

Zusammenfassung des Roundtable-Gesprächs

Washington, D.C., 25. Juni 2024

Mangelnde inklusive Hygiene in öffentlichen Waschräumen: ein Gesundheitsrisiko, das Millionen Menschen betrifft



Jeden Tag leben Menschen ihren Alltag, treffen sich mit anderen und gehen ihrer Arbeit nach, während sie an einem der belebtesten Orte still mit einem verborgenen Problem kämpfen: den öffentlichen Waschräumen. Ohne hygienische öffentliche Waschräume ist es äußerst schwierig, eine gute Hygiene zu praktizieren.

Dies liegt daran, dass viele Menschen mit sichtbaren und unsichtbaren Barrieren konfrontiert sind, die sich darauf auswirken,

wie sie öffentliche Waschräume wahrnehmen – etwa kognitive Beeinträchtigungen oder durch Alter bzw. andere Umstände bedingte Veränderungen. In den meisten Fällen sind öffentliche Toiletten nicht für ihre Bedürfnisse ausgestattet. Daher sehen sich mehr Menschen als erwartet mit Hindernissen konfrontiert, die ihnen den Zugang zu angemessener Hygiene am Arbeitsplatz oder in der Öffentlichkeit erschweren. Tatsächlich zeigen unsere jüngsten Untersuchungen, dass sich 44 %¹ der Menschen scheuen, öffentliche Waschräume zu benutzen, wenn sie aus dem Haus gehen.

Dieses dringende Problem bedarf öffentlicher Aufmerksamkeit. Die Auswirkungen auf öffentliche und private Organisationen sind erheblich, wenn es nicht adressiert wird.

Deshalb hat Tork vor kurzem gemeinsam mit der Global Handwashing Partnership (GHP) eine Veranstaltung zu diesem alarmierenden Tatbestand organisiert. Interessenvertreter und Experten trafen sich in Washington, D.C., um darüber zu diskutieren, wie die Hygiene in öffentlichen Waschräumen verbessert und für die Nutzer*innen inklusiver gestaltet werden kann. Unter den Teilnehmenden waren Repräsentanten von Regierungsbehörden, Gesundheitswesen und Wissenschaft. Alle hatten ein gemeinsames Anliegen: Auf das Problem aufmerksam zu machen und die Hygiene in öffentlichen Waschräumen inklusiver zu gestalten.

Im Folgenden präsentieren wir die wichtigsten Erkenntnisse aus der Diskussion:

Der Verbesserungsbedarf bei der Hygiene in öffentlichen Waschräumen betrifft einen überraschend großen Teil der Bevölkerung

Bei den Gesprächen wurde deutlich, dass es sich hierbei um eine allgegenwärtige Herausforderung für die öffentliche Gesundheit handelt, die sehr viele Menschen betrifft. So leiden etwa allein in den USA 31,6 Millionen Menschen an Ekzemen, die – ebenso wie andere Hautunverträglichkeiten – durch die Seife in Waschräumen stark gereizt werden können. Für Menschen mit Paruresis – eine Erkrankung, mit der bis zu 16 % der Bevölkerung zu kämpfen haben (umgangssprachlich auch bekannt als „schüchterne Blase“)

– ist das Problem der Mangel an Privatsphäre in öffentlichen Waschräumen. Für andere, die an einer Krankheit wie Arthritis leiden oder sich in einer bestimmten Lebensphase befinden, wie z. B. frischgebackene Eltern, ist es die unangemessene Gestaltung der Toiletten, wo es an geeigneten Produkten und Einrichtungen fehlt, die ihren Bedürfnissen gerecht werden. Und für Menschen mit einer Zwangsstörung oder einer Phobie oder Angst vor Viren oder Bakterien ist es die Gefahr, eine unsaubere Toilette benutzen zu müssen – eine Erfahrung, die wohl alle schon einmal gemacht haben.

Unabhängig von den Umständen haben alle diese Menschen eines gemeinsam: Wenn sie sich bei der Benutzung öffentlicher Waschräume unwohl fühlen, werden sie ihre täglichen Gewohnheiten erheblich ändern, um die Toilettenbenutzung zu vermeiden. Das bedeutet, dass sie Geschäftseinrichtungen meiden oder sich sogar einen neuen Arbeitsplatz suchen, der ihren Waschraumbedürfnissen eher entspricht.

