. Weniger beliebt ist im Vergleich dazu das Bad in der Schweiz, nur zwei Prozent können sich für den täglichen Gang in die Badewanne begeistern. 77 Prozent baden sogar höchstens einmal pro Monat.

3. Toiletten mit Komfort gefragt

Komfort ist auch auf der Toilette gefragt, knapp 9 von 10 Schweizerinnen und Schweizern zwischen 35 und 55 erleben dies als wichtig, für immerhin 38 Prozent ist dieses Thema sogar sehr wichtig. Im Ländervergleich sind die Südeuropäer diejenigen, die am meisten Wert legen auf Komfort auf der Toilette. Fast ausnahmslos jeder Spanier und Italiener findet Komfort wichtig bis sehr wichtig. 76 Prozent davon geben sogar an, Komfort sei ihnen sehr wichtig – dies sind doppelt so viele wie in der Schweiz oder Deutschland.

Das stille Örtchen ist mehr als nur eine Toilette, auch Nebenbeschäftigungen erfreuen sich auf dem WC großer Beliebtheit. Die Hälfte der Schweizerinnen und Schweizer liest auf der Toilette! Die Toilette wird zum Rückzugsraum. Die Japaner entspannen lieber (44 Prozent) oder geniessen die Ruhe (28 Prozent).

4. Unsauberes Gefühl stört

Als besonders störend empfinden Herr und Frau Schweizer auf ihrer eigenen Toilette den Geruch und das unsaubere Gefühl danach, welches knapp jedem Dritten mehrmals pro Monat bis immer Unbehagen bereitet. Spuren in der Unterwäsche findet nach dem Stuhlgang jeder Zehnte regelmässig vor. Unsere deutschen Nachbarn haben hiermit die grössten Probleme – 16 Prozent beklagen sich über Spuren in der Unterwäsche.

Um diesen Problemen vorzubeugen, haben über 80 Prozent der Schweizer

Bevölkerung zwischen 35 und 55 Jahren schon einmal Feuchttücher verwendet.

5. Reinigung mit Wasser auf der Toilette als echte Alternative

Gut zwei Drittel der Schweizerinnen und Schweizer zwischen 35 und 55 Jahren glauben, nach einer Reinigung mit Wasser nach dem Toilettengang sauberer zu sein als nach einer herkömmlichen Reinigung mit Papier. Sie können sich auch vorstellen, sich mit Wasser nach dem Toilettengang zu reinigen. In Italien und Spanien sind es sogar über 90 Prozent, die glauben, dass die Reinigung mit Wasser gründlicher wäre. Für die Umsetzung sehen mehr als zwei Drittel der Schweizerinnen und Schweizer, die sich gerne mit Wasser reinigen würden, ein WC, das mit automatischem Wasserstrahl reinigt, als attraktive Lösung. Auch die Mehrheit der Deutschen und Österreicher würde für die Reinigung mit Wasser ein Dusch-WC bevorzugen. In Italien hat sich für die Reinigung mit Wasser das Bidet etabliert.

Die Bekanntheit von Toiletten, die mit einem automatischen Wasserstrahl reinigen, ist in Japan am grössten. Dort kennen über 90 Prozent der Befragten solche Dusch-WCs. In Europa ist die Bekanntheit geringer. Am bekanntesten ist das Dusch-WC in der Schweiz – drei Viertel der Befragten kennen es. In Österreich, Deutschland, Italien und Spanien kennt weniger als die Hälfte Toiletten, die mit Wasser reinigen. Die Neugierde, ein derartiges WC einmal auszuprobieren, ist stark ausgeprägt: Knapp zwei Drittel derjenigen Schweizerinnen und Schweizer, die WCs, die mit Wasser reinigen, nicht kennen, bekunden Interesse, ein solches auszuprobieren. In Deutschland würden dies sogar drei Viertel der Nicht-Kenner gerne einmal tun. Am grössten ist die Neugierde allerdings in Italien und Spanien – 87 respektive 90 Prozent der Nicht-Kenner würde sich gerne einmal auf ein Dusch-WC setzen.

Der Vergleich zwischen herkömmlichen WCs und WCs, die mit

automatischem Wasserstrahl reinigen, geht in allen Ländern klar zugunsten der sogenannten Dusch-WCs aus: Die Toiletten mit automatischem Wasserstrahl werden insgesamt als hygienischer, gründlicher, frischer und sauberer eingeschätzt.

Insgesamt ist eine erstaunlich grosse Bereitschaft festzustellen, die bestehenden Gewohnheiten – sprich die Reinigung mit Papier – abzulegen. In der Schweiz, Deutschland und Österreich könnte sich knapp jeder zweite Befragte vorstellen, ein Dusch-WC anzuschaffen. In Italien, Spanien und Japan sind es sogar zwei Drittel und mehr.

Fazit: Körperhygiene ist bei der Schweizer Bevölkerung zwischen 35 und 55 Jahren ein wichtiges Thema. Auf der Toilette scheint die Unzufriedenheit mit den gängigen Standards aber so gross zu sein, dass eine Toilette mit automatischem Wasserstrahl eine attraktive Alternative darstellt, denn die Reinigung mit Wasser steht für Hygiene, Sauberkeit, gründliche Reinigung und Frische.