

change now.
period.

Periodenarmut in Deutschland

DOSSIER

2024

Liebe Leser*innen,

Erschreckende Zahlen und dennoch kaum Bewusstsein für einen eklatanten Missstand:

Periodenarmut ist auch in Deutschland bittere Realität.

change now. period. e. V. möchte darüber aufklären und sich aktiv engagieren. Damit wollen wir einen Beitrag zu einem tabufreien Deutschland leisten.

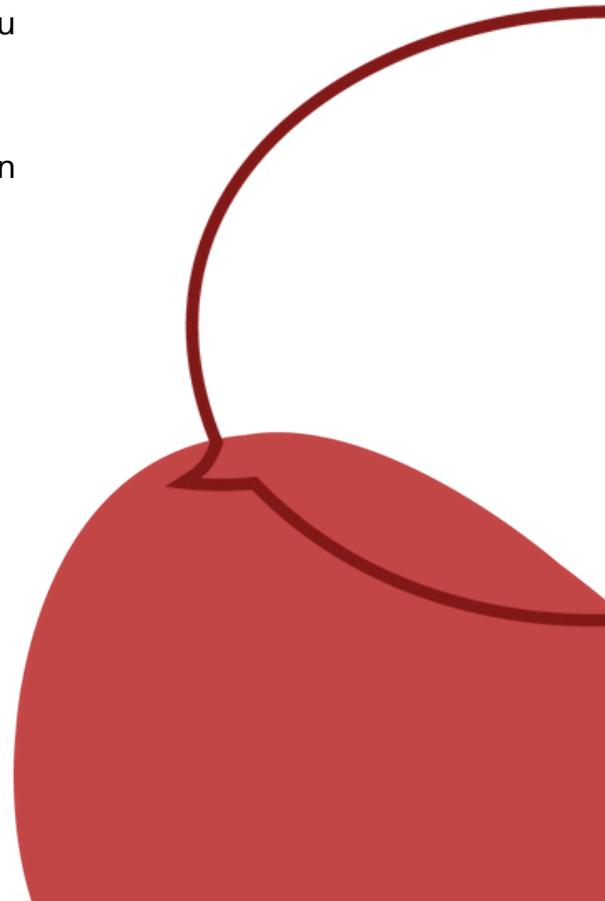
Doch wie können wir über ein Problem sprechen, über das wir bisher kaum etwas wissen? Das vorliegende Dossier fasst grundlegende Informationen und Untersuchungsergebnisse zum komplexen Thema Periodenarmut zusammen.

Wir hoffen, mit zukünftigen Projekten mehr Aufmerksamkeit auf diesen blinden Fleck in unserem gesellschaftlichen Alltag lenken und so der Periodenarmut entschieden entgegenwirken zu können.

Helft mit, Stigmata zu verändern, Tabus zu brechen und ein Umdenken zu fördern!

Euer Team von

change now.
period.



INHALTS VERZEICHNIS

6 Periodenarmut
AUF EINEN BLICK

10 Periodenarmut
IN DEUTSCHLAND & DER WELT

16 Periodenarmut
GESELLSCHAFTLICHE ASPEKTE

22 change now. period.
WAS WIR TUN

PERIODENARMUT
AUF EINEN BLICK

Periodenarmut

was ist das überhaupt?

