

05.11.2008 - 11:00 Uhr

Geberit AG: Wie sauber fühlen sich die Schweizerinnen und Schweizer wirklich?*Rapperswil-Jona (ots) -*

"Ich fühle mich immer bis mehrmals pro Monat nicht 100 Prozent sauber nach dem Toilettengang": das geben ein Drittel der Schweizerinnen und Schweizer zwischen 35 und 55 Jahren erstaunlich offen zu. Jeder Zehnte gibt sogar an, dass sich nach verrichtetem Geschäft regelmässig Spuren in seiner Unterwäsche zeigen. Dort also, wo wir am unsaubersten sind - auf der Toilette - scheinen sich noch keine befriedigenden Hygienestandards etabliert zu haben. Dies zeigt eine von der Sanitärtechnik-Firma Geberit in Auftrag gegebene Hygiene-Studie des Umfrageinstituts IHA-GfK. Die Mehrheit glaubt allerdings zu wissen, wie diesen Problemen beizukommen wäre: durch die Reinigung mit Wasser statt Papier. Steht uns ein Kulturwandel bevor?

Die Onlineumfrage ist zwischen August und September 2008 mit jeweils über 1000 Interviewten in den Ländern Schweiz, Deutschland, Österreich(1), Italien, Spanien und Japan durchgeführt worden. Die Frauen und Männer im Alter von 35 bis 55 Jahren haben Fragen zu den Themen "Allgemeine Körperhygiene", "Badezimmer und Toilettenraum", "Wohlbefinden und persönliche Körperhygiene" und "Bekanntheit Dusch-WC" beantwortet. Ein erfreuliches Bild zeigt sich in Bezug auf die allgemeine Körperhygiene. In ausnahmslos allen Ländern geben über 90 Prozent der Befragten an, diese sei ihnen wichtig bis sehr wichtig. In der Schweiz sagen dies 99 Prozent von sich. In Italien und Spanien sind es sogar 100 Prozent.

Am aufwändigsten gestaltet sich die Körperpflege in Japan. Knapp die Hälfte der befragten Japanerinnen und Japaner verwendet mehr als 50 Minuten täglich dafür. Im Vergleich dazu sind die Schweizerinnen und Schweizer richtig fix im Bad - mehr als die Hälfte widmet höchstens 30 Minuten der täglichen Körperpflege. Ein Klischee bestätigt sich: in allen Ländern verbringen die Frauen deutlich mehr Zeit im Bad als die Männer.

Duschen ist in allen Ländern beliebter als Baden, wobei die Badekultur in Japan am ausgeprägtesten ist - 56 Prozent der befragten Japanerinnen und Japaner verwöhnen sich sogar jeden Tag mit einem Bad. 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. Dafür ist das tägliche Duschen bei den meisten ein Muss. Drei Viertel der Schweizerinnen und Schweizer duschen täglich. In Deutschland sind es deutlich weniger - lediglich 56 Prozent stellen sich jeden Tag unter die Dusche.

Toilette als Rückzugsraum

Das stille Örtchen ist für Viele ein Ort, wohin sie sich zurückziehen und wo sie sich auch entsprechend wohlfühlen möchten. In allen Ländern gibt die Mehrheit der Befragten an, Komfort auf der Toilette sei ihnen wichtig bis sehr wichtig. Auch Nebenbeschäftigungen wie Lesen, Musik hören und Telefonieren erfreuen sich grosser Beliebtheit. Die Hälfte der befragten Schweizerinnen und Schweizer lesen auf der Toilette. Die Toilette wird zum Rückzugsraum.

Was die meisten dabei stört: der unangenehme Geruch und das

unsaubere Gefühl. Knapp jeder Dritte fühlt sich in der Schweiz, Deutschland und Österreich immer bis mehrmals pro Monat nicht 100 Prozent sauber nach dem Toilettengang. Jeder zehnte Schweizer und Österreicher gibt sogar ganz offen zu, regelmässig Stuhlspuren in der Unterwäsche vorzufinden. In Deutschland sind es sogar noch mehr, die sich über dieses Problem beklagen: ganze 16 Prozent ärgern sich regelmässig über solche Unsauberkeiten.

Lieber Wasser als Papier

Gut zwei Drittel der Schweizerinnen und Schweizer zwischen 35 und 55 Jahren glauben denn auch sie wären sauberer, wenn sie sich auf der Toilette mit Wasser statt Papier reinigen würden. In Italien und Spanien sind es sogar über 90 Prozent, die dies denken. In allen Ländern kann sich die Mehrheit der Befragten vorstellen, sich tatsächlich mit Wasser nach dem Toilettengang zu reinigen. Für die Umsetzung sehen mehr als zwei Drittel der Schweizerinnen und Schweizer, die sich gerne mit Wasser reinigen würden, ein Dusch-WC als attraktive Lösung. Auch die Mehrheit der Deutschen und Österreicher würde für die Reinigung mit Wasser ein solches 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 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 gross: Knapp zwei Drittel der Schweizerinnen und Schweizer, die Dusch-WCs 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 der Toilette mit Wasser reinigen.

Der Vergleich zwischen herkömmlichen WCs und Toiletten, die mit Wasser reinigen, geht in allen Ländern klar zugunsten der Wasserreinigung 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", kommentiert Markus Zumbühl, Mitglied der Ressortleitung Custom Research IHA-GfK die Studienergebnisse. In der Schweiz, Deutschland und Österreich könnte sich knapp jeder zweite Befragte vorstellen, ein WC anzuschaffen, das ihn mit Wasser reinigt. In Italien, Spanien und Japan sind es sogar zwei Drittel und mehr.

(1) Daten in Österreich wurden vom market institut erhoben.

Unter www.geberit.ch :

- Zusammenfassung der Studienresultate

Als europäischer Marktführer ist die Geberit Gruppe ein globaler Anbieter in der Sanitärtechnik mit einem Umsatz von CHF 2,5 Milliarden. Sie beschäftigt weltweit 5'700 Mitarbeitende in 40 Ländern.

Kontakt:

Burson-Marsteller AG
Grubenstrasse 40
CH-8045 Zürich
Alessandra Weber
Tel.: +41/44/455'84'00
E-Mail: alessandra.weber@bm.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100017587/100572713> abgerufen werden.