

Putzmuffel oder Saubermänner? So putzt Österreich.

Die große BIPA BI HOME-Putzstudie* räumt mit Vorurteilen auf.



Wiener Neudorf, am 03. Juni 2019 – Auch wenn Medien in der letzten Zeit anderes berichten: Österreich ist ein Land der Sauberfrauen und Saubermänner. Zumindest in den eigenen vier Wänden. Denn wenn es ums Putzen, Reinigen und Saubermachen geht, gibt es hierzulande keine halben Sachen: Ein sauberes Zuhause, in dem sie sich wohlfühlen, ist wichtig und putzen selbstverständlich. Weil es mit den richtigen Putzmitteln leichter fällt, das Zuhause sauber zu halten und auch der Spaß nicht zu kurz kommen soll, probieren die Österreicherinnen und Österreicher gerne Neues aus. BIPA präsentiert jetzt mit BI HOME eine eigene Linie von Alltagshelden. Die neue Eigenmarke rund ums Putzen, Reinigen und Saubermachen verspricht viel Leistung für wenig Geld und bringt zudem eine Extraportion Spaß mit lustigen Sprüchen und tollen Düften.

Ein sauberes Zuhause ist ein Top-Thema für die Österreicherinnen und Österreicher. Stolze 81 % geben an, dass ihnen Sauberkeit daheim „sehr wichtig“ oder „eher wichtig“ sei. Bei der konkreten Umsetzung des Wunsches nach einem saubereren Haushalt gibt es aber noch Luft nach oben: Nur rund 70 % finden, dass es im eigenen Zuhause auch tatsächlich „sehr sauber“ oder „eher sauber“ sei. Und mit den neuen BI HOME Produkten gibt es jetzt neue Motivation für ein sauberes Eigenheim.

Selbst machen oder machen lassen?

Beim Thema Putzen gibt es ganz klare Vorstellungen, welche Putztätigkeiten man lieber selbst erledigen möchte und welche man getrost an helfende Hände weiterreichen kann: So ist es beispielsweise für knapp 21 % wichtig, ihr Büro oder ihren Schreibtisch selbst zu reinigen oder aufzuräumen, während Schuhe oder Schränke nur von knapp 9 % bzw. 6 % selbst geputzt werden.

Frauen und Männer mit unterschiedlicher Sicht.

Signifikante Unterschiede gibt es beim Thema Putzen immer noch zwischen den Geschlechtern. So ist der Wunsch, den Haushalt den eigenen Vorstellungen entsprechend zu reinigen, bei den weiblichen Befragten bis zu drei Mal höher als bei Männern. Die haben es zwar auch gerne sauber in den eigenen vier Wänden, legen den Staubsauger oder Putzfelzen aber offenbar wesentlich leichter in andere Hände.

50:50 ist die Aufteilung bei nur knapp der Hälfte.

Auch bei der gerechten Verteilung der Aufgaben im Haushalt gibt es nach wie vor Aufholbedarf. Nur 46 % geben an, sich die Reinigungsaufgaben im Haushalt zu teilen. Und wenn es darum geht, wer im Haushalt häufiger den Staubsauger durch die Wohnung schwingt oder mit Wischmop und Staubtuch unterwegs ist, dann sind das mit 59 % eindeutig die weiblichen Befragten.

Richtiges Putzmittel als Erfolgsfaktor.

Die richtigen Putz- und Reinigungsmittel sind für das Putzergebnis für 55 % entscheidend. Da ist sich die Mehrheit einig. Ebenso, wie darüber, dass man Sauberkeit riechen können sollte. Denn rund 70 % freuen sich darüber, wenn es nach dem Putzen in der Wohnung sauber duftet. Natürliche Gerüche sind mit 50 % Zustimmung die eindeutigen Favoriten. Chemischer Putzmittelgeruch findet hingegen mit 11 % nur wenige Freunde. Die neuen BI HOME Produkte treffen den Duftwunsch der heimischen Bevölkerung: Pfirsich, Zitrone, Himbeere, Limette, Lemongrass, Vanille oder Gletscherfrische – mit den neuen BI HOME Produkten wird jedes Zuhause zur Duftoase.

Markenartikel oder Eigenmarke? Der Preis entscheidet!

Ob Markenartikel oder Eigenmarke: Wenn es um den Kauf von Putz- und Reinigungsmitteln geht, ist für 71 % der Preis das wichtigste Entscheidungskriterium. Dabei outen sich nur 17 % der Befragten als klare Fans von Markenartikeln, während jeder Fünfte eher Eigenmarken bevorzugt. Die überwiegende Mehrheit mit 50 % setzt auf einen Mix aus beidem und es gibt viele Käuferinnen und Käufer, die gerne Neues ausprobieren. Da kommen die BIPA Alltagshelden der neuen Eigenmarke BI HOME Eigenmarke genau richtig.



