Hygiene-Umfrage ergibt großes Verkaufspotenzial für Installateure

# Körperreinigung am liebsten mit Wasser – Dusch-WC gute Option Geberit Vertriebs GmbH, Pfullendorf, Juli 2022

**Hygiene und ein sauberes Gefühl im Intimbereich haben einen hohen Stellenwert in Deutschland. Was Hygiene für die Deutschen bedeutet und welchen Stellenwert die Reinigung mit Wasser für ein frisches Gefühl nach dem Toilettengang hat – zum Beispiel mit einem Dusch-WC – das hat Sanitärspezialist Geberit in einer aktuellen Endverbraucher-Umfrage\* ermittelt. Eine zentrale Erkenntnis: Themen rund ums WC sind heute kein Tabu mehr, daher sollten sich Installateure nicht scheuen, diese im Kundengespräch aufzugreifen. Die Ergebnisse bergen außerdem ein großes Potential für SHK-Handwerker, denn beim Kauf eines Dusch-WCs sind sie laut Umfrage eine der wichtigsten Informationsquellen und Entscheidungshilfen.**

Persönliche Hygiene ist für die meisten Menschen von großer Bedeutung – das ist das eindeutige Ergebnis der von Geberit durchgeführten Umfrage zum Thema Hygiene. So geben 97 % der rund 2.000 befragten Personen aus Deutschland an, dass es ihnen wichtig oder sehr wichtig ist, sich von Kopf bis Fuß – inklusive Intimbereich – sauber zu fühlen.

**Toilettenpapier allein genügt oft nicht**  
Persönliche Hygiene – das bedeutet für 82 % aller Befragten in Deutschland auch Intimhygiene. Jedoch haben 37 % das Gefühl, nach dem Toilettengang nicht komplett sauber zu sein. Das ist wenig überraschend, wenn man berücksichtigt, dass die meisten Verbraucher sich noch immer mit einfachem Toilettenpapier reinigen. Um dem Sauberkeitsgefühl nachzuhelfen, hat fast jeder dritte Umfrageteilnehmende schon einmal feuchtes Toilettenpapier zur Hilfe genommen. Dieses hat allerdings den Nachteil, dass es Hautirritationen auslösen und die Entwässerungsleitungen verstopfen kann.

**Wasser für ein gutes Sauberkeitsgefühl**   
75 % der Befragten der Studie können sich eine Reinigung mit Wasser nach dem Toilettengang vorstellen. Das Dusch-WC reinigt den Intimbereich mit einem sanften Wasserstrahl zuverlässig und ist für die Mehrheit der Befragten (53 %) die beste Option, um sich nach dem Toilettengang sauberer zu fühlen – weit vor dem Bidet (13 %) oder der Brause (12 %). Mit einem Dusch-WC, wie dem Geberit AquaClean, verbinden die Befragten ein gesteigertes Hygienebefinden und eine Zunahme des Frischegefühls. Was besonders auffällt, ist, dass die meisten Befragten dann ein Dusch-WC gekauft hatten, wenn sie es zuvor ausprobieren konnten. Sie haben sich also persönlich davon überzeugt, dass das Dusch-WC einen positiven Effekt auf das Sauberkeitsgefühl hat.

**Nein zu schlechten Gerüchen, ja zu mehr Nachhaltigkeit**  
Auch eine weitere Begleiterscheinung des Toilettengangs war ein wichtiges Thema in der Umfrage: 85 % der Befragten stört sich mindestens ein bisschen an schlechten Gerüchen auf dem WC, 57 % empfinden sie gar als unangenehm. Hier schafft eine Geruchsabsaugung Abhilfe, die in einigen Dusch-WC Modellen von Geberit bereits integriert ist und jederzeit für reine Luft sorgt.

Die papierlose Reinigung durch das Dusch-WC unterstützt zudem den Wunsch nach Nachhaltigkeit und senkt indirekt den hohen Wasserverbrauch, der bei der Papierherstellung anfällt.

