

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung



Haushaltsreport 2015

claro[®]

SWV – Short Web Version
Wien, im Februar 2015



Umfrage-Basics | Studiensteckbrief:

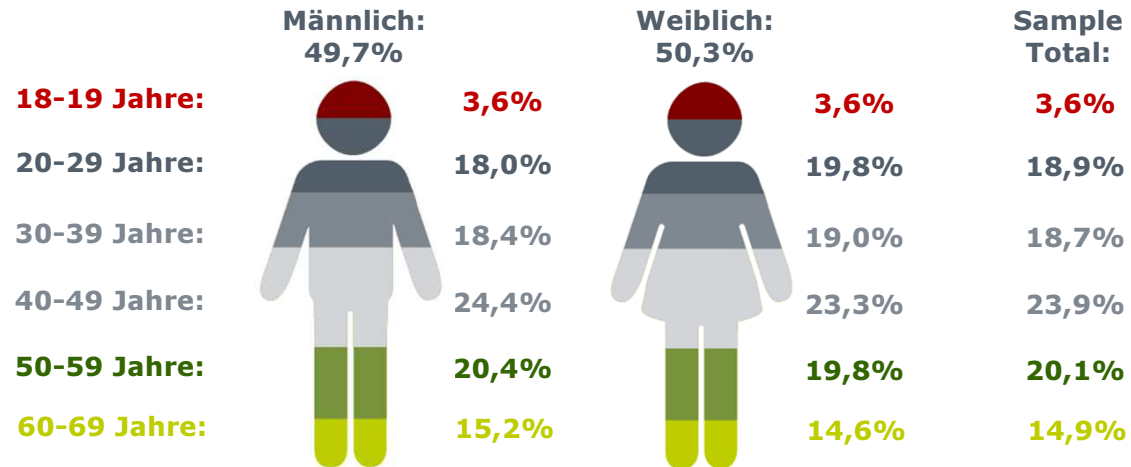
- **Methode:** Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- **Instrument:** Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- **Respondenten:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 18 und 69 Jahren
- **Sample-Größe:** n = 526 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- **Erhebungszeitraum:** 16.12.2014 – 07.01.2015
- **Screening:** Alter
- **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 18 und 69 Jahren
- **Incentives:** geldwerte Bonuspunkte
- **Umfang:** 29 geschlossene Fragen
- **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Sophie Prenner
- **Kontakt:** s.prenner@marketagent.com



claro

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Zusammensetzung des Samples in der Kernzielgruppe (n=503):

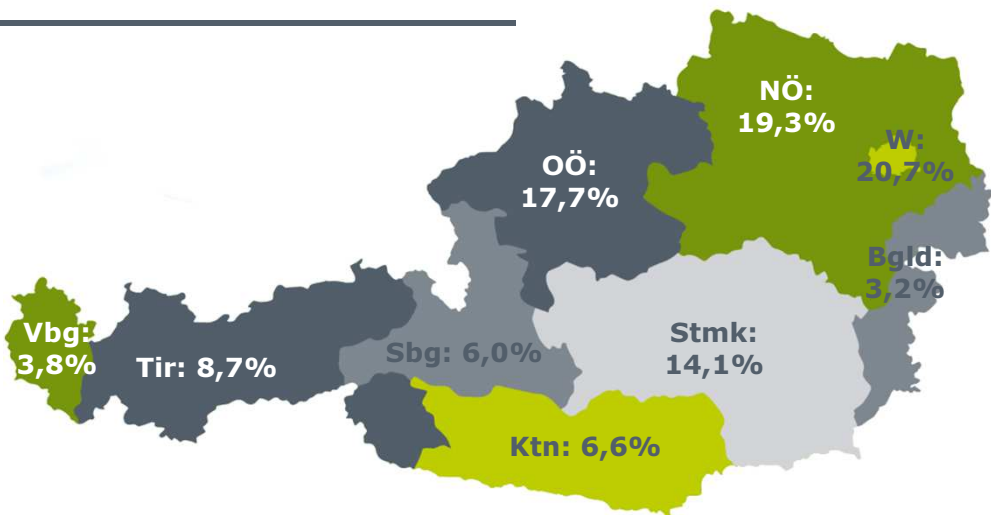


Ausbildungsniveau:

Allg. Pflichtschule: 23,3%

Lehre/ Fachschule: 47,1%

Matura/ Uni: 29,6%



claro

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

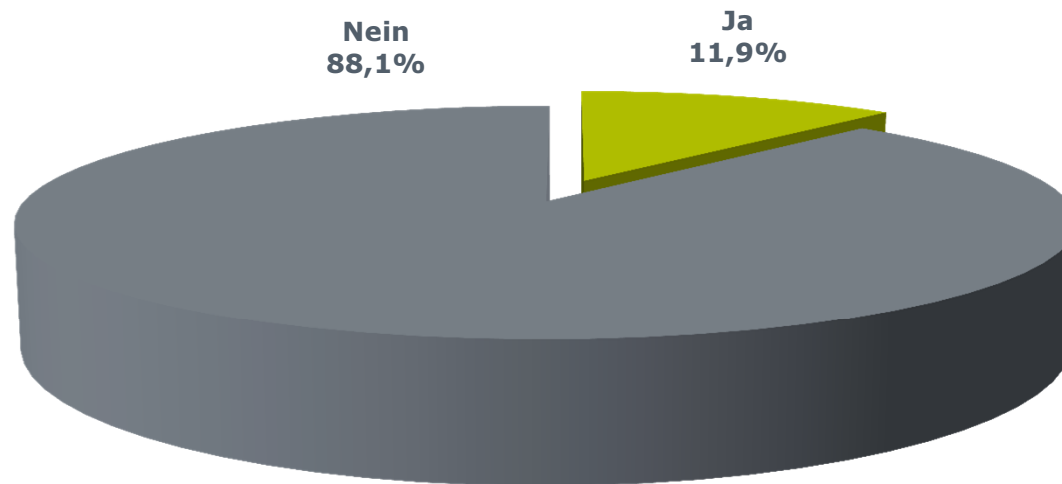


Haushaltsführung



Jeder Achte beschäftigt eine Reinigungskraft.

Beschäftigung einer Reinigungskraft/ Haushaltshilfe



n=503



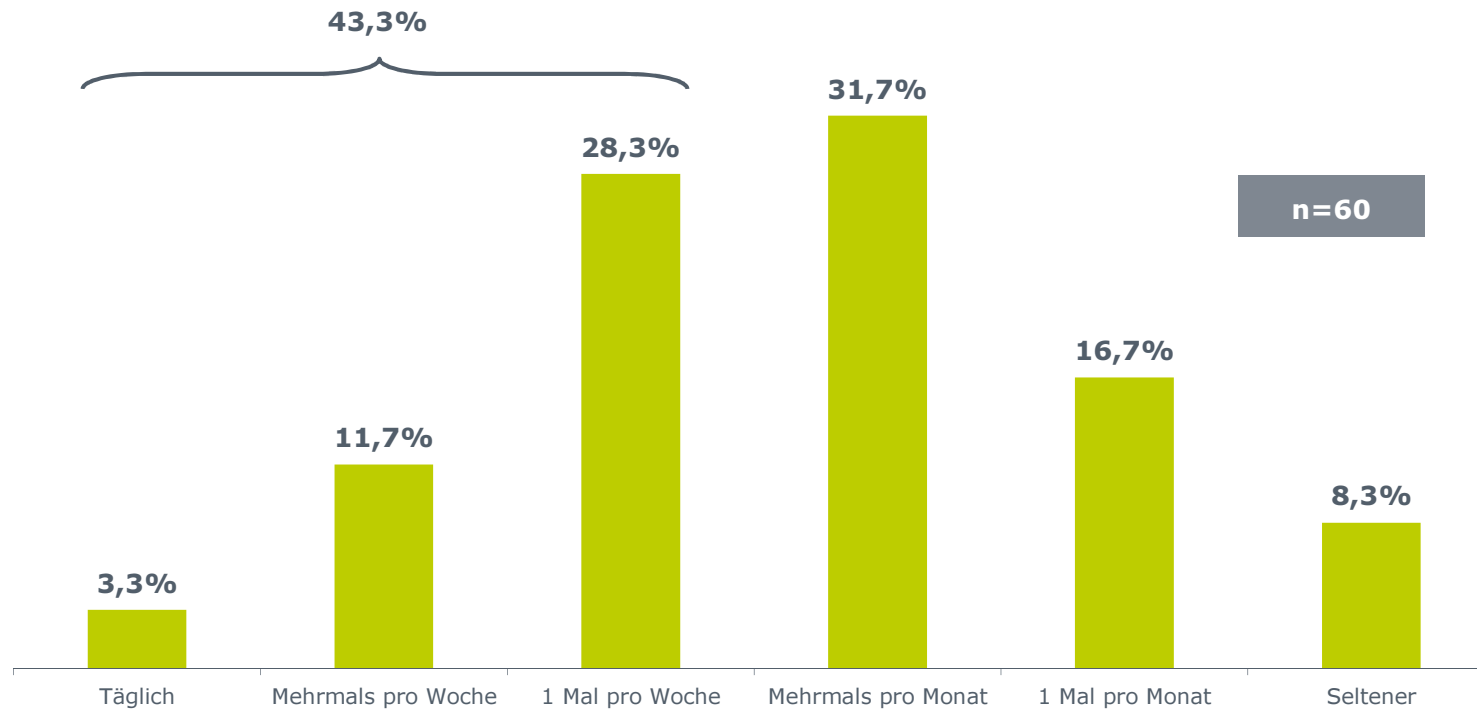
Ist bei Ihnen im Haushalt eine Reinigungskraft/Haushaltshilfe zumindest stundenweise beschäftigt?

claro

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Bei 43% kommt die Haushaltshilfe zumindest 1 Mal pro Woche.

Häufigkeit, mit der man eine Reinigungskraft/ Haushaltshilfe nutzt



(Basis: Respondenten haben eine Haushaltshilfe/ Reinigungskraft)

Wie häufig kommt Ihre Reinigungskraft/ Haushaltshilfe zu Ihnen nach Hause?

