

Bauknecht Studien zeigen: Verbraucher sind bereit für einen nachhaltigeren Haushalt

Ein Trend, der bleibt? Neue Chancen gegen Verschwendung und für eine nachhaltigere Wäschepflege

***Dezember 2020:** Die veränderten Entwicklungen seit Beginn des Jahres stellen die Menschen weltweit vor große Herausforderungen. Viele nutzen diese besondere Zeit aber auch, um den eigenen Status quo zu reflektieren und Prioritäten neu zu setzen. Dies zeigt sich neben einer neuen Wertschätzung wichtiger Quality Time mit den Liebsten – es wird wieder mehr gemeinsam gekocht, gebacken und gegessen – vor allem in einem neuen Fokus auf Hygiene und einer Neuausrichtung auf mehr Nachhaltigkeit im Haushalt, wie eine jüngst von Bauknecht beauftragte Studie zeigt.¹ Dabei haben Verbraucher insbesondere die Wäschepflege und ihren Umgang mit Textilien im Blick, wenn es darum geht, vermehrt auf umweltfreundlicheres Verhalten zu achten. Doch was genau tun Verbraucher, um Verschwendung zu reduzieren und Ressourcen zu schonen? Um das herauszufinden hat Bauknecht eine qualitative Studie beauftragt und 5.000 Menschen in Deutschland, Italien, Russland und Großbritannien zu ihren Einstellungen und Gewohnheiten in Bezug auf Wäschewaschen und Nachhaltigkeit befragt.*

Nachhaltiger waschen – aber wie?

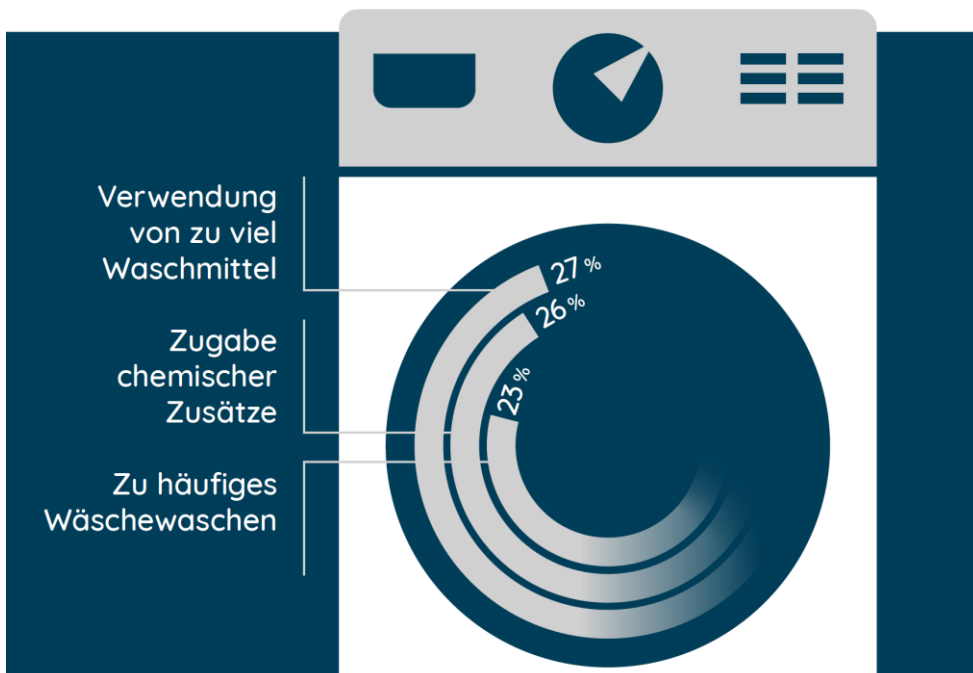
In der von Bauknecht beauftragten Studie wird deutlich: Die Menschen in Europa setzen sich aktiv mit dem Thema Umweltschutz auseinander und erkennen die Bedeutung individueller Handlungen, insbesondere im Bereich der Wäschepflege. Doch obwohl 56 Prozent der Befragten hierzulande ein besonderes Interesse an Nachhaltigkeit angeben, aktiv Informationen zu diesem Themenkomplex einholen und gleichzeitig motiviert sind, einiges für eine nachhaltigere Wäschepflege zu tun, gibt es noch viel Handlungspotential.²

