

## Samenvatting rondetafelsessie

Washington D.C., 25 juni 2024

# Onvoldoende inclusieve hygiëne in openbare sanitaire ruimtes: een gezondheidsrisico dat ongemerkt miljoenen mensen treft



Elke dag zijn mensen bezig met hun dagelijks leven, zijn ze sociaal actief en werken ze, terwijl ze in stilte een verborgen strijd aangaan op een van de drukste plekken: de openbare sanitaire ruimte. Het behoud van goede hygiëne is een enorme uitdaging als er geen hygiënische openbare sanitaire ruimtes zijn.

Veel mensen hebben te maken met zichtbare en onzichtbare beperkingen. Ze hebben bijvoorbeeld een oogaandoening, worden ouder en hebben last van de veranderingen die daarbij horen of hun omstandigheden zijn veranderd. Als iemand zo'n beperking heeft, heeft dit invloed op hoe iemand een openbare sanitaire ruimte ervaart. Vaak zijn openbare sanitaire ruimtes niet uitgerust om aan de behoeften van deze mensen te voldoen. Als gevolg hiervan hebben deze mensen problemen bij de toegang tot goede hygiëne op het werk of in openbare gebieden. Ons recente onderzoek laat zien dat 44%<sup>1</sup> van de mensen bij het verlaten van hun huis al zenuwachtig wordt bij het idee dat ze naar een openbare sanitaire ruimte moeten.

**Dit is een urgente kwestie waar meer mensen zich bewust van moeten zijn. Als er niets aan wordt gedaan, is de impact op zowel openbare als particuliere organisaties groot.**

Deze alarmerende situatie werd onderstreept tijdens een recent evenement dat Tork samen met het Global Handwashing Partnership (GHP) organiseerde. Er waren pleitbezorgers en experts uitgenodigd in Washington D.C. om te bespreken hoe de hygiëne in openbare sanitaire ruimtes kon worden verbeterd en inclusiever kon worden gemaakt voor gebruikers. Er waren vertegenwoordigers van de overheid, de gezondheidszorg, de academische wereld en pleitbezorgers van de groepen mensen die hier last van hebben. Alle aanwezigen hadden één ding gemeen: de wil om het probleem onder de aandacht te brengen en hygiëne in openbare sanitaire ruimtes inclusiever te maken.

We beschrijven de belangrijkste punten uit het gesprek hieronder.

## Een verrassend groot deel van de bevolking heeft behoefte aan betere hygiëne in openbare sanitaire ruimtes

Uit onze gesprekken werd duidelijk dat dit een breed ervaren uitdaging voor de volksgezondheid is die veel mensen treft. Zo hebben mensen met een huidaandoening zoals eczeem (31,6 miljoen mensen in de VS) het probleem dat de zeep in sanitaire ruimtes hun huid ernstig kan irriteren. 16% van de mensen heeft last van parurese, ook wel bekend als het verlegen blaassyndroom. Voor hen is het gebrek aan privacy in openbare sanitaire ruimtes het probleem. Voor mensen met een aandoening zoals artritis of mensen die in een bepaalde levensfase zitten, zoals jonge ouders, zijn er onvoldoende goed ontworpen sanitaire ruimtes en is er een tekort aan geschikte producten en voorzieningen die voorzien in hun behoeften. Of neem bijvoorbeeld mensen met OCS (obsessief-compulsieve stoornis) of mensen die een fobie of angst voor virussen of bacteriën hebben. Zij vinden het vreselijk om een sanitaire ruimte te moeten gebruiken die niet schoon is, iets wat we allemaal waarschijnlijk wel herkennen.

Wat de omstandigheden ook zijn, al deze mensen hebben met elkaar gemeen dat als ze zich niet op hun gemak voelen bij het gebruik van een openbare sanitaire ruimte, ze hun dagelijkse routine ingrijpend zullen wijzigen om er niet heen te hoeven. In de praktijk zullen ze waarschijnlijk bedrijfsfaciliteiten vermijden of zelfs een nieuwe baan zoeken met sanitaire faciliteiten die wel aan hun behoeften voldoet.

