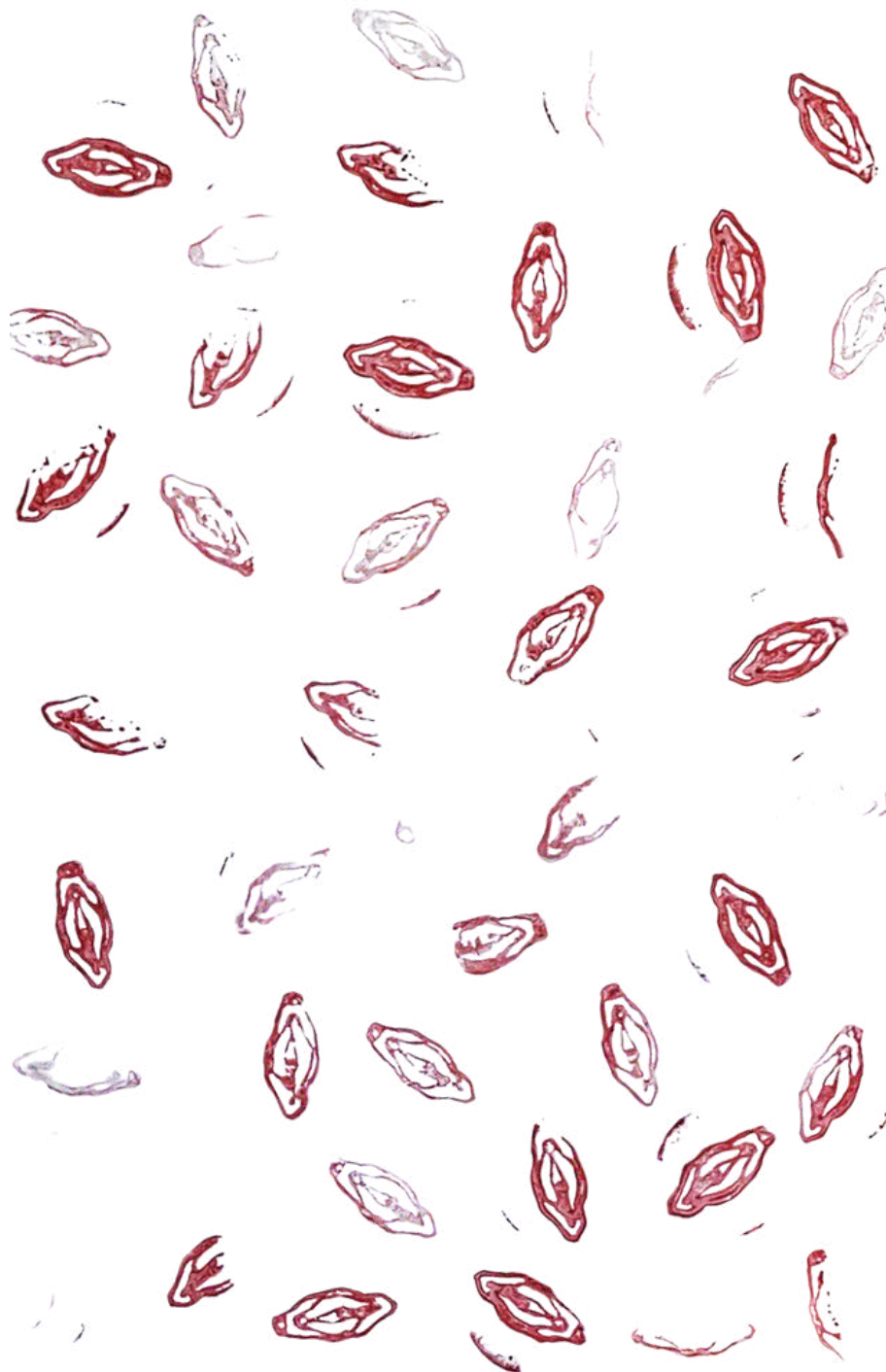


change. issue.

perspektiven. inhalte. stimmen.



Liebe Leser*innen,

nicht nur unsere Gesellschaft steht derzeit vor großen Herausforderungen: Weltweit führen politische Entwicklungen und Krisen zu Verunsicherung und Ängsten. Antidemokratische Stimmungsmache und eine Verschiebung der Grenzen des Sagbaren sorgen dafür, dass sicher geglaubte Werte und Vorstellungen nicht länger als selbstverständlich gelten können. Insbesondere das Begreifen von Vielfalt als Chance und die positiven Aspekte eines pluralen Zusammenlebens geraten zunehmend in den Hintergrund. Errungenschaften in Bezug auf Sensibilität und Problembewusstsein drohen zu entfallen. In dieser Zeit sind wir noch mehr gefordert:

Wir müssen aktiv dagegenhalten und dafür Sorge tragen, dass wir gemeinsam über gesellschaftliche Missstände sprechen können. Denn das ist nicht die Veränderung, die wir mit *change now. period.* e. V. erreichen wollten.

Nach wie vor sehen sich Menstruierende mit Vorurteilen konfrontiert, wenn es um die Periode und damit verbundene Themenfelder geht. Seien es Krankheiten wie Endometriose, fehlender Zugang zu Periodenprodukten oder der nach wie vor oftmals schambehaftete Umgang mit Menstruation insgesamt – gemeinsam müssen wir nicht nur aufklären, sondern auch weiterhin entschlossen handeln, um nachhaltige Veränderungen in unserer Gesellschaft zu erreichen.

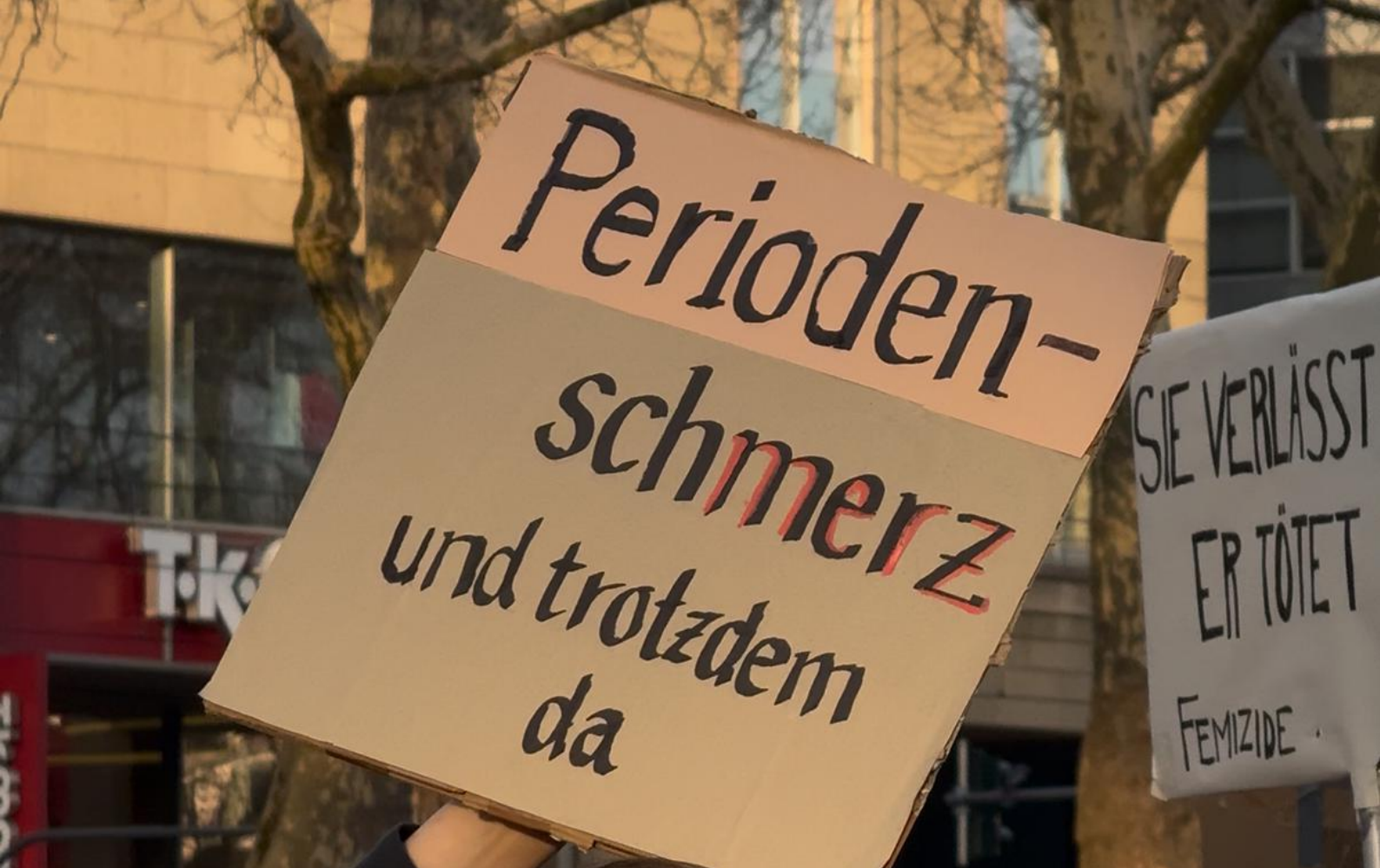
Aus diesem Grund haben wir das vorliegende Heft unter den Schwerpunkt „Zugang“ gestellt. Sind Menstruationsartikel für alle in ausreichender Quantität und Qualität vorhanden? Haben alle die Möglichkeit, sich zu informieren? Sich den Themen Periode und Periodenarmut sowie den damit verbundenen Stigmatisierungen zu stellen, erfordert ein ganzheitliches Verständnis. Das wollen wir mit den folgenden Seiten deutlich machen.

Lasst uns gemeinsam dranbleiben und Gespräche über und das Leben mit der Periode zu dem machen, was es sein sollte...Normalität!

Unser ganzes Team wünscht eine spannende Lektüre und hofft, mit diesem Heft einen kleinen, sensibilisierenden Beitrag in den Diskurs einbringen zu können.

Euer Team von

**change
now.
period.**



04 Warum Zugang entscheidend ist

Über Teilhabe, Aufklärung und Sichtbarkeit

10 Deutschland und die Welt

Fakten und Entwicklungen

20 „Geschichten aus dem Leben“

Wir müssen über Periodenarmut reden!

24 Mehr als nur ein Datum

28. Mai 2024 – Der Menstrual Health Day

28 Rotes Blut, klare Worte

Wie Werbung helfen kann, das Tabu zu brechen

32 Engagement trifft auf Begegnungen

Unser Stand am Ehrenamtstag in Köln

34 Un_erhört: Die Vulva im Museum

Ein Interview über Kunst, Tabus und Sichtbarkeit

40 Klar und laut

Gemeinsam gegen Gewalt

42 leave a secret, read a secret

Ein stiller Dialog zwischen Fremden

44 Gemeinsam laut

Beim Feministischen Kampftag in Köln

49 Wer wir sind und warum wir handeln

Weil Zugang für uns kein Ziel ist, sondern der Anfang



Warum Zugang entscheidend ist

Über Teilhabe, Aufklärung und Sichtbarkeit

Offen über Menstruation reden? Für viele ist das keine Selbstverständlichkeit. Die Periode, der Umgang mit ihr oder auch dazugehörige Herausforderungen: Alle diese Themen sind noch immer stark mit Schamgefühlen und Unsicherheiten verbunden.

„Am besten nicht darüber reden!“ scheint für viele das gewählte Motto zu sein. Dabei trägt genau das zu Stigmata, Vorurteilen und Mythen bei, die einen offenen Diskurs in der Gesellschaft stören und manches Mal sogar verhindern. Umso wichtiger, dass wir dieses sinnlose Tabu mehr und mehr gemeinsam brechen!