Wir haben kürzlich mehr als 6.000 Personen in fünf Ländern befragt. Das Ergebnis: 38 % der Befragten vermeiden es, unterwegs zu essen oder zu trinken, um keine öffentlichen Waschräume benutzen zu müssen. Und 26 % verzichten auf gesellschaftliche Veranstaltungen, weil sie sich Sorgen um den Zugang zu öffentlichen Waschräumen machen. Jeder sechste Befragte hat sogar schon einmal wegen eines schlechten Waschräume seinen Arbeitsplatz gewechselt.¹

Diese Daten und die Roundtable-Diskussion haben gezeigt: Wenn die Hygiene nicht stimmt, verzichten Restaurantgäste möglicherweise auf Bestellungen und kommen nicht wieder; Büroangestellte, die von zu Hause aus arbeiten, zögern, ins Büro zurückzukehren; Verbraucher*innen verbringen weniger Zeit in Geschäften – und das sind nur einige Beispiele. **Kurz: Öffentliche Waschräume, bei denen inklusive Hygiene und Sauberkeit nicht an erster Stelle stehen, beeinträchtigen das Ansehen und die potenziellen Einnahmen eines Unternehmens. Die Bereitstellung von inklusiver Hygiene in öffentlichen Waschräumen nützt dem Unternehmen, seinen Gästen, Kund*innen, Angestellten und dem Reinigungspersonal.**



Natürlich ist auch das allgegenwärtige Problem der beschränkten Verfügbarkeit öffentlicher Waschräume in Amerika nach wie vor ein Hindernis. Im Durchschnitt gibt es in den USA nur acht öffentliche Waschräume pro 100.000 Einwohner². Dies hat die Bürger dazu veranlasst, die Dinge selbst in die Hand zu nehmen, etwa durch die Erstellung von Online-Karten, in denen mittels Crowdsourcing die Standorte öffentlicher Waschräume im jeweiligen Bundesstaat erfasst werden – etwas, das in den letzten Jahren wenig überraschend weite Verbreitung in den sozialen Medien gefunden hat. Um dieses Problem anzugehen, wurden innovative Lösungen entwickelt, wie z. B. Throne Labs, ein in Washington, D.C. ansässiges Start-up-Unternehmen, das tragbare Toilettenkabinen, sogenannte Thrones, anbietet, die auf neuester Technologie basieren. Damit soll die Verfügbarkeit sauberer Toiletten für Familien, mobile Angestellte und alle anderen betroffenen Gruppen verbessert werden.

Der Weg zu nachhaltiger Veränderung

Tork und die Global Handwashing Partnership laden weitere Interessengruppen ein, sich gemeinsam für Förderung der inklusiven Hygiene und die Erforschung von Möglichkeiten zur Verbesserung der Hygiene in öffentlichen Waschräumen einzusetzen.

Der erste Schritt auf diesem Weg besteht darin, das Bewusstsein für das Problem zu schärfen und eine gemeinsame Sprache für die inklusive Hygiene zu schaffen, die alle verstehen und mittragen können. Der Gedanke, dass Hygiene in öffentlichen Waschräumen

für alle zugänglich sein muss, ist von großer Bedeutung. Für uns bedeutet inklusive Hygiene, die sichtbaren und unsichtbaren Hygienebarrieren zu beseitigen, mit denen Menschen konfrontiert sind, damit möglichst viele Menschen öffentliche Waschräume bequem nutzen können – auch mit Hautempfindlichkeiten, Arthritis, Zwangsstörungen oder anderen gesundheitlichen Problemen, Behinderungen, Neurodiversitäten oder generellen Hygienebedenken und in jeder Phase des Lebens.

Das Treffen dieser Expertengruppe in Washington, D.C. hat uns allen gezeigt, dass es noch viel zu tun gibt, damit eine nachhaltige Veränderung erzielt werden kann. Vor allem aber wurde deutlich, wie wichtig ein offener Dialog ist, nicht nur, um einen Fahrplan für die gemeinsame Lösung dieses Problems zu entwickeln, sondern auch, um die breite Öffentlichkeit mit der Diskussion vertraut zu machen.

