

Medieninformation

Nürnberg, Juli 2015

Smartphone in der Waschtrommel: Für jeden vierten Deutschen eine Katastrophe

Wenn der Kaschmirpullover in Miniaturgröße aus der Waschtrommel kommt oder die heißgeliebte Jeans plötzlich Hochwasser schiebt, ging es in der Trommel meistens heiß her. Egal, welche Waschpanne, für 26 Prozent der Deutschen ist alles ersetzbar – außer das Smartphone. Das hat eine aktuelle Umfrage von AEG ergeben*.

Manche mögen's heiß, andere eher auf die sanfte Tour. Pflegeleicht, Ökowaschgang oder speziell für Jeans: Waschmaschinen haben heute ganz schön viel im Programm. Doch wie nutzen Verbraucher ihre Geräte und deren Funktionen überhaupt? „Als Öko-Pionier und Hersteller von energieeffizienten Geräten, hat uns interessiert, wie die Verbraucher zu Hause ihre Geräte einsetzen und wie sie ihre Wäsche tatsächlich waschen“, sagt Elisabeth Lokai-Fels, Pressesprecherin von AEG Deutschland. Deshalb hat der Hausgerätehersteller nachgefragt, wie es in deutschen Waschtrommeln zugeht. Eines der Ergebnisse: Für 36 Prozent der Deutschen ist die schlimmste Waschpanne, wenn sie ein Kleidungsstück beim Waschen ruinieren und es nicht mehr tragen können. Worst case für jeden vierten Deutschen: wenn das Smartphone in die Waschmaschine gerät.

Waschechte Fakten – weitere Ergebnisse der AEG Waschumfrage im Überblick:

59%: Adé Fast Fashion

Im Zeitalter von Fast-Fashion-Mode überraschend: 59 Prozent aller Befragten wünschen sich langlebigere Kleidung, die auch mehrere Saisons und viele Wäschen unbeschadet übersteht.

39%: Vertrauensverlust

Hat das Lieblingsteil mal einen Fleck abbekommen, haben 39 Prozent der Befragten kein Vertrauen in ihre Waschmaschine: Sie waschen das Kleidungsstück mit der Hand – was wesentlich mehr Wasser verbraucht – oder geben es gleich in die chemische Reinigung.

5%: Abwaschbares Glück

Wenn es um ein Glückskleidungsstück geht, mit dem man beispielsweise eine Prüfung bestanden hat, lassen fünf Prozent der Befragten weder Wasser noch Waschmittel an die Fasern – sie waschen das einzigartige Kleidungsstück nie.

ELECTROLUX UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

ADRESSE **TELEFON** **TELEFAX**
Elisabeth Lokai-Fels 0911-3 23 12 58 0911-3 23 11 78
Fürther Straße 246
90429 Nürnberg

E-MAIL
Elisabeth.Lokai-Fels@electrolux.de
unternehmenskommunikation@electrolux.de

INTERNET
www.electrolux.com
www.aeg.de
<http://newsroom.electrolux.com/de/>

84%: Sparmaßnahme

84 Prozent der Deutschen warten mit dem Waschen, bis sich genug Wäsche angesammelt hat, um Umwelt und Geldbeutel zu schonen.

32%: Liebe auf den ersten Blick

Auch wenn das Kleidungsstück nicht in die Waschmaschine darf und professionell gereinigt werden muss: Wenn sie sich in ein Kleidungsstück verliebt haben, lassen sich 32 Prozent der Befragten nicht mehr vom Kauf abhalten. Sie kaufen, was ihnen gefällt, trotz höherem Pflegeaufwand. Auffallend hierbei: Vor allem Männer (37 Prozent, vgl. Frauen: 28 Prozent) scheuen den Aufwand nicht, ihre Kleidung in die Reinigung zu bringen.

73%: Weniger ist mehr

73 Prozent der Deutschen wünschen sich, dass ihre nächste Waschmaschine mehr Wasser und Energie spart, als ihr bisheriges Modell. 19 Prozent hingegen würden gerne die Handwäsche und das Bügeln von ihrer Waschmaschine erledigen lassen.

26%: Trommelwirbel fürs Smartphone

Die schlimmste Waschpanne für 26 Prozent der Deutschen: wenn das Smartphone in die Trommel gerät. Jedem Fünften würde es am meisten wehtun, wenn sich weiße Kleidung beim Waschen verfärbt.

- * Innofact-Online-Befragung 02. – 04. Dezember 2014
n = 1.033 Befragte
Befragt wurden Männer und Frauen im Alter von 16 bis 69 Jahren.
Das Alter und Geschlecht wurden bevölkerungsrepräsentativ quotiert.

Electrolux ist ein weltweit führender Hersteller von Hausgeräten für den privaten und gewerblichen Einsatz und entwickelt seine Produkte in enger Zusammenarbeit mit professionellen Anwendern auf der Basis profunder Einblicke in die Bedürfnisse der Konsumenten. Für Haushalt und Business bieten wir innovative Lösungen in durchdachtem Design, wie z. B. Kühlschränke, Geschirrspüler, Waschmaschinen, Herde, Staubsauger, Klimaanlage und Haushaltskleingeräten. Unter renommierten Marken wie Electrolux, AEG, Zanussi, Frigidaire und Electrolux Grand Cuisine verkauft die Gruppe jährlich mehr als 50 Millionen Produkte an Kunden in über 150 Märkten. Im Jahr 2014 beschäftigte Electrolux 60.000 Mitarbeiter und erzielte einen Umsatz von 12,3 Milliarden Euro. Weitere Informationen finden Sie unter www.electroluxgroup.com.

ELECTROLUX UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

ADRESSE
Elisabeth Lokai-Fels
Fürther Straße 246
90429 Nürnberg

TELEFON
0911-3 23 12 58

TELEFAX
0911-3 23 11 78

E-MAIL
Elisabeth.Lokai-Fels@electrolux.de
unternehmenskommunikation@electrolux.de

INTERNET
www.electrolux.com
www.aeg.de
<http://newsroom.electrolux.com/de/>