Denn Verbraucher wissen oft nicht, was sie konkret tun können, um ihre Wäschepflege nachhaltiger zu gestalten und gleichzeitig optimale Reinigungs- und Pflegeergebnisse zu erzielen: So gibt fast ein Drittel der befragten Verbraucher in Deutschland (27 Prozent) trotz besseren Wissens an, zu viel Waschmittel zu verwenden und

umweltschädliche, chemische Zusätze (26 Prozent) zuzugeben, um ein fleckenfreies Waschergebnis zu erzielen. Auf Platz drei und vier der häufigsten Umweltsünden der Deutschen bei der Wäschepflege liegen allgemein zu häufiges Wäschewaschen (23 Prozent) und eine Nicht-Berücksichtigung des Energieverbrauchs (22 Prozent).



DIE GRÖSSTEN UMWELTSÜNDEN DER DEUTSCHEN BEIM WÄSCHEWASCHEN



Mehr Nachhaltigkeit mit innovativer Technologie

Die von Bauknecht beauftragte Studie zeigt deutlich: Verbraucher reflektieren ihre Routinen bewusst und legen großen Wert auf einen nachhaltigeren Haushalt, insbesondere wenn es um die Wäschepflege geht. Hier wünschen sie sich aber vor allem auch Unterstützung durch Hausgeräte, die nicht nur exzellente Ergebnisse liefern, sondern gleichzeitig ressourceneffizient arbeiten. Mit der Active Care Color+ Waschmaschine bietet Bauknecht Verbrauchern eine effektive Lösung, die neben einer umweltfreundlicheren Wäschepflege maximale Waschleistung liefert und gleichzeitig Sicherheit in Bezug auf Hygiene gibt.

Dabei setzt der Hausgerätehersteller auf innovative Technologien für eine kraftvolle Fleckenentfernung: Denn die neuen Active Care Color+ Waschmaschinen entfernen nicht nur Flecken effektiv, es kommt auch nur genau so viel Wasser und Energie zum Einsatz, wie wirklich benötigt wird.

Die Active Load-Funktion beispielsweise ist eine intelligente Lösung, die automatisch die beste Nutzung von Zeit, Wasser und Energie für die zu waschende Menge sicherstellt. Mithilfe spezieller Algorithmen erkennt „Active Load“ präzise die Beladung in der Trommel und optimiert die für den Zyklus benötigte Wassermenge und die Waschkdauer.

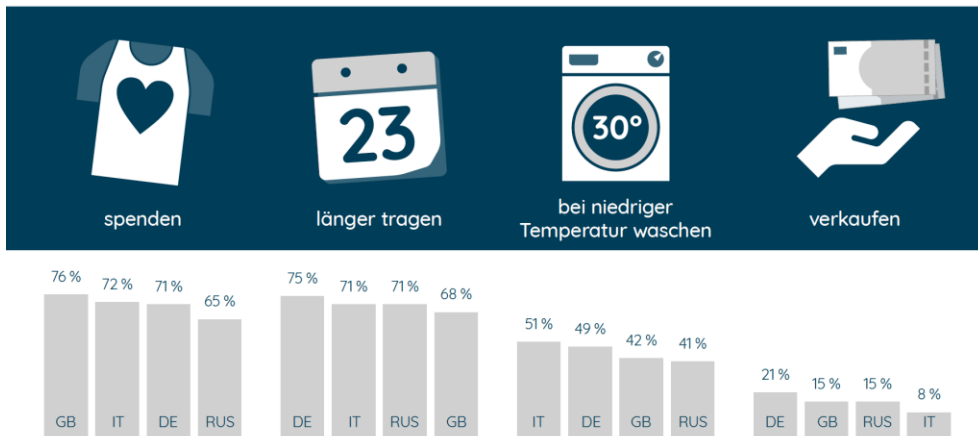
Bessere Pflege statt Fast Fashion: Das tun Verbraucher gegen Verschwendung

