

Medieninformation

Anna-Laura Adelfinger
Kaltwasser Kommunikation
+49 911 530 630
aeg@kaltwasser.de

Neue AEG Studie zeigt: Europa wäscht häufiger bei 30°C und reduziert so den CO2-Ausstoß

Nürnberg, 08. August 2023

35 Millionen europäische Haushalte haben ihre Temperatureinstellung beim Wäschewaschen seit 2020 verringert. Diese Zahl geht aus dem aktuellen Truth about Laundry-Report von AEG hervor, der dabei auf Daten aus drei Jahren Forschung zurückgreift. Mit der Reduzierung auf 30°C konnte umgerechnet fast eine Million CO2-Äquivalent eingespart werden – das entspricht einem Wert von ca. 37 Millionen neu gepflanzten Bäumen und zeigt, dass Verbraucher:innen ohne größeren Aufwand einen wichtigen Teil zu einem nachhaltigeren Leben leisten können.

Die neue AEG Studie, die die umfangreichste ihrer Art zu Waschgewohnheiten in Europa ist, zeigt, dass sich seit langem bestehende Waschgewohnheiten zugunsten der Umwelt ändern, da Verbraucher:innen versuchen, Energiekosten zu sparen:

- 35 Millionen europäische Haushalte sind seit 2020 auf 30°C-Wäsche umgestiegen; über 14 Millionen davon in den letzten zwölf Monaten.
- Durch die Umstellung auf 30°C konnten schätzungsweise mehr als 952.000 Tonnen CO2-Äquivalent eingespart werden.¹
- 44 Prozent der Haushalte waschen nun hauptsächlich bei 30°C oder weniger, verglichen mit noch 35 Prozent vor drei Jahren.
- Wenn sich der Trend fortsetzt, wird der größte Teil Europas bis zum Jahr 2025 zu einer 30°C-Waschzone werden.
- 86 Prozent aller Haushalte haben in den letzten zwölf Monaten versucht, ihren Energieverbrauch zu senken, und mehr als die Hälfte (56 Prozent) hat speziell die Art und Weise, wie sie ihre Wäsche wäscht, geändert.

Veränderte Waschgewohnheiten reduzieren Energieverbrauch und schonen die Umwelt

Die Sorge um Energiekosten beschäftigt viele der Befragten. 83 Prozent der Erwachsenen machen sich mehr Gedanken über den Energieverbrauch von Geräten als je zuvor. 58 Prozent geben außerdem an, dass die Energieeffizienz beim Kauf eines Gerätes eine wichtige Rolle spielen wird. Um die Energiekosten zu senken, waschen 43 Prozent nun häufiger volle Ladungen. 31 Prozent tragen Kleidung zwischen dem Waschen häufiger, 29 Prozent waschen häufiger nachts und 30 Prozent nutzen vermehrt Eco-Einstellungen, viele von ihnen zum ersten Mal.

„Der neueste Report des Zwischenstaatlichen Ausschusses für Klimaänderungen (IPPC) kommt zu dem Schluss, dass dringende Maßnahmen gegen den Klimawandel eine lebenswerte Zukunft für alle sichern können. Das Zeitfenster, um zu handeln, schließt sich allerdings

¹ 27,2 Kilogramm CO2-Äquivalent werden jedes Jahr bei der Umstellung von 40°C auf 30°C eingespart – Electrolux, The Truth about Laundry 2021

Electrolux Hausgeräte GmbH
Fürther Straße 246
90429 Nürnberg
+49 911 323 0

www.electroluxgroup.com
www.aeg.de
newsroom.electrolux.com

Sitz der Gesellschaft: Nürnberg |
Geschäftsführung: Michael Geisler
Aufsichtsratsvorsitzender: Dr. Peter Greiner
Registergericht: HRB 20603 |
USt-IdNr: DE 811117185

schnell“, erläutert Sara Schaefer, Vice President Sustainability Europe bei der Electrolux Group. „Unsere jüngsten Untersuchungen, die Daten aus den letzten drei Jahre auswerten, zeigen, dass Konsument:innen ihr Verhalten positiv verändern. Das sollte uns allen Hoffnung geben, dass wir den Klimawandel gemeinsam bekämpfen können. Aber wir alle müssen noch viel mehr tun, wenn wir erfolgreich sein wollen.“

Fünf Schritte, mit denen Verbraucher:innen etwas verändern können

AEG empfiehlt fünf kleine Schritte bei der Wäschepflege, die Konsument:innen umsetzen können und die gemeinsam einen großen Unterschied für unseren Planeten bedeuten:

1. **Mach 30°C zum neuen 40°C:** So oft wie möglich. 52 Prozent der Europäer:innen waschen immer noch bei 40°C oder höheren Temperaturen.
2. **Wähle energieeffiziente Geräte:** Sie reduzieren den Energieverbrauch und sind ressourcenschonend. Das spart Geld und schont die Umwelt.
3. **Überspringe eine Wäsche, frische stattdessen auf:** 62 Prozent der Europäer:innen geben an, dass der Hauptgrund für das Waschen ihrer Kleidung darin besteht, Gerüche zu beseitigen. Und rund ein Viertel der Erwachsenen (23 Prozent) nennen als Hauptgrund, dass sie gerne frisch gewaschene Wäsche tragen. Neue Technologien ermöglichen das Auffrischen von Kleidung durch Dampf und das Entfernen von Gerüchen durch die Zugabe von Duftstoffen. Die weiteren großen Vorteile von Dampf sind das Einsparen von Wasser und – für diejenigen, die keine Zeit zum Bügeln haben – die Reduzierung von Falten.
4. **Schöpfe das Potential der Geräte aus:** Ein müheloser Weg für Konsument:innen, Kosten zu sparen und die Umwelt zu entlasten, besteht darin, mehr über die Einstellungen ihrer Geräte zu erfahren. 22 Prozent der Befragten gaben an, nie die Bedienungsanleitung ihres Gerätes gelesen zu haben. Im Durchschnitt nutzen Verbraucher:innen nur drei der angebotenen Wascheinstellungen. Das bedeutet, dass ein Großteil des technologischen Fortschritts ungenutzt bleibt.
5. **Fange klein an, wasche volle Ladungen:** 43 Prozent der Europäer:innen waschen aus Sorge um die Energiekosten immer häufiger volle Ladungen. Vor dem Waschen zu prüfen, ob die Maschine voll ist, ist ein kleiner und relativ einfacher Schritt, der die Ressourcen schont und die Kosten senkt.