**Großes Verkaufspotential für Installateure**Installateure dürfen sich über die Ergebnisse der Umfrage freuen, denn sie wurden sie von den Umfrageteilnehmern als besonders wertvolle Informationsquelle wahrgenommen: 30 % der Befragten, die bereits ein Dusch-WC gekauft haben, haben sich beim Kauf Informationen von einem Installateur eingeholt. 29 % der Teilnehmer, die noch kein Dusch-WC besitzen, aber an einem interessiert sind, gaben an, sich an einen Installateur zur Beratung wenden zu wollen. 25 % derjenigen, die bereits ein Dusch-WC gekauft haben, und damit die anteilsmäßige Mehrheit, kauften über ihren Installateur. Diese Zahlen beweisen, dass Installateure aufgrund ihrer Kompetenz und Expertise ein großes Vertrauen bei den Befragten genießen. Jedoch wurden nur rund 8% der Umfrageteilnehmer von einem Installateur auf Dusch-WCs aufmerksam gemacht. Hier liegt demnach ein erhebliches ungenutztes Potential vor, da die Umfrage die wichtige Rolle des Installateurs beim Kauf eines Dusch-WCs belegt.

\*GfK-Studie unter 18.000 Teilnehmern europaweit, davon 2.003 Teilnehmer in Deutschland. Erhebungszeitraum nach Beauftragung durch Geberit: 2021.

Bildmaterial

|  |  |
| --- | --- |
| Ein Bild, das drinnen, Badewanne, Gefäß, Toilette enthält.  Automatisch generierte Beschreibung | **Geberit\_Hygiene-Studie\_Geberit-AquaClean-Duschstrahl.jpg** Die Geberit AquaClean Dusch-WCs reinigen den Intimbereich sanft und gründlich mit reinem Wasser.  Foto: Geberit |

|  |  |
| --- | --- |
| Ein Bild, das Boden, drinnen, Wand enthält.  Automatisch generierte Beschreibung | **Geberit\_Hygiene-Studie\_AquaClean.jpg** Die Geberit AquaClean Dusch-WCs bieten eine große Vielfalt an unterschiedlichen Modellen: von der eleganten Komplettanlage bis zum flexiblen WC-Aufsatz. Foto: Geberit |
|  | **Geberit\_Hygiene-Studie\_Grafik\_1.jpg** Persönliche Hygiene hat in Deutschland einen hohen Stellenwert und wird als wichtig oder sehr wichtig eingestuft. Foto: Geberit |
|  | **Geberit\_Hygiene-Studie\_Grafik\_2.jpg** Genießt in Deutschland einen guten Ruf und gewinnt das Rennen der Reinigung mit Wasser klar für sich: das Dusch-WC.  Foto: Geberit |

****Weitere Auskünfte erteilt:****

**Ansel & Möllers GmbH  
König-Karl-Straße 10, 70372 Stuttgart  
Filippo Corsani, Katrin Bühner  
Tel. +49 (0)711 92545-217**

**Mail: f.corsani@anselmoellers.de**

**Über Geberit**

Die weltweit tätige Geberit Gruppe ist europäischer Marktführer für Sanitärprodukte. Geberit verfügt in den meisten Ländern Europas über eine starke lokale Präsenz und kann dadurch sowohl auf dem Gebiet der Sanitärtechnik als auch im Bereich der Badezimmerkeramiken einzigartige Mehrwerte bieten. Die Fertigungskapazitäten umfassen 26 Produktionswerke, davon 4 in Übersee. Der Konzernhauptsitz befindet sich in Rapperswil-Jona in der Schweiz. Mit rund 12.000 Mitarbeitenden in rund 50 Ländern erzielte Geberit 2021 einen Nettoumsatz von CHF 3,5 Milliarden. Die Geberit Aktien sind an der SIX Swiss Exchange kotiert und seit 2012 Bestandteil des SMI (Swiss Market Index).