Doch nicht nur die Wäschepflege stellt eine große Herausforderung für die Umwelt dar. Bereits die Herstellung von Textilien belastet die Umwelt durch Pestizide, die beim Anbau der Baumwolle eingesetzt werden, sowie durch Chemikalien für die Weiterverarbeitung und durch CO₂, das durch den Energieeinsatz entsteht.³ Auch hier zeigt die Bauknecht Studie: Verbraucher gehen dieses Problem proaktiv an und versuchen Textilabfall zu vermeiden. Hier gibt es viele Möglichkeiten, umweltfreundlicher zu handeln und die befragten Konsumenten aller Länder sind sich einig: Kleidungsstücke so zu pflegen, dass man viel länger Freude daran hat – anstatt auf Fast Fashion zu setzen – ist eine einfache, aber effektive Maßnahme für mehr Nachhaltigkeit.

Auf welche weiteren Maßnahmen greift man in den einzelnen Ländern zurück, um gegen Verschwendung vorzugehen? 75 Prozent der befragten Deutschen tragen ihre Kleidung über mehrere Jahre und nicht nur für eine Saison. Damit liegen wir im europäischen Vergleich an der Spitze, gefolgt von Russland und Italien mit jeweils 71 Prozent und den Briten mit 68 Prozent.



MASSNAHMEN FÜR MEHR NACHHALTIGKEIT IM UMGANG MIT KLEIDUNG



Hier spielt auch die richtige Pflege der Kleidung eine große Rolle und insbesondere die Waschtemperatur ist für Verbraucher der entscheidende Faktor: Jeweils die Hälfte der Befragten Italiener und Deutschen (Italien: 51 Prozent, Deutschland: 49 Prozent) gibt an, zum Schutz besonderer Stücke bei niedrigen Temperaturen zu waschen, gefolgt von 42 Prozent der Briten sowie 41 Prozent der befragten Verbraucher in Russland.

Mit der Active Care Color+ Waschmaschine von Bauknecht wird es ab jetzt zum Kinderspiel, wenn es darum geht, die Kleidung so zu pflegen, dass man viel länger etwas davon hat. Verbraucher können hier aus sechs Active Care-Waschprogrammen auswählen und dabei die Active Care-Option wählen, die nicht nur Flecken effektiv entfernt, sondern gleichzeitig die Fasern von Textilien schont und für strahlende Farben sorgt.

Zu Beginn des Waschgangs werden Wasser und Waschmittel automatisch zu Active Mousse vermischt, das sofort seine intensive Wirkung entfaltet, sobald es auf Textilien trifft. Diese Innovation macht eine um 60 Prozent höhere⁴ Waschleistung als konventionelle Waschmaschinen möglich und so werden bei nur 20 Grad mehr als 100 der gängigsten Flecken entfernt, während gleichzeitig die Lebensdauer dunkler Farben verdoppelt wird.⁵ Neben der „Active Mousse“-Technologie sind die Bauknecht Active

Care Color+ Waschmaschinen mit einem Inverter-Motor ausgestattet, der bis zu zehn verschiedene Trommelbewegungen leisten kann und damit ebenfalls hervorragende Resultate bei der Waschleistung liefert. Diese sogenannte „Active Drum“-Funktion wirkt aktiv auf jegliche Art von Verschmutzung ein, da sie präzise und intelligent gesteuert werden kann und sorgt für exzellente Resultate bei der Waschleistung, ganz unabhängig von der Waschtemperatur.