We hebben onlangs meer dan 6000 mensen in vijf landen ondervraagd. Daarbij ontdekten we dat 38% van de respondenten buitenshuis eten of drinken vermijdt om het gebruik van openbare sanitaire ruimtes te beperken. 26% vermijdt een sociaal evenement vanwege zorgen over toegang tot openbare sanitaire ruimtes. Een op de zes mensen heeft zelfs ontslag genomen vanwege een slechte sanitaire ruimte.<sup>1</sup>

Uit deze gegevens en ons rondetafelgesprek is bijvoorbeeld gebleken dat restaurantgebruikers soms niet eten en drinken en mogelijk niet terugkeren, dat kantoormedewerkers die thuiswerken liever niet terugkeren naar kantoor, dat winkelaars mogelijk minder tijd in winkels doorbrengen etc. **Een openbare sanitaire ruimte waar inclusieve hygiëne en netheid geen prioriteit zijn, kunnen de reputatie en potentiële inkomsten van een bedrijf dus beïnvloeden. Bedrijven en hun bezoekers, klanten, werknemers en schoonmaakpersoneel hebben baat bij het bieden van inclusieve hygiëne in openbare sanitaire ruimtes.**

Natuurlijk blijft het algemene probleem van beperkte toegang tot openbare sanitaire ruimtes in Amerika ook een barrière. Gemiddeld zijn er in de VS slechts acht openbare sanitaire ruimtes per 100.000 mensen<sup>2</sup>. Daarom hebben burgers noodgedwongen zelf iets geregeld: ze hebben bijvoorbeeld crowdsourced Google-kaarten gemaakt die aangeven waar openbare sanitaire ruimtes beschikbaar zijn in de staat waar de gebruiker zich bevindt. Een initiatief dat, niet verrassend, de afgelopen jaren viraal is gegaan op sociale media. Om dit probleem aan te pakken, zijn innovatieve oplossingen ontwikkeld zoals Throne Labs, een start-up uit Washington die mobiele toiletten met de naam Thrones aanbiedt. Deze zijn ontworpen met hedendaagse geavanceerde technologie en hebben als doel de toegang tot schone sanitaire ruimtes voor iedereen te verbeteren, bijvoorbeeld voor gezinnen en mensen die incidenteel op locatie werken.



### **De opdracht: verandering aanjagen en impact maken**

Tork en Global Handwashing Partnership nodigen andere belanghebbenden uit om mee te werken aan het bevorderen van inclusieve hygiëne in openbare sanitaire ruimtes en te onderzoeken hoe hygiëne in openbare sanitaire ruimtes kan worden verbeterd en dit vervolgens ook uit te voeren.

De eerste stap is om het bewustzijn met betrekking tot het probleem te vergroten en gemeenschappelijke terminologie te vinden voor “inclusieve hygiëne” die iedereen begrijpt en accepteert. Het idee dat hygiëne in openbare sanitaire ruimtes inclusief moet zijn, is enorm belangrijk. Voor ons betekent inclusieve hygiëne het wegnemen van de zichtbare en onzichtbare barrières voor hygiëne waarmee mensen worden geconfronteerd, zodat zoveel mogelijk mensen zich prettig kunnen voelen in openbare sanitaire ruimtes, ongeacht hun huidaandoeningen, artritis, OCS of elke andere gezondheidsaandoening, beperking, neurodiversiteit, algemene zorgen over hygiëne of levensfase.

Met het samenbrengen van deze groep experts in Washington D.C., begrepen we dat er nog zoveel meer te leren valt om een significante impact te maken. Belangrijker nog, het onderstreept het belang van open gesprekken, niet alleen om een routekaart op te stellen om dit probleem samen aan te pakken, maar ook om de discussie voor het bredere publiek te normaliseren.

