Deutsche wünschen sich für die Körperpflege ein behagliches Ambiente

# Neue Forsa-Umfrage bestätigt den Trend zu mehr Wohnlichkeit im Bad

Geberit Vertriebs GmbH, Pfullendorf, September 2021

**Im vergangenen Jahr ist das Bad verstärkt in den Fokus vieler Verbraucher gerückt. Nun zeigt eine von Sanitärspezialist Geberit in Auftrag gegebene Forsa-Umfrage\*, welche Bedeutung das Bad 2021 in deutschen Haushalten hat. Das Ergebnis: Viele Haushalte möchten ihr Bad gerne renovieren. Außer Hygiene und Reinigungsfreundlichkeit spielen bei der Einrichtung auch Aspekte wie Komfort, Nachhaltigkeit und Wohnlichkeit zunehmend eine große Rolle. Harmonische Farben, stilvolle Badmöbel und -textilien tragen für die Mehrzahl der Befragten viel zur behaglichen Atmosphäre bei, aber auch innovative Produktlösungen sind vermehrt gefragt.**

Geberit, Marktführer für Sanitärprodukte in Europa, hat das Meinungsforschungsinstitut Forsa mit einer Umfrage zum Thema „Das Bad heute“ beauftragt. 1.018 Personen in Deutschland wurden befragt, welche Bedeutung das Bad für sie hat und worauf sie im Rahmen von Einrichtung und Gestaltung beziehungsweise Modernisierung Wert legen. Dabei bestätigte sich der Trend zum wohnlichen Bad.

**Wohlfühlort mit Komfortcharakter**

Die größte Gruppe der Befragten (44 %) hält sich 15 bis 30 Minuten täglich im heimischen Bad auf. Fast genauso groß ist die Gruppe derer, die doppelt so viel Zeit dort verbringen. Nahezu alle Befragten (98 %) sehen das Bad als Ort der Körperpflege und Hygiene. Für knapp die Hälfte (48 %) ist es zugleich ein Wellness-Ort, und rund ein Drittel zieht sich gerne ins Bad zurück, um Ruhe für sich zu haben. Dabei fungiert das Bad bei 56 Prozent der Befragten als Familienbad; es gibt also ein Bad, das von der ganzen Familie genutzt wird.

**Wohnlichkeit durch Ausstattung und Gestaltung**  
Ein wohnliches Bad wünschen sich 60 Prozent der Befragten. Zu dessen Merkmalen gehören unter anderem stilvolle Badmöbel und harmonische Farben, was die Mehrheit der Befragten (jeweils 56 %) als wichtige Gestaltungselemente erachten. Schnelle Veränderungen des Looks lassen sich durch trendige Wohnaccessoires wie z.B. Badteppiche, Vorhänge oder Kissen erzielen. 41 Prozent sehen darin einen besonderen Beitrag zur Wohnlichkeit, gefolgt von Pflanzen, persönlichen Accessoires und natürlichen Oberflächen. Bezogen darauf, dass für 51 Prozent modernes Design eine große Rolle spielt und für 47 Prozent die Individualität, eröffnen sich hier vielfältige Gestaltungsspielräume.

**In Renovierungslaune**  
Die Deutschen legen 2021 Wert auf ihr Bad. Das zeigt sich auch daran, dass jeweils 43 Prozent der Befragten ihr Bad gerne verschönern möchten und bereit sind, dafür Geld zu investieren, selbst wenn das Bad noch nicht in die Jahre gekommen ist. Denn nur bei 26 Prozent der Umfrageteilnehmer ist das Bad tatsächlich renovierungsbedürftig. Hätten die Modernisierer alle Wünsche frei und die nötige Fläche – immerhin träumen 42 Prozent von einem größeren Bad – stünde als It-Piece die bodenebene Dusche bei 65 Prozent an oberster Stelle.   
  