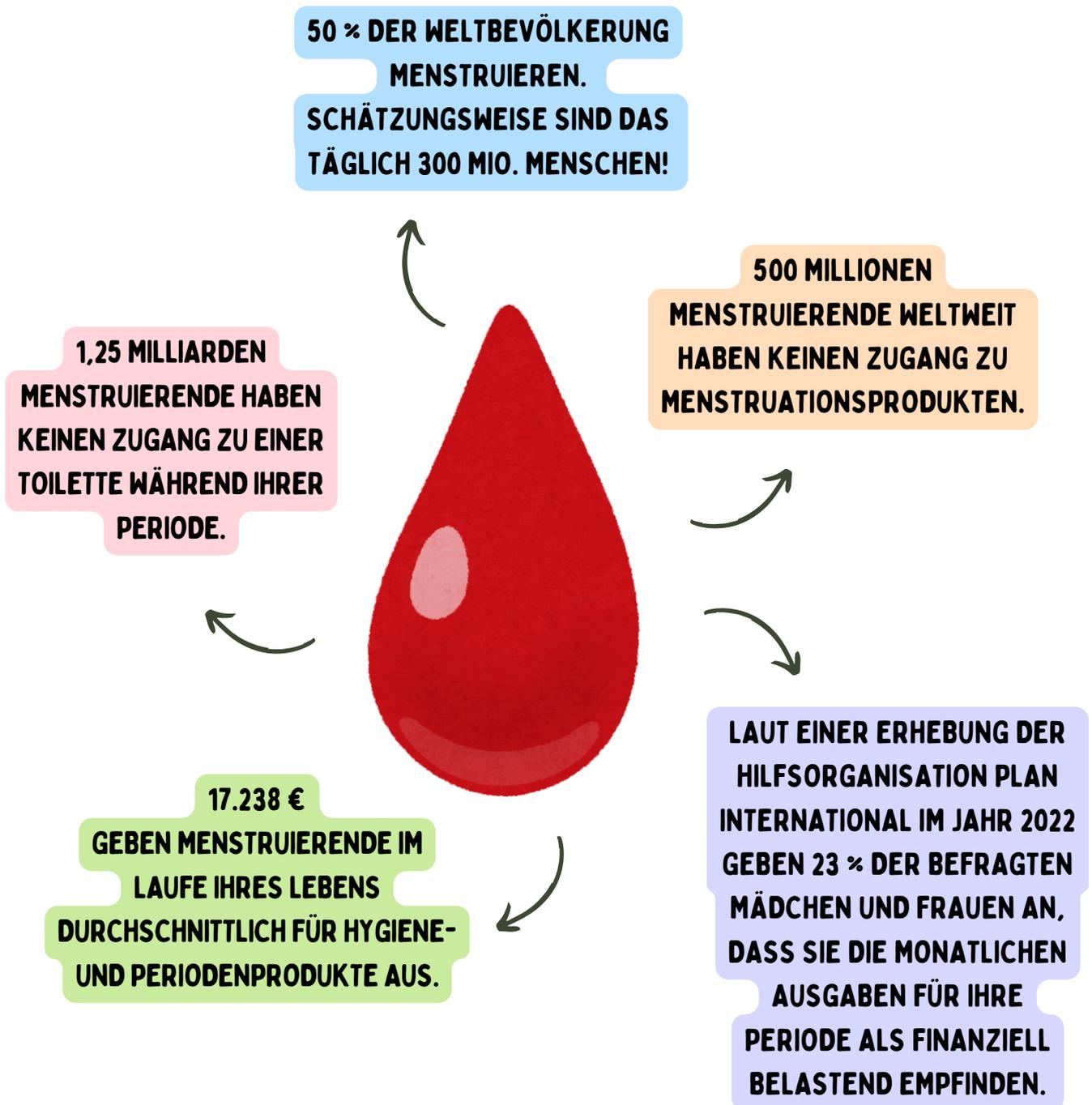
Periodenarmut bezeichnet die Situation, wenn Menstruierenden das Geld für Periodenprodukte fehlt. Ein Thema, das dringend angesprochen werden muss.

Wie dringend, zeigen eine Studie aus Deutschland und ein Blick auf die Bürgergeld-Regelsätze für Gesundheitspflege: Alleinstehende erwachsene Frauen erhalten 19,16 Euro, Partnerinnen in Bedarfsgemeinschaften mit 17,24 Euro sogar noch weniger. Mädchen zwischen 14 und 17 Jahren erhalten 12,40 Euro und unter 13 Jahren nur 9,17 Euro pro Monat. Diese Beträge reichen für die Bedarfe vieler Menstruierenden nicht aus, denn die monatlichen Kosten für Menstruationsprodukte liegen je nachdem, was dazu gerechnet wird, zwischen 5 und 15 Euro.

Für Betroffene bringt das nicht nur Einschränkungen im Menstruationsalltag wie Fehltage in der Schule mit sich, sondern auch gesundheitliche Risiken. So können Infektionen ausgelöst werden, wenn die Produkte länger als empfohlen verwendet werden oder auf vermeintlich geeignete Ersatzprodukte wie Socken oder Toilettenpapier zurückgegriffen wird.

