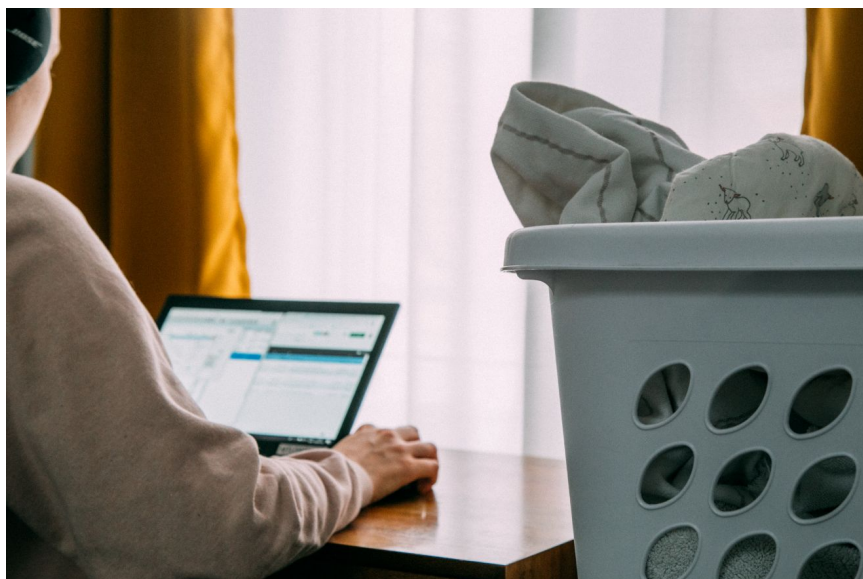


Persbericht

18 augustus 2020

Huishoudelijke rolverdeling op de schop door thuiswerken

Zeist, 18 augustus 2020 - Sinds de corona-uitbraak werken we massaal thuis. Dit heeft gevolgen voor het huishouden. Zo zijn de huishoudelijke taken bij een derde van de Nederlanders (32%) toegenomen sinds de lockdown. Dit gaat gepaard met een verschuiving in de (traditionele) rolverdeling binnen het huishouden. Mannen lijken namelijk sinds de corona-uitbraak vaker hun handen uit de mouwen te steken, wat door vrouwen wordt beaamd. Toch zorgt de druk op het huishouden voor de nodige frustraties; met name bij jonge gezinnen is de taakverdeling onderwerp van discussie. Dit en meer blijkt uit onderzoek van Motivaction, in opdracht van wereldwijd hygiëne- en gezondheidsbedrijf Essity, naar de huishoudelijke taakverdeling in Nederlandse gezinnen sinds de corona-uitbraak.



Veranderende rolverdeling

Over het algemeen is de rolverdeling in (man-vrouw) huishoudens nog vrij traditioneel. Zo heeft de meerderheid (56%) van de vrouwen het gevoel dat de huishoudelijke taken standaard onder hun verantwoordelijkheid vallen. Toch zorgde de lockdown voor een verandering hierin: ruim een derde (35%) van de mannen is namelijk meer huishoudelijke taken op zich gaan nemen. Dit wordt gezien: één op de vijf vrouwen erkent dat hun man meer is gaan doen. Desondanks zijn vrouwen doorgaans minder tevreden over de rolverdeling in huis dan mannen (63% van de vrouwen is tevreden tegenover 79% van de mannen). De oorzaak is wellicht aan henzelf te wijten; ruim de helft (54%) van de vrouwen voert bepaalde taken namelijk het liefst zelf uit omdat zij het gevoel hebben dat hun partner deze taken niet goed doet.

Niet zonder morren

Hoewel één op de vijf (21%) mannen liever zijn frustratie inslikt dan de strijd aan te gaan, ontstaat er bij bijna de helft (45%) van de Nederlanders weleens discussie over het huishouden. Stofzuigen, koken en de afwas



zijn dan de grootste onruststokers. Ondanks dat er meer discussie wordt gevoerd, leidt het huishouden sinds de corona-uitbraak bij slechts één op de tien (11%) thuiswerkende Nederlanders tot meer echte ruzie..

Vooraf jongvolwassenen ontevreden

Opvallend is dat discussies rondom het huishouden vooral ontstaan onder jongvolwassenen (18-34 jaar). Zo ontstaat er bij 62% van hen regelmatig onenigheid over het huishouden, tegenover 27% van de ouderen (50-65 jaar). Jongeren lijken dan ook meer te eisen van hun partner: een kwart wil dat hun partner een grotere rol pakt binnen het huishouden, waar slechts 11% van de ouderen dat graag ziet.

"Het coronavirus heeft de druk op het huishouden flink opgevoerd. Het vele thuiswerken vraagt om een continu goed gevulde koelkast, een extra keer stofzuigen, net wat vaker het toilet boenen en levert bovendien een oneindige berg afwas op. Dit onderzoek laat zien wat de impact is van het thuiswerken op de Nederlandse huishoudens. Ook voor in de toekomst is dit interessant, aangezien we ook na het coronavirus verwachten fors meer thuis te blijven werken", aldus Gertie Eikenaar, communications director Essity BeNeLux. "De veranderende traditionele rolverdeling is wat ons betreft een goede ontwikkeling die laat zien dat de genderverschillen ook op dit vlak steeds meer vervagen." Genderneutraliteit is één van de UN Sustainable Development Goals waar Essity zich hard voor maakt.

Over het onderzoek

Dit onderzoek is uitgevoerd door onderzoeksbureau Motivaction in opdracht van wereldwijd hygiëne- en gezondheidsbedrijf Essity. Voor dit onderzoek, uitgevoerd in augustus 2020, zijn 1000 Nederlanders tussen 18-65 gevraagd naar de taakverdeling in hun huishouden sinds de corona-uitbraak. Alle respondenten zijn zelf - of hun partner is - meer gaan thuiswerken sinds de uitbraak.

EINDE PERSBERICHT

Neem voor meer informatie contact op met Gertie Eikenaar, communications director Benelux (Gertie.Eikenaar@essity.com of +31 6 5124 8386 of +31 30 6984 638) of Iris Velthuis van HPB (iris.velthuis@hetprbureau.nl of 020-670 22 32).

Over Essity

Essity is een toonaangevend internationaal hygiëne- en gezondheidsbedrijf. Met onze producten en diensten zetten wij ons in voor het verbeteren van welzijn. Verkoop vindt plaats in ca. 150 landen via de toonaangevende internationale merken TENA en Tork en andere sterke merken, waaronder JOBST, Leukoplast, Libero, Libresse, Lotus, Nosotras, Saba, Tempo, Vinda en Zewa. Essity heeft ca. 46.000 medewerkers. In 2019 bedroeg de netto-omzet ca. SEK 129 miljard (EUR 12,2 miljard). Het hoofdkantoor bevindt zich in Stockholm, Zweden, en Essity staat genoteerd aan de Nasdaq Stockholm. Essity doorbreekt barrières ter bevordering van welzijn en draagt bij aan een gezonde, duurzame en circulaire samenleving. Ga voor meer informatie naar www.essity.com.