

Presseinformation

München, 26.08.2025

Umfrage zu Inklusiver Hygiene

Unterwegs im Sommer: Waschräume unbeliebt und zu wenig inklusiv

Ob im Urlaub, im Kino oder auf dem Festival: Die Nutzung öffentlicher Waschräume gehört oftmals zu den unangenehmen Erfahrungen unterwegs. Eine Umfrage im Auftrag der Essity-Marke Tork zeigt: Fast die Hälfte der Befragten plant ihre Reiseroute mit Blick auf Waschräume, rund ein Drittel vermeidet Essen und Trinken, um keine öffentlichen Toiletten nutzen zu müssen – das gilt in höherem Maße für Eltern. Und Menschen mit spezifischen Bedürfnissen stehen vor Herausforderungen unterwegs, wenn es keine inklusiven Waschräume gibt.

Die Umfrage unter 1.000 Endnutzer*innen und 150 Unternehmen in Deutschland zeigt: Die Bedeutung von inklusiven Waschräumen – also Waschräume für alle – ist den Menschen bewusst: 82 Prozent der Befragten halten es für wichtig, bereits heute inklusive Hygiene in Waschräumen anzubieten, und 83 Prozent sehen dies auch für die Zukunft als entscheidend an. Trotz dieser hohen Zustimmung offenbart die Studie eine deutliche Lücke zwischen Anspruch und Realität: Weniger als die Hälfte der befragten Unternehmen berücksichtigen die wichtigsten Faktoren für inklusive Waschräume.

„Für viele Menschen ist die Suche nach einem geeigneten und zugänglichen Waschraum eine große Herausforderung“, sagt Oliver Obel, Vice President Sales und Marketing Professional Hygiene bei Essity. „Unsere Studie zeigt deutlich, dass der Wunsch nach inklusiven Waschräumen groß ist, die Umsetzung aber noch zu wünschen übriglässt. Es geht nicht nur um Rampen und breite Türen, sondern auch um die Berücksichtigung unsichtbarer Barrieren wie Lärmempfindlichkeit oder die Bedürfnisse von Eltern mit kleinen Kindern.“

Die unsichtbaren Barrieren öffentlicher Waschräume

Die Studienergebnisse zeigen eindrücklich, wie sehr Qualität und Zugänglichkeit von Waschräumen das Verhalten der Menschen beeinflusst:

- **46 Prozent der Befragten** in Deutschland **planen ihre Reiserouten gezielt, um Zugang zu Waschräumen sicherzustellen.** Das Phänomen ist in anderen Ländern ähnlich: Bei den globalen Werten der Umfrage (neben Deutschland: USA, Frankreich, UK, Mexiko) sind es 44 Prozent der Befragten, die ihre Reiseroute entlang von Waschräumen planen. Beim Blick auf die Eltern, die in diesen Ländern gelegentlich einen Kinderwagen oder ein Baby in öffentliche Waschräume

mitnehmen müssen, steigt der Wert deutlich: auf 54 Prozent.

- **32 Prozent der Befragten** in Deutschland **vermeiden Essen und Trinken, um den Besuch öffentlicher Waschräume zu umgehen.** Beim Blick auf die internationalen Ergebnisse sind es mit 38 Prozent sogar etwas mehr. Und ein deutlich größerer Anteil von Eltern mit Babytrage oder Kind auf dem Arm vermeiden Essen und Trinken. Hier sind es fast 50 Prozent.
- **29 Prozent der Befragten** in Deutschland **verzichten auf soziale Veranstaltungen,** weil sie Bedenken hinsichtlich des Zugangs zu Waschräumen haben.

Beim Blick auf die internationalen Zahlen der Studie zeigt sich: Besonders betroffen sind Menschen mit spezifischen Bedürfnissen.

- **76 Prozent der Menschen mit Neurodiversität** (Probleme mit lauten Geräuschen) und **57 Prozent der Eltern mit kleinen Kindern empfinden laute Waschräume als stressig.**
- 82 Prozent der Befragten mit Inkontinenz geben an, dass eine schlechte Waschräumenerfahrung ihre Bereitschaft zur Rückkehr beeinflusst.
- 64 Prozent der Befragten, die einen Gehstock oder Rollator nutzen, meiden Orte aufgrund schlechter Waschräumenerfahrungen.

Essity und Tork: Für Waschräume, die für alle da sind

Als führendes Hygiene- und Gesundheitsunternehmen setzt sich Essity mit seiner Marke Tork dafür ein, Waschräume so zu gestalten, dass sie den Bedürfnissen aller Menschen gerecht werden. Dazu gehören Lösungen, die eine angenehme Atmosphäre schaffen und die Nutzung für alle erleichtern.

„Jeder Mensch hat das Recht auf eine würdevolle und sichere Hygiene – egal ob zu Hause oder unterwegs“, so Oliver Obel. „Die Ansprüche an Hygiene sind individuell, von inklusiven Waschräumen profitieren aber alle: weil sie gut zugänglich, sauber und angenehm sind. Als erstes Hygiene-Unternehmen setzt sich Essity nun für mehr Barrierefreiheit bei Waschräumen ein. Inklusive Waschräume sind eine Investition in das Wohlbefinden aller Nutzer.“

Über die Studie: Die „Tork Insight Survey 2024“ wurde vom 19. März bis 17. Mai 2024 von PureSpectrum im Auftrag von Tork durchgeführt. Es wurden insgesamt 11.0500 Endnutzer:innen in Deutschland, Frankreich, UK, Niederlande, Spanien, Mexiko, den USA und Polen befragt. Darüber hinaus wurden Unternehmen befragt, in Deutschland waren dies 150.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Essity GmbH, Corporate Communications DACH
Einsteinring 30, 85609 München
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. Jeden Tag nutzen eine Milliarde Menschen weltweit unsere Produkte und Lösungen. Wir wollen Grenzen überwinden - für mehr Wohlbefinden bei Verbraucher*innen, Patient*innen, Pflegekräften, Kunden und Gesellschaft. 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, Cutimed, JOBST, Knix, Leukoplast, Libero, Libresse, Lotus, Modibodi, Nosotras, Saba, Tempo, TOM Organic, und Zewa. Essity beschäftigt weltweit rund 36.000 Mitarbeitende. Der Umsatz im Jahr 2024 betrug ca. 13 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 1,7 Mrd. EUR (2024) 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 sowie die Medizinmarken Leukoplast, Actimove, Cutimed, Delta-Cast und JOBST. 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 5.000 Mitarbeitenden. Mehr Informationen unter www.essity.de.