BI HOME, die neue BIPA Eigenmarke.

„BIPA kommt der Lust der Österreicherinnen und Österreicher nach einem gepflegten Zuhause, in dem man sich wohlfühlt, und der Freude an Sauberkeit mit neuen Produkten und Angeboten nach. Mit BI HOME präsentieren wir eine neue Eigenmarke für alle, die Wert auf ein reines und schönes Zuhause legen. BI HOME, das ist eine kontinuierlich wachsende Palette von wirksamen Haushalts- und Reinigungsprodukten in praktischen Verpackungen: Reinigen, Waschen, Papier und Haushalt sind die vier großen Bereiche, in denen Haushaltshelfer von BI HOME zu Alltagshelden werden und für mehr Abwechslung und ansprechenden Geruch bei der Hausarbeit sorgen.“, so BIPA Geschäftsführer Thomas Lichtblau.

BI HOME spricht für sich.

„Hohe Wirksamkeit, ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis und Emotionen stehen dabei im Mittelpunkt: BI HOME möchte zeigen, dass Saubermachen auch Spaß machen kann. Und der beginnt bei BI HOME schon beim Einkaufen: Mit Verpackungen, die mit moderner Gestaltung und vielen abwechslungsreichen, humorvollen Sprüchen Kundinnen und Kunden ein Lächeln aufs Gesicht zaubern. So wünschen sich z.B. die neuen Müllsäcke „Restl in Peace“ und das neue Toilettenpapier verspricht „Ruhe ist ein Ort, der nach Vanille duftet“. Viel Spaß beim Putzen und Saubermachen ist mit den neuen BIPA Haushaltshelfern also vom Start weg inkludiert!“, so BIPA Geschäftsführer Michael Paterno.

*Die Studie wurde von BIPA beauftragt und von Marketagent.com für Österreich umgesetzt. Im Rahmen der repräsentativen Befragung wurden zwischen 10. Mai und 15. Mai 2019 1000 Personen zwischen 18 und 69 Jahren befragt.

Credits zum übermittelten Bildmaterial

Fotos zum Download unter <https://we.tl/t-qbwO2bHJGQ>

Fotocredits: BIPA Parfümerien GmbH, Abdruck zu PR-Zwecken honorarfrei

Über BIPA

BIPA Parfümerien Gesellschaft m.b.H, mit Sitz in Wiener Neudorf, ist Teil der REWE International AG und mit rund 600 Filialen einer der größten Drogerie-Fachhändler Österreichs.

BIPA ist eine preisstarke, moderne Drogerie für alles rund um Pflege, Schönheit und Wohlbefinden und begeistert mit Produkten für Beauty, Haare, Duft, Zahnpflege und Baby. BIPA bietet seinen KundInnen über 15.000 internationale Markenartikel sowie Eigenmarken wie BI CARE, BI HOME, bi good, LOOK BY BIPA, BABYWELL und BI STYLED.

Vor fast 40 Jahren gegründet, ist BIPA heute nicht nur das bekannteste Unternehmen im österreichischem Drogeriefachhandel, sondern auch das unangefochtene Lieblingsunternehmen bei rund 3,3 Millionen treuen StammkundInnen. Als Partner des jö Bonusclubs bietet BIPA seinen StammkundInnen ein ganz besonderes Programm mit attraktiven Angeboten und zahlreichen Vorteilen.

Das Unternehmen beschäftigt österreichweit über 4.000 MitarbeiterInnen in rund 600 Filialen. Ob Berufs-, Quer- oder WiedereinsteigerInnen: Hochwertige Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten bilden einen zentralen Bestandteil der Unternehmensstrategie und ermöglichen so individuelle Karrierewege. Mit einem Frauenanteil von 98% setzt BIPA umfangreiche Maßnahmen, um alle MitarbeiterInnen bei der Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu unterstützen. Im Jahr 2016 hat BIPA vom Bundesministerium für Familien und Jugend erneut die Auszeichnung als familienfreundlicher Arbeitgeber erhalten.

Online Shop: www.bipa.at | Facebook: www.facebook.com/BIPA und www.facebook.com/BIPAKarriere | YouTube: www.youtube.com/bipa | Instagram: www.instagram.com/bipa | Twitter: www.twitter.com/bipa

Rückfragehinweis:

Team Media Relations REWE International AG

REWE International AG, Industriezentrum NÖ-Süd, Straße 3, Objekt 16, A-2355 Wiener Neudorf

Tel.: +43 2236 600 5265, E-Mail: mediarelations@rewe-group.at