**Einrichtung mit Mehrwert gefragt**  
Knapp die Hälfte (49 %) der Befragten würden bei einer Renovierung in eine reinigungsfreundlichere Einrichtung wie ein spülrandloses WC investieren. Für 42 Prozent ist ein altersgerechtes bzw. barrierefreies Bad wichtig, für 38 Prozent mehr Schränke, Ablageflächen und andere Ordnungshelfer wie Schubladeneinsätze. Bemerkenswert ist auch das gestiegene Interesse an einem Produkt, das mehr Komfort und Hygiene im Bad schafft: dem Dusch-WC. Die Toilette, die den Po mit einem sanften, körperwarmen Wasserstrahl reinigt und so für mehr Hygiene sorgt, würde sich inzwischen fast jeder Fünfte (19 %) einbauen lassen.   
  
**Hygiene weiterhin wichtig**   
Das passt zu den Bedürfnissen bei der Badeinrichtung: Für 97 Prozent der Befragten liegt der Hauptfokus auf der Hygiene beziehungsweise Reinigungsfreundlichkeit. Komfort ist 86 Prozent und ausreichend Stauraum 70 Prozent wichtig. Nahezu zwei Drittel der Umfrageteilnehmer legen außerdem Wert auf Nachhaltigkeit (64 %) und Barrierefreiheit (57 %). Eine Nachfrage, die der Hersteller Geberit schon mit der KeraTect Spezialglasur, effektiven Spültechnologien, bodenebenen Duschflächen und anderen Innovationen bedient.

*\* Basis: Forsa-Umfrage im Auftrag der Geberit Vertriebs GmbH unter 1.018 Befragten (Erhebungszeitraum: Mai und Juni 2021).*

**Bildmaterial:**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **[Geberit\_Forsa-Umfrage\_Bad\_1.jpg]**  Ein Bad, wie es sich laut aktueller Forsa-Umfrage viele Deutsche wünschen: Möbel, Textilien und Pflanzen sorgen für Wohnlichkeit, innovative Produktlösungen für Hygiene, Stauraum und Komfort rundum.  Foto: Geberit |
|  | **[Geberit\_Forsa-Umfrage\_Bad\_2.jpg]**  Ergebnis der Forsa-Umfrage im Auftrag von Geberit zur Bedeutung des Bads 2021: Das Bad heute. Bild: Geberit |
|  | **[Geberit\_Forsa-Umfrage\_Bad\_3.jpg]**  Ergebnis der Forsa-Umfrage im Auftrag von Geberit zur Bedeutung des Bads 2021: Das ist den Deutschen wichtig.  Bild: Geberit |
|  | **[Geberit\_Forsa-Umfrage\_Bad\_4.jpg]**  Ergebnis der Forsa-Umfrage im Auftrag von Geberit zur Bedeutung des Bads 2021: Was sich die Deutschen im Bad wünschen.  Bild: Geberit |
|  | **[Geberit\_Forsa-Umfrage\_Bad\_5.jpg]**  Ergebnis der Forsa-Umfrage im Auftrag von Geberit zur Bedeutung des Bads 2021: Fast jeder Fünfte würde in ein Dusch-WC investieren.  Bild: Geberit |
|  | **[Geberit\_Forsa-Umfrage\_Bad\_6.jpg]**  Das Herzstück des Dusch-WCs ist der sanfte, körperwarme Wasserstrahl, der den Po sanft und gründlich reinigt.   Foto: Geberit |
|  | **[Geberit\_Forsa-Umfrage\_Bad\_7.jpg]**  Eine bodenebene Dusche ist laut aktueller Forsa-Umfrage das It-Piece im Bad 2021.  Bild: Geberit |

****Weitere Auskünfte erteilt:****

**Ansel & Möllers GmbH**  
**König-Karl-Straße 10, 70372 Stuttgart**  
**Yvonne K. Dick, Mona Fischer**  
**Tel. +49 (0)711 92545-22**

**Mail: y.dick@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).