Es ist an der Zeit, das Bewusstsein für die Millionen von Menschen zu schärfen, die mit den Hygienebedingungen in öffentlichen Waschräumen zu kämpfen haben, Erfolgsgeschichten zu beleuchten, um Unternehmen zu praktikablen Lösungen zu inspirieren, und gemeinsam auf Veränderungen hinzuwirken.

Tork und die Global Handwashing Partnership haben die wichtigsten Erkenntnisse aus dieser Veranstaltung in die folgenden umsetzbaren Schritte zusammengefasst und geben sie an alle weiter, die die Möglichkeit haben, Veränderungen voranzutreiben – Geschäftsinhaber*innen, Facility Manager, Betriebsleiter*innen und andere:

1. Schaffen Sie eine gemeinsame Sprache rund um das Thema „inklusive Hygiene“ in öffentlichen Waschräumen, die alle in Ihrer Organisation verstehen und mittragen können. Dadurch wird der Austausch von Feedback, Ideen und Erkenntnissen effektiver.
2. Schärfen Sie das Bewusstsein für das Problem und das Ausmaß seiner Auswirkungen auf Unternehmen und die Gesellschaft als Ganzes. Dazu sollten Diskussionen angeregt werden, um das Stigma und die Scham zu überwinden, die Menschen davon abhalten, über ihre Erfahrungen und Probleme rund um die angemessene Hygiene in öffentlichen Waschräumen zu sprechen.
3. Helfen Sie mit, die Öffentlichkeit, Behörden, Unternehmen und andere Interessengruppen über die sichtbaren und unsichtbaren Barrieren aufzuklären, die Menschen davon abhalten, Hygienevorrichtungen am Arbeitsplatz oder in der Öffentlichkeit angemessen zu nutzen, und zeigen Sie, was Ihre Organisation unternimmt, um das Problem anzugehen.
4. Teilen Sie Erfolgsgeschichten darüber, wie man Ideen für innovative Lösungen generiert und einen Fahrplan für die Verbesserung des Waschräumeerlebnisses für möglichst viele Menschen erstellt.

Folgen Sie uns auf den sozialen Medien (@Tork) und auf [unserer Website](#), um zu erfahren, wie Sie Ihre Waschräume inklusiver gestalten können. Begleiten Sie uns auf unserer Mission und teilen Sie uns Ihre Geschichten, Ideen und Innovationen auf dem Weg zu einer inklusiven Hygiene in öffentlichen Waschräumen mit.

1 Daten aus der Tork Insights-Umfrage 2024 unter 6.000 Personen im Alter von 18 bis 65+ Jahren und 900 Befragten, die Unternehmen in den Vereinigten Staaten, Mexiko, Großbritannien, Deutschland und Frankreich repräsentieren.

2 Daten aus einem Bericht von QS Supplies aus dem Jahr 2021. QS Supplies nutzte das wichtige Toilettentool PeePlace, um die Anzahl der Waschräume in verschiedenen Teilen der Welt zu ermitteln, und verwendete offizielle Bevölkerungszahlen, um die Anzahl der Waschräume pro 100.000 Menschen zu berechnen.

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



Think ahead.



Tork, eine Marke von Essity – ein weltweit führendes Hygiene- und Gesundheitsunternehmen. Unsere Produkte, Lösungen und Dienstleistungen werden täglich von einer Milliarde Menschen auf der ganzen Welt genutzt. Unser Ziel ist es, das Wohlbefinden von Verbraucher*innen, Patient*innen, Pflegekräften, Kund*innen und der Gesellschaft zu verbessern. Der Vertrieb erfolgt in etwa 150 Ländern unter den weltweit führenden Marken TENA und Tork sowie anderen starken Marken wie Actimove, Cutimed, JOBST, Knix, Leukoplast, Libero, Libresse, Lotus, Modibodi, Nosotras, Saba, Tempo, TOM Organic und Zewa. Im Jahr 2023 erzielte Essity einen Nettoumsatz von ca. 147 Mrd. SEK (13 Mrd. EUR) und beschäftigte 36.000 Mitarbeiter*innen. Der Hauptsitz des Unternehmens befindet sich in Stockholm, Schweden, und Essity ist an der Nasdaq Stockholm notiert. Weitere Informationen finden Sie unter [essity.com](https://www.essity.com).

