

Presseinformation

Vileda-Umfrage: Hygiene für 50 Prozent der Deutschen auch zu Hause wichtiger

Innovative Produkte von Freudenberg-Marke sorgen weltweit für Hygiene / Tipps von Reinigungsexpertin

Weinheim, 7. April 2020. Häufiges Händewaschen, Abstand halten und in die Armbeuge niesen – achtsames Verhalten ist in der Öffentlichkeit wichtiger als zuvor. Doch auch zu Hause ist Hygienebewusstsein wichtiger geworden. Eine repräsentative Studieⁱ der Marke Vileda in Deutschland zeigt, dass angesichts der aktuellen Situation Hygiene auch beim Frühjahrsputz zu Hause besonders wichtig ist: In Deutschland sind über 60 Prozent der Auffassung, dass es beim Putzen vor Allem auf hygienische Sauberkeit ankommt. Etwa die Hälfte findet, dass Hygiene angesichts der aktuellen Situation beim Hausputz im Vergleich zu den Vorjahren wichtiger geworden ist. Wissenschaftler und Entwickler der Marke Vileda, die zum globalen Technologiekonzern Freudenberg Gruppe gehört, entwickeln als Reinigungsexperten innovative Produkte für den Frühjahrsputz weltweit, und helfen, Wohnung und Haus hygienisch zu reinigen.

50 Mal dünner als ein Haar, ein Gewicht weit unter einem Gramm und Hohlräume, Kapillare genannt, die Schmutz und Feuchtigkeit aufnehmen: Willkommen im Inneren der Mikrofaser. Ein Mikrofasertuch besteht aus unzähligen dieser dünnen Fasern und ist somit in der Lage winzige Schmutzpartikel und Bakterien, die auf Oberflächen wie Glas in kleinen Rissen verborgen sind, zu entfernen. Außerdem erzeugt es nach der Reinigung strahlenden Glanz. Dabei spielt der Hohlraum zwischen den Fasern eine wichtige Rolle: Genau genommen ist es nicht die Faser, die Schmutz und Feuchtigkeit aufnimmt,

Pressekontakt

Leonie Schultens

Freudenberg & Co. KG

Corporate Communications

Tel. 06201 80-4049

Fax 06201 88-6617

leonie.schultens@freudenberg.com

www.freudenberg.de

Martina Muschelknautz

Freudenberg & Co. KG

Corporate Communications

Tel. 06201 80-6637

Fax 06201 88-6637

martina.muschelknautz@freudenberg.com

www.freudenberg.de

sondern die feinen Zwischenräume. Das unterscheidet Mikrofasertextilien von herkömmlichen Reinigungstextilien: Eine Baumwollfaser schwillt in Wasser an. Ein Mikrofasertuch hingegen nimmt durch seine Kapillarwirkung Feuchtigkeit in die Hohlräume auf. Es ist daher schneller auszuwaschen und zu trocknen. Die schnelle Trocknung sorgt dafür, dass sich weniger Bakterien und Keime absetzen können.

Tipps für den Einsatz von Mikrofasertüchern

„Mit Mikrofasertüchern ist es möglich, Fett und Schmutz sowie Bakterien ohne Zusatz von Reinigern gründlich zu entfernen“, so Dr. Julia von Grote-Pastré, Entwicklungsleiterin Tücher, Schwämme und Handschuhe bei Freudenberg Home and Cleaning Solutions (FHCS). Mikrofasertücher von Vileda werden im Privathaushalt ebenso eingesetzt wie für die Reinigung von Krankenhäusern. Dort wird mit dem sogenannten 4-Farben-Konzept geputzt, welches die Vileda-Experten empfehlen: Reinigungskräfte nutzen bei diesem Konzept zum Putzen von unterschiedlichen Bereichen innerhalb eines Gebäudes auch jeweils andere Tücher und Mopp-Bezüge. Damit das auch funktioniert, werden diese mit vier unterschiedlichen Farben gekennzeichnet. Ziel ist, die Kontaminierung mit Bakterien, Viren und Keimen innerhalb eines Gebäudes so gering wie möglich zu halten. Rot steht für Toiletten und Urinale, in Gelb kodierte Reinigungsprodukte kommen bei der übrigen sanitären Ausstattung zum Einsatz, wie zum Beispiel Spiegel oder Wandfliesen. Blau wird für Regale und Tische im Patientenzimmer oder Büros verwendet. Grün wird für OP-Bereiche genutzt. Wie das auch im Privathaushalt funktioniert und für mehr Hygiene sorgt, erklärt Grote-Pastré: „Es gibt die Tücher in verschiedenen Farben. Zu empfehlen ist für jeden Raum in der Wohnung eine bestimmte Farbe zu nutzen, zum Beispiel Blau für das Bad oder Orange für die Küche. Unsere Tücher sind sehr haltbar und können regelmäßig bei 60 Grad

