



© Düring/Claudia Link (2)

# Im Frühjahr wird heftigst geputzt

Laut Studie von Marketagent.com im Auftrag der Düring AG machen rd. 74 Prozent der Österreicher einen Frühjahrsputz.

••• Von Christian Novacek

**D**er Frühjahrsputz ist ein erster Peak für die Wasch- und Reinigungsmittelbranche. durgol, der Marktführer in Sachen Entkalkung (50,6% Marktanteil im Segment, Wert), hat rechtzeitig vor dem Großreinemachen mit Marketagent.com eine Studie erstellt, welche die Putzgewohnheiten der Österreicher, Deutschen und Schweizer vergleicht – und zum Teil

Erstaunliches zutage gebracht. Demnach ist Putzen zwar nicht gerade das gesellige Spaßprogramm, das es vielleicht einmal sein wird, aber der Hauptzweck, also die Reinigung, ist nicht aller Putzfeen primärer Antrieb. „Ein sauberes Zuhause zu haben, rangiert erst an dritter Stelle der Beweggründe für den Frühjahrsputz“, berichtet Andreas Hunte, Director Marketing und Mitglied der Geschäftsführung der Düring AG (Marke: durgol). Viel wichtiger ist den Österreichern –

nämlich 51,4% von 2.400 Befragten – das „gute Gefühl danach“. Und nach dem Gefühl danach kommt für 41,9% das „Ausmisten“ an zweiter Stelle, also das Platz schaffen für Neues.

## Blitzblank in zehn Stunden

Die Schmutzbeseitigung allein bietet letztlich für 38,9% der Österreicher ausreichend Motivation, um den Putzjetzen zu wringen – das aber durchaus heftig: Jeder fünfte Österreicher nimmt sich mehr als zehn Stun-

den für das Großreinemachen Zeit, weitere 35,5% planen immerhin sechs bis zehn Stunden dafür ein.

Damit liegen die Österreicher klar vor den Deutschen, die sich mit zumeist zwei bis fünf Stunden vergleichsweise kurz halten (59%); lediglich jeder zehnte Deutsche investiert über zehn Stunden. Gesellige 44,8% der Österreicher putzen dabei auch gern zu zweit, während 45,3% lieber konzentriert allein zu Werke gehen. Bei einer auf