„Die positiven Veränderungen, die wir im Bereich der Wäschepflege beobachten, sind vielfältig“, erklärt Schaefer. „Millionen von Menschen in ganz Europa nehmen kleine Veränderungen vor, die sich zu großen Unterschieden summieren. Das ist der Weg, auf dem wir uns befinden, und je mehr Menschen mitmachen, desto größer ist die Chance, dass wir eine lebenswerte Zukunft schaffen, die wir uns alle wünschen.“

AEG arbeitet dabei kontinuierlich daran, den kompletten Produktlebenszyklus nachhaltiger zu gestalten, etwa bei der Entwicklung von innovativen Technologien oder Produkten, bei der Verarbeitung von recycelten Materialien oder bei der Verwendung von plastikfreien Verpackungen. Viele der Geräte werden außerdem in Zero Landfill-Produktionsstätten hergestellt, in denen keine Abfälle für die Mülldeponie anfallen. Im Rahmen der diesjährigen **IFA (01.-05.09.2023)** präsentiert die Marke AEG ihre **neue EcoLine** – eine einzigartige Gerätekollektion der ressourceneffizientesten Modelle, die Verbraucher:innen u.a. bei einer nachhaltigen Wäschepflege unterstützen.

Informationen für Journalisten

Truth about Laundry-Report

Der Truth about Laundry-Report – die Ressourceneffizienz Edition 2023 – ist die dritte Studie in Folge der Premium-Hausgerätemarke AEG. Jedes Jahr werden die Antworten von bis zu 14.000 Erwachsenen aus ganz Europa ausgewertet und 1,4 Millionen reale Waschzyklusdaten aus vernetzten Geräten analysiert.

2020 stellte AEG Erkenntnisse über das Waschverhalten während der Pandemie vor und veröffentlichte eine neue wissenschaftliche Studie, die das Einsparen von CO₂-Äquivalent beim Reduzieren der Temperatur von 40°C auf 30°C hervorhob. Auch im Jahr 2021 wurden wichtige Verhaltensweisen beobachtet und gleichzeitig Erkenntnisse über das Verständnis der Verbraucher:innen für Mikroplastik in Kleidung vermittelt und darüber, was getan werden kann, um die Freisetzung von Mikroplastik in die Gewässer der Erde zu verringern.

Methodik der Datenerhebung

Die Studienergebnisse basieren auf quantitativen Daten von 14.000 Erwachsenen aus 14 europäischen Märkten. OnePoll, ein auf Umfragen spezialisiertes Marktforschungsunternehmen, führte die Studie in Zusammenarbeit mit AEG und ihren Partnern durch. Die Umfrage wurde zwischen dem 20. Dezember 2022 und dem 16. Januar 2023 durchgeführt, dabei wurden Daten in Belgien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Niederlande, Norwegen, Polen, Portugal, Spanien Schweden und der Schweiz erhoben.

Die Daten wurden für jedes Land gewichtet, um eine genaue Darstellung nach Alter, Familienstand, Einkommen/Sozialschicht, ethnischer Herkunft und Religion zu gewährleisten. Bei einer Statistik von 50 Prozent beträgt die Fehlerspanne bei einer Stichprobe von 1.000 Befragten $\pm 3,1$ Prozent. Bei kleineren oder größeren Statistiken sinkt die Fehlerspanne auf 1,9 Prozent für eine Statistik von 10 Prozent oder 90 Prozent. Das basiert darauf, dass alle Länder 1.000 Befragte pro Markt haben. Dank dieser geringen Fehlerspanne sind die Daten sehr zuverlässig.

Der gesamten Truth about Laundry-Report 2023 steht hier zur Verfügung:
<https://www.aeg.de/tal2023>



Über AEG

Wir sind AEG. Wir definieren neu, was Sie von Ihren Haushaltsgeräten erwarten können. Deshalb hinterfragen wir die Grenzen des Alltags immer wieder. Seit unseren Anfängen in Berlin 1887 haben wir uns nie mit „gut genug“ zufriedengegeben. Wir setzen auf verantwortungsbewusste Innovationen, die sich heute abheben und dabei helfen, eine bessere Zukunft zu gestalten. AEG ist Teil der Electrolux Group, einem weltweit führenden Hausgerätehersteller, der in ca. 120 Märkten jährlich etwa 60 Millionen Haushaltsgeräte verkauft. Die Electrolux Group erzielte 2022 einen Gesamtumsatz von 135 Milliarden SEK (ca. 12,1 Mrd. EUR) und beschäftigte weltweit 51.000 Menschen. Weitere Informationen finden Sie unter: www.aeg.de