Natürlich gab es in der Vergangenheit bereits wichtige Schritte in die richtige Richtung: Personen, die aufklärenden oder sensibilisierenden Content auf unterschiedlichen Social Media-Plattformen¹ anbieten, oder Ausstellungen², die dazu anregen, eigene Erfahrungen mit anderen Besucher*innen zu teilen. Mit einer eigenen Studie über die Erfahrungen mit Menstruation von Frauen und Mädchen, an der etwa 1.000 Personen zwischen 16 und 45 Jahren teilgenommen haben, füllten Plan International und WASH United eine gravierende Lücke.³ Unterschiedlichste Veranstaltungen boten und bieten zudem Möglichkeiten des Vernetzens und Austauschs.⁴

Alle diese Formate haben etwas gemeinsam:
Sie schaffen Zugänge. Aber was bedeutet das und wozu eigentlich?

Zugang, der Substantiv, maskulin

Bedeutung (1a) Stelle, Weg, der in einen Raum, Ort hineinführt
[in übertragener Bedeutung] freien, kostenlosen Zugang zu Informationen haben

Die konkrete Bedeutung des Wortes „Zugang“ beschreibt laut Duden eine(n) „Stelle, Weg, der in einen Raum, Ort hineinführt“. Übertragen bedeutet das also, dass etwas für jemanden erreichbar oder nutzbar ist; dass es möglich ist, mit etwas in Berührung zu kommen. Dieses Etwas kann Verschiedenes darstellen: Es kann sich um einen realen oder gedachten Diskursraum handeln, einen Wissensspeicher mit Antworten auf persönliche und gesellschaftliche Fragen, oder konkrete Ressourcen und Mittel, derer es bedarf. Zugänge können dementsprechend unterschiedlich aussehen, doch gibt es eben auch fehlende Zugänge.

Vorurteile oder falsche Vorstellungen, Mythen und sonderbare „Theorien“ – was sich sachlich einfach widerlegen ließe, ist häufig das Ergebnis von Unwissenheit oder mangelnder Beschäftigung. Eine entscheidende Rolle spielen daher die Vermittlung von Wissen, Bildung und Aufklärungsarbeit, die ein höheres Problembewusstsein und mehr Sensibilität im Umgang fördern. Doch Informationen sind nicht immer und für alle gleichermaßen zugänglich. Aus diesem Grund braucht es die Vielfalt der oben genannten Formate. Nur auf diese Weise kommen Mitglieder unserer diversen Gesellschaft mit den Themen in Kontakt.

In der bereits angesprochenen Studie fordern 79 Prozent der weiblichen und 60 Prozent der männlichen Befragten, dass Schulen besser über Menstruation informieren. Wohin der Mangel an Aufklärungsarbeit sowie das Tabu beim Thema Menstruation führen, zeigt ein weiteres Ergebnis der Studie: „21 Prozent wussten gar nicht, was mit ihnen geschah, als sie ihre erste Periode hatten.“ Etwa jede*r Fünfte fühlte sich überfordert und hilflos und sogar jede*r Vierte hatte kein Hygieneprodukt. Eine interaktive Station im Rahmen der Mitmachausstellung „Perioden Power. Lernen. Reflektieren. Visionieren.“ 2024 in Köln zeigte deutlich, dass die Besucher*innen überwiegend mit Freund*innen oder ihrer Familie über die Periode sprechen.

Für den Austausch von Wissen spielen dementsprechend persönliche Dialoge eine bedeutende Rolle. Sie erfordern jedoch die individuelle Bereitschaft (in einem selbst definierten Rahmen) über eigene Erfahrungen zu sprechen und einen empathischen Umgang im Miteinander. Ist beides nicht vorhanden, so bestimmen Tabus und Stigmata den gesellschaftlichen Diskurs. Der Zugang zu Informationen ist also essenziell, um weitere Veränderungen zu bewirken. In diesem Zusammenhang spielt auch der jährliche Menstrual Health Day eine wichtige Rolle: Weltweit beteiligen sich institutionelle wie auch individuelle Akteur*innen mit Programmen und Beiträgen am Aktionstag. Der 28. Mai ist zugleich der Anlass für die Veröffentlichung dieses Magazins – unserem Beitrag für mehr Aufklärung und Aufmerksamkeit.

Doch wie ist es mit dem Zugang zu den benötigten Menstruationsprodukten? Statistisch empfindet beinahe jede vierte Frau die monatlich anfallenden Kosten als finanzielle Belastung. Rund 15 Prozent reduzieren den eigenen Verbrauch, um so Kosten zu sparen.⁵ Rund drei Viertel der Befragten gaben an, dass kostenfreie Produkte eine wesentliche Entlastung bedeuten und daher ihr Leben vereinfachen würden.⁶ Und um einmal den Blick über Deutschland hinaus zu weiten: Rund 500 Millionen Menstruierende weltweit haben keinen Zugang zu Menstruationsprodukten.⁷ Abhilfe können kostenfreie Menstruationsprodukte zum Beispiel in städtischen Einrichtungen leisten: Ein Pilotprojekt der Stadt Köln sah zunächst ab 2022 die Bereitstellung von Tampons und Binden in den städtischen Bürgerhäusern vor, sollte aber schließlich auch auf Schulen⁸ ausgeweitet werden. Eine flächendeckende Regelung gibt es bislang nicht, stattdessen entscheiden unterschiedliche Unternehmen, Institutionen, Bildungs- und Freizeiteinrichtungen individuell. Mehr und mehr finden sich in Restaurants oder Universitäten entsprechende Automaten. Auch hier ist ein entschiedenes Handeln von gesellschaftlichen wie politischen Akteur*innen und Entscheidungsträger*innen von ausschlaggebender Bedeutung, denn nur ein gemeinsames Vorgehen bewirkt letztlich die dringend benötigte Entlastung insbesondere für junge Menstruierende.

Werfen wir abschließend noch einen Blick auf den zentralen Aspekt Gesundheit und Forschung, so wird deutlich, dass Zugänglichkeit auch hier keine Selbstverständlichkeit darstellt: Während mehr als 70 Prozent angeben unter regelbedingten Schmerzen oder Krämpfen zu leiden, war nur jede zweite Person zufrieden mit der ärztlichen Behandlung.

Beinahe jede fünfte Person fühlte sich mit den eigenen Beschwerden nicht ernst genommen.⁹ Alarmierende Erfahrungswerte, die zeigen, dass wir von einer Normalität im Umgang mit der Periode aber auch den mit ihr verbundenen Einflüssen auf den Alltag von Menstruierenden, deren Gesundheit und Wohlbefinden noch weit entfernt sind. In diesem Heft gehen wir auf die vorgestellten Formen und Varianten von Zugängen noch genauer ein. Berichte über die Aktivitäten von change now. period. in den vergangenen Monaten geben Einblicke in die Vereinsarbeit und heben zugleich die Vielfalt der Möglichkeiten, sich zu engagieren, hervor. Insbesondere lokale Kooperationen bieten in vielen Fällen wichtige Ausgangspunkte für weitere, erfahrungsbasierte Schritte hin zu mehr Sensibilität im Umgang mit Menstruationsthemen. Und nur durch weitere Forschungen, Studien und Umfragen, Projekte, Kampagnen und vieles mehr wird es unserer Gesellschaft gelingen, nachhaltige Verbesserungen zu erreichen.

NEWS. PERIOD.

www.changenow.koeln | @changenow.period

Ausgabe 1

Change now. period.

THE STIGMA.

Wir erst einmal Small Talk betreiben, aber wir kommen ab
Menstruation ist so natürlich wie Atmen, aber warum
ist diese bei Menstruierenden oft Scham und Unsicherh
mitbest. Stell Dir vor: Das Geld im Koffer und die m
Menstruierende ist es traurige Realität. Persönlich
schützende Rücken wie Intimkissen, wenn Proble
ed wie Socken oder Toilettenpapier genutzt werden
men, period. e. V. möchte mit folgenden drei Sch

ERKLÄRUNG.

Wir wollen das Tabu brechen und u
menstruierenden aufmerksam ma
Durch Aufklärung und
Bildungswissen tragen w
nicht nur, in der Pra
derr wir

Anmerkungen

¹ Die verschiedenen Social Media-Plattformen bieten eine Fülle an Accounts, die sich den Themen annehmen. Beispielhaft seien an dieser Stelle @maedelsabende und @verhuetbar genannt. Sie weisen zum Beispiel mithilfe von Infografiken und kurzen Videos auf mit Menstruation verknüpfte Themenfelder hin.

² Ein Beispiel hierfür ist die Mitmach-Ausstellung „Perioden Power. Lernen. Reflektieren. Visionieren“, kuratiert von Laura Cappenberg. Sie fand vom 25. bis 30. Mai 2024 im Motoki-Kollektiv in Köln-Ehrenfeld statt. Im Vordergrund stand die Partizipation: Besucher*innen hatten an unterschiedlichen Stationen Gelegenheit, ihre Meinungen oder Geschichten zu teilen und so selbst Teil der Ausstellung zu werden. Begleitend fanden zudem Workshops und Veranstaltungen mit weiteren Kooperationspartner*innen statt.

³ Plan International Deutschland e.V. / WASH United (Hg.), Menstruation im Fokus. Erfahrungen von Mädchen und Frauen in Deutschland und weltweit, 2022. URL: https://www.plan.de/fileadmin/website/04_Aktuelles/Kampagnen_und_Aktionen/Menstruationsumfrage/Plan-Umfrage_Menstruation-A4-2022_final.pdf?sc=IDQ24100,
letztmalig abgerufen am 11.04.2025.

⁴ Zu nennen sind hier beispielsweise Veranstaltungen, die im Rahmen des Menstrual Health Day jährlich am 28. Mai zu einer besseren Sichtbarkeit, mehr Sensibilisierung und auch Solidarität mit Menstruierenden beitragen. Mit Workshops oder Vortragsveranstaltungen schaffen Akteur*innen zudem wichtige Räume für einen offenen Diskurs und Erfahrungsaustausch. Im Besonderen der Ehrenamtstag, wie er in Köln jährlich stattfindet, bietet gute Vernetzungsmöglichkeiten unter diversen aktiven Organisationen und interessiertem Publikum. Weitere Beispiele und nähere Einblicke bieten die nächsten Kapitel dieses Magazins.

⁵ Plan International Deutschland e.V. / WASH United (Hg.), Menstruation im Fokus. Erfahrungen von Mädchen und Frauen in Deutschland und weltweit, 2022, S. 14.

⁶ Ebd.

⁷ Ebd.

⁸ Ringendahl, Alexandra. Bald sind Tampons und Binden kostenlos in Kölner Schulen, in: Kölner Stadt Anzeiger, 05.12.2023. URL: <https://www.ksta.de/koeln/bald-tampons-und-binden-kostenlos-in-koelner-schulen-695938>,
letztmalig abgerufen am 11.04.2025.

⁹ Plan International Deutschland e.V. / WASH United (Hg.), Menstruation im Fokus. Erfahrungen von Mädchen und Frauen in Deutschland und weltweit, 2022, S. 12.

Mit unseren Aktivitäten wollen wir von **change now. period.** mehr Bewusstsein für das Problem Periodenarmut schaffen.

Für eine erste Beschäftigung mit dem Thema haben wir daher 2024 ein Dossier herausgegeben.

Hier kommst Du zu unserem Dossier:





Deutschland und die Welt

Fakten und Entwicklungen

*In Anlehnung an den Artikel von Mohd Tohit, N. F., & Haque, M. (2024).
Breaking the Cycle: Addressing Period Poverty as a Critical Public Health Challenge and Its Relation
to Sustainable Development Goals. Cureus, 16(6).*

Die Herausforderung der Periodenarmut, wie etwa unzureichender Zugang zu Menstruationshygieneprodukten, Bildung und Einrichtungen aufgrund finanzieller Zwänge, Stigmatisierung und infrastruktureller Mängel, betrifft weltweit Millionen von Frauen, Mädchen und menstruierende Menschen. Sie beeinflusst nicht nur die Betroffenen sondern stellt auch eine ernsthafte Bedrohung für die öffentliche Gesundheit dar.

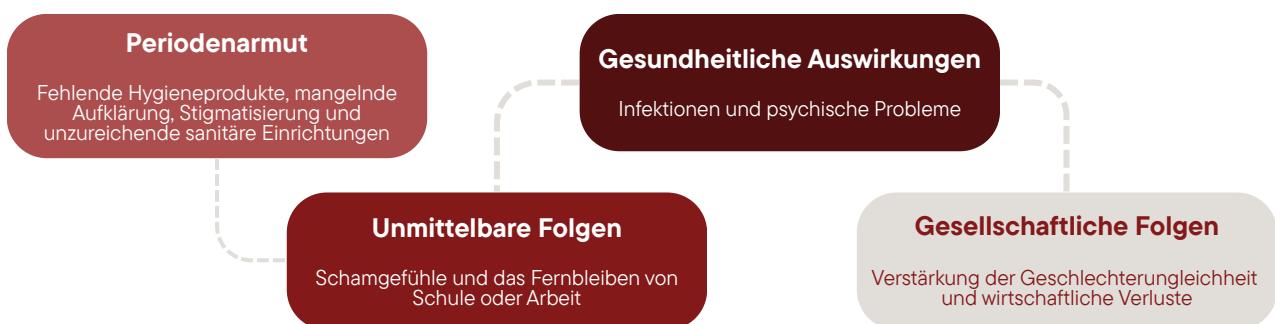
Zwischen Pubertät und Menopause erleben heranwachsende Mädchen und Frauen etwa 459 Menstruationszyklen, was in etwa einem Zeitraum von 6,25 Jahren entspricht. Um die Menstruation angemessen zu bewältigen, sind monatlich unterstützende soziale und physische Rahmenbedingungen erforderlich.

Die Pubertät, besonders der Beginn der Menstruation, stellt einen entscheidenden und zumeist sehr prägenden Abschnitt im Leben dar. Physische und psychische Einflüsse in dieser Phase können die langfristige Gesundheit und das Wohlbefinden stark beeinflussen. So können Probleme und Schwierigkeiten im Umgang mit der Menstruation zu einer Anfälligkeit für sexuelle Gewalt, Stigmatisierung und Diskriminierung erhöhen sowie die zukünftige Gesundheit der Betroffenen gefährden.

Periodenarmut ist mit den Zielen für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, kurz SDGs) verknüpft, da sie mehrere Zielbereiche betrifft. Die SDGs sind ein universeller Aufruf zum Handeln, um Armut zu beenden, den Planeten zu schützen und sicherzustellen, dass alle Menschen in Frieden und Wohlstand leben können.

Unzureichendes Menstruationshygienemanagement beeinflusst nicht nur die Hygiene, sondern auch gesundheitliche Ergebnisse, Bildungsstand und wirtschaftliche Teilhabe. So ist die Bekämpfung der Periodenarmut grundlegend für die Förderung von Gesundheit und Wohlbefinden und steht im Einklang mit dem Ziel der nachhaltigen Entwicklung.

Periodenarmut hängt mit der Gleichstellung der Geschlechter zusammen, was die Notwendigkeit integrativer und geschlechtersensibler Politik zur Erreichung des Ziels für nachhaltige Entwicklung unterstreicht. Die SDGs können nicht erreicht werden, ohne die Bedürfnisse marginalisierter Gemeinschaften zu berücksichtigen. Durch das Erkennen weitreichender Auswirkungen der Periodenarmut auf die öffentliche Gesundheit und nachhaltige Entwicklung können politische Entscheidungsträger ganzheitlichere Ansätze zur Förderung gesünder und widerstandsfähigerer Gemeinschaften entwickeln.



Die Auswirkungen von Periodenarmut auf die öffentliche Gesundheit

Periodenarmut betrifft weltweit Millionen von Menstruierenden und verdeutlicht erhebliche Ungleichheiten in Gesundheit, Wohlbefinden, sozialen, wirtschaftlichen und bildungsbezogenen Bereichen.

Finanzielle Hindernisse

hindern Betroffene daran, sichere Menstruationshygieneprodukte zu erwerben. Viele müssen sich zwischen dem Kauf von Lebensmitteln und Hygieneartikeln entscheiden, was das Risiko von Infektionen erhöht, da sie auf Ersatzprodukte wie Zeitungspapier, Stoffreste, Socken oder sogar Heu zurückgreifen.

Bildungsunterschiede:

In Entwicklungsländern führt menstruationsbedingtes Fernbleiben von der Schule zu Bildungsnachteilen. Betroffene versäumen jeden Monat etwa vier Schultage. In den USA und Indien zeigen Untersuchungen, dass eingeschränkter Zugang zu Hygieneprodukten und kulturelle Stigmata zu Schulabbruch und negativen Gefühlen führen.

Stigmatisierung und Mythen:

Menstruation ist von Mythen und Tabus umgeben, was zu Isolation und Scham führt.

Dieses Stigma beeinträchtigt das Wohlbefinden, die Freiheit, Mobilität, Würde und Gesundheit von Menstruierenden. Studien zeigen, dass Menstruierende aufgrund dieser Herausforderungen ein höheres Maß an Stress, Ängsten und Depressionen aufweisen.

Wirtschaftliche Auswirkungen:

Periodenarmut verschärft geschlechtsspezifische Ungleichheiten und belastet Haushaltsbudgets. Untersuchungen in Dhaka zeigen, dass fast 95 Prozent der Frauen Lumpen benutzen, was zu Gesundheitsproblemen führt. Auch in Ländern mit höherem Einkommen bleibt Periodenarmut ein Thema. Eine Umfrage im Vereinigten Königreich ergab, dass sich jedes zehnte Mädchen keine Menstruationsprodukte leisten konnte.

Ökonomische Kosten:

Periodenarmut führt zu Produktivitätsverlusten und erheblichen finanziellen Kosten. Ein Bericht der Weltbank schätzt, dass unzureichender Umgang mit Menstruationsgesundheit weltweit zu wirtschaftlichen Verlusten in Milliardenhöhe führt. Die Bekämpfung der Menstruationsarmut ist daher eine Frage der Gerechtigkeit, der Menschenrechte und eine wirtschaftlich sinnvolle Strategie.

Globale Beispiele:

In den USA können sich viele junge Menstruierende keine Hygieneprodukte leisten, was ihre psychische Gesundheit beeinträchtigt. In Malawi werden menstruierende Mädchen von gemeinschaftlichen Aktivitäten ausgeschlossen. In Nepal gibt es trotz gesetzlicher Verbote die Praxis der Chhaupadi, bei der Frauen in Hütten eingeschlossen werden. In Afghanistan erhöht die kulturelle Auffassung von Unfruchtbarkeit das Risiko für urogenitale Infektionen.

Auswirkungen von **Periodenarmut.**

Periodenarmut zeigt sich nicht nur im Mangel an Produkten. Sie greift über auf Bildung, Gesundheit, Psyche, Teilhabe, Zukunft. Diese Übersicht hält fest, was oft übersehen wird: Wie tief die Folgen reichen, wenn etwas fehlt, das nie fehlen sollte – und warum es strukturelle Lösungen braucht.



Höheres Infektionsrisiko

Mangelnde Hygiene macht den Körper anfällig für Infektionen sowie Entzündungen und schwächt das Immunsystem.



Fehlzeiten

Ohne Versorgung bleibt nur das eigene Zuhause. Fehlzeiten schränken Bildungswege und berufliche Chancen ein.



Psychische Belastungen

Sorgen um Gesundheit und Teilhabe verwandeln sich in stillen Druck – bis daraus Angst und tiefe Erschöpfung werden.



Finanzielle Belastung

Die Periode ist kein Luxus. Doch die damit verbundenen Kosten zwingen viele dazu, bei anderen lebenswichtigen Bedürfnissen Kompromisse zu machen.



Körperliche Beschwerden

Improvisierte Produkte, die keine wirkliche Alternative sind, verursachen Verletzungen und erhöhen das Risiko für Krankheiten.



Nährstoffmangel

Periodenarmut zieht oft eine generelle Unterversorgung nach sich – das betrifft auch die Nährstoffe, die der Körper braucht.



Zugang zur Gesundheitsversorgung

Finanzielle Hürden, Scham oder kulturelle Tabus – Gründe, die viele daran hindern, bei gesundheitlichen Problemen rechtzeitig Hilfe zu suchen.



Schweigen & Stigmatisierung

Das Schweigen zum Thema Periodenarmut führt dazu, dass es weiterhin tabuisiert wird. Dadurch wird das Gefühl der Isolation verstärkt und notwendige Gespräche werden verhindert.



Reproduktive Gesundheit

Unzureichende Hygiene kann zu chronischen Infektionen führen – mit langfristigen Folgen für die Fruchtbarkeit.

**Diese Seite lässt sich ausschneiden und mitnehmen –
so wie viele die Folgen von Periodenarmut tagtäglich
mit sich tragen.**

**Zum Teilen, zum Aufhängen, zum Sichtbarmachen.
In Praxen, Schulen und überall dort, wo es gesehen
werden muss.**

Eine Weltkarte des Zugangs

Wie viel kostet es, zu bluten?



Wo Zugang kein Luxus ist.

Länder, in denen Periodenprodukte staatlich bereitgestellt und kostenlos verfügbar sind.

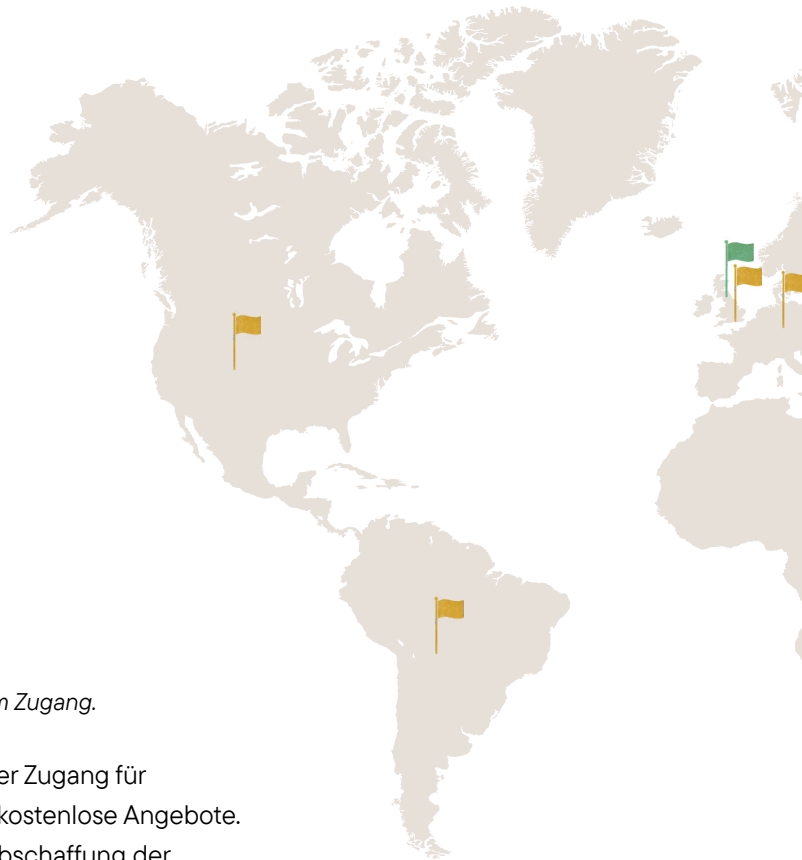
- **Schottland:** Flächendeckend kostenlos seit 2020.
- **Kenia:** Staatl. Programm für kostenlose Produkte an Schulen. Ziel ist die Reduktion von Schulabbrüchen und Gesundheitsrisiken.
- **Südkorea:** Staatl. Unterstützungsprogramm stellt nach öffentlichem Aufschrei Binden für Bedürftige bereit.



Auf dem Weg – aber noch nicht da.

Länder mit ersten Maßnahmen, aber strukturellen Lücken im Zugang.

- **Deutschland:** Reduktion der Mehrwertsteuer, aber Zugang für benachteiligte Frauen weiterhin schwierig. Kaum kostenlose Angebote.
- **USA:** Zugang variiert stark je nach Bundesstaat. Abschaffung der „Tamponsteuer“ in New York, New Jersey, Washington. Einkommensschwache Gruppen sind besonders betroffen.
- **Vereinigtes Königreich:** Trotz wirtschaftlicher Stärke weiterhin schwierig. Jedes zehnte Mädchen kann sich keine Hygieneprodukte leisten, aber Initiativen für kostenlose Schulverteilung wachsen.
- **Uganda:** Programme zur Herstellung und Verteilung wiederverwendbarer Binden. Lokale Produktion und Verteilung zur Verbesserung des Zugang.
- **Japan:** Gesellschaftlich weniger tabuisiert mit ersten Maßnahmen zur kostenlosen Verteilung an Schulen. Besonders junge Frauen kämpfen noch mit finanziellen Hürden.
- **China:** Erste Initiativen an Bildungseinrichtungen.
- **Lateinamerika (allg.):** Gesetzliche Anerkennung in einigen Ländern. Aufklärung im Aufbau.

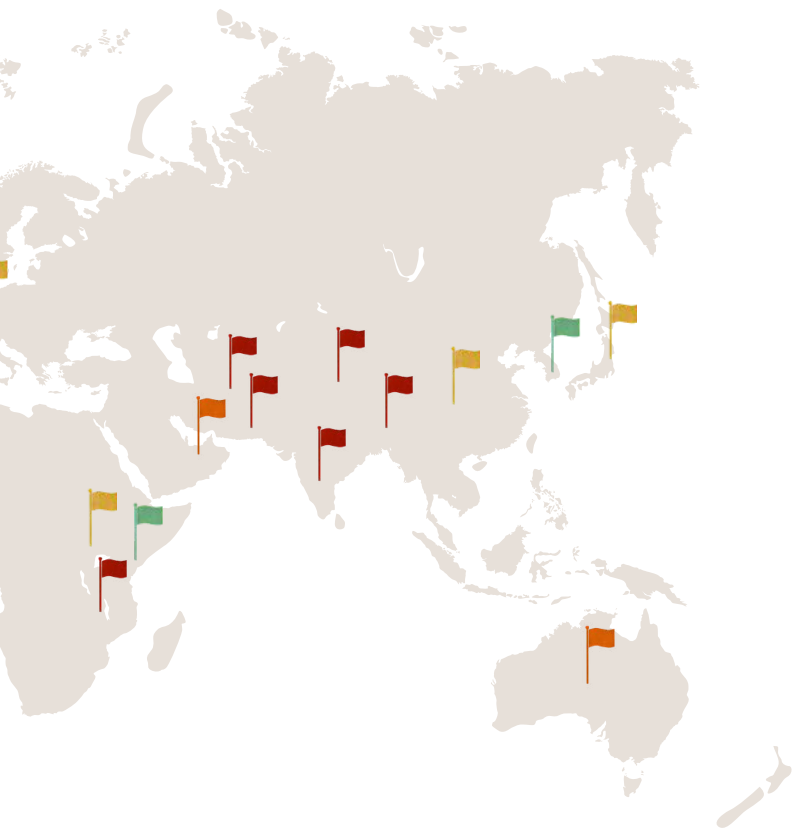




Wo Periode teuer ist – und unsichtbar.

Länder mit hohen Kosten und kaum staatlicher Unterstützung

- **Australien:** Hohe Kosten über Lebenszeit und kaum konkrete Maßnahmen. Debatten über kostenlose Produkte, aber wenig Umsetzung.
- **Vereinigte Arabische Emirate:** Menstruationsprodukte mit am teuersten weltweit. Verstärkt finanzielle Ungleichheiten.



Wo Stille lauter ist als Hilfe.

Länder, in denen Tabus und Stigmen den Ton angeben.

- **Indien:** Starke Stigmatisierung in ländlichen Regionen. Häufige Schulabbrüche, aufgrund der Periode. NGOs entwickeln günstige, biologisch abbaubare Binden.
- **Bangladesch:** Ländliche Regionen stark betroffen. Nutzung improvisierter Alternativen wegen fehlender sanitärer Einrichtungen (95 Prozent nutzen Lumpen). Starke Gesundheitsrisiken und Bildungs Nachteile.
- **Pakistan:** Starke Tabuisierung. Nutzung unhygienischer Alternativen. NGOs leisten wichtige Aufklärungsarbeit.
- **Nepal:** Anwendung der „Chhaupadi“-Praxis trotz Verbot. Isolierung Menstruierender. Starke Gefährdung von Gesundheit und Sicherheit.
- **Afghanistan:** Starke Stigmatisierung. Assoziation von Menstruation mit Unfruchtbarkeit. Stark eingeschränkter Zugang zu Hygieneartikeln führt zu hohen Gesundheitsrisiken.
- **Malawi:** Ausschluss von Mädchen während der Periode. Verstärkte Stigmatisierung behindert soziale/schulische Entwicklung.

Der Zusammenhang zwischen Periodenarmut und den Zielen der nachhaltigen Entwicklung

Die Bekämpfung der Menstruationsarmut ist entscheidend für die Verwirklichung mehrerer SDGs der Vereinten Nationen, die darauf abzielen, bis 2030 globale Herausforderungen anzugehen und die Lebensbedingungen weltweit zu verbessern. Periodenarmut umfasst den mangelnden Zugang zu Menstruationsprodukten, Bildung, sanitären Einrichtungen und Abfallmanagement. Sie überschneidet sich mit mehreren SDGs, darunter Gesundheit, Bildung, Gleichstellung der Geschlechter und Wirtschaftswachstum.

SDG 3: Gesundheit und Wohlbefinden

Das Fehlen von Hygieneartikeln zwingt viele dazu, auf unhygienische Alternativen zurückzugreifen, was das Risiko von Infektionen und reproduktiven Gesundheitsproblemen erhöht. Eine unzureichende Menstruationshygiene kann auch zu Stress und Angst führen, die durch Scham und Stigmatisierung verstärkt werden. Die Verbesserung des Menstruationshygienemanagements ist entscheidend, um gesundheitliche Komplikationen zu verhindern und das Wohlbefinden zu fördern.

SDG 4: Qualitativ hochwertige Bildung

Periodenarmut trägt zu hohen Schulabwesenheitsquoten bei Mädchen bei und gefährdet ihre Bildungschancen. Durch die Bereitstellung zugänglicher Menstruationsprodukte und angemessener sanitärer Einrichtungen in Schulen können Fehlzeiten reduziert und eine ununterbrochene Ausbildung sichergestellt werden.

SDG 5: Gleichstellung der Geschlechter

Menstruationsbedingte Stigmatisierung und kulturelle Tabus verstärken geschlechtsspezifische Ungleichheiten und schränken die Teilhabe von Frauen und Mädchen ein. Bildungsinitiativen zur Förderung des Bewusstseins für Menstruationsgesundheit und zur Entstigmatisierung können erheblich zur Gleichstellung der Geschlechter beitragen.

3 GESUNDHEIT UND WOHLERGEHEN



4 HOCHWERTIGE BILDUNG



5 GESCHLECHTER-GLEICHHEIT



6 SAUBERES WASSER UND SANITÄR-EINRICHTUNGEN



8 MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTS-WACHSTUM



10 WENIGER UNGLEICHHEITEN



12 NACHHALTIGE/R KONSUM UND PRODUKTION



SDG 6: Sauberes Wasser und sanitäre Einrichtungen

Viele Frauen und Mädchen haben keinen Zugang zu sauberem Wasser und privaten Sanitäranlagen, was es schwierig macht, die Menstruation sicher und in Würde zu bewältigen. Eine verbesserte WASH-Infrastruktur ist entscheidend für die Gesundheit und Hygiene von menstruierenden Menschen.

SDG 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum

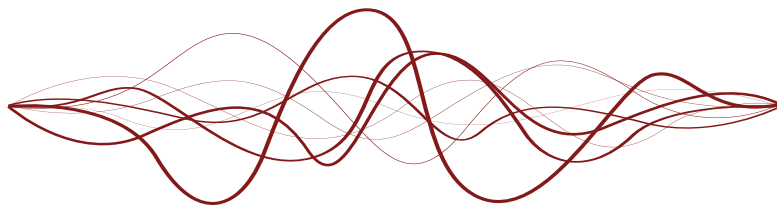
Der fehlende Zugang zu Menstruationsprodukten führt zu geringerer Erwerbsbeteiligung und Produktivität. Ein unzureichender Umgang mit Menstruationshygiene führt zu wirtschaftlichen Verlusten aufgrund von Produktivitätseinbußen und schlechteren Bildungsergebnissen. Die Förderung der Menstruationsgesundheit am Arbeitsplatz ist entscheidend für eine integrative wirtschaftliche Entwicklung.

SDG 10: Verringerung der Ungleichheiten

Marginalisierte Gemeinschaften sind oft am stärksten von Menstruationsarmut betroffen. Gezielte Maßnahmen, die diesen Gruppen Menstruationsprodukte und Aufklärung bieten, sind entscheidend, um Ungleichheiten zu verringern und sicherzustellen, dass alle Frauen und Mädchen ihre Menstruation bewältigen können.

SDG 12: Verantwortungsbewusster Konsum und Produktion

Herkömmliche Wegwerfprodukte für die Menstruation tragen zu Umweltverschmutzung bei. Die Förderung nachhaltiger Menstruationsprodukte steht im Einklang mit der Reduzierung von Abfall und der Förderung nachhaltiger Konsumgewohnheiten.



„Geschichten aus dem Leben“

Wir müssen über Periodenarmut reden!

Anlässlich des feministischen Kampftags haben unsere Mitglieder Elena und Jaqueline ein besonderes Gespräch geführt: Sie waren zu Gast bei Felix, dem Host des Podcasts „Geschichten aus dem Leben“. In seinem Format spricht er mit spannenden Persönlichkeiten über gesellschaftlich relevante Themen – dieses Mal ging es um die Periode, Periodenarmut und das Engagement von change. now period.

Die stärksten Aussagen und spannendsten Momente haben wir für Dich zusammengefasst:

Was ist Periodenarmut?

Jaqueline: Weltweit menstruieren 300 Millionen Menschen täglich – 10 Prozent davon sind von Periodenarmut betroffen. 500 Millionen Menschen haben keinen Zugang zu Periodenartikeln, 1,25 Milliarden keinen Zugang zu sicheren Toiletten. Auch in Deutschland fehlt es oft an kostenlosen Produkten oder Rücksicht im Arbeitsumfeld.

Warum ist Menstruation noch immer ein Tabuthema?

Elena: Viele haben in der Schulzeit erlebt, dass Tampons heimlich übergeben wurden. Es gibt viele kulturelle und religiöse Tabus, zum Beispiel dass Frauen während ihrer Periode Tempel nicht betreten dürfen. Auch Werbung trägt mit blauer statt roter Flüssigkeit zur Tabuisierung bei.

Welche Aktionen macht Euer Verein konkret?

Elena: Wir organisieren Infostände, zum Beispiel beim Ehrenamtstag, nehmen an Demos teil, gestalten Plakataktionen, kooperieren mit anderen Initiativen und erstellen jedes Jahr ein Dossier mit Zahlen und Fakten zu Periodenarmut. Zukünftig möchten wir auch Workshops an Schulen anbieten und Produkte an Bedürftige verteilen.

Was sind Herausforderungen – und was frustriert Euch manchmal?

Jaqueline: Themen wie Endometriose sind extrem unterforscht. Selbst im Medizinstudium fehlen oft Inhalte zur weiblichen Gesundheit. Politik wurde lange von Männern geprägt – Frauenthemen finden erst langsam Gehör und Maßnahmen wie kostenlose Hygieneartikel scheitern oft an finanziellen Hürden oder mangelndem politischen Willen.

Was macht Euch besonders Spaß an der Vereinsarbeit?

Elena: Mir macht besonders Spaß, dass wir ein junger, engagierter Verein sind, in dem alle mit Herzblut dabei sind. Es gibt viel Freiraum für eigene Ideen, und man bekommt immer Unterstützung.

Jaqueline: Mir machen vor allem die Aktionen Spaß. Bei der Demo blieben viele Menschen stehen, um unsere Plakate zu lesen – das war ein tolles Gefühl.

Warum wird Frauengesundheit oft vernachlässigt – auch seitens der Politik?

Elena: Eine große Herausforderung ist die Ignoranz mancher Menschen. Gerade beim Ehrenamtstag haben wir oft gehört: „Betrifft mich ja nicht.“ Das kann echt frustrierend sein.

Felix: Heißt aber umgekehrt auch: Es gibt noch viel zu tun – und Ihr habt viele Möglichkeiten, Euer Engagement weiterzugeben und den Verein weiter voranzubringen. Das ist doch eigentlich eine gute Nachricht.

Das war nur ein Ausschnitt – im Gespräch mit Felix ging es noch um viele weitere Aspekte rund um Menstruation, Aufklärung und gesellschaftliche Tabus.

Wer tiefer eintauchen möchte: Die komplette Folge von „Geschichten aus dem Leben“ mit change now. period. findest Du auf Spotify. Hör gerne rein!

Hier geht's zur ganzen Folge:



Mehr als nur ein Datum

28. Mai 2024 – Der Menstrual Health Day

Es gibt Tage, die mehr Bedeutung tragen, als es auf den ersten Blick scheint. Der Menstrual Health Day ist einer davon. Ein Tag, der uns daran erinnert, wie wenig oft über die Periode gesprochen wird, obwohl sie ein so präsenter Teil des Lebens vieler Menschen ist. Seit seiner Einführung 2014 hat dieser Tag eines getan: Er hat das Thema Menstruation aus der Tabuzone geholt und in den Mittelpunkt gesellschaftlicher Diskussionen gerückt. An diesem Tag kommt das Thema unseres Magazins ganz groß raus: Zugang. Zugang zu Informationen, zu Produkten, zu Aufklärung und zu einem offenen Austausch. Warum? Weil Zugang für uns nicht nur ein Wort, sondern eine Notwendigkeit ist. Ein Zugang zu echter Aufklärung über die Periode, zu Produkten, die für alle zugänglich sind, und zu einer Gesellschaft, die bereit ist, den Raum für ehrliche Gespräche zu öffnen.

Dabei spielt der Name dieses Tages eine zentrale Rolle und fordert uns heraus: In einer Welt, in der die Periode immer noch ein Tabu ist, ist es für uns als Verein essenziell, das Thema aus dem Schambereich rauszuholen und es nicht als ein reines Hygienethema zu diskutieren, sondern als das, was es ist: ein Gesundheitsthema, das 50 Prozent der Weltbevölkerung betrifft. Deshalb haben wir uns bewusst für die Bezeichnung „Menstrual Health Day“ entschieden und nicht für den ursprünglich ins Leben gerufenen „Menstrual Hygiene Day“. Menstruation ist ein Thema der Gesundheit – und das verdient mehr als Scham. Es verdient Raum für Aufklärung, für den Austausch von Erfahrungen und für den Dialog über das eigene Wohlbefinden.





Hamburg, Berlin, Köln – wir waren dabei.

Für uns war dieser Tag eine Gelegenheit, den Zugang nicht nur mit Worten, sondern auch mit Präsenz zu unterstützen. Zwar konnten wir nicht überall persönlich vor Ort sein, aber in Hamburg und Berlin haben wir Informationsmaterial bereitgestellt. Dabei ging es nicht nur um trockene Fakten, sondern auch um Perspektiven – darauf, was es bedeutet, mit Periodenarmut zu leben und die Vielfalt der Erfahrungen, die Menstruation mit sich bringt.

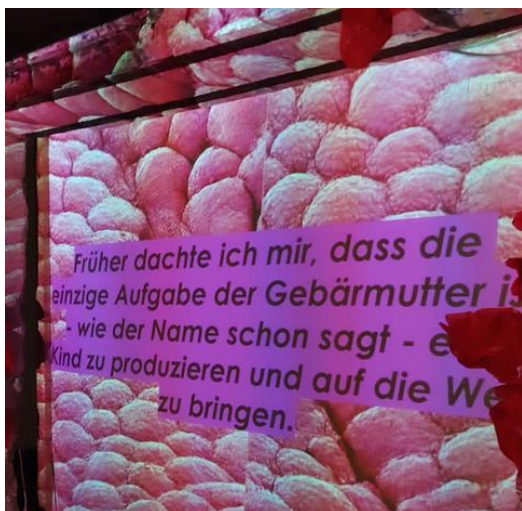
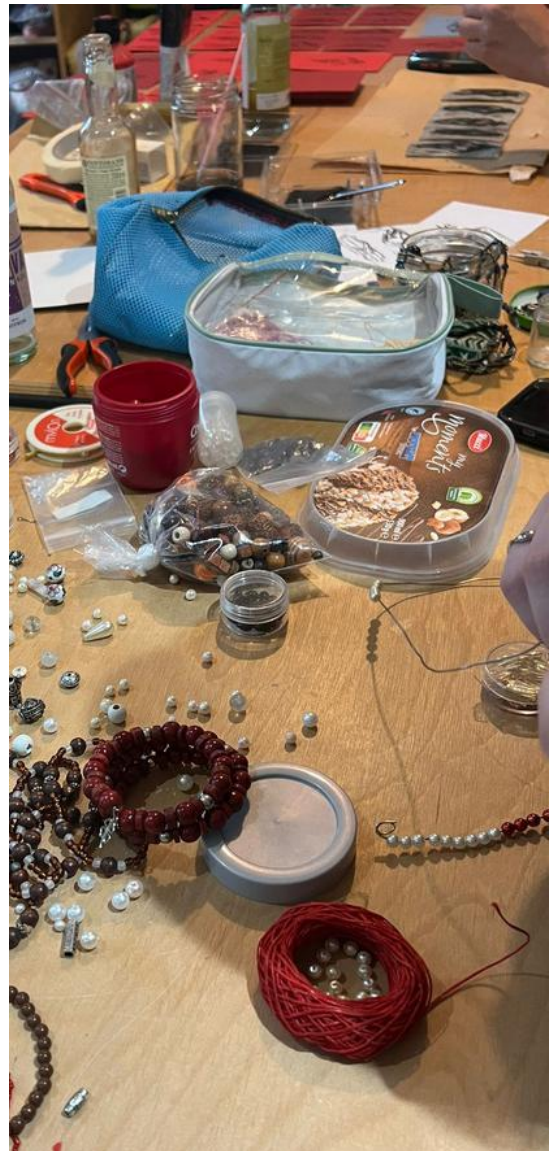
Als Team haben wir ein besonderes Highlight besucht: die Mitmach-Ausstellung – und sie war so viel mehr als nur eine Ausstellung. Sie war ein Raum der Entfaltung, des Dialogs und des Ausprobierens. Hier hatte jede*r Besucher*in die Gelegenheit, die Periode aus einer ganz neuen Perspektive zu erleben, durch Wissens-, Kreativ- und Mitmachstationen. In einer Welt, in der das Thema oft im Schatten bleibt, wurde der Raum auf einmal zu einem lebendigen Ort der Aufklärung und des Austauschs.

Fragen wie „Was macht einen guten Co-Menstruator aus?“ regten nicht nur zum Nachdenken an, sondern auch zum Teilen. Die Antworten der anderen Besucher*innen zu lesen, zeigte uns einmal mehr, wie stark das Bedürfnis nach Austausch, einem besseren Verständnis und mehr Unterstützung ist.

Aktionstag Menstruation im Iglu Köln

Der Aktionstag Menstruation im Iglu Köln bildete für uns den Abschluss unserer Eventbesuche rund um den Menstrual Health Day. Hier hatten wir die Gelegenheit, uns unbeschwert mit anderen auszutauschen und währenddessen unser eigenes Zyklusarmband zu basteln.

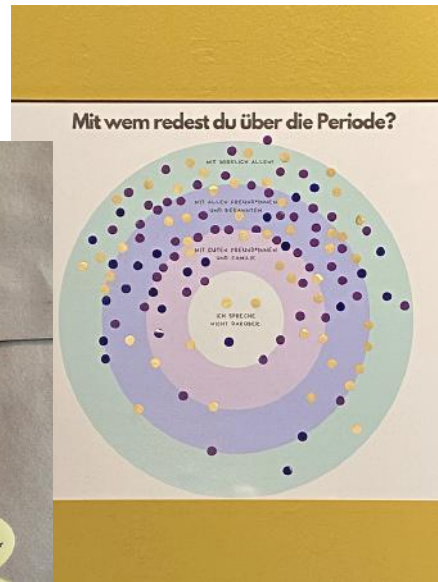
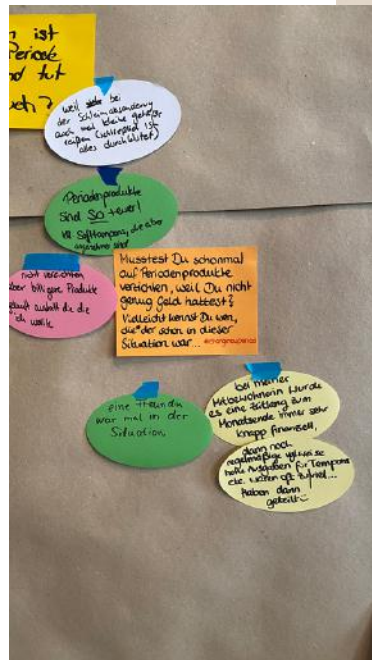
Das Zyklusarmband, das aus 28 Elementen besteht, von denen 5 rot sind, ist ein globales Symbol für Menstruation. Wer das Armband trägt, zeigt, dass Perioden nichts sind, wofür man sich verstecken sollte. Es ist ein Zeichen für eine periodenfreundliche Welt, für den Mut, Gespräche zu beginnen und das Stigma zu überwinden. Der Abend endete mit einem Vortrag über den Zyklus und darüber, warum es so wichtig ist, die Periode als gesundheitliches Thema zu begreifen. Es ging um Enttabuisierung und darum, dass wir uns und unsere Periode nicht länger verstecken müssen. Der Vortrag war ein klares Statement: Menstruation ist nicht nur ein Thema für menstruierende Menschen – sie betrifft uns alle.

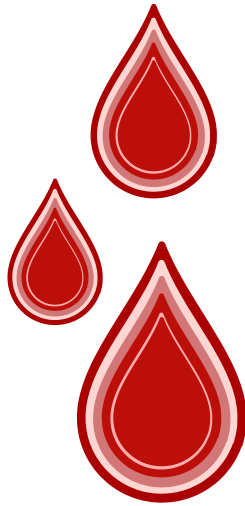


Der Menstrual Health Day ist mehr als nur ein Datum im Kalender.

Er steht für die anhaltende Dringlichkeit nach Zugang – zu Wissen, zu Produkten und zu einer Gesellschaft, die Menstruation nicht länger als Tabu behandelt, sondern als das begreift, was sie ist: ein elementarer Teil von Gesundheit.

Dieser Tag hat uns einmal mehr gezeigt, wie viel Veränderung im ehrlichen Austausch liegt. Denn nur wenn wir Wissen, Erfahrungen und Perspektiven teilen, entsteht echte Bewegung. Und genau da beginnt Wandel.





Rotes Blut, klare Worte

Wie Werbung helfen kann, das Tabu zu brechen.

Jahrzehntelang haben Werbung und Medien alles dafür getan, das Thema unsichtbar zu machen: blaue Flüssigkeit statt rotem Blut, strahlend weiße Kleidung statt Realität. Die Botschaft? Deine Periode sollst Du bitte diskret und hygienisch „lösen“ – am besten so, dass niemand etwas davon mitbekommt. Menstruation ist normal. Warum also fühlt sie sich für viele an wie ein schmutziges Geheimnis?

Diese künstliche Darstellung hat das Tabu zementiert. Was sich jedoch zeigt ist, wer Menstruation als etwas Natürliches wahrnimmt, geht auch offener damit um.

Doch wie können wir dorthin kommen, wenn wir von klein auf lernen, dass es peinlich ist, im Supermarkt Tampons aufs Kassenband zu legen oder in der Schule nach einer Binde zu fragen. Und diese Art des Umgangs mit dem Thema hört nicht dabei auf, dass eine Scham rund um das Thema bestehen bleibt. Wenn niemand über Menstruation spricht, spricht erst recht niemand darüber, was passiert, wenn man keinen Zugang zu Hygieneprodukten oder sanitären Anlagen hat – und genau das macht Periodenarmut so unsichtbar.

Wie Werbung unser Bild von Menstruation prägt

Der Inhalt und die Darstellung von Werbung und Marketing spielt eine zentrale Rolle in der Art und Weise, wie wir Dinge wahrnehmen – und das gilt auch für Menstruation. Jahrzehntelang haben große Unternehmen Menstruationsprodukte beworben, ohne Menstruation wirklich zu zeigen. Stattdessen wurde die Periode als „Hygieneproblem“ inszeniert, das es möglichst sauber, diskret und geruchlos zu beseitigen gilt. In Werbespots lächeln Models in weißen Kleidern, springen Trampolin oder laufen am Strand entlang, während im Off eine beruhigende Stimme versichert, dass „du dich immer frisch fühlst“. Das vermittelte Bild: Menstruation ist nur dann in Ordnung, wenn sie unsichtbar bleibt.

Dabei hätte Werbung eine ganz andere Chance: Sie könnte zeigen, dass Menstruation weder peinlich noch eklig ist, sondern ein biologischer Vorgang, der die Hälfte der Menschheit betrifft und darüber hinaus im Endeffekt Grundlage allen Lebens ist. Stattdessen wird uns seit Jahrzehnten beigebracht, dass Periodenprodukte vor allem „Schutz“ bieten – Schutz davor, aufzufallen, unangenehm zu riechen oder gar Spuren zu hinterlassen. Dass viele Menschen sich diesen „Schutz“ gar nicht leisten können oder keinen Zugang zu den nötigen Bedingungen haben, um ihre Periode hygienisch zu managen, bleibt dabei unerwähnt.

Die neue Generation des Menstruations-Marketings – und ihre Grenzen

Doch es tut sich etwas. Neue Marken stellen sich bewusst gegen die alte Marketingstrategie der Unsichtbarkeit. Sie zeigen rotes Blut statt blauer Flüssigkeit, sprechen über Schmerzen, Kosten und gesellschaftliche Ungerechtigkeiten. Sie zeigen nicht nur schlanke, weiße, cis Frauen, sondern diverse Körper, die menstruieren – weil Menstruation nicht nur eine Erfahrung für junge, normschöne Frauen ist. Diese Unternehmen setzen auf Aufklärung statt Verschleierung, auf Realität statt Mythos. Sie thematisieren Menstruationsbeschwerden, sprechen über Endometriose oder PCOS und hinterfragen alte Normen. Sie zeigen, dass Menstruation nicht nur ein Thema für Binden- und Tamponwerbung ist, sondern ein gesellschaftliches Thema, das Fragen von Gleichberechtigung, Gesundheit und sozialer Gerechtigkeit betrifft. Doch trotz dieser positiven Entwicklungen bleibt das Problem: Diese Marken sind oft Nischenprodukte, die meist nur jene erreichen, die sich bereits aktiv mit dem Thema beschäftigen. Wer sich nicht ohnehin mit Feminismus, Nachhaltigkeit oder alternativen Menstruationsprodukten auseinandersetzt, wird selten mit diesen neuen, offenen Darstellungen in Berührung kommen. Allerdings spüren auch die großen Marken langsam den Druck. Sie merken, dass ihre altbewährten Strategien nicht mehr unkommentiert bleiben. Konsument*innen fordern eine realistischere Darstellung – und erste Anpassungen sind sichtbar.

Die Verantwortung der Unternehmen: Marketing als Bildungsplattform

Doch Unternehmen haben nicht nur die Möglichkeit, Menstruation realistischer darzustellen – sie haben auch eine riesige Chance, mit ihrem Content Wissen zu vermitteln.

Denn Menstruation wird oft nicht nur verschwiegen, sondern aktiv verschleiert. In Schulen kommt das Thema, wenn überhaupt, oft nur oberflächlich zur Sprache, Eltern sind selbst mit alten Mythen aufgewachsen, und wer sich nicht aktiv damit auseinandersetzt, bekommt viele wichtige Informationen schlichtweg nie.

Hier könnten Firmen eine echte Bildungsrolle übernehmen. Statt nur Produkte zu verkaufen, könnten sie Wissen über den Zyklus vermitteln: über hormonelle Veränderungen, über Krankheiten wie Endometriose, über nachhaltige Menstruationsprodukte oder eben auch über Periodenarmut.

Warum es Zeit für echte Bilder ist

Werbung hat die Macht, gesellschaftliche Normen zu formen. Sie kann Menstruation weiter als Problem inszenieren – oder endlich als das zeigen, was sie ist: ein alltäglicher Vorgang, über den wir sprechen dürfen. Und genau das brauchen wir.

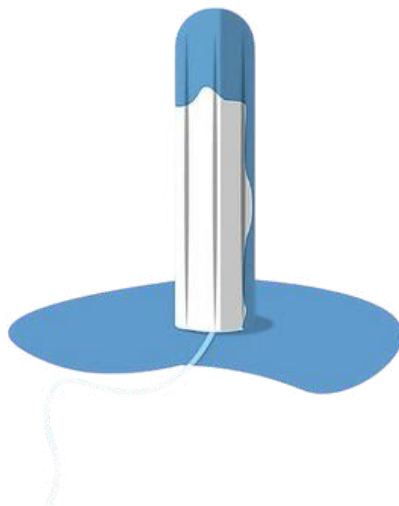
Denn Menstruation betrifft nicht nur diejenigen, die sich problemlos Monat für Monat mit Tampons, Binden oder Cups eindecken können. Sie betrifft auch Menschen, die entscheiden müssen, ob sie ihr Geld für Lebensmittel oder für Periodenprodukte ausgeben. Sie betrifft Wohnungslose, die keinen Zugang zu sauberen Toiletten oder fließendem Wasser haben. Sie betrifft Schülerinnen, die wegen fehlender Hygieneprodukte dem Unterricht fernbleiben. Sie betrifft Menschen, die improvisieren müssen – mit Stoffresten, Klopapier oder anderen ungeeigneten Materialien, weil ihnen etwas so Selbstverständliches fehlt.

Wenn wir Menstruation real zeigen, dann müssen wir auch die Realität derer sichtbar machen, die mit Periodenarmut leben. Denn Menstruation ist nicht nur ein Tabu in der Werbung – sie ist ein Tabu in der Sozialpolitik, in Schulen, in öffentlichen Debatten. Und solange das so bleibt, bleibt Periodenarmut ein unsichtbares Problem.

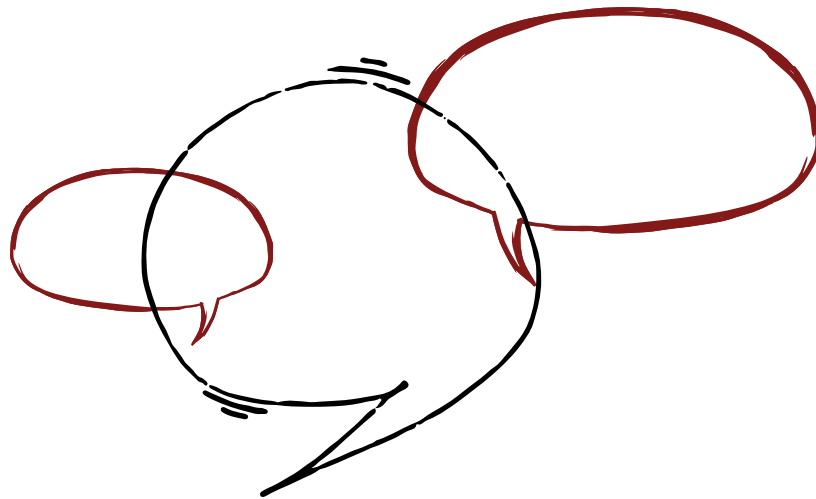
Vielleicht sehen wir dann eines Tages keine Frauen mehr, die in weißen Kleidern auf Wiesen tanzen, sondern Werbespots, in denen Menstruierende realistisch gezeigt werden. Vielleicht läuft dann nicht nur auf Instagram eine Kampagne mit rotem Blut, sondern auch im Fernsehen. Vielleicht sprechen wir dann offen über Periodenarmut, ohne dass Menschen sich schämen, ihre eigene Situation zu thematisieren. Und vielleicht bedeutet das dann auch, dass niemand mehr aus Angst oder Scham auf Menstruationsprodukte verzichten muss.

Zeit, das Tabu zu beenden. Mit echten Bildern, echten Worten – und echtem Wissen.

Sieht falsch aus?



Ist es auch.



Engagement trifft auf Begegnungen

Unser Stand am Ehrenamtstag in Köln

Am 17. und 18. August nahmen wir erstmals am Ehrenamtstag in Köln teil. Mit bis zu 250.000 Besucher*innen war es eine aufregende Erfahrung, unsere Arbeit zum Thema Periodenarmut direkt im Rheinauhafen zu präsentieren.

Unser Stand und unsere animierenden Mitmachaktionen schürten bei vielen Besucher*innen Neugier.

Wir erhielten viel positives Feedback und trafen auf großes Interesse an unserem Verein und der Arbeit zur Periodenarmut. Viele Besucher*innen nahmen an den Mitmachaktionen teil und fragten nach unseren Zukunftsplänen, insbesondere nach Aktionen an Schulen zur Aufklärung von Periodenarmut und der Verteilung von Periodenprodukten. Es fiel jedoch auf, dass das Interesse vor allem von Frauen kam. Männer und ältere Frauen äußerten häufig:

„Ich habe keine Periode, das betrifft mich nicht.“

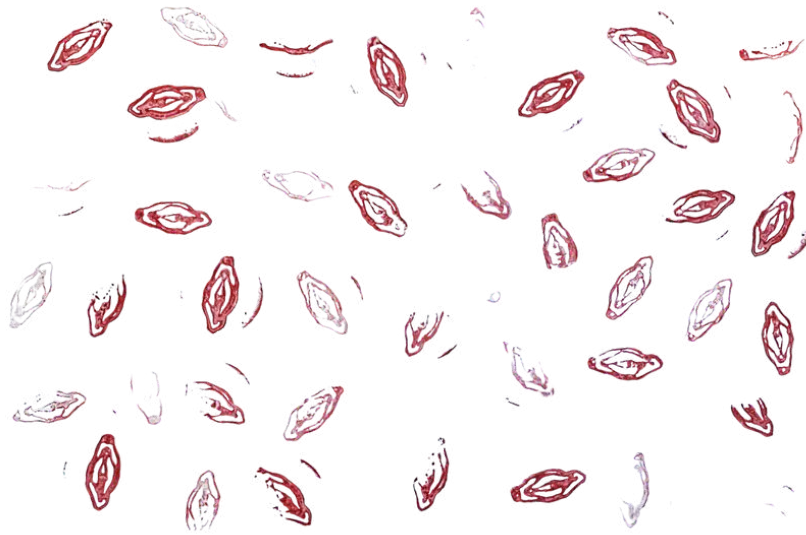
Auch das Tabu und die Scham rund um das Thema waren in manchen Gesprächen und Blicken spürbar. Dies verdeutlicht uns, wie sehr das Thema in der Gesellschaft noch ignoriert und nicht ernst genommen wird. Unsere offenen Gespräche machten jedoch auch deutlich, wie wichtig unsere Arbeit ist und bestärkten uns darin, weiter Aufklärungsarbeit zu leisten.



Beim Kölner Ehrenamtstag – 2024 im Rahmen des NRW-Tags veranstaltet – präsentierte unser Stand eine Vielzahl an Materialien und Aktivitäten, um das Thema Periodenarmut ins Bewusstsein zu rücken. Wir hatten informative Flyer und bunte Sticker, die unsere Botschaft unterstrichen und das Interesse der Besucher*innen weckten. Eine ausgedruckte Version unseres Dossiers lag bereit, um durchgeblättert und intensiv gelesen zu werden – ideal für alle, die sich tiefer mit dem Thema auseinandersetzen wollten.

Zusätzlich stellten wir eine Beispielrechnung aus, die die durchschnittlichen Kosten einer Periode pro Monat veranschaulichte. Dies half, die finanziellen Herausforderungen, die viele Menschen in dieser Zeit erleben, greifbar zu machen. Ein weiteres Highlight war die Aktion „Read a Secret, leave a secret“, bei der Besucher*innen anonym ihre Gedanken und Erfahrungen teilen konnten, um eine offene Diskussion zu fördern. Unser engagiertes Team stand jederzeit bereit, um Fragen zu beantworten und Gespräche zu führen, und wir hoffen, dass wir viele Menschen für das wichtige Thema der Periodenarmut sensibilisieren konnten.

*Wir sind besonders dankbar für die vielen Gespräche und den Austausch mit den Besucher*innen.*



Un_erhört: Die Vulva im Museum

Ein Interview über Kunst, Tabus und Sichtbarkeit

Es gibt Körperteile, über die wird gesprochen – und solche, über die geschwiegen wird. Die Vulva gehört zu Letzteren. Oft unsichtbar gemacht, falsch benannt, sexualisiert oder schlicht ignoriert. Die Ausstellung „Un_erhört. Wie sich die Vulva heute Gehör verschafft!“ im Wilhelm-Hack-Museum in Ludwigshafen setzte genau dort an, wo es unbequem wird – und ist deshalb so wichtig.

Kuratiert von Anne Hörz, zeigte die Ausstellung: Die Vulva ist nicht nur ein anatomisches Detail, sondern ein Symbol für Macht, Verletzlichkeit, Identität und gesellschaftliche Debatten. Wir haben mit Anne über die Entstehung gesprochen, über Mut, künstlerische Verantwortung – und warum Scham kein Ort ist, an dem wir bleiben sollten.

Liebe Anne, im Wilhelm-Hack-Museum in Ludwigshafen hast Du zunächst als Wissenschaftliche Volontärin, dann als Wissenschaftliche Mitarbeiterin, die 2024 gezeigte Ausstellung „Un_erhört. Wie sich die Vulva heute Gehör verschafft!“ kuratiert. Wie kam es zu dieser Ausstellung und welche Bedeutung hat sie für Dich persönlich?

Sobald klar war, dass ich als Volontärin eine eigene Ausstellung am Museum konzipieren darf, stand für mich schnell fest: Die Ausstellung soll etwas Feministisches, Gesellschaftsrelevantes abbilden. Da ich mich schon lange mit Feminismen und Körperlichkeit auseinandersetze und zum damaligen Zeitpunkt das Buch „Vulva – die Enthüllung des unsichtbaren Geschlechts“ von Mithu M. Sanyal las, ergab sich das Thema beinahe wie von selbst. Von der Idee bis zur Eröffnung vergingen allerdings ungefähr anderthalb Jahre mit intensiver Künstler*innensuche, Projektorganisation und Drittmittelakquise. Nicht nur wegen dieses langen Zeitraums, sondern auch wegen des Themas war und ist die Ausstellung für mich ein wirkliches Herzensprojekt: Ich habe in dieser Zeit unglaublich viel über Kunst, Kulturgeschichte und Biologie gelernt und durfte wunderbare Menschen und beeindruckende künstlerische Arbeiten kennenlernen.

Die Ausstellung stellte ja die künstlerische Auseinandersetzung in den Vordergrund und Du hast eine spannende Reihe von Künstler*innen zusammenbringen können. Was war Dir bei diesem Projekt besonders wichtig und wie hast Du die Zeit von Vorbereitung bis Abbau empfunden?

Ich wollte eine Vielfalt an künstlerischen Auseinandersetzungen zeigen, wobei die Arbeiten nicht nur im Medium variieren sollten, sondern besonders in der Thematik. Mir war es wichtig, unterschiedliche Themenkomplexe abzudecken – etwa Kulturhistorie, Empowerment und Sexualität, Menstruation oder Identität und Geschlecht. Außerdem empfand ich es als essenziell, die Ausstellung so niederschwellig wie möglich zu gestalten, um ein möglichst diverses Publikum zu interessieren. Das bedeutete konkret: keine Eintrittskosten oder Kosten für das Begleitprogramm, verständliche Texte, zugängliche Arbeiten und partizipative Möglichkeiten für die Besuchenden in der Ausstellung und dem Rahmenprogramm. Das alles war mit viel Arbeit verbunden, weshalb die Zeit der Vorbereitung intensiv, aufregend und mit Euphorie und Zweifeln gleichermaßen gekennzeichnet war. Mit der Eröffnung legte sich dies glücklicherweise weitgehend und ich konnte die fertige Ausstellung und die positiven Reaktionen darauf genießen.

Die Ausstellung wurde durch ein vielfältiges Rahmenprogramm wie zum Beispiel Näh-Workshops begleitet, das sicher auch Räume für einen Austausch geschaffen hat. Hast Du in dem Zusammenhang Gespräche mit Besucher*innen geführt, die Dir besonders in Erinnerung geblieben sind?

Das Rahmenprogramm bot tatsächlich Raum für Austausch, aber auch die Ausstellung selbst lud durch die gemütliche Lesecke und die partizipative Wand, an die mit Karteikarten geschrieben und gemalt werden konnte, zum Gedanken teilen ein. Sowohl während der beiden Führungen durch die Ausstellung als auch im Rahmen des Näh-Workshops entstanden zudem spannende Gespräche unter den Besuchenden über Themen wie Feminismus, Kinderwunsch und Intimchirurgie. Besonders in Erinnerung geblieben ist mir allerdings ein Gespräch bei der Eröffnung: Da fragte mich eine Frau ganz offen und direkt nach dem Unterschied von Vulva und Vagina; das fand ich wunderbar, mutig und ehrlich.

Wie würdest Du die Reaktionen auf die Ausstellung beschreiben? Hat Dich die Resonanz des Publikums überrascht?

Generell waren die Reaktionen der Presse wie auch die der Besuchenden und der Künstlerinnen* durchweg wertschätzend, interessiert und positiv. Besonders gefreut hat mich allerdings, dass viele der Besuchenden im Nachgang kommunizierten, sie hätten durch die Ausstellung nicht nur Neues über die Vulva und ihre Kulturhistorie gelernt, sondern wären zudem begeistert von der Qualität und Vielfalt der künstlerischen Arbeiten gewesen.

Auf Social Media würde ich die Reaktion hingegen als gemischt beschreiben. Einerseits konnte ich viele empowernde und interessierte Kommentare lesen, andererseits bedienten sich auch viele Accounts an Begriffen wie „ekelhaft“ und „unnötig“. Ich muss zugeben, dass mich das doch etwas überrascht und auch getroffen hat. Aber eigentlich verdeutlicht dies nur die Wichtigkeit weiterzumachen und die Vulva, den weiblichen* Körper und feministische Anliegen zu thematisieren und zu stärken – in der Kunst wie auch in allen anderen Lebensbereichen.

In der Ausstellung wurde auch die Werkserie „BAM Manifeste mit der Arbeit 28 Tage um das menstruelle Tabu zu brechen“ von Petra Mattheis gezeigt. Wie kam es zu der Entscheidung, auch dieses Thema aufgreifen zu wollen?

Obwohl die Menstruation eher die inneren Organe und die Vagina als die Vulva betrifft, war es mir wichtig, in der Ausstellung auch die Periode sichtbar zu machen, da sie – genau wie die Vulva – ein Symbol für Weiblichkeit ist. Beides sind eher negativ konnotierte Symbole, welche mit Scham, Unreinheit und Tabus besetzt sind und über welche häufig nur hinter vorgehaltener Hand gesprochen wird. Die Arbeiten von Petra Mattheis setzten genau an dieser Stelle an, da die Künstlerin dazu auffordert, das Schweigen zu brechen, um so im Kollektiv das menstruelle Tabu zu brechen. Diese überfällige Notwendigkeit des Tabubruchs lässt sich auch auf die Vulva übertragen, weshalb ich Mattheis Arbeiten unbedingt in der Ausstellung zeigen wollte.

Welchen Beitrag können Ausstellungen Deiner Meinung nach zur Aufklärung und Sensibilisierung leisten?

In Ausstellungen werden, neben der reinen Wissensvermittlung, verschiedene Sinne und Emotionen angesprochen, was meiner Meinung nach den Zugang für die Besuchenden vereinfacht und zudem die Möglichkeiten für Sensibilisierung und Aufklärung vervielfacht. Bei der Ausstellung „Un_erhört“ bemerkte ich außerdem, dass sich am Ausstellungsthema oftmals Dialoge entzündeten – und egal, ob in Form von Gesprächen, Artikeln oder Kommentaren bei Social Media: Jede Dialogform schafft ein Stück Realität und trägt zu Aufklärung und Sensibilisierung bei.

Was kann und soll von der Ausstellung bleiben? Gibt es einen nachhaltigen Effekt, den Du Dir wünschst?

Ich wünsche mir natürlich, dass die Ausstellung dazu beigetragen hat, die Vulva wohlwollender und das dahinterliegende Konstrukt von Weiblichkeit kritischer zu betrachten. Vielleicht hat die Ausstellung sogar bei den ein oder anderen Besuchenden zu Schamreduktion beigetragen, Gedankenprozesse angestoßen oder die Sichtbarkeit und Präsenz der Vulva normalisiert. Ich denke und hoffe, dass viele der Besuchenden für sich persönlich irgendetwas aus der Ausstellung mitnehmen konnten, und im besten Fall sprechen sie mit Freund*innen oder Familie darüber.

Anne Hörz

ist Kuratorin, Kulturmanagerin und Kunstwissenschaftlerin mit einem Fokus auf gesellschaftsrelevante und queer-feministische Gegenwartskunst. Sie hat in Konstanz und Düsseldorf studiert, ist Mitbegründerin des Podcasts **kunst + kantig** und schreibt über aktuelle Fragestellungen und Diskurse.

Wir danken Anne für ihre Zeit, ihre Worte und ihren Mut, dieses Thema mit so viel Klarheit, Haltung und Herz in den musealen Raum zu bringen.

Denn nur wenn wir beginnen, unsere Körper in ihrer Vielfalt zu verstehen, können wir das Schweigen rund um Perioden, Scham und Versorgung wirklich brechen. Was im Museum beginnt, wirkt weiter – in alltäglichen Gesprächen auf der Straße, in Klassenzimmern und zuhause.

Weitere Informationen zur Ausstellung
„Un_erhört. Wie sich die Vulva heute Gehör verschafft!“ sowie den darin gezeigten
Kunstwerken und beteiligten Künstlerinnen findest Du auf der Website
des Wilhelm-Hack-Museums.

Hier kommst Du zum Ausstellungskatalog:



Klar und laut

Gemeinsam gegen Gewalt

Am 24. November hatten wir die Ehre eine großartige Aktion von **youngcaritas** zu unterstützen, die anlässlich des Internationalen Tags gegen Gewalt an Frauen und der Demonstration am nächsten Tag organisiert wurde. Mit viel Engagement und Kreativität entstanden Plakate, die am nächsten Tag zum Einsatz kamen. Eines der Plakate trug die klare Aussage:

„Menstrual hygiene is a right, not a privilege.“

Diese Worte stehen für ein Thema, das uns besonders am Herzen liegt: den Kampf gegen Periodenarmut und die Förderung der Gleichstellung von Frauen weltweit. Denn der Zugang zu Menstruationshygieneprodukten ist nicht nur eine Frage der Gesundheit, sondern auch ein Schlüssel zur gesellschaftlichen Teilhabe und Chancengleichheit für Frauen. Während des Bastelns konnten wir uns mit engagierten Freiwilligen über die Herausforderungen austauschen, denen Frauen und menstruierende Menschen täglich begegnen – sei es in Bezug auf finanzielle Hürden, gesellschaftliche Tabus oder fehlende Unterstützungssysteme. Dies war ein inspirierender Auftakt für die Aktivitäten rund um den Aktionstag.

Am 25. November, dem Internationalen Tag gegen Gewalt an Frauen, fand der Protest in Köln-Ehrenfeld statt – eine kraftvolle Demonstration für ein selbstbestimmtes und gleichberechtigtes Leben. Die Straßen füllten sich mit Menschen, die sich für die Rechte von Frauen und gegen Gewalt stark machten. Es war beeindruckend zu sehen, wie viele unterschiedliche Stimmen zusammenkamen, um ein klares Signal gegen Ungerechtigkeit zu setzen. Die Atmosphäre war überwältigend: Laut, entschlossen und geprägt von einer klaren Botschaft für Veränderung und Gerechtigkeit.

Wir sind dankbar, dass wir an diesem Tag zusammen mit youngcaritas und vielen weiteren Engagierten ein starkes Zeichen setzen konnten.



leave a secret, read a secret

Ein stiller Dialog zwischen Fremden

Inmitten von Alltagshektik und gesellschaftlichen Tabus haben wir einen Moment der Offenheit geschaffen – für Gedanken, die sonst oft keinen Raum finden. Mit **leave a Secret, read a secret** laden wir dazu ein, Erfahrungen rund um die Periode – und das oft unsichtbare Thema Periodenarmut – anonym zu teilen. Wer ein Geheimnis hinterlässt, darf ein anderes lesen. Ein Geben und Nehmen von Ehrlichkeit.

Was entsteht, ist mehr als Papier: Es ist ein kollektives Gefühl von Verbindung, Verständnis – und stillem Mut.

Auf der nächsten Seite zeigen wir eine Auswahl dieser geteilten Gedanken. Persönlich, direkt und echt.

Weil uns manchmal gerade das Unausgesprochene am meisten verbindet.

Bei der Einschulung in die weiterführende Schule wurden freie Periodenartikel versprochen, leider wurde dies nicht realisiert.

Wieso gibt es mehr Automaten auf öffentlichen Toiletten, die Kondome als Automaten die Menstruationsartikel verkaufen??

Benutzt noch jemand anderes Toilettenpapier oder Papierhandtücher anstelle von Binden und Tampons?

Im Rettungsdienst begehen wir auch Patientinnen, welche nicht ausreichend Hygieneprodukte haben.

Ich war 14 Jahre alt, als ich meine erste Periode bekommen habe- Ich war alleine auf dem Sommerlager und hatte eine weiße Hose an aber keine Menstruationsartikel dabei. Ich hätte mir gewünscht, dass die Toilette mit Periodenartikeln ausgestattet wäre.



Gemeinsam laut!

Beim Feministischen Kampftag in Köln

Am 8. März war es wieder so weit: Zum **Feministischen Kampftag** versammelten sich tausende Menschen in Köln, um gemeinsam für eine gerechtere, solidarischere Gesellschaft zu demonstrieren – und *change now. period.* war mittendrin.



Gemeinsam mit unseren Mitgliedern und Unterstützer*innen zogen wir laut und sichtbar vom Neumarkt in Richtung Ehrenfeld – im Gepäck: selbstgestaltete Plakate und Statements rund um das Thema Menstruation und Periodenarmut. Damit setzten wir ein klares Zeichen: Menstruation darf kein Tabuthema mehr sein – und ganz sicher kein Armutsrisiko. Besonders gefreut hat uns das Wiedersehen mit Aktiven von youngcaritas, mit denen wir bereits in der Vergangenheit erfolgreich zusammengearbeitet haben. Die Stimmung war kraftvoll und begleitet von der goldenen Abendsonne begleiteten uns Sprechchöre, Musik und unzählige kreative Botschaften auf dem Weg durch die Stadt.

Über 16.000 Menschen – laut, bunt und solidarisch durch Köln.



Laut Veranstalter*innen waren rund 16.000 Menschen dabei – so viele, dass der geplante Ort für die Abschlusskundgebung spontan verlegt werden musste. Aber kein Problem: Im Grüngürtel war genug Platz für alle. Dort endete die Demo mit viel Raum, Sonne im Gesicht und einem Gefühl von Zusammenhalt.

Neben der Auftakt- und Abschlusskundgebung kamen während des Demozugs verschiedenste Gruppen, Organisationen, Kollektive und Zusammenschlüsse zu Wort. Sie machten deutlich: Der feministische Kampf ist vielfältig, intersektional und brandaktuell.

Wir als change now. period. sind stolz, Teil dieser Bewegung zu sein – und danken allen, die mit uns gemeinsam für mehr Sichtbarkeit und Gerechtigkeit in der Menstruationspolitik eingetreten sind. Auf dass unsere Stimmen weithin gehört werden – laut, sichtbar und unübersehbar.

Für Notizen, Gedanken und alles,
was Dir beim Lesen durch den Kopf geht.

diese seiten gehören dir.

change now.
period.

FALLS DU DAZU BEREIT BIST:
TEILE DEINE GEDANKEN MIT UNS –
ÜBER INSTAGRAM & CO.!

**change
now.
period.**

Wer wir sind und warum wir handeln

Weil Zugang für uns kein Ziel ist, sondern der Anfang

Wir sprechen über das, worüber oft geschwiegen wird.
Über Periodenarmut: Sichtbar. Ehrlich. Ohne Scham.

Gegründet 2021 ist change now. period. ein junger Verein mit einer klaren Haltung: Wir machen sichtbar, was zu lange unsichtbar blieb – und setzen uns aktiv dafür ein, dass Periodenarmut in Deutschland nicht weiter ignoriert wird. Denn obwohl Menstruation alltäglich ist, fehlt vielen der Zugang. Zu Produkten. Zu Wissen.
Zu einem offenen, ehrlichen Umgang.

Unsere Stärke? Die Menschen hinter dem Verein – und hinter diesem Magazin. Unterschiedlich in Herkunft, Erfahrung und Perspektive, aber vereint durch den Wunsch, etwas zu verändern. Denn echte Veränderung beginnt selten allein.
Sie entsteht im Miteinander.

Durch Bildungsarbeit, Projekte, Social Media und öffentliche Aktionen schaffen wir Räume, in denen über Menstruation gesprochen werden darf – und soll.
Wir setzen da an, wo oft weggeschaut wird.

Wir setzen Impulse – digital und analog, laut und leise. Für eine Gesellschaft, in der die Periode kein Tabu mehr ist, sondern ein selbstverständlicher Teil von Gesundheit.

Danke, dass Du Dir die Zeit genommen hast, mit uns in diese Themen einzutauchen.
Danke, dass Du Dir die Zeit genommen hast, mit uns hinzuschauen, zuzuhören und zu fühlen. Denn Veränderung passiert, wenn wir gemeinsam aufmerksam sind – und Du hast heute einen Teil dazu beigetragen.

Veränderung beginnt hier. **period.**

Köln, 1. Auflage 2025

Das vorliegende Magazin wurde herausgegeben von

change now. period. e. V.

Telefon: +49 221 291 058 60

E-Mail: info@changenow.koeln

Website: changenow.koeln

Layout & Design:

Katie Bornheim

Redaktion & Inhalt:

Katie Bornheim

Samantha Bornheim

Gera Grün

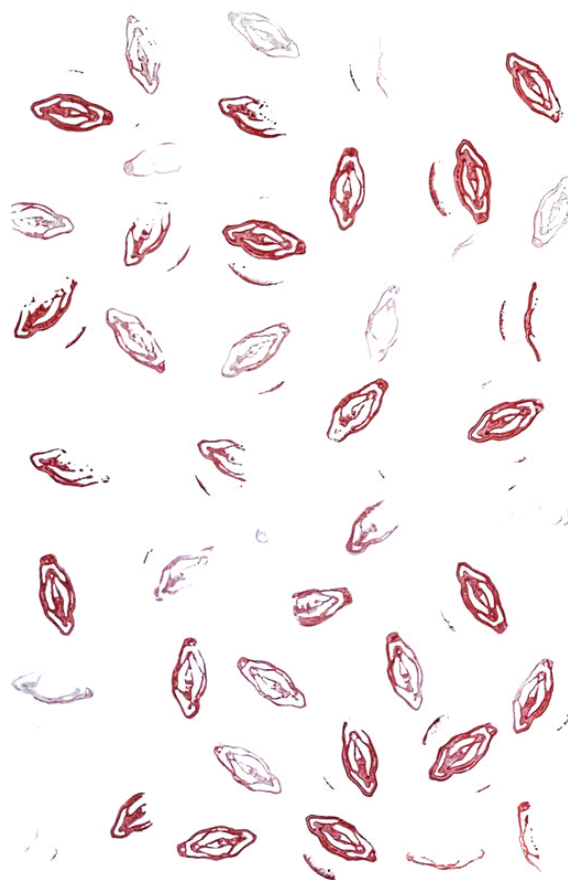
Elena Duven

Roman Heubel

Nina Oxenfarth

Jaqueline Wacker

Saskia Hanneken



Welche Rolle spielt die Kunst?
Mehr erfährst Du ab Seite 34.

unsere website:

changenow.koeln

in den sozialen medien:

[@changenow.period](https://www.instagram.com/changenow.period)

kontakt:

info@changenow.koeln