

Presseinformation

Ismaning, 15.06.2023

Anhaltendes Tabu, wenig informiert und alleine – Frauen fühlen sich in den Wechseljahren nicht unterstützt

Gerade einmal die Hälfte der Frauen hat ein Unterstützungsnetzwerk und nur jede Dritte Frau spricht offen darüber: Die Wechseljahre sind immer noch ein Tabuthema in Deutschland, wie eine Essity-Umfrage, an der rund 1.000 Frauen (weltweit 16.000) teilgenommen haben, zeigt. Zugleich fühlt sich nur jede zweite Frau über die Wechseljahre informiert, jede zehnte ist ahnungslos. Dass Frauen mit diesem Tabu brechen und mehr Wohlbefinden in und nach den Wechseljahren erleben, dafür setzt sich das Hygiene- und Gesundheitsunternehmen Essity ein.

Die Menopause ist ein Tabu, in manchen Teilen der Welt wird sie sogar mit einer Krankheit oder einem Problem assoziiert. Dabei kommen weltweit rund eine Milliarde Frauen bis 2025 in die Wechseljahre, in Deutschland sind es derzeit rund acht Millionen Frauen. Essity hat nun die weltweit erste umfangreiche Befragung in elf Ländern mit rund 16.000 Frauen erhoben. Befragt wurden Frauen, die sich in oder nach den Wechseljahren befinden, sowie Frauen, die diese noch nicht erlebt haben. In Deutschland nahmen rund 1.000 Frauen teil. Mit der Umfrage schafft Essity ein klareres Bild zum Thema Wechseljahre, räumt mit Mythen auf und legt die Realität sowie Wünsche von Frauen vor, während und nach den Wechseljahren dar.

In den Wechseljahren beginnt der Organismus, die Bildung der Geschlechtshormone zu drosseln. Das bleibt nicht ohne Folgen. Im Durchschnitt waren die Frauen 47,3 Jahre alt, als sie in die Wechseljahre kamen. Diese Frauen haben rund 3,9 Symptome gezeigt, wobei Hitzewallungen (65 Prozent) und Schlafstörungen (43 Prozent) am häufigsten auftraten. Weitere häufige Symptome sind Nachtschweiß, Gewichtszunahme oder unregelmäßige Perioden. Tendenziell erwarten Frauen, die noch nicht in den Wechseljahren sind, dass diese mit 46,91 Jahren beginnt und mit 17,78 Symptome einhergehen. Hitzewallungen sind das am häufigsten erwartete Symptom (63 Prozent). 34 Prozent waren überrascht zu erfahren, dass Tinnitus ein Symptom der Wechseljahre ist.

Auch zeigt die Umfrage, dass fehlendes Wissen über die (Peri-)Menopause in beiden Frauengruppen noch recht hoch ist. Denn nur 55 Prozent der Frauen in den Wechseljahren fühlen sich über diese und ihre Auswirkungen auf den Körper informiert, während elf Prozent angeben, keine Ahnung davon zu haben. Bei den Frauen, die noch nicht in den Wechseljahren sind, haben lediglich 38 Prozent das Gefühl, über die

Menopause informiert zu sein. Mit Blick auf die Perimenopause ist die Zahl noch geringer: 18 Prozent der Frauen wissen, was die Perimenopause ist. 44 Prozent der Frauen sind der Meinung, dass die Menopause beginnt, wenn die Periode ausbleibt. Gezielte Informationskampagnen, professionelle Beratung sowie hilfreiche Tipps können hier der Schlüssel sein.

Tabuisierung: Frauen sprechen kaum aktiv über die Wechseljahre

Gleichzeitig trägt die anhaltende Tabuisierung zur Unwissenheit bei: 53 Prozent der Frauen in der Menopause sind der Meinung, dass die Wechseljahre ein Tabuthema sind, wobei 59 Prozent der Befragten angeben, dass dies darauf zurückzuführen ist, dass die Menschen nicht gerne über das Älterwerden ihres Körpers sprechen. 16 Prozent vermeiden es, über ihre Erfahrungen mit den Wechseljahren zu sprechen. Und nicht einmal jede dritte Frau (30 Prozent) spricht aktiv darüber – eine Zensur für die Menopause. Ähnliches zeigt sich für Frauen, bei denen die Wechseljahre noch nicht begonnen haben: 46 Prozent sind der Meinung, dass das Bewusstsein für die Wechseljahre in der Öffentlichkeit nicht ausreichend vorhanden ist. 35 Prozent von ihnen sind der Meinung, dass die Menopause bedeutet, dass man offiziell alt ist.

Geringe Unterstützung professionell noch privat

Die Realität der Frauen in den Wechseljahren sieht recht einsam aus. Weniger als die Hälfte der Frauen suchen professionelle Hilfe: 43 Prozent der Frauen in den Wechseljahren waren schon einmal bei einem Arzt oder Hausarzt. Noch weniger nehmen eine Therapie oder Medikamente, um Symptome zu lindern. Auch im privaten wie beruflichen Kontext finden Frauen kaum Unterstützung. Nur jede zweite Frau sagt, dass sie ein persönliches Unterstützungsnetz in den Wechseljahren hatte, nur fünf Prozent der Frauen hatte ein berufliches Unterstützungsnetz. 45 Prozent hatten jedoch das Gefühl, kein Unterstützungsnetz zu haben.

Die Essity-Umfrage unterstreicht, wie wichtig es ist, die Wechseljahre und das Wohlbefinden von Frauen in den Mittelpunkt zu rücken, aktiv darüber zu sprechen und so Klarheit zu schaffen. Frauen vor, während und nach den Wechseljahren brauchen das Gefühl, dass diese und alles, was damit einhergeht, gesellschaftlich akzeptiert wird.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

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

Über Essity

Essity ist ein global führendes Hygiene- und Gesundheitsunternehmen. Wir engagieren uns für die Verbesserung der Lebensqualität durch hochwertige Hygiene- und Gesundheitslösungen. 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 Actimove, Jobst, Knix, Leukoplast, Libero, Libresse, Lotus, Modibodi, Nosotras, Saba, Tempo, TOM Organic, Vinda und Zewa. Essity beschäftigt weltweit rund 48.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Der Umsatz im Jahr 2022 betrug 15 Mrd. Euro. Essity hat seinen Hauptsitz in Stockholm (Schweden) und ist an der Nasdaq Stockholm notiert. Essity überwindet Barrieren und schafft mehr Wohlbefinden. Unser Geschäftsmodell trägt zu einer gesunden, nachhaltigen Kreislaufgesellschaft bei. Weitere Informationen auf www.essity.com.

Deutschland ist mit 1,5 Mrd. EUR (2022) der umsatzstärkste Markt von Essity in Europa. Das Unternehmen bietet hier nachhaltige Produkte und Lösungen, die in allen Phasen des Lebens für mehr Hygiene, Gesundheit und Wohlbefinden sorgen. Zu den bekanntesten Marken zählen TENA und Tork, die Hygienepapiere Tempo und Zewa, die Recyclingmarke DANKE, Demak'Up Abschminkprodukte, Libresse

Intimhygiene sowie die Medizinmarken Leukoplast, Cutimed, Delta-Cast, JOBST und Actimove. Neben den Verwaltungsstandorten in Hamburg, Mannheim und München gibt es Produktionsstätten in Emmerich, Hamburg, Mainz-Kostheim, Mannheim, Neuss und Witzenhausen mit einer Belegschaft von insgesamt rund 4.700 Mitarbeitern. Mehr Informationen unter www.essity.de.