

Pressemitteilung

Umfrage zeigt: Drei von vier Personen erkennen die Klitoris als Abbildung nicht

Hamburg, 12. Oktober 2023 – Tabu, Scham und männliche Dominanz in der Medizin haben dazu geführt, dass die weibliche Anatomie lange Zeit ignoriert, falsch wiedergegeben und missverstanden wurde. In vielen anatomischen Darstellungen und Lehrbüchern wurde die Klitoris oft unvollständig oder gar nicht abgebildet. Mit dem Ziel herauszufinden, wie es heute um die sexuelle Aufklärung und insbesondere die korrekte Darstellung der Klitoris steht, haben [The Female Company](#) und die globale Marktforschungsplattform [Appinio](#) 1.000 Deutsche in einer repräsentativen Studie (quotiert nach Alter und Geschlecht) befragt. Die Ergebnisse zeigen, dass Menschen auch heute noch Schwierigkeiten haben, die Klitoris korrekt zu identifizieren und deckt erhebliche Wissenslücken auf.



Klitoris – wer (er)kennt sie?

Die Studie zeigt, dass es auch heute noch für viele Menschen schwierig ist, die Klitoris richtig zu erkennen. Bei dem Schmuckstück der aktuellen Kollektion von The Female Company, das im Rahmen der Umfrage gezeigt wurde, konnten **74 Prozent der Befragten nicht identifizieren, um was es sich handelt**. Dabei geben deutlich mehr Männer als Frauen an, zu wissen, was das Schmuckstück darstellen soll (31 Prozent vs. 22 Prozent der Frauen). Doch: Selbst bei denjenigen, die meinen, es zu wissen, liegen nur 4 Prozent richtig und können die Klitoris korrekt betiteln.



Status Quo: Aufklärung

Die Umfrage stellt die Frage, ob das mangelnde Wissen auf unzureichende Aufklärung zurückzuführen ist. **84 Prozent der Teilnehmenden geben an, grundsätzlich über die weiblichen Geschlechtsorgane aufgeklärt worden zu sein.** Dabei ist die Aufklärung der jüngeren Generation deutlich ausgeprägter als die ältere Generation (89 Prozent der Gen Z im Vergleich zu 75 Prozent der 55- bis 65-Jährigen). Fast die Hälfte der Teilnehmenden (47 Prozent) gibt zudem an, ein sehr umfassendes Wissen über die weiblichen Geschlechtsorgane zu haben. Von denjenigen, die angeben, die Klitoris zu erkennen, beschreiben sogar 80 Prozent ihr Wissen als sehr umfassend.

Im Gegensatz dazu war die Mehrheit (66 Prozent) der Befragten noch nie zuvor mit der abgebildeten Form der Klitoris konfrontiert. Dies ist vermutlich darauf zurückzuführen, dass bis vor kurzem eine falsche Darstellung der Klitoris in Schulbüchern und anderen Standardwerken der Biologie und Medizin verbreitet war. **Mehr als drei von vier Befragten wussten nicht, dass die Klitoris bis vor kurzem falsch dargestellt wurde (79 Prozent).** Auch hier sind jüngere Generationen besser informiert: 29 Prozent der Generation Z wussten von der falschen Darstellung im Vergleich zu 11 Prozent der 55- bis 65-Jährigen.

Aufklärung – Mama's Job?

Wo informieren wir uns über sexuelle Gesundheit? Und wer ist eigentlich für die Aufklärung zuständig? Ein Großteil der Befragten (77 Prozent) ergreift selbst die Initiative ergriffen und informiert sich über die weiblichen Geschlechtsorgane. Dabei nennen Befragten verschiedene Informationsquellen zu sexueller Aufklärung und Gesundheit. Die beliebtesten Kanäle sind Online-Suchmaschinen (48 Prozent), Ärzt:innen (32 Prozent) und Zeitschriften, Magazine und Bücher (24 Prozent). Mehr als die Hälfte der Teilnehmenden (56 Prozent) gibt an, dass Mütter die Aufgabe hätten, über diese Themen aufzuklären. Diese Meinung wird besonders von Frauen geteilt (64 Prozent vs. 48 Prozent der Männer). Im Vergleich dazu sahen nur 31 Prozent der Befragten diese Aufgabe bei Vätern (35 Prozent der Männer vs. 27 Prozent der Frauen). Ärzt:innen kommt bei der Aufklärung eine ebenfalls große Rolle zu (49 Prozent), ebenso medizinischen Beratungsstellen (34 Prozent). Und wie steht es um unsere Schulbildung? Knapp die Hälfte der Teilnehmenden (48 Prozent) ist mit der sexuellen Aufklärung in deutschen Schulen (eher bis sehr) unzufrieden.

Die Ergebnisse dieser Umfrage verdeutlichen die Wissenslücken und Informationsbedürfnisse im Bereich der sexuellen Aufklärung – insbesondere was die Klitoris betrifft. Es ist wichtig, das Wissen über weibliche Geschlechtsorgane zu fördern und eine umfassende Aufklärung sicherzustellen, um die sexuelle Gesundheit und das allgemeine Wohlbefinden zu fördern.



Die ClitCollection – die erste Schmuckkollektion im Zeichen der Aufklärung

Passend zu den Ergebnissen lanciert The Female Company eine neue Kollektion: die **ClitCollection**. Die wasserfeste Schmuckkollektion aus Halskette, Armband und Ohrringen soll für mehr Sichtbarkeit des weiblich gelesenen Körpers sorgen. Mit einem Jahr Goldgarantie durch wasserfeste PVD-Beschichtung. Verfügbar ab € 39,90 unter thefemalecompany.com.

Zu den Studienergebnissen im Appinio Dashboard geht es [hier](#).

Zu den Pressefotos von The Female Company geht es [hier](#).

Über Appinio

Appinio ist eine globale Marktforschungsplattform, die für innovative und unkomplizierte Marktforschung steht. Die Plattform ermöglicht es Unternehmen, schnell und effizient spezifische Zielgruppen zu befragen und repräsentative Ergebnisse in Echtzeit zu erhalten. Dabei liefert Appinio täglich Millionen Meinungen aus 90+ Märkten für über 2.000 Auftraggebende, darunter Unternehmen aus den Bereichen Konsumgüter, Mobilität, Technologie sowie alle führenden Agenturen und Unternehmensberatungen. Das Unternehmen wurde 2014 von Jonathan Kurfess (Chairman), Max Honig (CEO) und Kai Granaß (CTO) gegründet und hat seinen Hauptsitz in Hamburg. Weitere Informationen unter: appinio.com/de

Über The Female Company

The Female Company, 2018 gegründet von Ann-Sophie Claus und Sinja Stadelmaier, ist ein FemCare-Unternehmen mit Sitz in Berlin. Mit lautstarker Kommunikation und Aufklärung bricht das Unternehmen Tabus und bietet nachhaltige Produkte rund um die Periode, Schwangerschaft und Frauengesundheit. Wie zum Beispiel Bio-Tampons und waschbare Periodenunterwäsche. Weitere Informationen unter: thefemalecompany.com

Pressekontakt:

Appinio

Anja Nitschke
PR & Communications Manager
anja.nitschke@appinio.com
+49 40 808 127 130

The Female Company

Aline Schmid
Communications Manager
presse@thefemalecompany.com
+49 170 6326619