Körperreinigung am liebsten mit Wasser

# Neue Forsa-Umfrage unterstreicht Bedeutung des Dusch-WCs und verdeutlicht Potentiale für Beratungs- und Verkaufsgespräche

Geberit Vertriebs GmbH, Pfullendorf, September 2021

**Hygiene ist dem Menschen ein Grundbedürfnis. Bei der Reinigung spielt besonders Wasser eine große Rolle, auch bei der Toilettennutzung gewinnt es immer mehr an Bedeutung und steigert so die Akzeptanz von Dusch-WCs. Zu diesen Ergebnissen kommt eine vom Sanitärspezialisten Geberit in Auftrag gegebene Forsa-Umfrage\*, die aufgrund der sich bietenden Potentiale besonders für Installateure und Großhändler von Interesse ist.**

Im Rahmen der Umfrage wurden 1.002 Personen zum Thema Hygiene befragt: Das Ergebnis: 96 Prozent der Befragten ist eine gute und regelmäßige persönliche Körperhygiene und -pflege äußerst wichtig. Die Bedeutung der persönlichen Hygiene für die Eigenwahrnehmung ist ebenfalls groß: 62 Prozent der Befragten empfinden es als sehr wichtig, sich jederzeit sauber zu fühlen. Das überwiegende Mittel der Wahl ist dabei die Rundumreinigung mit Wasser: Frisch geduscht zu sein verschafft 70 Prozent ein gutes Körpergefühl. 

**Am besten Wasser pur für die Intimpflege**  
Wie die Umfrage weiter ergab, spielt das Thema Wasser auch bei der Intimreinigung eine wichtige Rolle: So geben 78 Prozent der Befragten an, den Intimbereich mindestens einmal täglich gründlich mit Wasser zu reinigen, fast jeder Fünfte sogar mehrmals am Tag. Wie Mediziner immer wieder bestätigen, ist reines, natürliches Wasser für diese besonders empfindliche Körperregion bestens geeignet.

**Bedeutung des Dusch-WCs**

Ein Dusch-WC, wie etwa das Geberit AquaClean, verbindet die Funktionen eines herkömmlichen WCs mit denen eines Bidets. Ein körperwarmer Wasserstrahl reinigt gründlich und schonend Po und Intimbereich. Der Meinung, dass diese Art der Reinigung ein Mehr an Hygiene bietet, sind 73 Prozent der Befragten. Dabei kennt inzwischen bereits jeder Fünfte das Dusch-WC aus eigener Erfahrung. Bei den über 60-Jährigen ist es sogar jeder Vierte. Unter den Dusch-WC-Kennern sind 83 Prozent von der Hygiene desselben überzeugt. Somit entsprechen Dusch-WCs dem großen Bedürfnis nach einer natürlichen Intimhygiene und einem sauberen Körpergefühl. Insbesondere für jene, die Beratungs- und Verkaufsgespräche führen, sind diese Ergebnisse vielversprechend: Die Tatsache, dass das Dusch-WC allgemein auf große Zufriedenheit stößt, bietet die ideale Grundlage, in den Beratungsgesprächen über die Vorteile der Reinigung mit Wasser zu sprechen.

**Saubere Toilette ist für viele ein absolutes Muss**

Der Anspruch, der an die regelmäßige persönliche Körperhygiene gestellt wird, entspricht den Erwartungen an die Sauberkeit der Umgebung. So wünschen sich 97 Prozent der Befragten eine saubere Toilette und legen großen bis sehr großen Wert auf deren regelmäßige Reinigung. Auch hier kann das Geberit AquaClean Dusch-WC punkten – etwa durch die spülrandlose WC-Keramik samt TurboFlush-Spültechnologie, die für eine gründliche und leise Ausspülung sorgt. Die Reinigungsfreundlichkeit der AquaClean-WCs entspricht dem Kundenwunsch nach einer besonders hygienischen und leicht zu säubernden Toilette und liefert so ein weiteres überzeugendes Argument für Beratungs- und Verkaufsgespräche.

Mehr Informationen zum Thema Dusch-WC gibt es unter: [www.geberit-aquaclean.de](http://www.geberit-aquaclean.de)

*\* Basis: Forsa-Umfrage im Auftrag der Geberit Vertriebs GmbH unter 1.002 Befragten (Erhebungszeitraum: März 2021).*

**Bildmaterial:**

|  |  |
| --- | --- |
| Ein Bild, das drinnen, Wand, Boden, Toilette enthält.  Automatisch generierte Beschreibung | [Geberit\_AquaClean\_Mera.jpg] Erfüllt den Wunsch nach mehr Hygiene: das Dusch-WC Geberit AquaClean. Foto: Geberit |
|  | **[Geberit\_AquaClean\_WhirlSpray.jpg]** Die patentierte WhirlSpray-Duschtechnologie sorgt für eine ebenso sanfte wie hygienische Reinigung. Foto: Geberit |
| Ein Bild, das Wand, drinnen, weiß, Toilette enthält.  Automatisch generierte Beschreibung | **[Geberit\_AquaClean\_TurboFlush.jpg]** Effizient und leise: Die TurboFlush-Spültechnologie sorgt für eine besonders gründliche Ausspülung.  Foto: Geberit |
|  | **[Geberit\_Grafik\_Forsa-Umfrage\_1.jpg]** Ergebnis der Forsa-Umfrage im Auftrag von Geberit zum Thema Körperpflege und -hygiene. Foto: Geberit |
|  | **[Geberit\_Grafik\_Forsa-Umfrage\_2.jpg]** Ergebnis der Forsa-Umfrage im Auftrag von Geberit zum Thema Körperpflege und -hygiene. 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 29 Produktionswerke, davon 6 in Übersee. Der Konzernhauptsitz befindet sich in Rapperswil-Jona in der Schweiz. Mit rund 12 000 Mitarbeitenden in rund 50 Ländern erzielte Geberit 2020 einen Umsatz von CHF 3,0 Milliarden. Die Geberit Aktien sind an der SIX Swiss Exchange kotiert und seit 2012 Bestandteil des SMI (Swiss Market Index).