Het is tijd om het bewustzijn te vergroten met betrekking tot de miljoenen mensen die problemen ervaren door de hygiënische staat van openbare sanitaire ruimtes, en bestaande succesverhalen onder de aandacht te brengen om praktische oplossingen voor bedrijven te bedenken en samen te werken om verandering te bevorderen.

Tork en Global Handwashing Partnership hebben de belangrijkste conclusies van dit evenement omgezet in actiegerichte stappen, die hieronder beschreven staan. We delen deze met mensen die de macht en invloed hebben om dingen te veranderen, zoals bedrijfseigenaren, facilitair en operationeel managers en anderen.

1. Creëer een gemeenschappelijke taal met betrekking tot “inclusieve hygiëne” in openbare sanitaire ruimtes die iedereen in uw organisatie kan begrijpen en accepteren. Hierdoor wordt het delen van feedback, ideeën en inzichten effectiever.
2. Vergroot het bewustzijn van het probleem en de omvang van de impact ervan binnen uw bedrijf en in de samenleving als geheel. Dit kunt u doen door gesprekken aan te moedigen die de schaamte en het stigma doorbreken die verhinderen dat mensen spreken over hun ervaringen en de obstakels die ze tegenkomen bij gebruik van openbare sanitaire ruimtes.
3. Informeer een breder publiek, de overheid, het bedrijfsleven en andere belanghebbenden over de zichtbare en onzichtbare barrières die de toegang tot goede hygiëne op het werk of in het openbaar verhinderen. Laat zien wat uw organisatie doet om dit probleem op te lossen.
4. Deel succesverhalen over wat werkt om verdere innovatieve oplossingen aan te moedigen en deel plannen om de ervaring in de sanitaire ruimte voor zoveel mogelijk mensen te verbeteren.



**Think ahead.**

Volg ons op sociale media @Tork en [onze website](#) om te leren hoe u uw sanitaire ruimtes inclusiever kunt maken. U kunt ons volgen en uw verhalen, ideeën en innovaties delen bij ons streven naar inclusieve hygiëne in openbare sanitaire ruimtes.

1 Data uit de Tork Insights Survey 2024 met gegevens van 6000 personen van 18-65+ en 900 vertegenwoordigers van bedrijven in de Verenigde Staten, Mexico, het Verenigd Koninkrijk, Duitsland en Frankrijk.

2 Data uit een rapport uit 2021 van QS Supplies. QS Supplies maakte gebruik van de app PeePlace, een belangrijke tool om sanitaire ruimtes te zoeken, om het aantal sanitaire ruimtes in verschillende delen van de wereld te tellen en gebruikte officiële bevolkingscijfers om het aantal sanitaire ruimtes per 100.000 mensen te berekenen.

3 Hanifin JM, Reed ML; Eczema Prevalence and Impact Working Group. [A population-based survey of eczema prevalence in the United States](#). *Dermatitis*. 2007 juni;18(2):82-91. doi: 10.2310/6620.2007.06034. PMID: 17498413.



Think ahead.



Tork is onderdeel van Essity, een toonaangevend internationaal bedrijf op het gebied van hygiëne en gezondheid. Onze producten, oplossingen en diensten worden dagelijks door een miljard mensen over de hele wereld gebruikt. Wij willen barrières voor welzijn doorbreken, ten bate van consumenten, patiënten, zorgverleners, klanten en de samenleving. Verkoop vindt plaats in ongeveer 150 landen onder de wereldwijd toonaangevende merken TENA en Tork, en andere sterke merken zoals Actimove, Cutimed, JOBST, Knix, Leukoplast, Libero, Libresse, Lotus, Modibodi, Nosotras, Saba, Tempo, TOM Organic en Zewa. In 2023 had Essity een netto-omzet van ongeveer 147 miljard SEK (13 miljard EUR) en had 36.000 mensen in dienst. Het hoofdkantoor van het bedrijf bevindt zich in Stockholm, Zweden en Essity staat genoteerd op de Nasdaq Stockholm. Meer informatie is te vinden op [essity.com](https://www.essity.com).

