

Presseinformation

Ismaning, 24. September 2018

Essity-Umfrage: Hygiene in deutschen Schultoiletten

Schultoiletten: Eltern fordern mehr Aufmerksamkeit seitens Politik

Von Online-Petitionen bis zum Imagevideo: Eltern engagieren sich zunehmend für eine bessere Hygiene auf Schultoiletten. Eine Umfrage des Hygienespezialisten Essity, Hersteller von Marken wie Tempo und Zewa, zeigt jetzt, dass 61% der deutschen Eltern sich wünschen, dass auch Politiker dem Thema Hygiene auf Schultoiletten eine größere Bedeutung beimessen.

Auch Schulleitung (38,3 %) und Schulämter (19,5 %) sehen Eltern besonders in der Pflicht. Gleichzeitig fordern über zwei Drittel (68,6 %), das Thema Hygiene im Lehrplan stärker zu thematisieren. Frühe und bessere Aufklärung kann dabei helfen, das Hygieneverhalten der Kinder in den Schultoiletten zu verbessern. Immerhin 31,8% der deutschen Eltern sind laut der Umfrage sogar bereit, einen finanziellen Beitrag für sauberere Schultoiletten zu entrichten. Die Online-Umfrage wurde über das Institut Civey im Mai 2018 unter Eltern mit Kindern unter 18 Jahren im Haushalt durchgeführt.

Kinder halten lieber ein

Weitere Einblicke zum Thema liefert der Hygiene- und Gesundheitsbericht 2018 von Essity: 60 % der befragten deutschen Eltern sagen demnach, ihre Kinder würden mindestens einmal pro Woche den Besuch der Schultoilette meiden. 19 % geben sogar an, dass ihre Kinder dies täglich tun. Das kann zu Konzentrationsproblemen führen und weitere gesundheitliche Risiken zur Folge haben.

Hauptgrund für das Meiden der Schultoiletten sind die unhygienischen Zustände, so 70 % der Eltern. Aber auch fehlendes Toilettenpapier oder Seife sind mitverantwortlich dafür, dass Kinder ihren Harndrang lieber unterdrücken (29 %).

„Einhalten“ erzeugt Stress und gesundheitliche Risiken

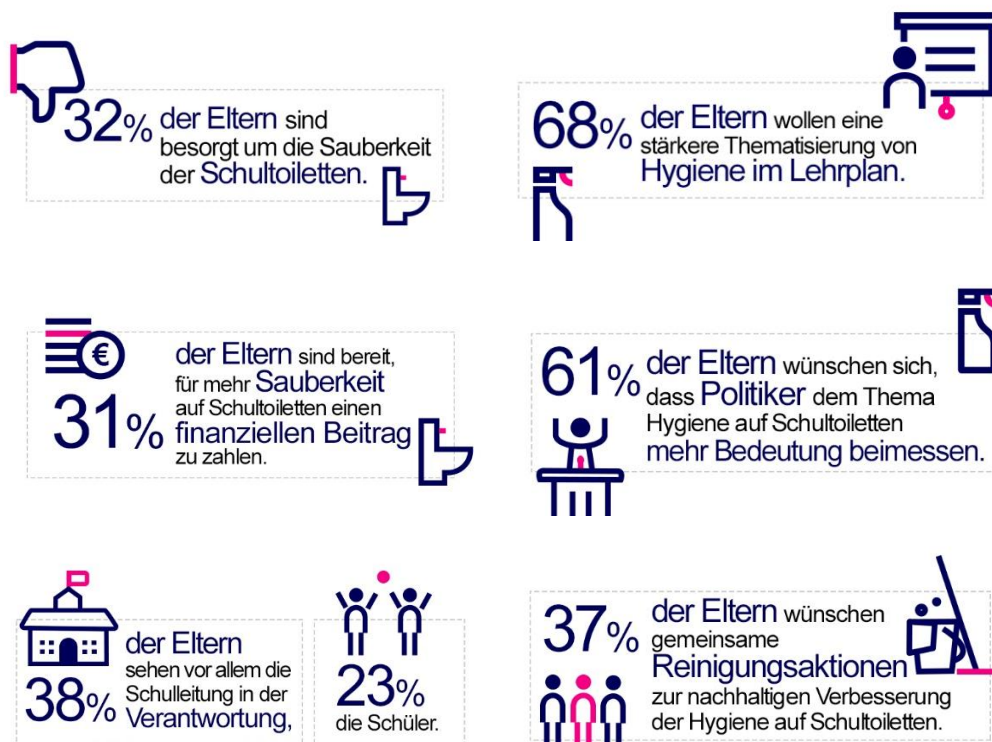
Wird der Toilettendrang zu oft unterdrückt, kann das zu Harnröhrenentzündungen oder Harnverlust führen. Oft treten außerdem auch Konzentrationsprobleme auf. „Kinder leiden unter großem Stress,

wenn sie nicht auf die Toilette gehen können. Das Bedürfnis, zu unterdrücken, kann den Lernerfolg in der Schule beeinträchtigen, da sich die Schüler statt aufs Lernen auf das Einhalten konzentrieren“, sagt Josefine Grandin, Urotherapeutin bei Essity.