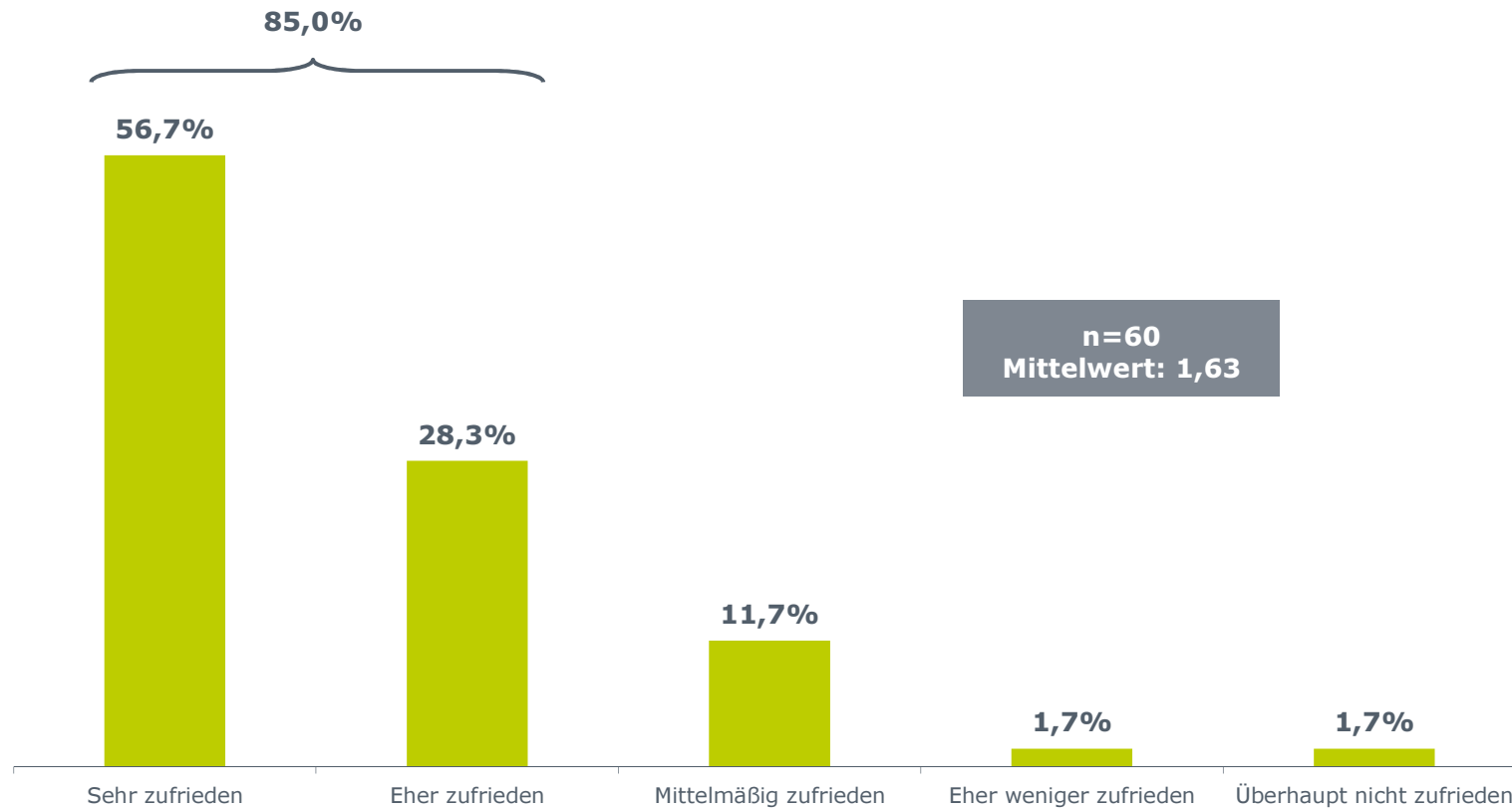


claro

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

85% sind mit ihrer Haushaltshilfe (eher) zufrieden.

Zufriedenheit mit der Reinigungskraft/ Haushaltshilfe



(Basis: Respondenten haben eine Haushaltshilfe/ Reinigungskraft)

Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer Reinigungskraft/ Haushaltshilfe alles in allem?

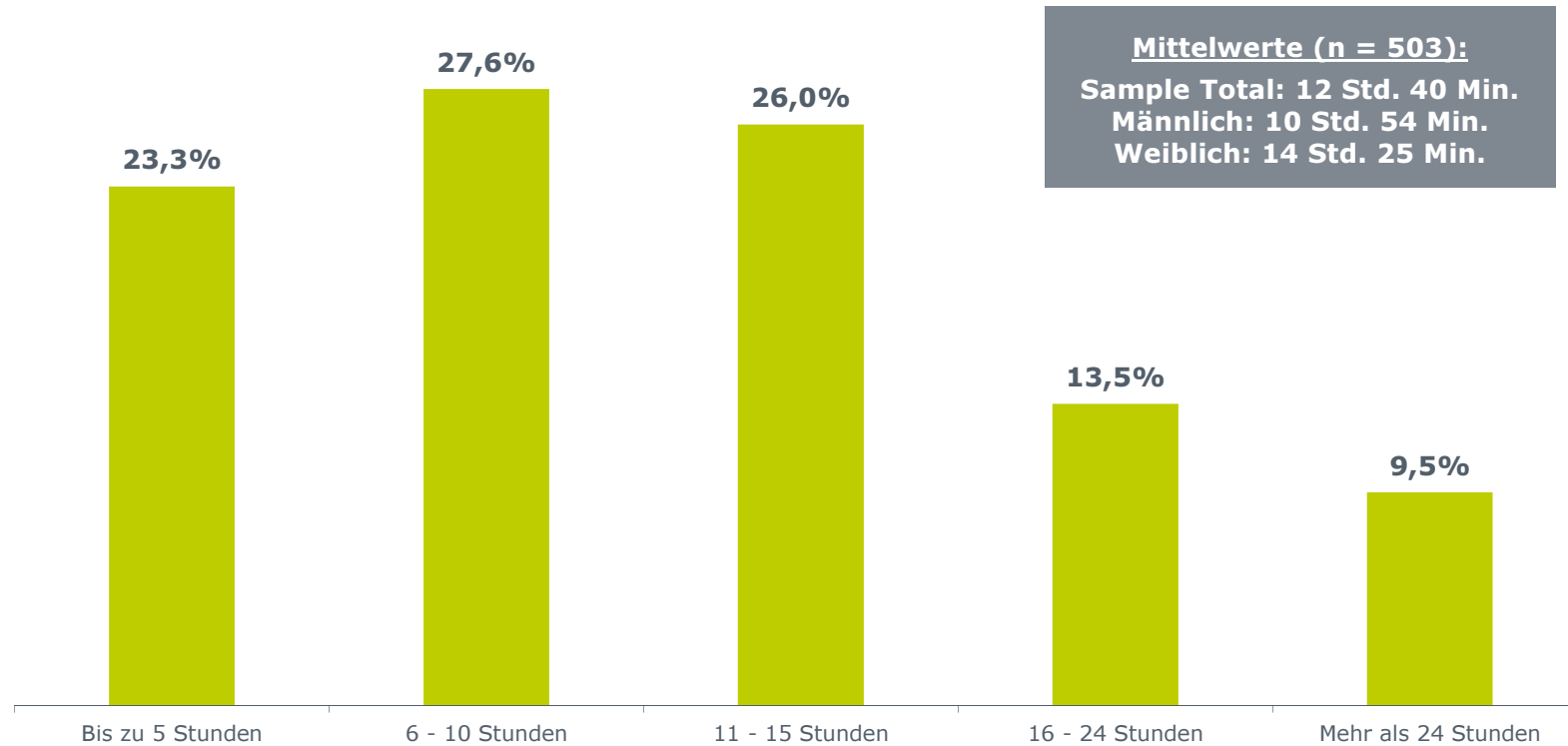


claro

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Im Mittel widmet man wöchentlich 12 Stunden und 40 Minuten dem Haushalt.

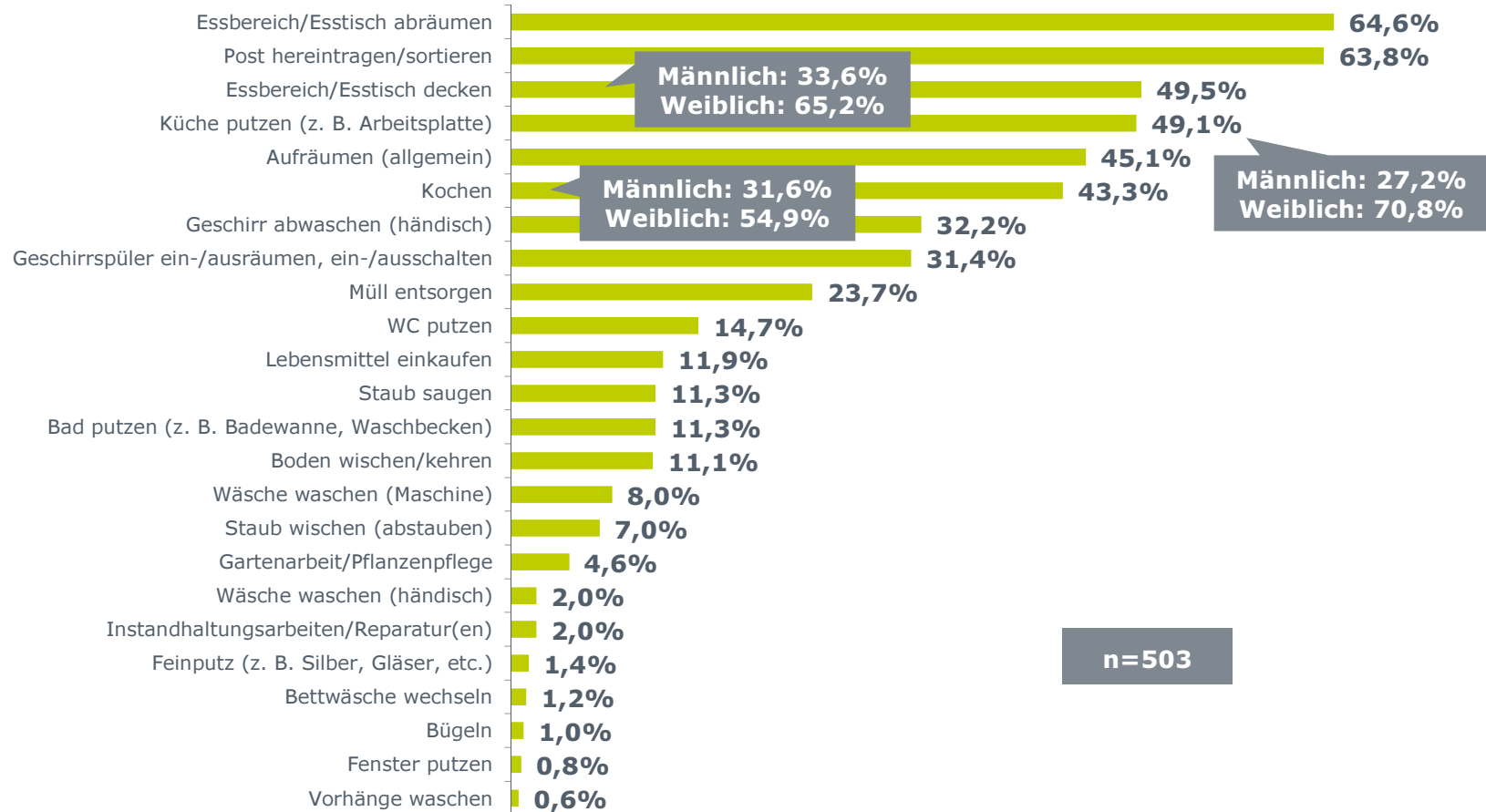
Aufwand für Haushaltstätigkeiten pro Woche