5 ALLGEMEINE FAKTEN VORAB





PERIODENARMUT
IN DEUTSCHLAND
& DER WELT

Periodenarmut in Deutschland

11

Im Jahr **2022** haben **Plan International** und **WASH United** eine Umfrage unter 970 Frauen im Alter zwischen 16 und 45 Jahren durchgeführt. Sie liefert uns unter anderem erste Orientierungspunkte mit Blick auf Periodenarmut heute in Deutschland.

Eine wichtige Erkenntnis: Frauen und Mädchen zwischen 16 und 24 Jahren sind deutlich häufiger von Periodenarmut betroffen als ältere.

73 %

der Verwenderinnen geben an, dass **kostenfreie Produkte in öffentlichen Gebäuden** ihr Leben vereinfachen würden.

32 %

der 16 bis 24-Jährigen empfinden die **Ausgaben** für ihre Periodenprodukte als **Belastung**.

30 %

sind der Meinung, dass die Existenz von **Periodenarmut in der deutschen Gesellschaft** bekannt ist.

[Hier gelangt Ihr zur Studie!](#)



ETWA DIE HÄLFTE DER BEFRAGTEN

könnte sich laut eigener Aussage besser während ihrer Periode versorgen, wenn Periodenprodukte mit **geringeren Kosten** verbunden wären.

Die hier abgebildeten Zahlen machen deutlich, dass Periodenarmut auch in Deutschland ein **eklatantes gesellschaftliches Problem** darstellt.

Die Menstruation und mit ihr verbundene **finanzielle oder gesundheitliche Belastungen**, beeinflussen den Alltag von Menstruierenden aller Altersstufen. So wirken sich begrenzte finanzielle Möglichkeiten unter anderem auf die Auswahl der Produkte und ihrer Qualität aus.

27 %

der Verwenderinnen kaufen aufgrund ihrer finanziellen Situation die **günstigsten Produkte**.

18 %

der 16 bis 24-Jährigen wechseln ihre Periodenprodukte **seltener**, um den Verbrauch zu reduzieren.

10 %

der Befragten müssen auf andere Dinge **verzichten**, um sich Periodenprodukte leisten zu können.

ÜBER 17.000 EURO

geben Menstruierende **durchschnittlich im Laufe ihres Lebens** für Periodenprodukte aus – abhängig von dem gewählten Produkt, der Intensität der Menstruation sowie der Häufigkeit.

Hier gelangt Ihr
zum Menstruations-
rechner!



Periodenarmut in Großbritannien

13

Ein Blick über die Landesgrenzen macht deutlich, dass das Thema Periodenarmut nicht nur in Deutschland ein akutes Problem darstellt.

Im Juli 2017 führte **Plan International UK** eine Meinungsumfrage unter 1.000 britischen Mädchen und jungen Frauen im Alter von 14 bis 21 Jahren durch, um ihre Ansichten über Menstruation zu erfahren.

Eines von 10 Mädchen in Großbritannien kann sich keine Periodenprodukte leisten.



Eine von fünf Befragten ist aus Kostengründen auf einen weniger geeigneten Hygieneartikel umgestiegen.



27 %

der Mädchen in Großbritannien haben ein Periodenprodukt **zu oft benutzt**, weil sie sich kein neues leisten konnten.

12 %

der Befragten in Großbritannien **zögern einen Wechsel des verwendeten Produkts heraus**, um länger damit auszukommen.

[Hier gelangt Ihr zur Studie!](#)



