

Presseinformation

Mai 2018

Wie putzen die Deutschen ihre Zähne?

Eine Umfrage von Philips deckt Zahnputzverhalten auf

Hamburg – Eigentlich sollte es für alle selbstverständlich sein und zur täglichen Routine gehören – das Zähneputzen. Eine weltweite Umfrage¹ des Gesundheitskonzerns [Philips](#) zeigt, dass das Thema Mundgesundheit häufig nicht die Priorität hat, die es haben sollte. Viele Menschen haben Probleme mit ihrer Zahngesundheit. Viel zu oft wird sie als Basis für unser gesamtes Wohlbefinden unterschätzt. Dabei kann ein gesundes Lächeln so einfach sein.

Eine Auswahl der Ergebnisse aus Deutschland kurz und knapp zusammengefasst:

- 72 % der Deutschen fürchten sich vor Zahnverlust als Konsequenz von schlechter Zahngesundheit, 69 % haben Angst vor Mundgeruch und 36 % glauben, dass diese zu Herz-/Kreislaufkrankungen führen kann.
- Fast zwei Drittel putzen ihre Zähne zweimal täglich (64 %).
- Wenn sie es einmal vergessen, dann am ehesten bevor sie schlafen gehen und zu müde sind (43 %) oder gleich am Morgen (36 %) – das passiert allerdings mehr Männern (41 %) als Frauen (31 %).
- 75 % der befragten Deutschen ist es wichtig, zu bestimmten Anlässen (zum Beispiel Hochzeit, Abschlussfeier) ein gesund aussehendes Lächeln zu haben. Andererseits sind 41 % unsicher, inwiefern ihr Lebensstil (Essen, Trinken, Mundpflege) Auswirkungen auf das Weiß ihrer Zähne hat und 17 % wissen nicht, wie sie ihre derzeitige Mundgesundheit verbessern können.
- Die Deutschen sind im Vergleich zu anderen Ländern traditioneller bei der Suche nach medizinischem Rat. Sie nennen Ärzte (77 %), Zahnärzte (64 %) und Apotheker (39 %) als ihre wichtigsten Informationsquellen. In vielen anderen Ländern sind hier eher die Familie oder Suchmaschinen Teil der Spitzengruppe.
- Männer ab 55 Jahren hören eher auf ihren Zahnarzt (67 %) als jüngere Männer zwischen 18 und 24 Jahren (58 %).
- Wenn sie alle drei Monate 50 Euro extra zur Verfügung hätten, würden 27 % diese für eine Massage ausgeben, 24 % für einen Haarschnitt und nur 19 % für einen Besuch bei der Zahnreinigung.
- Fast 3/4 der Deutschen (73 %) finden, dass gutes Design relevant für den Kauf eines Produktes ist – kein Problem für die [Philips Sonicare Schallzahnbürsten-Familie](#). Die unterschiedlichen Modelle kombinieren eine hervorragende Reinigungsleistung mit edlem, hochwertigem Design.

¹ Umfrage: Alle Zahlen, soweit nicht anders angegeben, stammen von YouGov Plc. Insgesamt wurden 11.474 Erwachsene in neun Ländern (Südkorea, Australien, Frankreich, Großbritannien, Deutschland, Japan, Niederlande, Polen und USA) online vom 14.12.-29.12.2017 befragt. Die Stichproben für die einzelnen Länder wurden so zusammengestellt, dass sie für das jeweilige Land repräsentativ sind (Erwachsene ab 18 Jahren), in Deutschland waren dies 2.151.



Aller Anfang kann so einfach sein...

- Nur etwa ein Drittel (35 %) der befragten deutschen Eltern² findet es schwierig, ihre Kinder dazu zu bringen, ihre Zähne regelmäßig (2 x pro Tag) zu putzen, in den USA sind es 50 %, in Südkorea 54 % und in Australien sogar 59 %.
- Fast die Hälfte der befragten deutschen Eltern (48 %) glauben, dass ihre Kinder nicht die Wahrheit sagen, wenn sie gefragt werden, ob sie ihre Zähne geputzt haben. In den USA sind es 54 %, in Australien 58 % und in Polen 62 %.
- Eine Möglichkeit, diese Ergebnisse zu verbessern ist die Philips Sonicare For Kids Schallzahnbürste, die gemeinsam mit einer lustigen App dabei hilft, dass Zähne putzen Spaß macht. [Weitere Infos dazu finden Sie hier.](#)

Weitere Informationen für Medien:

Philips GmbH Market DACH
Jeannine Kritsch
Head of Consumer Communication
Telefon: 0152 / 22 80 32 33
E-Mail: jeannine.kritsch@philips.com

Konsumentenfragen:

Philips Kundenservice
Telefon: 040 / 80 80 10 980

Über Royal Philips

Royal Philips (NYSE: PHG, AEX: PHIA) ist ein führender Anbieter im Bereich der Gesundheitstechnologie. Ziel des Unternehmens mit Hauptsitz in den Niederlanden ist es, die Gesundheit der Menschen zu verbessern und sie mit entsprechenden Produkten und Lösungen in allen Phasen des Gesundheitskontinuums zu begleiten: während des gesunden Lebens, aber auch in der Prävention, Diagnostik, Therapie sowie der häuslichen Pflege. Die Entwicklungsgrundlagen dieser integrierten Lösungen sind fortschrittliche Technologien sowie ein tiefgreifendes Verständnis für die Bedürfnisse von medizinischem Fachpersonal und Konsumenten. Das Unternehmen ist führend in diagnostischer Bildgebung, bildgestützter Therapie, Patientenmonitoring und Gesundheits-IT sowie bei Gesundheitsprodukten für Verbraucher und in der häuslichen Pflege. Philips beschäftigt etwa 74.000 Mitarbeiter in mehr als 100 Ländern und erzielte mit seinem Gesundheitstechnologie-Portfolio in 2017 einen Umsatz von 17,8 Milliarden Euro. Mehr über Philips im Internet: www.philips.de

² Basis: All German parents of children 18 and under (347), unweighted base (333)