[...] Wie viel Zeit wenden Sie persönlich durchschnittlich für Aufgaben und Tätigkeiten in Ihrem Haushalt auf? [...]

6 von 10 räumen täglich den Essbereich ab und/oder beschäftigen sich mit der Post.

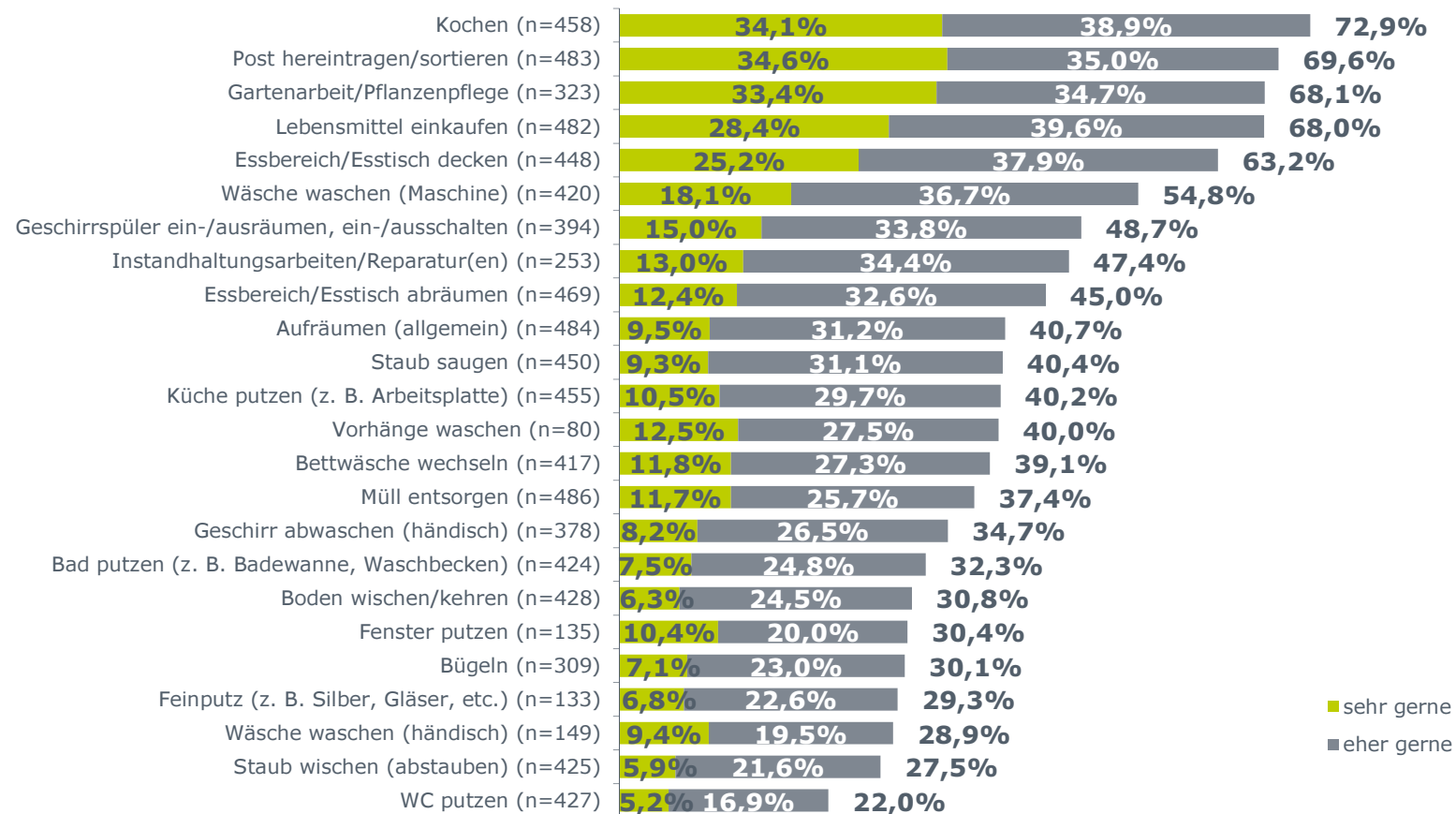
Bewertet mit "täglich"



Wie oft führen Sie persönlich die angeführten Haushaltstätigkeiten durchschnittlich aus?

Die Lieblings-Haushaltstätigkeiten der Österreicher:

Top-2-Box: bewertet mit „sehr/ eher gerne“ (5-stufige Skalierung)



(Basis: Respondenten führen die jeweiligen Haushaltstätigkeiten zumindest 1 Mal pro Monat aus)

Und wie gerne führen Sie persönlich die folgenden Haushaltstätigkeiten im Allgemeinen aus? [...]

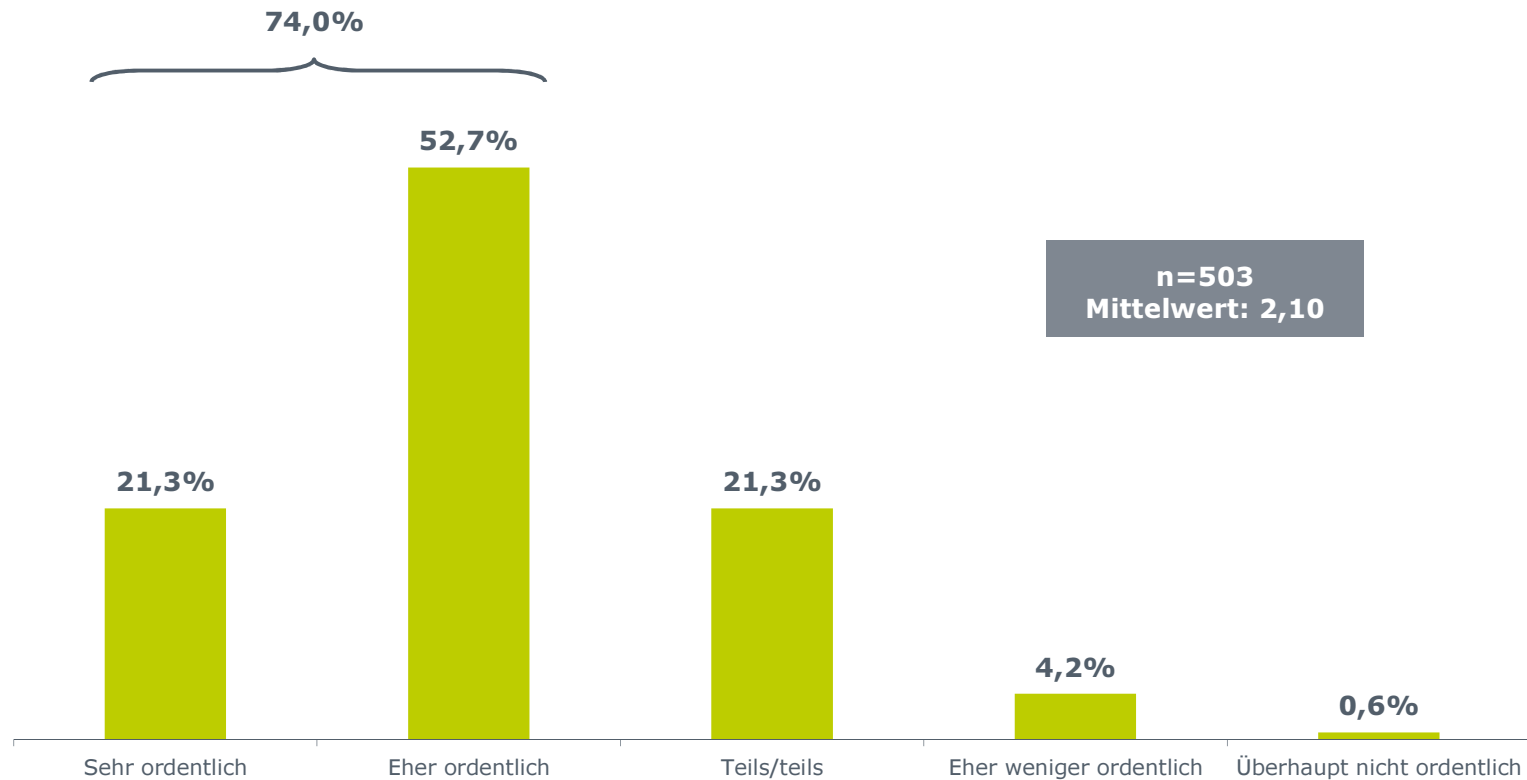


claro

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Knapp 3/4 beurteilen ihren Haushalt als (eher) ordentlich.

