

SLECHTS
29%
VAN DE BELGEN
VOELT ZICH
VOLLEDIG PROPER
NA TOILETBEZOEK

GEWOONTES ROND PERSOONLIJKE HYGIËNE WORDEN NOG STEEDS CULTUREEL BEPAALD

De merknaam Geberit AquaClean mag dit jaar in België tien kaarsjes uitblazen. Naar aanleiding hiervan liet Geberit door GfK een enquête* uitvoeren naar de persoonlijke hygiëne bij Belgen. Hetzelfde werd in december 2011, bij de introductie van Geberit AquaClean douche-wc's in ons land, ook al gedaan. De vergelijking tussen beide enquêtes leverde enkele verrassende en minder verrassende resultaten op.**

Dat Belgen niet graag over hun gewoontes op het toilet praten, werd elf jaar geleden al duidelijk toen Geberit er een enquête naar deed. Ook nu nog blijven de persoonlijke details van ons toiletgebruik in de taboesfeer hangen. Uiteindelijk wist GfK in opdracht van Geberit 2.000 Belgen tussen 25 en 69 jaar te overtuigen om toch wat meer intieme details vrij te geven. Ook in andere Europese landen*** kregen de inwoners dezelfde vragen voorgeschied. Hieruit bleek al snel dat heel wat gewoontes rond persoonlijke hygiëne nog steeds cultureel bepaald worden.

2.000
Belgen

Gaven meer intieme details vrij over hun toiletbezoek



115 UUR PER JAAR OP DE WC

Belgen spenderen gemiddeld 34 minuten per dag aan persoonlijke hygiëne, dat blijkt uit de enquête. Niet zo heel veel als je weet dat onze Italiaanse vrienden daar gemiddeld 45 minuten per dag mee bezig zijn. Toch blijft persoonlijke hygiëne, net zoals in 2011, prioritair. Voor het overgrote merendeel (87%) betekent dit proper zijn van kop tot teen. Daarnaast brengen we ook nog eens gemiddeld 19 minuten per dag in het kleinste kamertje door. Goed voor 115 uur per jaar of bijna vijf volle dagen! We kunnen ons toiletbezoek dus maar beter aangenaam maken. Terwijl in 2011 bijna de helft van de Belgen die tijd al lezend doorbracht, staat nu de smartphone op nummer één (43%) van tijdverdrif tijdens het toiletbezoek. Opgevolgd door genieten van rust en stilte (32%), een boek of krant lezen (24%) en relaxen (18%).

Die volgorde loopt in grote lijnen samen met de bezigheden in de andere Europese landen. Al zakt lezen in de meeste landen naar nummer vier, onder relaxen. Wat smartphonegebruik op het toilet betreft, staat Spanje op kop. Meer dan de helft van de Spanjaarden (54%) geef aan zijn of haar smartphone tijdens een toiletbezoek te gebruiken, Duitsers halen hun smartphone dan weer het minste vaak boven (34%).

* GfK Personal Hygiene and Wellbeing Belgium 2021, online enquête bij 2.086 Belgen
** GfK Personal Hygiene and Wellbeing Belgium 2011, online enquête bij 1.000 Belgen
*** Duitsland, Denemarken, Tsjechië, Frankrijk, Italië, Nederland, Spanje en Finland.



43%
gebruikt de smartphone
tijdens het toiletbezoek



32%
geniet van rust en stilte
tijdens het toiletbezoek



24%
leest een boek of krant
tijdens het toiletbezoek

KLEINSTE KAMER ZORGT VOOR GROTE ERGERNISSEN

En ook al brengen we – noodgedwongen – veel tijd door op het toilet, het is allesbehalve onze favoriete bezigheid. Zo blijven onaangename geurtjes nog steeds de grootste bron van ergernis bij het gebruik van het toilet (68% stoort zich er aan). En amper één derde van de ondervraagde (29%) voelt zich volledig proper na een toiletbezoek. 57% van de Belgen verkiest daarom al eens vochtige doekjes boven toiletpapier. Dit vooral om zich schoner te voelen en om hygiënische redenen, maar ook omdat het goed ruikt, zachter en handiger is. Meer dan twee derde (69%) van de respondenten denkt dan ook zich properder te voelen na een reiniging met water.

MEER DAN
69%
VAN DE RESPONDENTEN
DENKT ZICH **PROPERDER**
TE VOELEN NA EEN
REINIGING MET WATER

DOUCHE-WC'S POPULAIRDER

Japan is een van de landen waar douche-wc's het vaakst voorkomen en waar een zachte reiniging met water zo vanzelfsprekend is (bijna 80% van alle Japanse gezinnen heeft een douche-wc). Nochtans werd de douche-wc dicht bij huis uitgevonden. Het was de Zwitser Hans Maurer die in 1957 voor het eerst een patent aanvraag voor zijn hygiënisch toilet. De introductie van zijn douche-wc in de Zwitserse badkamers verliep matig. Toch hadden ze ook bij Geberit de voordelen van het reinigen met water al lang ingezien. Al sinds de jaren zeventig zijn ze bezig met het ontwikkelen van douche-wc's en hebben er zo al bijna 45 jaar ervaring mee.

