

PRESSEINFORMATION Nr.069/FY 2016, Dezember 2016

Panasonic-Studie: Waschen ist zweitbeliebteste Tätigkeit im Haushalt Doch beim Wissen um Pflegesymbole und Waschprogramme gibt es Nachholbedarf



Hamburg, Dezember 2016 – Ob in der Familie, mit dem Partner oder in der Wohngemeinschaft: Wäsche waschen spaltet die Geister. Panasonic hat nun mit einer repräsentativen Studie¹ die Waschgewohnheiten der Deutschen untersucht. Heraus kamen überraschende Ergebnisse: Wäsche waschen ist die zweitbeliebteste Hausarbeit der Deutschen – und kommt damit gleich nach dem Kochen und vor dem Abwasch, dem

Putzen und dem Bügeln. 2,2 Stunden in der Woche investieren die Bundesbürger im Schnitt in saubere und gepflegte Kleidung und befüllen ihre Waschmaschine durchschnittlich mit 3,5 vollen Waschladungen. Am häufigsten wandern Duschtücher in die Wäsche. 61 Prozent der Befragten waschen sie einmal pro Woche, dicht gefolgt von den Schlafanzügen mit 53 Prozent.

Obwohl das Waschen ein fester Bestandteil des Alltags ist, setzen sich die meisten nur wenig damit auseinander. Ob Gewohnheit oder Unwissen – 44 Prozent nutzen für jede Wäsche dieselben Einstellungen. 59 Prozent gaben an, nur manchmal auf die Textilpflegesymbole zu sehen, bevor sie Hemden, Röcke und Co. in die Waschmaschine geben. Drei von vier Deutschen (76 Prozent) kennen die Bedeutung der Textilpflegesymbole nicht oder nur teilweise. Die Konsequenz: Bei mehr als der Hälfte der Befragten (58 Prozent) finden sich fünf oder mehr beschädigte Kleidungsstücke pro Jahr in der Wäsche. Der Lieblingspulli verfärbt oder die neue Hose fleckig? Bei 84 Prozent der Deutschen passiert dies durchschnittlich 20 Mal pro Jahr. Mehr als ein Drittel (38 Prozent) beklagt, dass jährlich ein bis drei Kleidungsstücke in der Waschmaschine eingehen.

¹ Panasonic Studie durchgeführt von OnePoll im August 2016, 1000 Teilnehmer über 18 Jahre in Deutschland

Panasonic

Für das Versagen vor dem Wäscheberg machen viele Befragte jedoch jemand anderes verantwortlich: ihren Partner. 38 Prozent sind überzeugt, dass die bessere Hälfte einfach alles in die Waschmaschine gibt, ohne auf Farbe oder Material der Kleidungsstücke zu achten. Wer den Haussegen beim Thema Waschen nicht in Gefahr bringen möchte, der setzt auf die intelligenten Funktionen von Panasonic Waschmaschinen. Um Wäsche bestmöglich zu pflegen hat Panasonic eine Waschtechnologie entwickelt, die mitdenkt: AutoCare. Die Waschmaschine erkennt dabei mit vier Sensoren, welche Temperatur, Wassermenge, Schleuder- und Spülvorgänge erforderlich sind und optimiert jeden Waschvorgang automatisch. So gehören Waschsünden der Vergangenheit an.

Weitere Informationen zum Presstext sowie eine Infografik zur Umfrage finden Sie im Internet unter: www.panasonic.com/de/corporate/presse.html

Aktuelle Videos zu unseren Haushaltsgeräten finden Sie auf Youtube unter: https://www.youtube.com/playlist?list=PLNg_rrAjbqDHqw1Dwwu0vZvsDjEoU5dmx

Über Panasonic:

Die Panasonic Corporation gehört zu den weltweit führenden Unternehmen in der Entwicklung und Produktion elektronischer Technologien und Lösungen für Kunden in den Geschäftsfeldern Consumer Electronics, Housing, Automotive, Enterprise Solutions und Device Industries. Seit der Gründung im Jahr 1918 expandierte Panasonic weltweit und unterhält inzwischen 474 Tochtergesellschaften und 94 Beteiligungsunternehmen auf der ganzen Welt. Im abgelaufenen Geschäftsjahr (Ende 31. März 2016) erzielte das Unternehmen einen konsolidierten Netto-Umsatz von 7,553 Billionen Yen/56,794 Milliarden EUR. Panasonic hat den Anspruch, durch Innovationen über die Grenzen der einzelnen Geschäftsfelder hinweg Mehrwerte für den Alltag und die Umwelt seiner Kunden zu schaffen. Weitere Informationen über das Unternehmen sowie die Marke Panasonic finden Sie unter www.panasonic.net und www.experience.panasonic.de/.

Bei Veröffentlichung oder redaktioneller Erwähnung freuen wir uns über die Zusendung eines Belegexemplars!

Weitere Informationen:

Panasonic Deutschland
Eine Division der Panasonic Marketing Europe GmbH
Winsbergring 15
22525 Hamburg

Panasonic Deutschland – eine Division der Panasonic Marketing Europe GmbH
Winsbergring 15 • 22525 Hamburg
Pressekontakt: Michael Langbehn
presse.kontakt@eu.panasonic.com

Panasonic

Ansprechpartner für Presseanfragen:

F&H Public Relations GmbH

Tobias Grabitz

Tel.: 089/12175-164

E-Mail: panasonic@fundh.de

Panasonic Deutschland

Michael Langbehn

Tel.: 040 / 8549-0

E-Mail: presse.kontakt@eu.panasonic.com