Ordnung im Haushalt



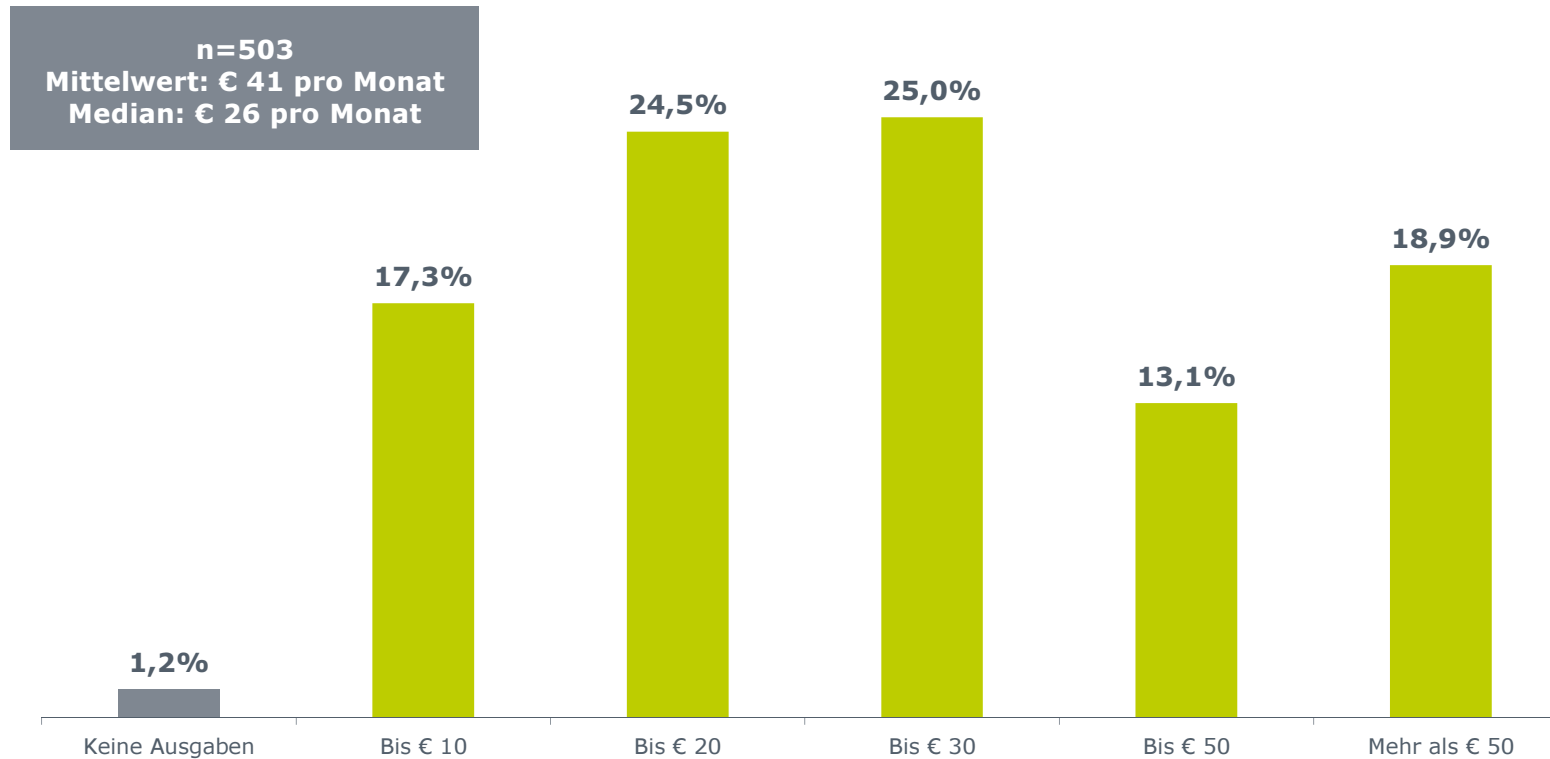
claro

Als wie ordentlich beurteilen Sie Ihren Haushalt alles in allem?

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Im Mittel gibt man monatlich 41 Euro für Putzmittel und Reinigungsutensilien aus.

Monatliche Ausgaben für Putzmittel und Reinigungsutensilien



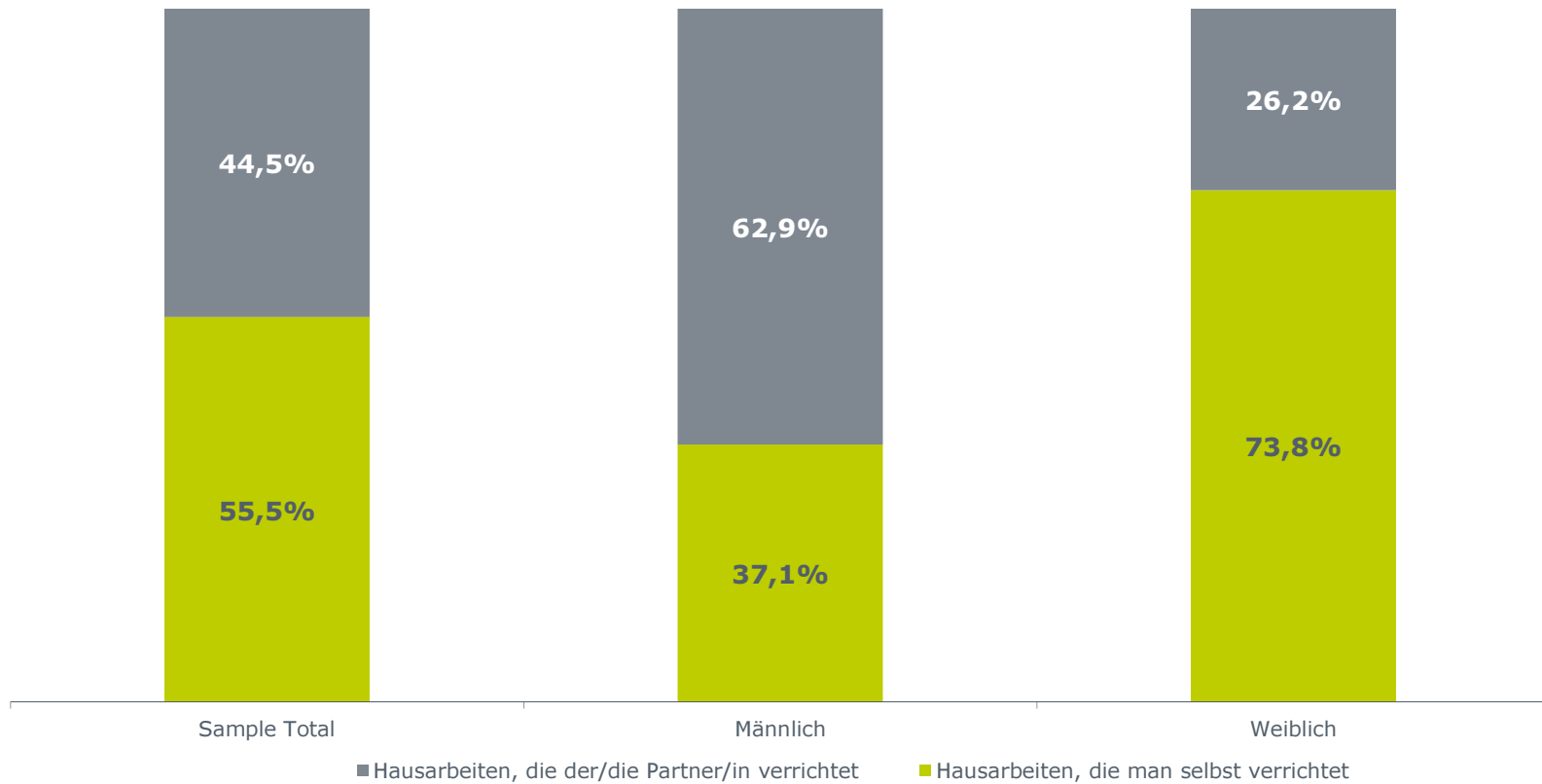
Wie viel Geld geben Sie für Putzmittel und Reinigungsutensilien (z. B. Waschmittel, Putztücher, WC-Reiniger) im Durchschnitt aus? [...]

claro

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Verteilung der Aufgaben und Tätigkeiten im Haushalt:

Verteilung der Aufgaben zwischen Partnern (Mittelwerte, n = 358)