Tijdens de enquête werd er ook onderzocht hoe het na tien jaar gesteld is met douche-wc's in ons land. De kennis errond is alvast aanzienlijk gestegen. Zo gaf de helft (50%) van de geïnterviewden aan een douche-wc te kennen, tien

jaar geleden was dit nog maar 29%. Daarmee scoren we trouwens hoger dan het Europees gemiddelde dat op 43% geëindigd is. Ook meer Belgen overwegen de aankoop van een douche-wc tegenover tien jaar geleden (gestegen van 38% naar 53%). De belangrijkste reden voor de aankoop is de verbetering van de persoonlijke hygiëne en het comfort en welzijn. Bij de meeste Belgen blijft vooral het financiële aspect het grootste struikelblok om zelf een douche-wc aan te schaffen.

Zowel in België als in alle andere ondervraagde landen (behalve Italië) zijn douche-wc's desalniettemin de meest verkozen manier om zich met water te reinigen, ver vóór het bidet. Opvallend is dat Belgen anno 2022 meer geld aan een douche-wc willen uitgeven dan tien jaar geleden.

MEER BELGEN
OVERWEGEN
DE AANKOOP
VAN EEN
DOUCHE-WC
TEGENOVER
TIEN JAAR
GELEDEN



68%

stoort zich aan
onaangename geurtjes

■ GEBERIT

MINDER ERGERNISSEN DOOR MEER COMFORT?

Heel veel van bovengenoemde ergernissen zouden gemakkelijk opgelost kunnen worden met een AquaClean douche-wc van Geberit. De Europese marktleider in sanitaire technologie biedt drie modellen van douche-wc's aan, elk met meer of minder comfortfuncties (AquaClean Mera, AquaClean Sela en AquaClean Tuma). Alle modellen zorgen met hun gepatenteerde WhirlSpray-douchetechnologie voor een verzorgd, fris en aangenaam gevoel gedurende de hele dag. Stel je bovendien voor dat je toilet voorzien is van een geluidsarme geurextractie en een TurboFlush-spoeltechniek, waardoor ventilatie en wc-borstels onnodig worden. Met behulp

van de bijbehorende afstandsbediening of een draadloos muurbedieningspaneel kies je in een handomdraai jouw eigen voorkeuren. Via één druk op de knop geniet je zo van een gevoel van volmaakte frisheid en hygiëne. Wist je trouwens dat een douche-wc door zijn technologie en design niet meer ruimte in beslag neemt dan een klassieke wc? En met de verwarmde wc-zitting laat Geberit je letterlijk én figuurlijk nooit meer in de kou zitten.



WIST JE TROUWENS DAT EEN DOUCHE-WC DOOR ZIJN TECHNOLOGIE EN DESIGN NIET MEER RUIMTE IN BESLAG NEEMT DAN EEN KLASSIEKE WC?



ZELF UITTESTEN?

Nog niet helemaal overtuigd? Eén derde (34%) van de Belgen die een douche-wc in huis hebben, lieten zich overtuigen door er zelf eerst één uit te testen; in hotels, bij vrienden thuis of bij de sanitaire groothandel.

BINNENKORT KAN DAT OOK
IN MEISE, IN DE GEBERIT
SHOWROOM, WAAR IN
APRIL HET **GLOEDNIEUWE
GEBERIT AQUACLEAN
BELEVINGSCENTRUM** OPENT.
PARTICULIERE KLANTEN KUNNEN
DAAR ELK MODEL IN VOLLEDIGE
PRIVACY TESTEN. TOT DAN?!

De douche-wc's van
Geberit AquaClean zijn verkrijgbaar
bij de sanitaire groothandel.

Aanbevolen verkoopprijzen excl. BTW:

AquaClean Tuma
vanaf

€ 964,-

AquaClean Sela
vanaf

€ 2.451,-

AquaClean Mera
vanaf

€ 3.682,-



KLIK HIER OM DE
AFBEELDINGEN TE
DOWNLOADEN



PERSCONTACT

Sparkies – Julie Jadoul
jjadoul@sparkies.be – 02 346 90 85

MEER INFORMATIE IS VERKRIJGBAAR BIJ

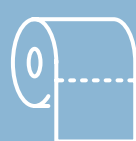
Geberit nv
Ossegestraat 24
1860 Meise

Véronique Langlois, Media & PR manager
Veronique.langlois@geberit.com

www.geberit.be
www.geberit-aquaclean.be

Over de Geberit Groep:

De wereldwijd opererende Geberit Groep is een Europese marktleider op gebied van sanitaire producten. Geberit werkt met een sterke lokale aanwezigheid in de meeste Europese landen, en biedt unieke meerwaarde op het vlak van sanitaire technologie en keramische badkamerartikelen. Het productienetwerk telt 29 productievestigingen, waarvan 6 overzees. Het hoofdkantoor van de Groep bevindt zich in Rapperswil-Jona, Zwitserland. Met om en bij de 12.000 medewerkers in een 50-tal landen, realiseerde Geberit in 2021 een netto-omzet van CHF 3,5 miljard. De Geberit-aandelen staan genoteerd op de Zwitserse beurs (SIX) en zijn sinds 2012 opgenomen in de SMI (Swiss Market Index = Zwitserse beursindex).



57%

verkiest vochtige doekjes
boven toiletpapier