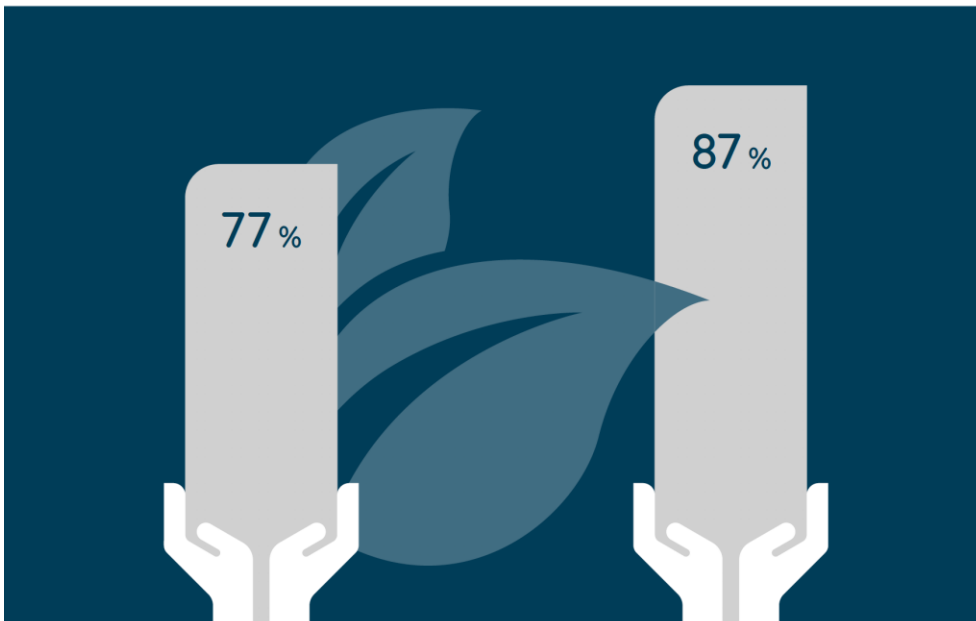
Doch was tun Verbraucher, wenn sie Kleidungsstücke wirklich nicht mehr länger tragen möchten? Das Verkaufen nicht mehr getragener Kleidung ist vor allem für Deutsche eine beliebte Option, die von fast einem Viertel (21 Prozent) genutzt wird, denn nur jeweils 15 Prozent der Briten und Italiener und auch nur acht Prozent der Russen greifen auf diese Möglichkeit zurück. Geht es ums Spenden nicht mehr getragener Kleidung sind die Briten mit 76 Prozent die klare Nummer Eins, gefolgt von den Italienern (72 Prozent) und den Deutschen auf Platz drei (71 Prozent).

Neue Prioritäten: Die Pandemie als Initialzündung für mehr Nachhaltigkeit?

War die Pandemie die Initialzündung für einen nachhaltigeren Haushalt? Die von Bauknecht beauftragte Studie zeigt: Während der letzten Monate haben sich Verbraucher verstärkt mit diesem Thema auseinandergesetzt, eigene Routinen hinterfragt und versucht, umweltfreundlichere Alltagsentscheidungen zu treffen. Und dieser nachhaltigere und bewusstere Lebensstil ist gekommen, um zu bleiben: Denn 72 Prozent der Befragten geben an, dass sie mit ihren neuen oder veränderten Verhaltensweisen sehr zufrieden sind und ganze 87 Prozent der Befragten möchten ihre nachhaltigeren Verhaltensweisen beibehalten.



NACHHALTIGER IN DIE ZUKUNFT



bewerten ihren neuen Fokus auf einen nachhaltigeren Haushalt positiv.

möchten auch künftig einen nachhaltigeren Lebensstil weiterführen.

Gleichzeitig hat sich während der letzten Monate aber auch ein neues Hygienebedürfnis bei Verbrauchern entwickelt, das an sich unvorteilhafte Gewohnheiten noch weiter verstärkt, denn 42 Prozent der Studienteilnehmer gaben an, antibakterielle Waschzusätze zu nutzen und 33 Prozent waschen noch öfter als vorher.