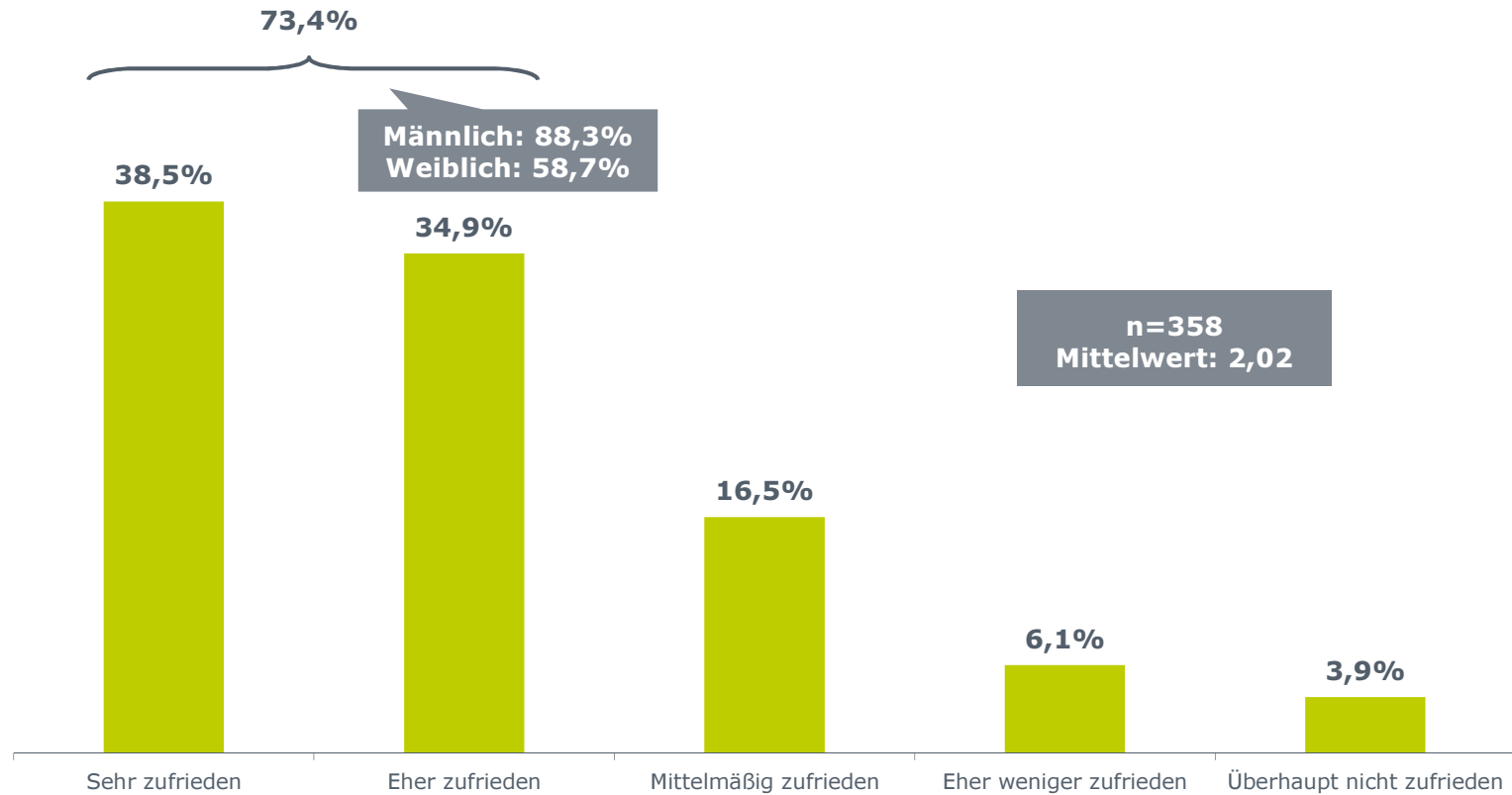
(Basis: Respondenten leben in einem Paar- oder Familienhaushalt mit Kindern)

Wie verteilt sich die Erledigung von Aufgaben und Tätigkeiten in Ihrem Haushalt zwischen Ihrem Partner/Ihrer Partnerin und Ihnen? [...]



73% sind mit der Aufteilung der Hausarbeit in ihrem Haushalt (eher) zufrieden.

Zufriedenheit mit der Aufteilung der Hausarbeit im Haushalt



(Basis: Respondenten leben in einem Paar- oder Familienhaushalt mit Kindern)

Und wie zufrieden sind Sie ganz allgemein mit der derzeitigen Aufteilung der Hausarbeit in Ihrem Haushalt?



claro

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

So schätzt man die Verteilung in Österreich ein: Frauen erledigen 3/4 der anfallenden Hausarbeit.

Aufteilung der Aufgaben und Tätigkeiten im Haushalt (Mittelwerte)



n=503



Wie verteilt sich Ihrer Ansicht nach die Erledigung von Hausarbeiten in österreichischen Haushalten zwischen Männern und Frauen? [...]

claro

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

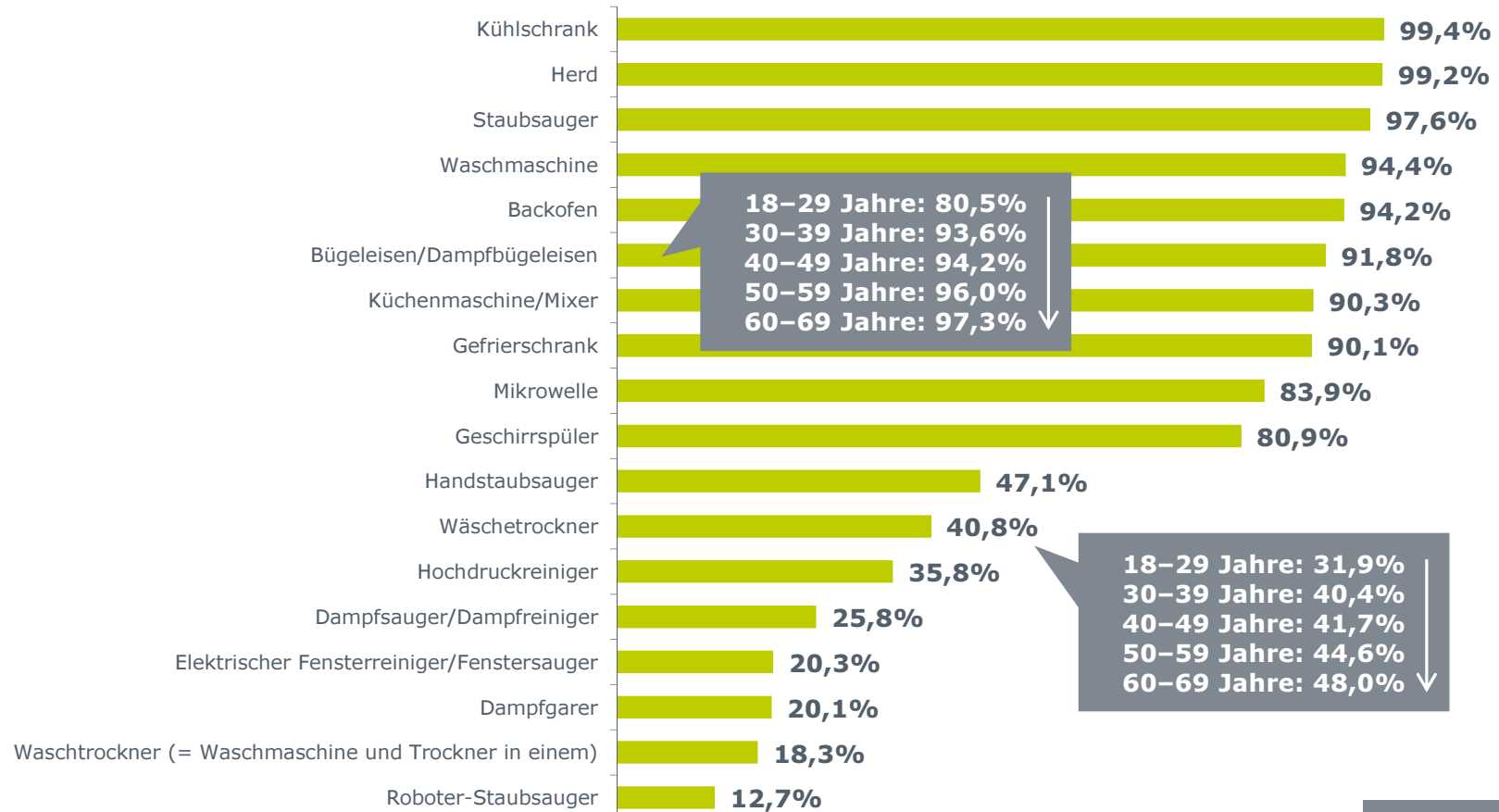


Haushaltsgeräte



Diese Haushaltsgeräte besitzt Österreich:

Bewertet mit "ja, gibt es im Haushalt"



n=503

[...] Welche der folgenden Haushaltsgeräte gibt es in Ihrem Haushalt? [...]

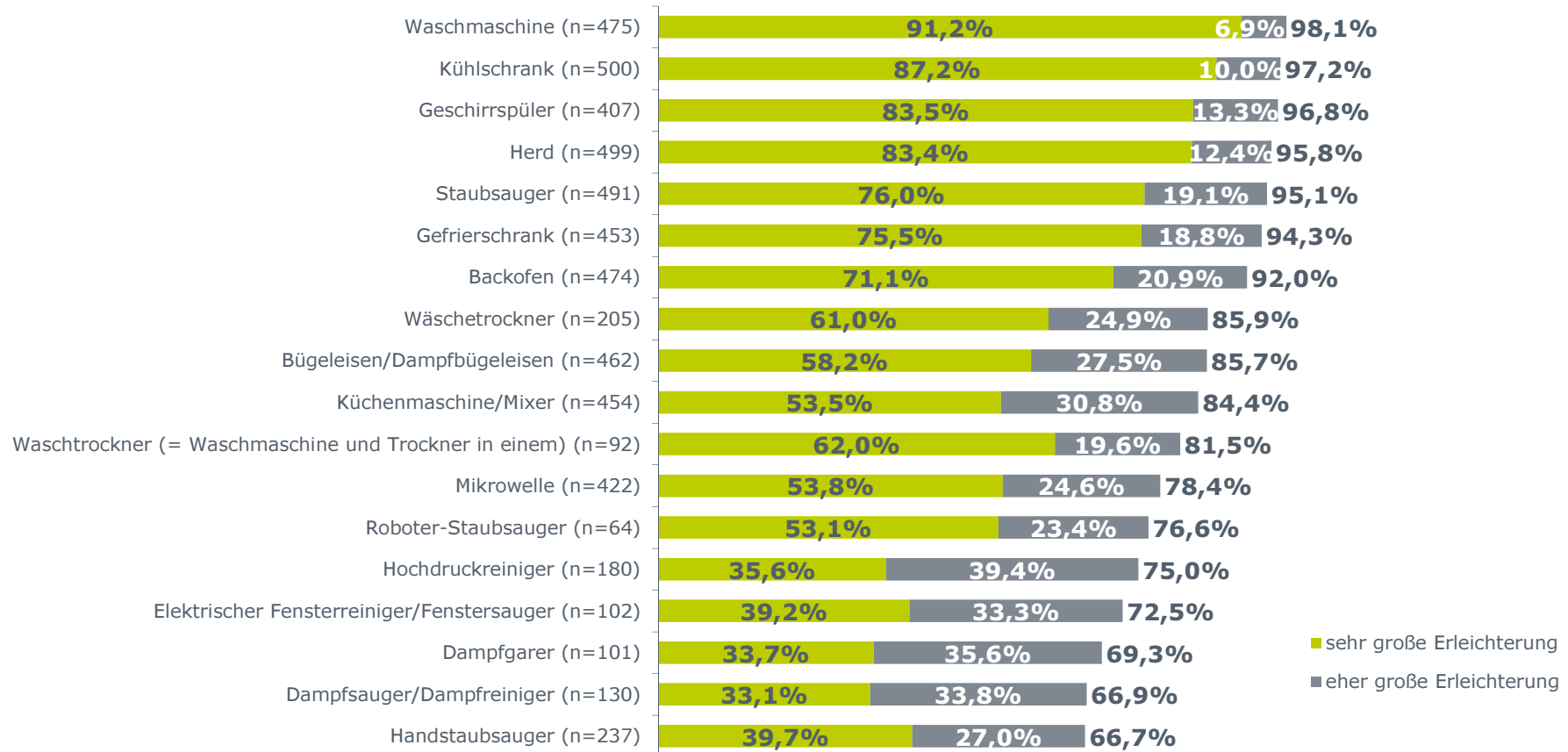


claro

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Erleichterung durch folgende Haushaltsgeräte:

Top-2-Box: bewertet mit „sehr/ eher große Erleichterung“ (5-stufige Skalierung)



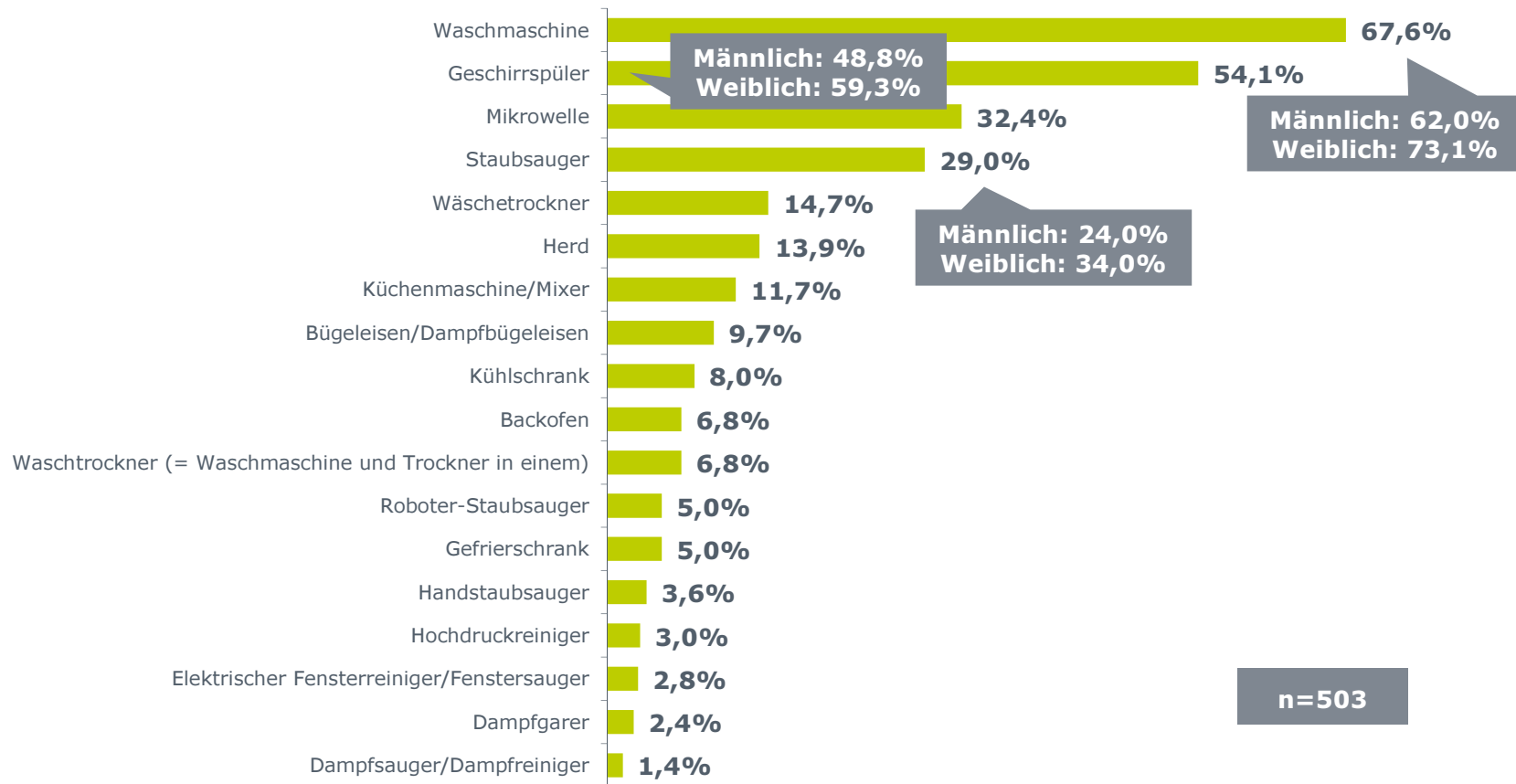
(Basis: Respondenten besitzen das jeweilige Haushaltsgerät)

Wie hoch empfinden Sie die Erleichterung durch die Haushaltsgeräte, die es in Ihrem Haushalt gibt? [...]



Waschmaschine und Geschirrspüler sparen am meisten Zeit.

Haushaltsgeräte, die am meisten Zeit sparen



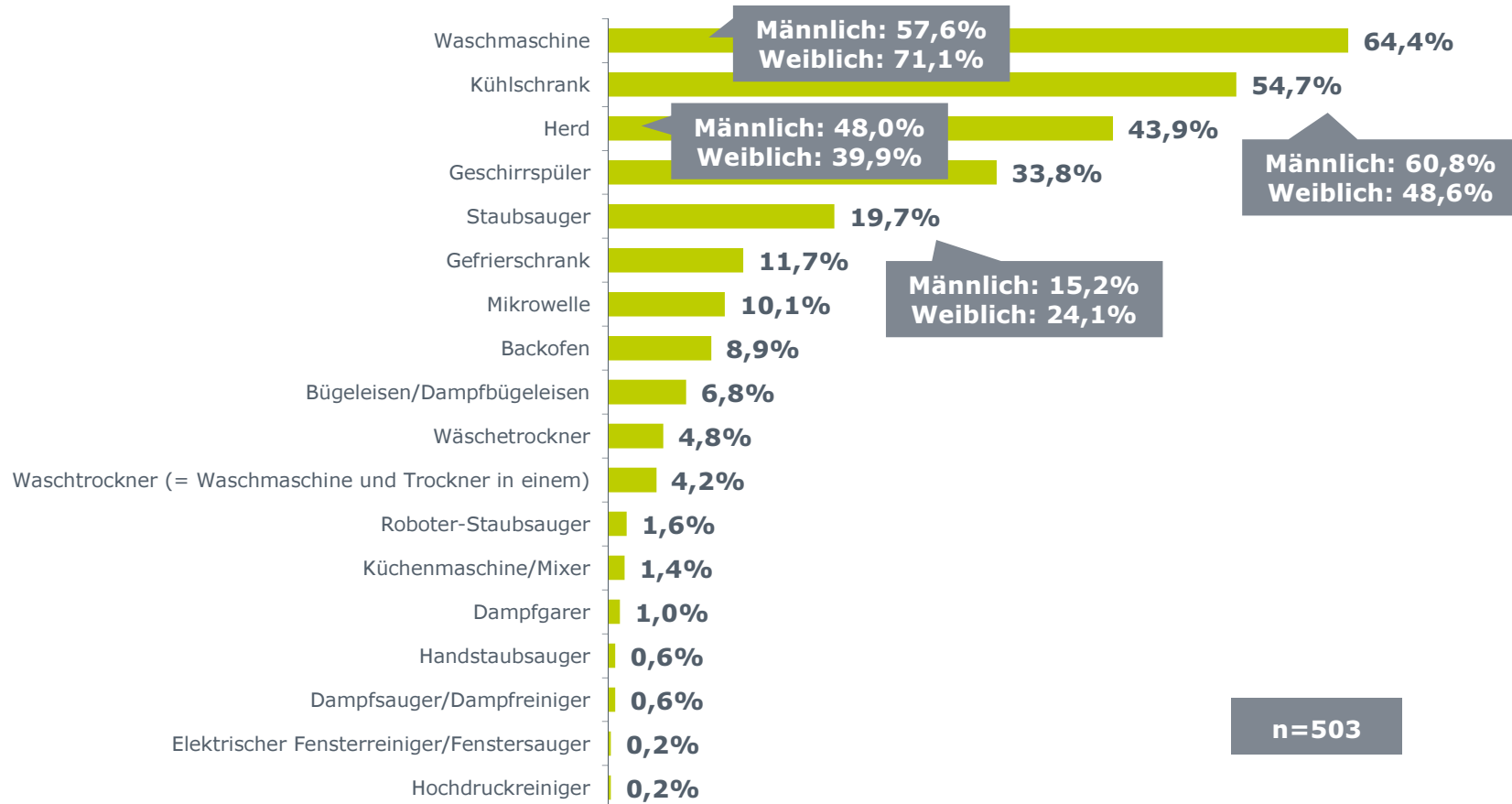
(Basis: Respondenten besitzen zumindest eines der genannten Haushaltsgeräte)

Welche der folgenden Haushaltsgeräte sparen Ihrer Ansicht nach am meisten Zeit? [...]



Waschmaschine und Kühlschrank würde man am stärksten vermissen.

Haushaltsgeräte, die man am stärksten vermissen würde



(Basis: Respondenten besitzen zumindest eines der genannten Haushaltsgeräte)

Und welche(s) der angeführten Haushaltsgeräte würden Sie in Ihrem Haushalt am stärksten vermissen? [...]