Hygiene als gesellschaftlicher Auftrag

Ob politische Lösungen, finanzielle Selbsthilfe oder Aufklärungsarbeit – das Thema Hygiene auf Schultoiletten betrifft unterschiedliche gesellschaftliche Bereiche. Das bestätigt auch Magnus Groth, CEO und Präsident von Essity: „Echte Verbesserungen können nur erreicht werden, wenn alle Akteure zusammenarbeiten. Als führendes und global agierendes Unternehmen verstehen wir es als unsere Pflicht, das Bewusstsein dafür zu schärfen, wie Hygiene, Gesundheit und Wohlergehen zusammenhängen. Niemand soll aufgrund fehlender oder unzureichender Sanitär- oder Hygieneversorgung benachteiligt sein.“

Bildmaterial



Quellen

- Repräsentative Online-Umfrage im Auftrag von Essity Deutschland. Die Umfrage wurde über das Institut Civey im Zeitraum vom 14.05.2018 bis 23.05.2018 durchgeführt. Befragt wurden 2.500 Elternteile aus der gesamten Bundesrepublik, in deren Haushalt Kinder unter 18 Jahren leben.
- [Hygiene and Health Report 2018-2019 \(Deutsch\)](#)
(Sample Size Deutschland: 1.036 (571 davon Eltern), Umfragezeitraum November-Dezember 2017)

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Essity GmbH, Corporate Communications DACH
Adalperostr. 31, 85737 München-Ismaning
Tel. +49 (0)89-97006-0, Fax. +49 (0)89-97006-644
unternehmenskommunikation@essity.com, www.essity.de

Essity Pressebüro c/o Faktor 3 AG, Julia Braun
Kattunbleiche 35, 22041 Hamburg
Tel. +49 (0)40-67 94 46-6125, Fax. +49 (0)40-67 9446-11
j.braun@faktor3.de, www.faktor3.de

Über Essity

Essity ist ein global führendes Hygiene- und Gesundheitsunternehmen. Wir engagieren uns für die Verbesserung der Lebensqualität durch hochwertige Hygiene- und Gesundheitslösungen. Der Name „Essity“ setzt sich aus den Begriffen „essentials“ (das Wichtige) and „necessities“ (das Notwendige) zusammen. Von unserem nachhaltigen Geschäftsmodell profitieren Mensch und Umwelt. Wir vertreiben unsere Produkte und Lösungen in rund 150 Ländern unter vielen starken Marken, darunter die Weltmarktführer TENA und Tork, aber auch bekannte Marken wie Jobst, Leukoplast, Libero, Libresse, Lotus, Nosotras, Saba, Tempo, Vinda und Zewa. Essity beschäftigt rund 48.000 Mitarbeiter weltweit. Der Umsatz im Jahr 2017 betrug 11,3 Mrd. Euro. Essity hat seinen Hauptsitz in Stockholm, Schweden, und ist an der NASDAQ Stockholm notiert. Weitere Informationen auf www.essity.com.

Deutschland ist mit 1,18 Mrd. EUR (2017) der umsatzstärkste Markt von Essity in Europa. Das Unternehmen ist hier in den Geschäftsbereichen Hygienepapiere, Professionelle Hygiene und Körperpflege tätig. Zu den bekanntesten Marken zählen die Hygienemarken TENA und Tork, die Hygienepapiere Tempo und Zewa, die Recyclingmarke DANKE, Demak'Up Abschminkprodukte sowie die Medizinmarken Leukoplast, Cutimed, Delta-Cast, JOBST und Tricodur. Neben den Verwaltungsstandorten in Hamburg, Mannheim und München-Ismaning gibt es Produktionsstätten in Emmerich, Hamburg, Mainz-Kostheim, Mannheim, Neuss und Witzenhausen mit einer Belegschaft von insgesamt rund 4190 Mitarbeitern. Mehr Informationen unter www.essity.de.