Aber auch in Hinsicht auf eine neue Priorisierung von Hygiene geht Bauknecht auf die Wünsche der Kunden ein: Das SteamPack der Active Care Color+ Waschmaschinen vereint zwei effektive Lösungen. Die Steam Hygiene-Option sorgt für hygienische Reinheit, indem 99,9 Prozent⁶ der Bakterien beseitigt werden – ganz ohne chemische Zusätze. Dabei erzeugt die Maschine am Ende des Waschganges Dampf, der direkt in die Trommel geleitet wird und dort 70 – 80 Grad erreicht. Das Steam Refresh-Programm frischt Kleidung in nur 20 Minuten auf, ohne sie zu waschen und spart dadurch Energie und Wasser. Der Dampf dringt tief in die Textilien

ein, entfernt schlechte Gerüche und entspannt die Fasern. Damit reduziert er Knitterfalten und erleichtert das Bügeln.

¹ Die von Bauknecht beauftragte Studie wurde von LEXIS Research durchgeführt. In einer repräsentativen Stichprobe wurden 4.000 Personen in Italien, Deutschland, Russland und dem Vereinigten Königreich befragt. Zentral war die Fragestellung, inwiefern die Corona-Pandemie Verbrauchergewohnheiten verändert hat, insbesondere in Bezug auf den Umgang mit Lebensmitteln – einschließlich Lebensmitteleinkauf, Kochen und Lagerung von Lebensmitteln. Für diese Pressemitteilung wurden die Ergebnisse in Bezug auf die deutschen Verbraucher herangezogen.

² Die Umfrage wurde von Kantar im Auftrag von Bauknecht im Juli 2019 durchgeführt. Ausführliche computergestützte Web-Interviews wurden mit 5.000 Erwachsenen (18-64 Jahre alt) in Deutschland, Italien, Russland und Großbritannien durchgeführt. Die Stichprobe war nach Geschlecht, Alter und geographischen Gebieten repräsentativ.

³ <https://www.umweltbundesamt.de/umwelttipps-fuer-den-alltag/haushalt-wohnen/bekleidung#gewusst-wie>

⁴ Die verbesserte Waschleistung wird dadurch erreicht, dass die Waschmaschine Waschmittel und Wasser von Beginn des Zyklus an vermischt. Verglichen mit Bauknecht Waschmaschinen ohne Active Care.

⁵ Überprüft von einem unabhängigen Institut unter Verwendung der AISE Farbpalette für Schwarz und Blau. Antiflecken-40 °C-Programm verglichen mit dem Antiflecken-20 °C Programm auf Bauknecht Waschmaschinen.

⁶ Getestet von Allergy UK auf Baumwolle 40 °C, Synthetik 40 °C und Bettwäsche 60 °C Programm mit aktivierter Dampf-Option.

Bauknecht Hausgeräte und Whirlpool Corporation

Die 1919 gegründete Bauknecht Hausgeräte GmbH vertreibt Hausgeräte rundum die Themen Kochen, Backen, Spülen, Waschen, Trocknen, Kühlen und Gefrieren. Seit 1991 ist Bauknecht Teil der Whirlpool Corporation.

Whirlpool EMEA ist mit ca. 21.000 Mitarbeitern und Vertriebsbüros in mehr als 30 Ländern in Europa, dem Mittleren Osten und Afrika und

Produktionsstätten in sieben Ländern ein Geschäftssegment der Whirlpool Corporation (NYSE: WHR). Mit einem Jahresumsatz von ca. 21 Milliarden US-Dollar, 92.000 Mitarbeitern und 65 Produktions- und Technologie-Forschungszentren weltweit im Jahr 2018 ist die Whirlpool Corporation einer der weltweit führenden Hersteller und Anbieter von Haushaltsgeräten. Das Unternehmen vermarktet Whirlpool, KitchenAid, Maytag, Consul, Brastemp, Amana, Bauknecht, Jenn-Air, Indesit und andere große Markennamen in nahezu allen Ländern der Welt. Die europäische Zentrale befindet sich in Pero (MI), Italien. Weitere Informationen zum Unternehmen unter www.whirlpoolcorp.com und www.bauknecht.eu.

Ihre Ansprechpartner:

Kerstin Triebener
Bauknecht Hausgeräte GmbH
Tel. 0711-81071-1271
kerstin_triebener@whirlpool.com
www.bauknecht.de

Margarita Sossau
Emanate GmbH
Tel. 089-12 44 5-135
bauknecht@emanatepr.com