

Badkamergeheimen

Een blik op persoonlijke
barrières rondom intieme
gezondheidsproblemen



Introductie

Al jarenlang is Essity toegewijd aan het doorbreken van barrières voor welzijn. Samen met onze partners in de sector blijven we werken aan innovatie en leveren we oplossingen om de levenskwaliteit van onze klanten te verbeteren.

Onze campagne 'Badkamergeheimen' is bedoeld om ons allemaal aan te moedigen op te letten. Op te letten op veranderingen in onze genitaliën, ons urine- of darmgebied of andere intieme klachten waarvoor je je misschien in eerste instantie schaamt. Te vaak worden klachten op deze gebieden namelijk opgemerkt achter de gesloten deur van de badkamer en genegeerd als gevolg van maatschappelijke stigma's, met alle gevolgen van dien. We willen met deze campagne benadrukken dat schaamte niet nodig is.

We willen je aanmoedigen te praten met een gezondheidsprofessional wanneer je iets ongewoons opmerkt in je eigen gezondheid. Want jij weet als geen ander wanneer er iets niet klopt.

Belangrijkste resultaten

Schaamte is een barrière voor het zoeken van medische hulp




-  Een vijfde van de respondenten (**18%**) heeft uit schaamte voor een gezondheidsklacht weleens een huisartsbezoek uitgesteld. Dit staat gelijk aan zo'n 2,5 miljoen Nederlanders.
-  Ruim een derde (**37%**) van hen stelde dit bezoek drie maanden of langer uit
-  Eén op de vijf Nederlanders (**19%**) heeft een bezoek aan de huisarts weleens uitgesteld, om later gediagnosticeerd te worden met een gezondheidsprobleem dat eerder vastgesteld had kunnen/moeten worden.
-  Urineverlies of problemen rondom de stoelgang vindt men gênanter om over te praten (**20%**) dan bijvoorbeeld financiële problemen (**17%**) of een negatieve beoordeling op het werk (**6%**).
-  Eén op de drie Nederlanders (**32%**) heeft wel eens gegoogled op intieme gezondheidsproblemen in plaats van de huisarts te consulteren.

Praten over intieme gezondheidsklachten is voor veel Nederlanders een taboe

-  Twee van de vijf respondenten vinden het erg om een gezondheidsprobleem met anderen te bespreken.
-  Slechts een kleine meerderheid (**54%**) van de Nederlanders bespreekt een verandering in hun intieme gezondheid met hun partner.
-  Nederlanders spreken liever in het openbaar dan dat ze met vrienden of familie praten over een intiem gezondheidsprobleem.
-  Veel Nederlanders (**36%**) vinden het minder erg om te praten over verandering in de ontlasting van hun kind dan van zichzelf.



De coronapandemie vormde extra barrière om hulp te vragen

-  Eén op de **6** Nederlanders koos er tijdens de pandemie voor geen huisarts te bezoeken vanwege de toegenomen druk op de zorg door Covid-19.
-  **40%** vindt dat er onduidelijke communicatie was over het wel of niet naar de huisarts gaan tijdens de coronapandemie.
-  **12%** probeerde een afspraak te maken bij een huisarts, maar kon niet terecht vanwege Covid-19 beperkingen.



Huisarts dr. Danka Stuijver herkent dit uit haar praktijk: "Ik ervaar geregeld dat schaamte voor intieme klachten mensen ervan weerhoudt om op tijd hulp te zoeken. Velen nemen pas contact op met de huisarts als de klachten zwaarder gaan wegen dan de schaamte, terwijl het inschakelen van medische hulp in een vroeg stadium erger kan voorkomen."

Ook benadrukt ze dat dokters vaak meer moeite hebben met het omgaan met de gêne van een patiënt dan met hun lichamelijke klacht, hoe intiem deze ook is: "Het is voor artsen 'just another day at the office'. Wij vinden niks raar, alles is bespreekbaar binnen de muren van de spreekkamer en juist door open en eerlijk te zijn over je klachten help je ons zodat wij op onze beurt jou beter kunnen helpen", aldus dr. Danka Stuijver.

"Dit onderzoek laat zien dat de schaamte ertoe kan leiden dat zorgwekkende symptomen onopgemerkt blijven, met alle mogelijke gevolgen van dien. Denk hierbij aan klachten gerelateerd aan incontinentie, veranderingen in de stoelgang maar ook bijvoorbeeld lipodeem. We praten zonder problemen over de ontlasting van onze kinderen of huisdieren, maar beschouwen onze eigen gezondheid op dit vlak als een taboe. Dit moet veranderen. Als één van 's werelds grootste hygiëne- en gezondheidsbedrijven voelen wij ons medeverantwoordelijk voor de strijd tegen taboes op dit gebied. Door er openlijk over te communiceren en daarmee mensen bewust te maken van het belang om op tijd medische hulp te zoeken."

- **Gertie Eikenaar**, communicatiedirecteur Essity Benelux



Contact

Essity is een toonaangevend wereldwijd hygiëne- en gezondheidsbedrijf. Met onze producten en diensten zetten wij ons in voor het verbeteren van welzijn. De verkoop vindt plaats in ongeveer 150 landen onder de toonaangevende wereldwijde merken TENA en Tork, en andere sterke merken, zoals JOBST, Leukoplast, Libero, Libresse, Lotus, Nosotras, Saba, Tempo, Vinda en Zewa. Essity heeft ongeveer 46.000 medewerkers. De netto-omzet bedroeg in 2020 ca. SEK 122 miljard (EUR 11,6 miljard). Het hoofdkantoor van het bedrijf is gevestigd in Stockholm, Zweden, en Essity staat genoteerd aan Nasdaq Stockholm. Essity doorbreekt barrières voor welzijn en draagt bij aan een gezonde, duurzame en circulaire samenleving.

Kijk voor meer informatie over Essity en de Badkamergeheimen campagne op www.essity.nl.

Onderzoeksmethode

Het onderzoek 'Badkamergeheimen' is uitgevoerd door Motivaction in opdracht van Essity. In het onderzoek zijn de barrières rondom intieme gezondheidsproblemen getoetst onder 1.022 Nederlanders in de leeftijd van 18 t/m 80 jaar. Het onderzoek werd uitgevoerd in augustus 2021.

