

Pressemitteilung

SO PUTZT DEUTSCHLAND

Repräsentative Studie von happybrush x Appinio zur Zahnhygiene der Deutschen

München, 08. März 2022 – München, 8. März 2022 – Wir brauchen sie zum Beißen, Kauen und natürlich zum Lächeln: die 32 kleinen Superhelden, unsere Zähne. Sie sind Aushängeschild einer gesunden Mundhygiene und einer allgemein guten körperlichen Konstitution. Doch wie genau nehmen es die Deutschen beim Zähneputzen? Welche Rolle spielen dabei Routinen und das Thema Nachhaltigkeit? Und wieviel Wahrheit steckt in dem Spruch „Ein Lächeln sagt mehr als 1.000 Worte“ – vor allem beim ersten Date?

Um diesen, und noch viel mehr Fragen, auf den Grund zu gehen, hat sich das nachhaltige OralCare Start-up happybrush aus München (www.happybrush.de), mit dem Hamburger Marktforschungsunternehmen Appinio zusammengetan. Herausgekommen ist eine repräsentative Studie mit 1.000 TeilnehmerInnen, die einen hochaktuellen, detaillierten und unterhaltsamen Einblick in die Zahnpflegeroutine der Deutschen liefert.

DIE HANDZAHNBÜRSTE, EINE AUSSTERBENDE ART?

Zähneputzen mit einer elektrischen Zahnbürste ist nachweislich effektiver, dennoch putzt ein Großteil der Deutschen (47 Prozent) noch mit einer klassischen Handzahnbürste. Ein Drittel nutzt eine elektrische Zahnbürste (31 Prozent) und ist damit im Ländervergleich im Spitzenfeld; jeder Vierte nutzt beides (23 Prozent) für die Zahnpflege. Es gibt aber auch noch Aufklärungsbedarf: So wechselt gut ein Drittel der Befragten (36 Prozent) die Zahnbürste bzw. den Aufsteckkopf seltener als viermal im Jahr – empfohlen ist ein Wechsel alle drei Monate, da der Hygienestatus und die Reinigungsleistung der Borsten sonst nicht mehr ideal sind.

2 MINUTEN UND LÄNGER

Zweimal täglich, zwei Minuten lang putzen. Am besten morgens und abends. Das empfehlen Zahnärzte im Allgemeinen. Und daran halten sich auch acht von zehn Deutschen (80 Prozent) am liebsten „über dem Waschbecken“ (82 Prozent). Es sei denn, der Abend geht mal länger: Nach dem Feiern bzw. einer langen Nacht lassen sechs von zehn Personen (59 Prozent) das Putzen gern mal aus, bevor sie ins Bett gehen. Die meisten Deutschen putzen ihre Zähne im Schnitt zwei bis drei Minuten. Der Großteil (53 Prozent) putzt die Zähne nach dem Frühstück, etwa ein Drittel (39 Prozent) vor dem Frühstück und ein paar wenige sogar davor und danach (8 Prozent).

NACHHALTIGKEIT AUCH BEI ZAHNHYGIENE GEFRAGT

Nachhaltigkeit und Klimaschutz legen mittlerweile in fast allen Lebensbereichen an Bedeutung zu. Trotzdem landen immer noch Jahr für Jahr hunderte Millionen von Einmal-Plastikzahnbrushen im Müll. Im Bereich der Zahnpflege liegt also noch ein riesiges Potenzial für mehr nachhaltiges Engagement. So wünscht sich über die Hälfte der Deutschen (58 Prozent) ein größeres Angebot an nachhaltigen Zahnpflegeprodukten. Drei Viertel der Befragten (75 Prozent) geben an, beim Kauf von Zahnpflegeprodukten bereits auf deren Nachhaltigkeit zu achten. Insbesondere bei Zahnbrushen (74 Prozent) und Zahnpasta (73 Prozent) ist dies für viele ein entscheidendes Kaufkriterium. Besonderes Augenmerk wird auf mikroplastikfreie Produkte (47 Prozent), umweltfreundlichere Verpackung (44 Prozent) und die Verwendung von recycelten Materialien (33 Prozent) gelegt.

