HAUSHALTSPFLEGE"
KOMPETENZPARTNER IM IKW

PRESSEINFORMATION

Roboter, Rituale, Retro: neue Haushaltspflege-Trends

Frankfurt am Main, 29. Oktober 2026 – **Der aktuelle Trendbericht „Transforming Households" analysiert Veränderungen von Wohnalltag, Haushaltsarbeit und Reinigungskultur. Was das Leben in vielen Bereichen vereinfachen kann, erzeugt an anderer Stelle Druck und Stress. Während ein Teil der Gesellschaft es als Befreiung sieht, wenn sich die Haushaltsmitglieder gleich intensiv im Haushalt betätigen, inszeniert ein anderer Teil traditionelle Geschlechterrollen. Mitten in diesen gegenläufigen Dynamiken zeigt sich Haushaltspflege im Spannungsfeld von je drei Trends und Gegentrends: Komfort und Achtsamkeit, Minimalismus und Beschäftigung mit Kleinigkeiten, moderne Aufgabenverteilung und Retro-Rollen im Haushalt. Den Trendbericht hat die Denkfabrik The Future:Project im Auftrag des Industrieverbandes Körperpflege- und Waschmittel e. V. (IKW) erstellt.**

Kaum etwas verrät so viel über uns, wie die eigenen vier Wände. Dabei ist nicht nur die Einrichtung vielsagend, sondern auch, wie wir mit ihr umgehen, wie wir sie behandeln und pflegen. Ein Blick in die Haushaltsschränke lässt Rückschlüsse über die Seelenlage der Menschen in Deutschland zu. Ordnung in den Schränken kann durchaus beruhigend wirken. Tristan Horx von The Future:Project bringt es auf den Punkt: „In einer chaotischen Welt kannst du wenigstens den Bereich kontrollieren, den du wirklich beeinflussen kannst: deine eigenen vier Wände." Dieser Bereich wird von Trends und Gegentrends beeinflusst.

Komfort versus Achtsamkeit
Während in den 2010er-Jahren eher Dienstleister im Trend waren, die zeitaufwendige Alltagsaufgaben übernahmen, werden inzwischen immer mehr tägliche Pflichten an Technologien ausgelagert: Angesagt sind nun Saug- und Wischroboter, besonders wenn sie sich selbst reinigen. Erste humanoide Roboter stehen in den Startlöchern. Dabei bleibt Hausarbeit weiter Privatsache: Mehr als 80 Prozent der Haushalte werden von ihren Bewohnern gereinigt.

Als Gegentrend wird Putzen zur Alltagskunst. Werden aber immer mehr alltägliche Handgriffe und Arbeiten ausgelagert, sehnen sich viele Menschen nach Selbstwirksamkeit. So entwickelt sich Staubwischen zum Achtsamkeitsritual und Aufräumen zum Akt der Selbstfürsorge. Jede Handlung wird bewusst durchgeführt und erhält eine ritualisierte Qualität.

Bei Fragen:
Haushaltspflege – Kompetenzpartner im IKW
Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V., Mainzer Landstraße 55, 60329 Frankfurt am Main
Dr. Bernd Glassl, Telefon: 069 2556-1361, Telefax: 069 237631
BGlassl@ikw.org, www.haushaltspflege.org

Pressekontakt:
Klenk & Hoursch AG, Hedderichstr. 36, 60594 Frankfurt am Main
Leonie Weber, Telefon: 0151 19188680, ikw@klenkhoursch.de

Maximaler Minimalismus versus Beschäftigung mit vielen Kleinigkeiten

Ein weiterer Trend zeigt Ordnung als Statussymbol, weil sie Zeit beansprucht. In sozialen Medien werden Vorratskammern und Putzschränke hochästhetisch inszeniert. Gefragt sind Reinigungsmittel, die farblich zur Wohnung passen, nachfüllbare Verpackungen und ruhiges Design und gegebenenfalls dezente Raumdüfte als „emotionale Anker". Maximaler Minimalismus setzt dabei die Ordnung auf die höchste Stufe. Sie wird zum Symbol für Kontrolle über das eigene Leben. Ordnung ist dabei keine technische Aufgabe, sondern ein emotionales und geistiges Ritual.