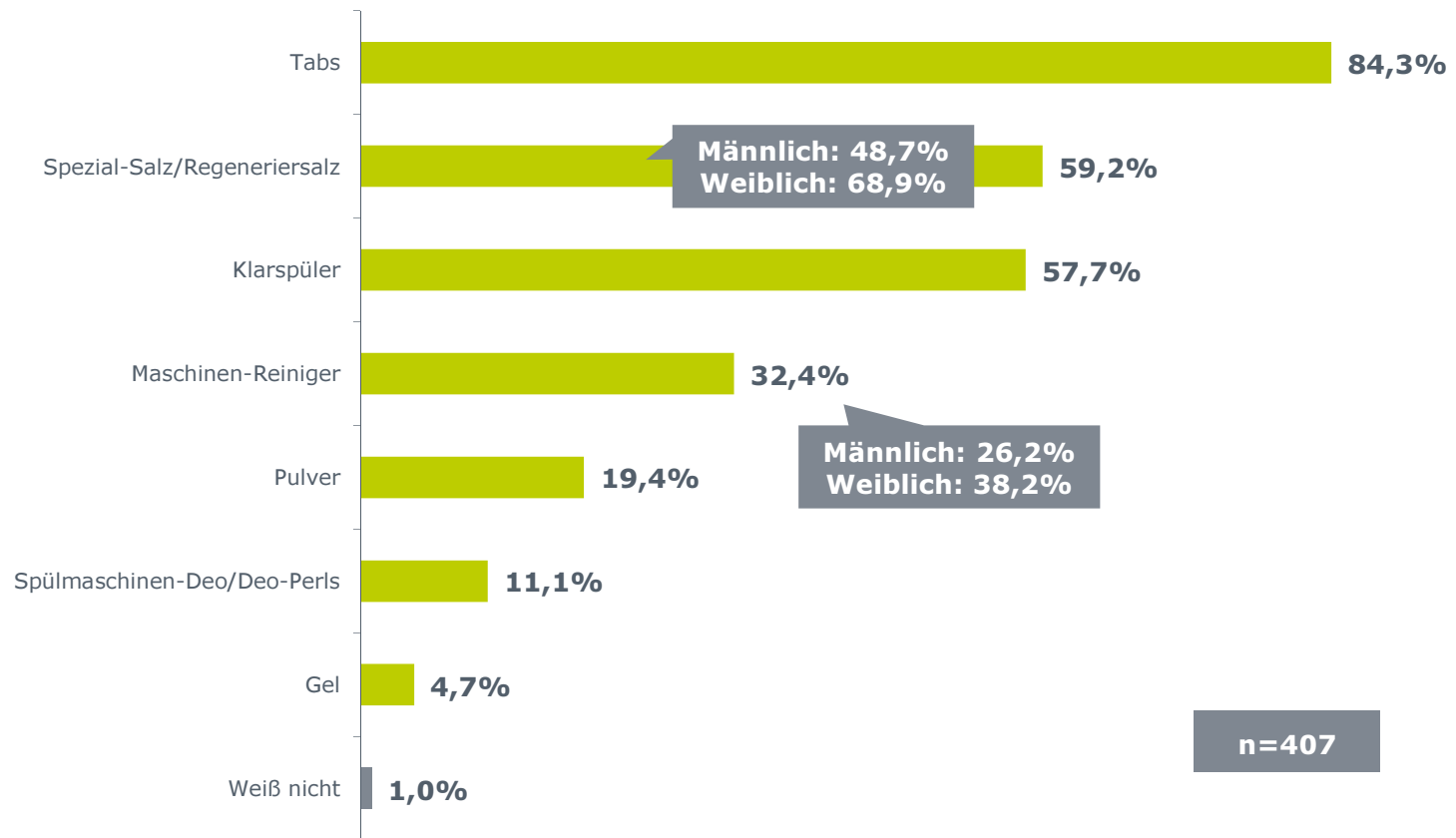


Geschirrspülmittel



8 von 10 verwenden Tabs für den Geschirrspüler.

Nutzung folgender Maschinengeschirrspülmittel



(Basis: Respondenten besitzen einen Geschirrspüler)

[...] Welche(s) dieser Produkte benutzen Sie persönlich zumindest fallweise?

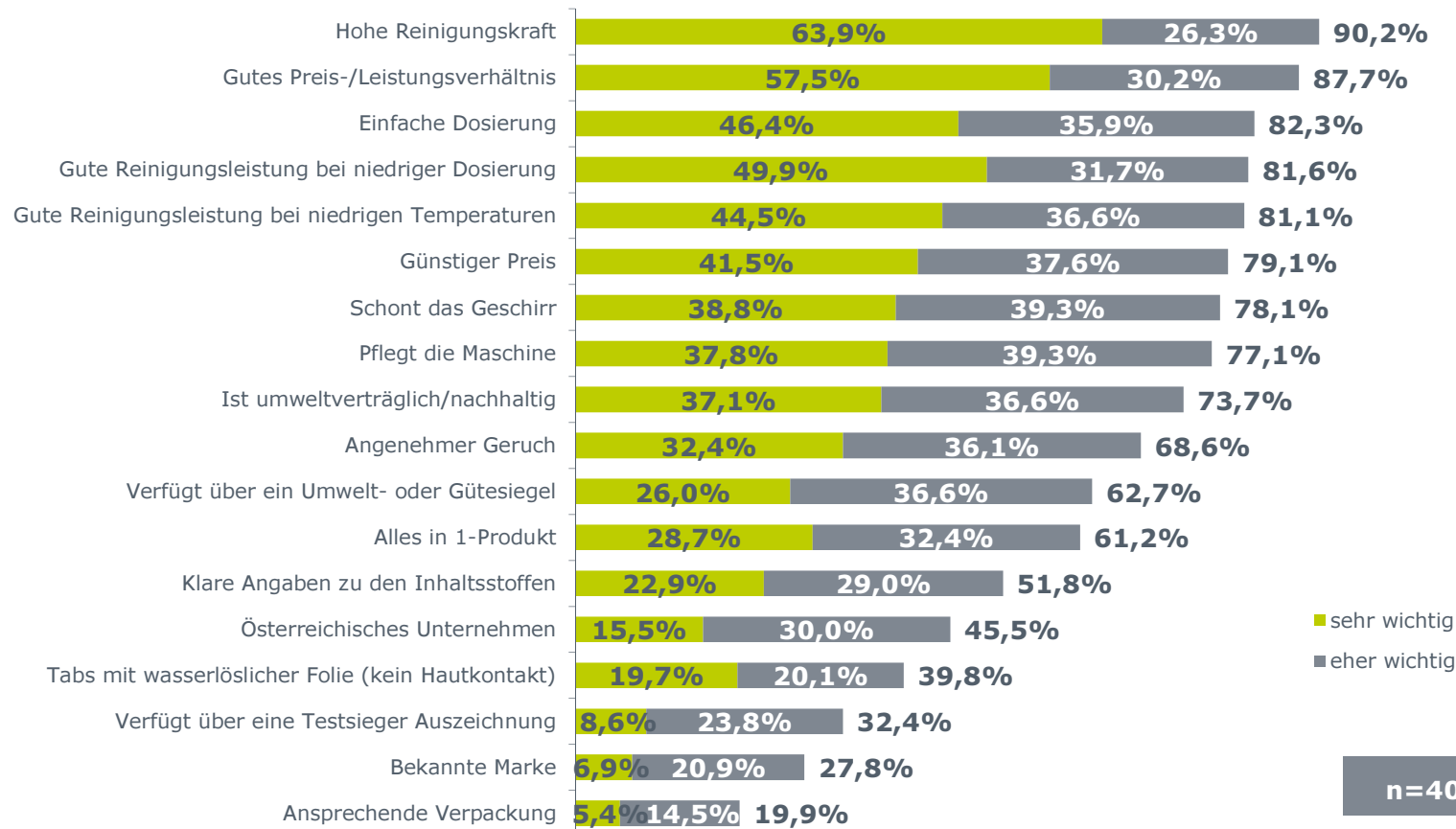


claro

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Wichtige Aspekte bei Spülmitteln für den Geschirrspüler:

Top-2-Box: bewertet mit „sehr/ eher wichtig“ (5-stufige Skalierung)



(Basis: Respondenten besitzen einen Geschirrspüler)

Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte bei einem Spülmittel für den Geschirrspüler? [...]

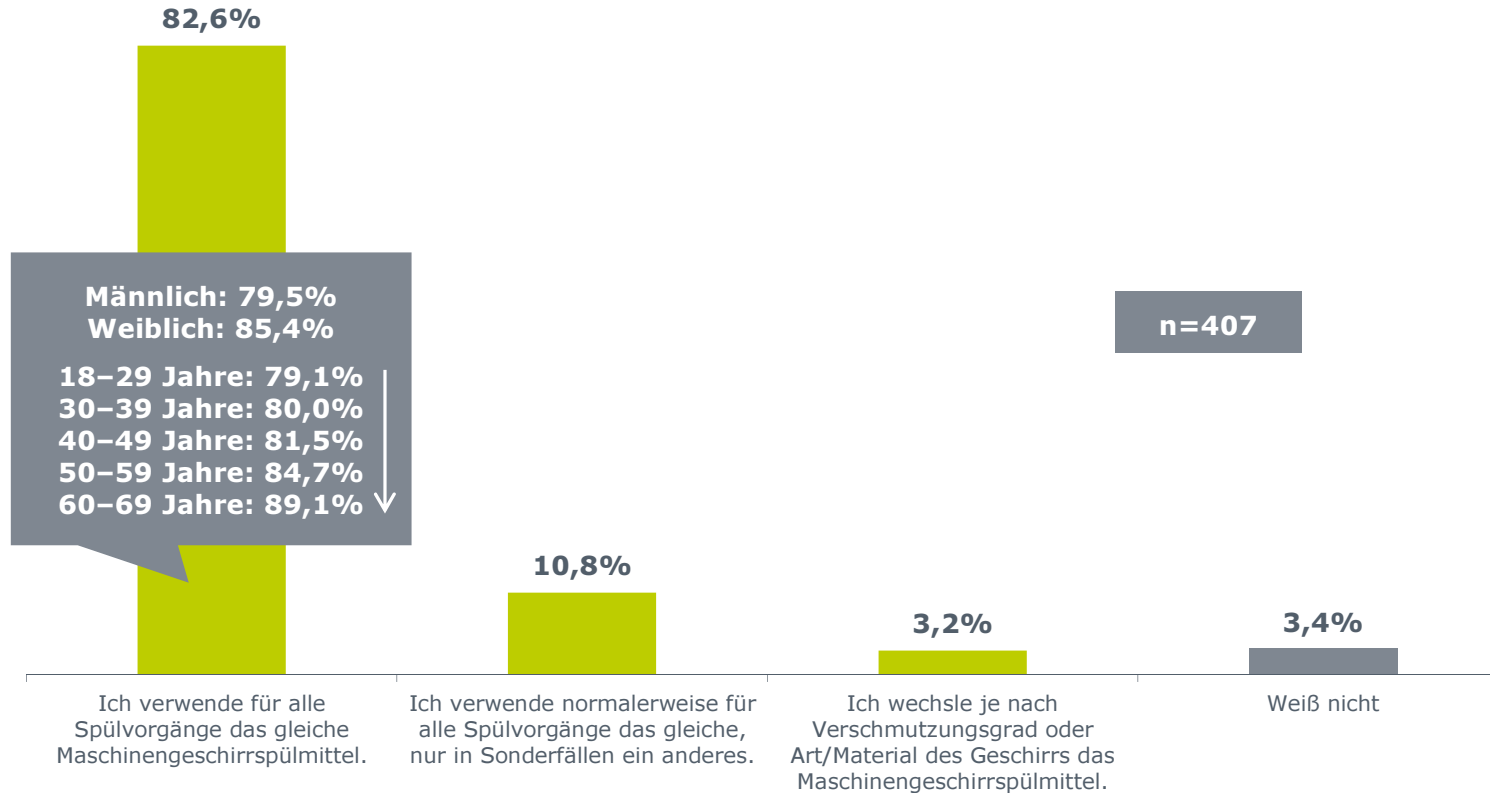


claro

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

8 von 10 verwenden immer das gleiche Maschinengeschirrspülmittel.