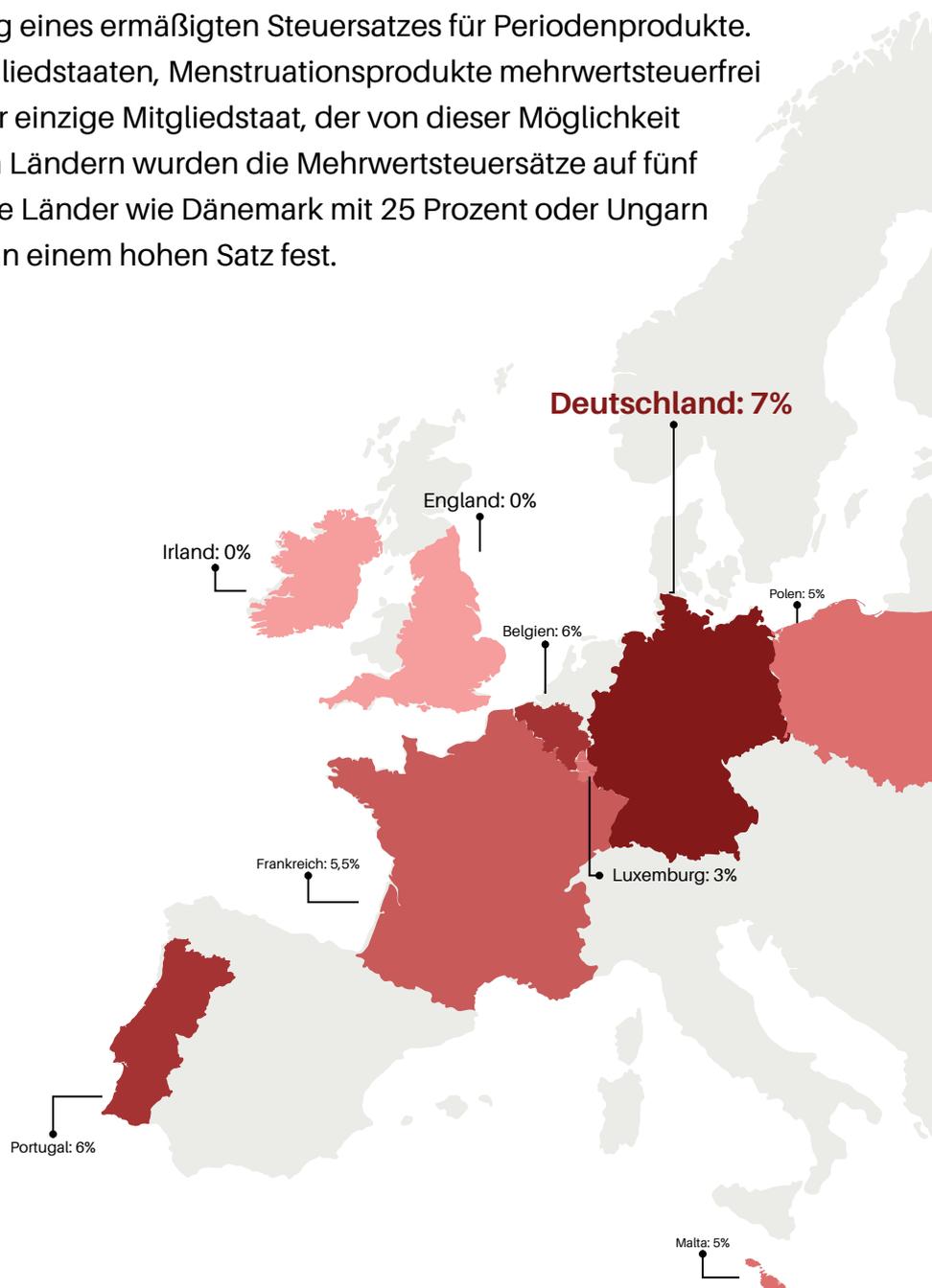
Maßnahmen international

Die Studie aus Großbritannien ist nur ein Beispiel und zeigt, das Thema stellt Gesellschaften weltweit vor Herausforderungen.

Doch wie gehen andere Länder damit um?

Eine Maßnahme, die in den letzten Jahren in mehreren europäischen Ländern umgesetzt wurde: die Einführung eines ermäßigten Steuersatzes für Periodenprodukte. Ab 2022 erlaubt die EU den Mitgliedstaaten, Menstruationsprodukte mehrwertsteuerfrei zu verkaufen. Bisher ist Irland der einzige Mitgliedstaat, der von dieser Möglichkeit Gebrauch macht. In den meisten Ländern wurden die Mehrwertsteuersätze auf fünf bis zehn Prozent gesenkt. Andere Länder wie Dänemark mit 25 Prozent oder Ungarn mit 27 Prozent halten dagegen an einem hohen Satz fest.

Auch in Deutschland zählen Periodenartikel seit dem 1. Januar 2020 zu den Produkten des täglichen Bedarfs, für die ein ermäßigter Steuersatz gilt. Die sogenannten **Erzeugnisse für Zwecke der Monatshygiene** sind im Umsatzsteuergesetz (§12, Absatz 2 sowie Anlage 2, Position 55) aufgeführt. Allerdings liegt Deutschland mit 7 Prozent im Vergleich zu anderen europäischen Ländern immer noch hinter diesen zurück (Stand 2021).



PERIODENARMUT

**GESELLSCHAFTLICHE
ASPEKTE**

Periodenarmut

Eine Aufgabe für unsere Gesellschaft



In diesem Dossier können wir nicht alle Daten und Fakten nennen. Vielmehr verstehen wir diese Zusammenstellung als eine erste und unkomplizierte Möglichkeit, sich über das Thema Periodenarmut zu informieren. Auf diese Weise wollen wir dazu ermutigen, sich in den Diskurs einzubringen und Tabus nach und nach aufzubrechen.

Glücklicherweise erfährt dieser Missstand in den vergangenen Jahren durch das Engagement vieler Akteur*innen zunehmende Aufmerksamkeit. Entsprechend laden wir Euch dazu ein, am Ball zu bleiben. Ein lebendiger Diskurs bedeutet auch Veränderungen, die wir als Gesellschaft initiieren, reflektieren und aushandeln.

change now. period. möchte zur Umsetzung der UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung beitragen, indem wir dabei unterstützen, die Gesellschaft für Periodenarmut in Deutschland zu sensibilisieren, das Bewusstsein durch soziale Medien und Aktionen stärken und den Zugang zu Informationen vereinfachen. Damit setzen wir uns insbesondere für die oben aufgelisteten Ziele ein.

[Mehr Infos zu den 17 Zielen findet Ihr hier!](#)



Wie wichtig diese Veränderungen sind, zeigen auch diese Zahlen aus der bereits im Kapitel „Periodenarmut in Deutschland & der Welt“ vorgestellten Studie von Plan International und WASH United. Ein Blick in die Studie macht außerdem deutlich, dass sich Frauen und Männer – wenn auch in einzelnen Punkten in unterschiedlichem Maße – des Themas bewusst sind. Periodenarmut ist ein Problem der gesamten Gesellschaft und nicht allein der Menstruierenden oder gar der Betroffenen!

82 %

der befragten Frauen fordern, dass Mädchen und Frauen **nicht wegen ihrer Periode benachteiligt** werden. Im Übrigen stimmen dem auch 63 Prozent der befragten Männer zu.

79 %

der Frauen sowie 6 von 10 Männern sind der Meinung, dass es eine **bessere Aufklärung** über Periode in der Schule geben muss.

RUND 3 VON 4 FRAUEN

wünschen sich, dass die Periode nicht länger als eine Schwäche der Frauen angesehen wird.

Hier gelangt Ihr
zur Studie!



Periodenarmut

Blick in die Zukunft: change now!

Was bedeutet Menstruation für Dich? Mit welchen Herausforderungen seht Ihr Euch konfrontiert und inwiefern beeinflusst die Periode Deinen Alltag? Die Antworten auf diese Fragen sind ebenso divers, wie die Menschen und ihre persönlichen Erfahrungen. So sind die einen gezwungen, während ihrer monatlichen Blutung auf Schmerzmittel zurückzugreifen. Andere wiederum denken darüber nach, ob sie auf nachhaltige Periodenprodukte umsteigen sollen. Und wieder andere haben hier gar keine Wahl, weil der Zugang zu Monatshygieneartikeln eben nicht selbstverständlich ist.

Was sind also die Wünsche für die Zukunft, wenn wir über den Umgang mit Menstruation sprechen? Eine weitere Studie, diesmal von Kearney und WASH United aus dem Jahr 2019, stellte diese Frage 600 Frauen und Mädchen und 300 Männer in Deutschland und den USA. Sie behandelt außerdem die Frage, inwiefern sich die Periode auf die Produktivität auswirkt und blickt auf die Probleme im Arbeitskontext. So gibt beispielsweise nur jede fünfte der befragten Frauen gegenüber ihrer*ihrem Arbeitgeber*in an, wenn sie sich aufgrund ihrer Periode krankmeldet. Außerdem sagt laut dieser Studie jede dritte Frau von sich, dass sie während der Menstruation weniger produktiv ist.