Den Gegentrend bildet die erfüllende Beschäftigung mit Kleinigkeiten, die im Trendbericht als „Kruschelglück" bezeichnet wird: Bunte Schwämme und Tücher stehen für wohlige Fülle und charmantes Chaos. Angeschafft werden spezialisierte Reinigungsgeräte wie Krümelstaubsauger für den Frühstückstisch oder die Computer-Tastatur sowie Fenstersauger. „Dopamin-Design" gewinnt an Bedeutung: Produkte, Räume und Alltagsrituale werden bewusst ausgesucht bzw. gestaltet, um kleine Belohnungsschübe zu erzeugen. Alles wirkt sauber und gleichzeitig lebendig. Es bleibt abzuwarten, ob oder wann der Überfluss irgendwann in Überforderung kippt – vom „Kruschelglück" zum „Kram-Burnout".

Moderne Aufgabenverteilung im Haushalt versus Retro-Familien

Digitale Planer und geteilte Listen für den Haushalt sollen helfen, Aufgaben gleichmäßig zu verteilen, sodass sich alle Haushaltsmitglieder beteiligen. Dabei übernehmen immer mehr Männer Verantwortung im Haushalt – nicht zuletzt, weil mehr von ihnen allein leben. Zudem werden neue technische Haushaltsgeräte gerne von Männern übernommen: Da geht es nicht mehr nur um einen Grill im Freien, sondern gleich um eine ganze Küche im Garten, die zum eigenständigen Bereich mit eigenen Reinigungsritualen wird.

Gleichzeitig entsteht als Gegentrend eine ästhetisch überhöhte Retro-Welt mit „Tradwives". Junge Frauen inszenieren sich als traditionelle Hausfrauen, die Ordnungsroutinen, Kochen, Backen und Retro-Ästhetik zelebrieren. Doch viele von ihnen sind zugleich berufstätige Influencerinnen, die ihre Tradwife-Identität als Markenstrategie nutzen. Junge Männer, auch wenn sie sich in der Neo-Macho-Bewegung verorten, streben nicht zwingend eine Konstellation wie in den 1950er-Jahren an. Stattdessen entsteht ein neues Rollenverständnis, in dem Männlichkeit über Kontrolle, Effizienz und Selbstdisziplin definiert wird – und dazu gehört explizit, im Haushalt nicht hilflos zu wirken.

Der vollständige Bericht „Transforming Households" steht unter www.haushaltspflege.org zur Verfügung.

Bei Fragen:
Haushaltspflege – Kompetenzpartner im IKW
Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V., Mainzer Landstraße 55, 60329 Frankfurt am Main
Dr. Bernd Glassl, Telefon: 069 2556-1361, Telefax: 069 237631
BGlassl@ikw.org, www.haushaltspflege.org

Pressekontakt:
Klenk & Hoursch AG, Hedderichstr. 36, 60594 Frankfurt am Main
Leonie Weber, Telefon: 0151 19188680, ikw@klenkhoursch.de

Verantwortlich für diese Information ist der Bereich Haushaltspflege im Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V. (IKW). Der IKW mit Sitz in Frankfurt am Main wurde 1968 gegründet. Er vertritt auf nationaler und europäischer Ebene die Interessen von 470 Unternehmen aus den Bereichen Schönheits- und Haushaltspflege. Die Branche machte im Jahr 2025 einen Umsatz von 35,6 Milliarden Euro (Inland und Export). Die Mitgliedsfirmen des IKW haben 178.000 Beschäftigte (in Produktion und Vertrieb) und decken einen Umsatzanteil von über 95 Prozent in Deutschland ab.

Nachhaltigkeit

Bereits seit dem Jahr 2005 dokumentiert der Kompetenzpartner Haushaltspflege im IKW Initiativen und Trends zur Nachhaltigkeit im Zusammenhang mit Haushaltspflegemitteln. Der aktuelle „Bericht zur Nachhaltigkeit in der Wasch-, Pflege- und Reinigungsmittelbranche“ mit weiterführenden Informationen ist hier veröffentlicht: 2025_IKW_Nachhaltigkeitsbericht.pdf.

Bei Fragen:
Haushaltspflege – Kompetenzpartner im IKW
Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V., Mainzer Landstraße 55, 60329 Frankfurt am Main
Dr. Bernd Glassl, Telefon: 069 2556-1361, Telefax: 069 237631
BGlassl@ikw.org, www.haushaltspflege.org

Pressekontakt:
Klenk & Hoursch AG, Hedderichstr. 36, 60594 Frankfurt am Main
Leonie Weber, Telefon: 0151 19188680, ikw@klenkhoursch.de