Variation von Maschinengeschirrspülmitteln



(Basis: Respondenten besitzen einen Geschirrspüler)

Verwenden Sie für alle Spülvorgänge das gleiche Maschinengeschirrspülmittel, oder wechseln Sie, je nach Verschmutzungsgrad oder Art/Material des Geschirrs?

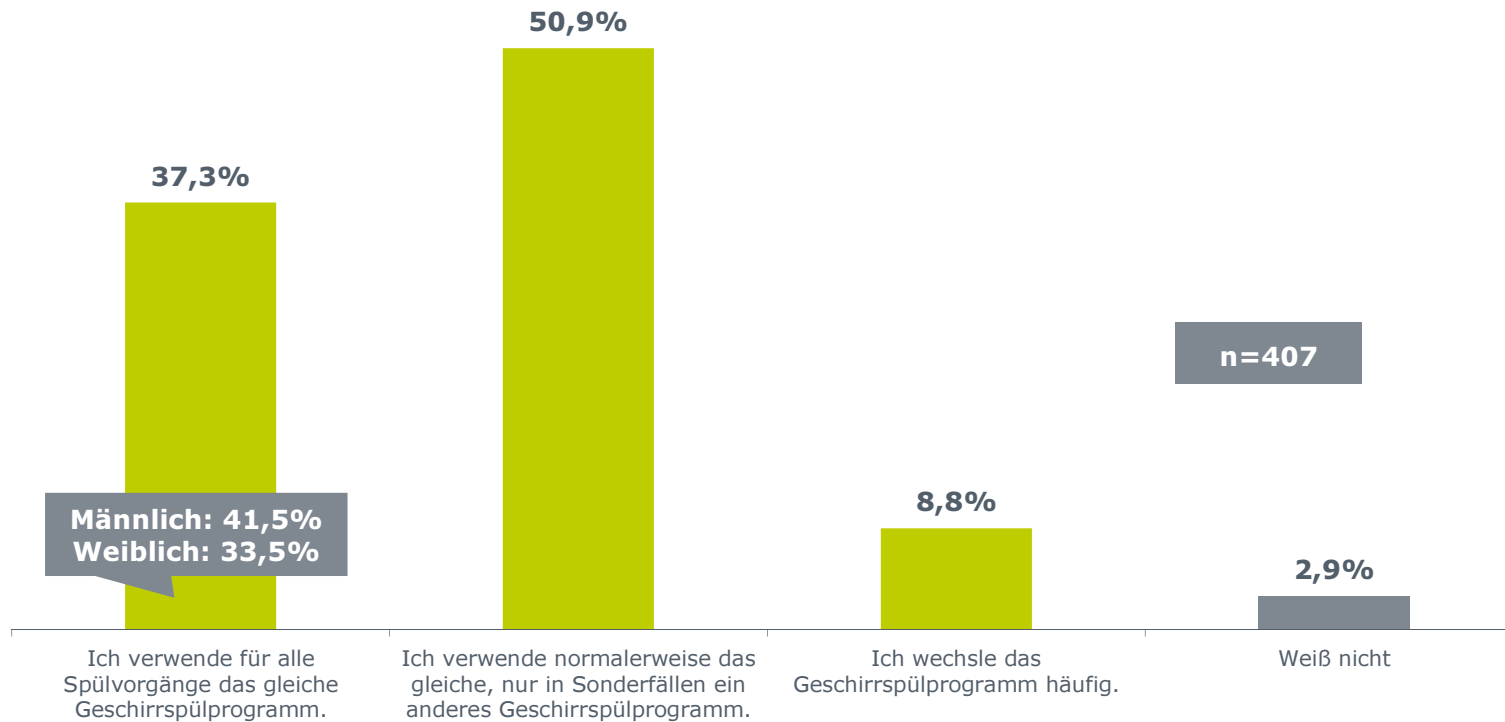


claro

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Jeder Zweite wechselt nur in Sonderfällen das Geschirrspülprogramm.

Variation bei den Geschirrspülprogrammen



(Basis: Respondenten besitzen einen Geschirrspüler)

Verwenden Sie für alle Spülvorgänge das gleiche Geschirrspülprogramm, oder wechseln Sie zumindest fallweise das Geschirrspülprogramm?

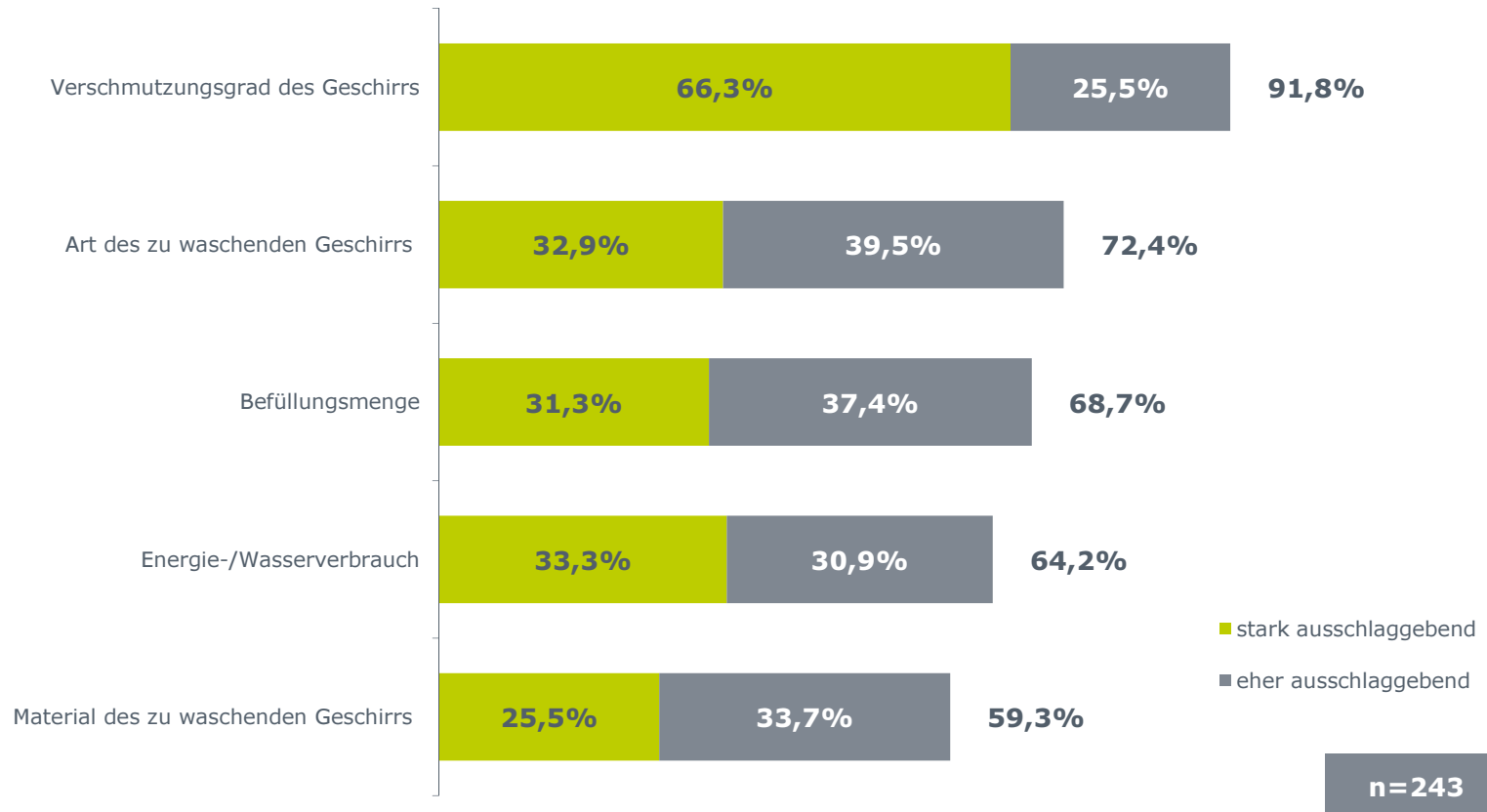


claro®

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Ausschlaggebende Kriterien für die Wahl des Geschirrspülprogramms:

Top-2-Box: bewertet mit „stark/ eher ausschlaggebend“ (4-stufige Skalierung)



(Basis: Respondenten besitzen einen Geschirrspüler und benutzen nicht immer dasselbe Geschirrspülprogramm)

Wie stark sind die folgenden Kriterien dafür ausschlaggebend, welches Geschirrspülprogramm Sie wählen?



claro

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung



claro[®]

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Kontakt | Feedback | Rückfragen

Gabriella Nußbaumer, B.A.
gabriella.nussbaumer@claro.at
+43 (0) 62 32 - 26 26 - 563
gabriella.nussbaumer@claro.at

Thomas Schwabl, Mag.
t.schwabl@marketagent.com
+43 (0) 2252 – 909 009
www.marketagent.com



claro

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung