

BIPA präsentiert aktuelle Umfrage: Trotz Mehrbelastung meistern Mütter den familiären Alltag



Wiener Neudorf, am 22. April 2021 – Muttersein ist ein Fulltime-Job, und das jeden Tag, Wochenenden eingerechnet. Ebenso exponentiell wie die die Infektionskurve ist während der Pandemie auch das Aufgabenpensum vieler Mütter gewachsen. Unter dem Motto „Muttersein in der Corona-Krise“ wollte BIPA wissen, wie es den Müttern in dieser schwierigen Zeit geht, welchen Herausforderungen sie sich stellen müssen und wie sie diese meistern. Das Online-Marktforschungsinstitut marketagent befragte Anfang April österreichweit dazu 550 Frauen zwischen 18 und 60 Jahren mit Kindern bis 18 Jahren im gemeinsamen Haushalt. Zusammenfassend gesehen, zeigt die Umfrage, dass Mütter – auch wenn sie sich in der aktuellen Krise manchmal allein gelassen fühlen – trotz Mehrfachbelastung alles unter einen Hut bringen und einfach gerne Mutter sind.

„Uns ist es ein großes Anliegen aufzuzeigen, dass Frauen und im Speziellen Mütter in diesen herausfordernden Zeiten Außergewöhnliches leisten und echte Vorbilder sind. Wir wollen bewusst machen wie sich Mütter fühlen, welche Sorgen und Wünsche sie haben,“ so Claudia Baumschlager, Leitung Marketing & Eigenmarken Strategie und Kommunikation bei BIPA, und ergänzt: „Uns ist es wichtig allen vor Augen zu führen, dass Muttertag nicht nur einmal im Jahr ist und zumindest ein Dankeschön eine tägliche Wertschätzung für die Mutter sein sollte.“

Der bevorstehende Muttertag ist ein guter Anlass, das Thema Muttersein aufzugreifen und sich bei allen Mamas zu bedanken. Bei BIPA stehen Mütter aber das ganze Jahr über im Mittelpunkt. Mit dem breiten Produktangebot für alle Lebensabschnitte – vom Babyalter über das Teenagerleben der Kinder bis hin zu Pflege- und Wellnessprodukten für die Frauen selbst – BIPA ist ein verlässlicher Wegbegleiter, der die Bedürfnisse der Frauen ernst nimmt.

Muttersein und Gesundsein machen dankbar

In der Corona-Krise ist die Mehrheit der Mütter (85,5 %) für eines ganz besonders dankbar: für die Gesundheit der Familie, aber auch für die eigene Gesundheit (70 %). Die Kinder beim Heranwachsen begleiten zu dürfen und ihre Entwicklung miterleben zu können, sehen 76 % als besonderes Privileg am Muttersein. In Zeiten von Social Distancing schätzen Mütter die Nähe zu ihren Kindern und lieben es mit ihnen zu kuscheln (70,9 %). Eine sehr geringe Zufriedenheit gibt es, wenn Mütter an ihre finanzielle Situation denken: Von den alleinerziehenden Müttern sind nur 15,7 % mit ihrer finanziellen Situation zufrieden bzw. dankbar dafür. Bei den Müttern in einer Partnerschaft sind es mehr als doppelt so viele (36,9 %).

Mütter bringen alles unter einen Hut

Die Vereinbarkeit von Haushalt, Beruf und Familie ist für Frauen seit jeher eine Herausforderung, die sie meistern müssen. Durch die Corona-Krise wurde diese Situation durch Homeworking, Homeschooling und Lockdowns nochmals verschärft. Und das sind auch die Gründe dafür, warum 13,3 % der Mütter sagen, dass sie sich häufig überfordert fühlen. Manchmal bzw. hin und wieder überfordert fühlen sich 67,6 % der Frauen und nur 19,1 % geben an, dass sie sich nie überfordert fühlen.

Wesentliche Einflussfaktoren dabei sind sicherlich die Aufteilung der Kinderbetreuung und der Hausarbeit in der Partnerschaft. 74,9 % der Mütter geben an, dass sie alleine für die Kinderbetreuung zuständig sind. Bei der Hausarbeit sind es sogar noch ein paar Prozente mehr – nämlich 75,3 %. Trotz dieser Mehrfachbelastung und den besonderen Herausforderungen sagen 82,2 % der befragten Frauen, dass sie allen Rollen gerecht werden und alles „unter einen Hut“ bringen. Einen besonderen Einfluss der Krise auf ihre alltägliche Situation sieht nur etwa jede zweite Mutter.

Sorgen groß – Me Time klein

Auch wenn Mütter allen Lebenssituationen mit Stärke begegnen, so fühlen sich gerade durch die Corona-Krise über 70% entweder sehr stark oder eher schon psychisch belastet. Nur 7,3 % fühlen sich überhaupt nicht belastet. Die Belastung hat ihre Ursache vor allem in der Sorge um die Erkrankung der Kernfamilie an Covid-19 (57,6 %) und in der Angst um die langfristigen Schäden durch die Corona-Krise für die Kinder (55,8 %). Für 38 % sind die Sorgen in der finanziellen Situation begründet. Um Entspannung zu finden, die krisenbedingten Alltagsorgen zu vergessen – ist die sogenannte „Me Time“ sehr wichtig. Immerhin meinen 44,7 % der Befragten, dass sie genügend Zeit dafür haben, aber 55,3 % sehen das gar nicht so. In dieser Gruppe sehen das vor allem die 30- bis 39-jährigen (61,4 %), die Mütter mit drei und mehr Kindern (68,7 %) und Mütter mit Kindern im Alter zwischen vier und zehn Jahren (66,5 %) so.

Mütter wünschen sich mehr Klarheit

Die überwiegende Mehrheit der Mütter (81,1 %) fühlen sich in der aktuellen Situation und vor dem Hintergrund der Corona-Krise häufig (11,8 %), manchmal (39,1 %) bzw. hin und wieder (30,2 %) hilflos. Deshalb wünschen sie sich mehr Klarheit und eine Perspektive, was die nächsten Monate bringen werden (62,9 %). Ein großer Wunsch für viele ist auch der persönliche Kontakt mit den Freundinnen (39,1 %). Für Alleinerziehende kommt der Wunsch nach mehr finanzieller Unterstützung durch den Staat bzw. durch öffentliche Stellen hinzu.

Dankesagen – nicht nur am Muttertag

Ein Wunsch, der allen Müttern tagtäglich einfach zu erfüllen ist, ist ein „Dankeschön“. Kinder und Väter sind aufgefordert nicht nur am Muttertag im Haushalt zu helfen, das Frühstück zuzubereiten, Blumen oder den Lieblingsduft zu schenken, sondern immer wieder die Leistungen der Mütter wertschätzend zu sehen und die Dankbarkeit und Anerkennung zum Ausdruck zu bringen. Auch wenn ein Drittel der Befragten es schön findet krisenbedingt mehr Zeit miteinander zu verbringen, so freuen sich doch alle Mütter auf mehr „Me Time“ um wieder Energie tanken zu können.

Über BIPA

BIPA ist eine preisstarke, moderne Drogerie für alles rund um Pflege, Schönheit und Wohlbefinden, und begeistert mit Produkten für Beauty, Haare, Duft, Zahnpflege und Baby. BIPA bietet seinen KundInnen über 15.000 internationale Markenartikel sowie Eigenmarken wie BI CARE, BI HOME, BI COMFORT, BI STYLED, BI KIDS, bi good, LOOK BY BIPA und BABYWELL.

Vor 40 Jahren gegründet, ist BIPA heute nicht nur das bekannteste Unternehmen im österreichischem Drogeriefachhandel, sondern auch das unangefochtene Lieblingsunternehmen bei rund 3,3 Millionen treuen StammkundInnen. Als Partner des jö Bonusclubs bietet BIPA seinen StammkundInnen ein ganz besonderes Programm mit attraktiven Angeboten und zahlreichen Vorteilen.

BIPA ist top bei Kundenzufriedenheit: Als Branchen Champion 2020 belegt BIPA zwei erste Plätze in der aktuellen Studie zur Kundenzufriedenheit der Österreichischen Gesellschaft für Verbraucherstudien (ÖGVs) in den Kategorien „Drogerie (Onlineshops)“ und „Textilreinigung“.

Das Unternehmen beschäftigt österreichweit über 4.000 MitarbeiterInnen in rund 600 Filialen. Ob Berufs-, Quer- oder WiedereinsteigerInnen: Hochwertige Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten bilden einen zentralen Bestandteil der Unternehmensstrategie und ermöglichen so individuelle Karrierewege. Mit einem Frauenanteil von 98% setzt BIPA umfangreiche Maßnahmen, um alle MitarbeiterInnen bei der Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu unterstützen. Im Jahr 2016 hat BIPA vom Bundesministerium für Familien und Jugend erneut die Auszeichnung als familienfreundlicher Arbeitgeber erhalten.

Online Shop: www.bipa.at | Facebook: www.facebook.com/BIPA und www.facebook.com/BIPAKarriere | YouTube: www.youtube.com/bipa | Instagram: www.instagram.com/bipa | Twitter: www.twitter.com/bipa

Rückfragehinweis:

Team Media Relations REWE International AG
REWE International AG, Industriezentrum NÖ-Süd, Straße 3, Objekt 16, A-2355 Wiener Neudorf
Tel.: +43 2236 600 5265, E-Mail: mediarelations@rewe-group.at