Dieser Trend spiegelt sich im Wachstum von happybrush wider: Seit der Gründung hat das Münchner Start-up bereits über 10 Millionen Produkte verkauft und ist mittlerweile bei mehr als 20 Handelspartnern gelistet (u.a.: dm, amazon, Rossmann Online, Edeka, Budni). Die Zahnpastatuben und Mundspülungsflaschen von happybrush werden mit recyceltem Material produziert, sind zudem Made in Germany, vegan und enthalten kein Mikroplastik. Die SuperClean Zahnpasta erhielt gerade von PETA Deutschland den „Vegan Beauty Award 2022“ und wurde zum Gewinner in der Kategorie „Beste Zahnpflege“ gekürt.

Mit der Eco VIBE 3 entwickelte das OralCare-Unternehmen darüber hinaus die weltweit erste Schall-Zahnbrush aus recyceltem Material* mit Aufsteckbrushen aus fast 100 Prozent nachwachsenden Rohstoffen**. Im aktuellen Test der Stiftung Warentest wurde die VIBE 3 mit der Note „gut“ getestet. Das rotierende Modell R2 von happybrush ging mit einem „sehr gut“ beim aktuellen ÖKO-TEST als Testsieger unter den rotierenden Zahnbrushen hervor.

DAS LÄCHELN UND DIE LIEBE

Auch der Frage, welchen Einfluss das Thema Zahnhygiene beim Dating hat, nähert sich die exklusive Studie von happybrush und Appinio. Denn nur mit gepflegten Zähnen ist ein strahlendes Lächeln möglich. Und das spielt für 54 Prozent der Frauen eine wichtige Rolle – besonders beim ersten Eindruck. Sie achten daher bei der Partnerwahl, neben dem Charakter (60 Prozent), verstärkt auf gute Zahnpflege (49 Prozent). Bei Männern sieht die Aufteilung ein wenig anders aus: Am wichtigsten sind die Augen (58 Prozent), dann kommen Charakter (55 Prozent), gefolgt vom Lächeln (52 Prozent) der Person. Unabhängig vom Geschlecht steht Helene Fischer auf Platz eins. Nicht nur in den Charts, sondern auch bei der Frage: Mit wem würden sie sich gerne einmal gemeinsam die Zähne putzen?

—

Die ganze Studie mit weiteren Hintergrundinformationen und Stimmen zu dieser Thematik kann auf der Webseite eingesehen und kostenfrei heruntergeladen werden.

Studienergebnisse: [Zum Dashboard](#)

—

Über Appinio

Appinio ist eine globale Marktforschungsplattform, die für innovative und unkomplizierte Marktforschung steht. Die Plattform ermöglicht es Unternehmen, schnell und effizient spezifische Zielgruppen zu befragen und repräsentative Ergebnisse in Echtzeit zu erhalten. Dabei liefert Appinio täglich Millionen Meinungen aus 90+ Märkten für über 2.000 Auftraggebende, darunter Unternehmen aus den Bereichen Konsumgüter, Mobilität, Technologie sowie alle führenden Agenturen und Unternehmensberatungen. Das Unternehmen wurde 2014 von Jonathan Kurfess (Chairman), Max Honig (CEO) und Kai Granaß (CTO) gegründet und hat seinen Hauptsitz in Hamburg. Weitere Informationen unter <https://www.appinio.com/de/>

Pressekontakt:

Anja Nitschke
PR & Communications Manager
anja.nitschke@appinio.com
+49 40 808 127 130

Über happybrush

Die happybrush GmbH ist ein modernes, nachhaltiges OralCare-Unternehmen mit Sitz in München. Ziel des Unternehmens ist es, Technologie und Nachhaltigkeit zu verbinden und mit „Sustainnovationen“ den Markt zu revolutionieren. Mit über zehn Millionen verkauften Produkten und vielen renommierten Auszeichnungen bringt das junge Unternehmen frischen Wind in die Mundpflegebranche. Die Produkte sind auf www.happybrush.de und in ca. 5.000 Filialen im Einzelhandel erhältlich.