Diesen Herausforderungen stehen bislang in vielen Bereichen zu wenige Lösungen gegenüber, doch die Wünsche der befragten Frauen sind klar formuliert.

[Hier gelangt Ihr zur Studie!](#)



**Frauen und Mädchen wünschen sich vor allem
Akzeptanz, Zugang zu Menstruationsprodukten und
Wissensvermittlung von Menstruationshygiene.**

Werte in %



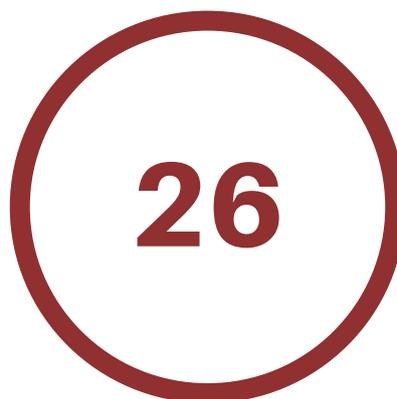
Wissensvermittlung über
Menstruationshygiene



Akzeptanz
(keine Tabus und Stigmata)



Kostenlose
Produkte



Einfacher Zugang zu
Produkten (z. B. auf
öffentlichen Toiletten)



Pausen bei
der Arbeit

CHANGE NOW. PERIOD.

WAS WIR TUN

... möchte etwas ändern!

Mit Publikationen und Social Media-Kampagnen wollen wir mehr Aufmerksamkeit auf dieses sensible Thema lenken und auf die Aktualität der Problematik aufmerksam machen.

Sensibilisierung.

Wir wollen das Tabu brechen und auf Periodenarmut in Deutschland aufmerksam machen. Durch die Sensibilisierung unserer Gesellschaft wollen wir zu einer Welt beitragen, in der Periode **kein Tabuthema** mehr ist.

Aufklärung.

Wie? Durch unsere Präsenz in den Sozialen Medien und durch verschiedene Aktionen setzen wir einen Schritt nach dem anderen, um das **Bewusstsein zu schärfen** und das Stigma rund um die Menstruation abzubauen.

Veränderung.

Unsere Arbeit zielt darauf ab, den **Zugang zu Informationen** zu verbessern und aktiv gegen die Periodenarmut in Deutschland anzugehen.

Veränderung beginnt hier. **period.**



Unser Verein lebt von dem beeindruckenden Engagement seiner Mitglieder. Nur durch sie können wir Aufklärungsarbeit leisten und Projekte planen, die das Tabuthema Periodenarmut in den Blick nehmen. Um uns noch breiter und vor allem nachhaltiger gegen Stigmatisierungen aufzustellen und Menstruierende zu empowern, benötigen wir allerdings weitere Unterstützung.

Du bist auf der Suche nach einem Ehrenamt, bei dem Du aktiv an einer gesellschaftlichen Veränderung mitwirkst? Du möchtest wertvolle Erfahrungen zum Beispiel in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit oder Projektentwicklung sammeln und ganz nebenbei auch noch einen aktuellen gesellschaftlichen Missstand angehen? Oder möchtest Du mit einer jährlichen Mitgliedschaft zu mehr sozialer Gerechtigkeit beitragen?

Egal, wie Dein Engagement aussehen soll: Bei **changenow. period. e. V.** schätzen wir vielfältige Expertisen und Kompetenzen. Wir wissen, dass unser Verein mit jeder individuellen Perspektive stärker wird und freuen uns deshalb immer über neue Mitglieder!

Besuche unsere Website oder schreibe uns an. Wir beantworten gerne alle Deine Fragen und freuen uns, wenn auch Du Teil der Veränderung wirst!

Hier geht's zu
unserer Website!



Impressum.

Köln, 1. Auflage 2024

Das vorliegende Dossier 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

Elena Duven

Gera Grün

Roman Heubel

Nina Oxenfarth



unsere website:
changenow.koeln

in den sozialen medien:
@changenow.period

kontakt:
info@changenow.koeln