gewaschen werden, dadurch können alle Schmutzpartikel und Bakterien, die die Fasern eingefangen haben, vollständig entfernt werden, und das Tuch ist bereit für den nächsten Einsatz. Nach der Verwendung ist es wichtig, das Tuch gut trocknen zu lassen, um Bakterienwachstum, das in einer feuchten Umgebung schnell entsteht, vorzubeugen.“ Zu den Vileda-Innovationen gehört auch ein Mikrofaser-Tuch: Das sogenannte Actifaser-Allzwecktuch, nimmt durch seine spezielle Beschichtung noch mehr Wasser auf und entfernt hartnäckigen Schmutz und selbst eingetrocknete Flecken. Diese PVA-Beschichtung (Polyvinylalkohol) erhöht die Saugfähigkeit der Mikrofasern zusätzlich. Nach dem feuchten oder nassen Wischen ist so trockenes Nachwischen überflüssig, da das Tuch nur einen Film aus ganz kleinen Tröpfchen zurücklässt, die schnell von selbst streifenfrei abtrocknen.

Wie Handschuhe vor Viren und Bakterien schützen

Für das Säubern im Haushalt sind haltbare Mehrweghandschuhe die beste Wahl. „Für den Frühjahrsputz sind Mehrweghandschuhe gut geeignet. Auch hier ist zu empfehlen, verschiedene Farben für Räume wie Küche oder Bad zu nutzen“, so Reinigungsexpertin Grote-Pastré. „Die Handschuhe haben lange Stulpen und schützen so vor dem Eindringen von Wasser, außerdem sind sie innen mit Baumwolle beschichtet und beugen so starkem Schwitzen vor. Sie schützen die Hände beim Putzen oder Spülen vor dem Reiniger und sind aus Latex oder latexfrei erhältlich.“ Zu empfehlen sei, Mehrweghandschuhe nach dem Benutzen von außen, mit Wasser abzuspülen und gut trocknen zu lassen. Sollte Wasser ins Innere eingedrungen sein, können die Handschuhen auf links gedreht getrocknet werden.

Für das Putzen von heiklen Bereichen wie die Toilette oder dem Entfernen von infektiösen Verschmutzungen sind Einweghandschuhe die beste Wahl. Sie schützen ebenfalls vor

Viren und Bakterien, sind dünner, erzeugen ein besseres Tastgefühl und werden nach Gebrauch sofort weggeworfen. „Die Handschuhe sind auch gut geeignet, um sich kurzzeitig beim Einkaufen im Supermarkt vor Viren oder Bakterien zu schützen, die sich zum Beispiel auf dem Griff des Einkaufswagens oder anderer Oberflächen befinden“, so Grote-Pastré.

Über die Freudenberg Gruppe

Freudenberg ist ein globales Technologieunternehmen, das seine Kunden und die Gesellschaft durch wegweisende Innovationen nachhaltig stärkt. Gemeinsam mit Partnern, Kunden und der Wissenschaft entwickelt die Freudenberg Gruppe technisch führende Produkte, exzellente Lösungen und Services für rund 40 Marktsegmente und für Tausende von Anwendungen: Dichtungen, schwingungstechnische Komponenten, technische Textilien, Filter, Reinigungstechnologien und -produkte, Spezialchemie und medizintechnische Produkte.

Innovationskraft, starke Kundenorientierung sowie Diversity und Teamgeist sind die Eckpfeiler der Unternehmensgruppe. Der Exzellenzanspruch, Verlässlichkeit und proaktives, verantwortungsvolles Handeln gehören zu den gelebten Grundwerten in der 170-jährigen Unternehmensgeschichte.

Im Jahr 2019 beschäftigte die Freudenberg Gruppe rund 49.000 Mitarbeiter in rund 60 Ländern weltweit und erwirtschaftete einen Umsatz von mehr als 9,4 Milliarden Euro. Weitere Informationen unter: www.freudenberg.com

ⁱ Repräsentative Online-Omnibusumfrage der Ipsos GmbH mit n=1.000 Befragten 16-75 in Deutschland und n=1.000 Befragten 16-70 in Italien; die Interviews wurden vom 19. bis 20. März in Deutschland und vom 20. bis 23. März in Italien durchgeführt.

Über Freudenberg Home and Cleaning Solutions

Freudenberg Home and Cleaning Solutions ist ein weltweit führender Markenanbieter von Reinigungssystemen, Haushalts- und Wäschepflegeprodukten, und bietet fortschrittliche Lösungen, die Millionen von Konsumenten und Kunden rund um den Globus das Leben leichter machen. Zum Portfolio zählen Marken wie Vileda®, O'Cedar®, Oates, Gimi®, Gala®, Wettex® und Marigold®. Mit ihrer Position als Marktführer, in fast allen Ländern, in denen sie aktiv ist, erzielte die Geschäftsgruppe im Jahr 2019 einen Umsatz von mehr als 975 Millionen Euro und beschäftigte mehr als 3.000 Mitarbeiter. Neue effektive Produkte und Vertriebswege, technische Innovationen und eine starke Kundenorientierung sind seit Jahren die Erfolgsfaktoren. Sie werden gestützt durch intensive Markt- und Kundenforschung auf internationaler Basis, Innovationszentren und Produktionsstätten in allen Weltregionen und durch ein eigenes Vertriebsnetz in mehr als 35 Ländern.