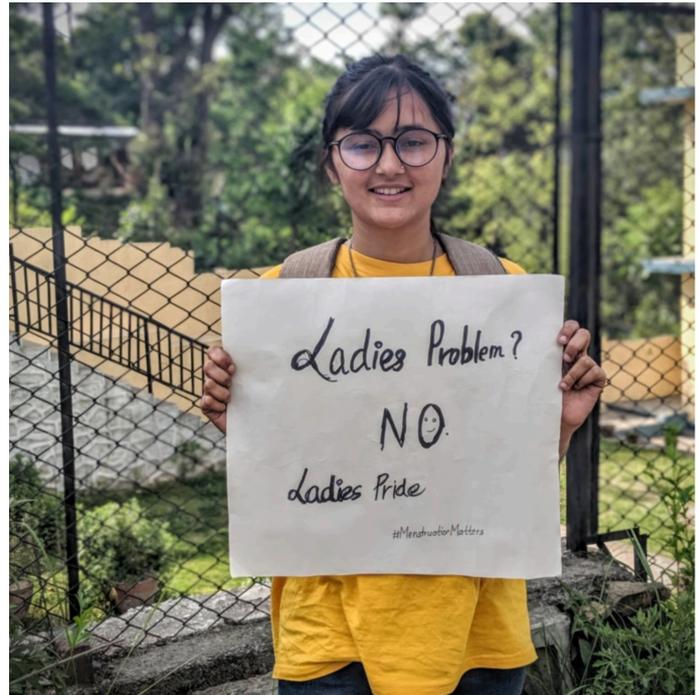




## Let's talk about menstruation

„Es ist diese Zeit im Monat, Tantenbesuch, riding the cotton pony...“ Die Betreiber\*innen der Perioden-App „Hello Clue“ haben 5.000 Euphemismen für die Periode sammeln können und ein Ranking je Land veröffentlicht: Platz 1 in Deutschland: Erdbeerwoche  
Viele Menschen nennen die Menstruation lieber nicht beim Namen. In manchen Teilen der Welt geht die Stigmatisierung der Periode weit über Euphemismen hinaus.

Für viele Mädchen\* bedeutet es, während der Menstruation in Viehhütten eingesperrt und aus dem Wohnhaus verbannt zu werden. Andere können sich keine Tampons oder Binden leisten und verwenden statt dessen schmutzige Stofffetzen, Kuhdung oder Palmblätter. Andere wechseln Tampons aus Geldgründen nicht so häufig, wie eigentlich notwendig und riskieren Erkrankungen wie z. B. das toxische Schocksyndrom (TSS), auch bekannt als Tamponkrankheit, das im schlimmsten Fall zu Kreislauf- und Organversagen führen kann. Die Stigmatisierung und Tabuisierung der Periode führt zu Ausgrenzung, Benachteiligung und sozialer Diskriminierung von Menstruierenden aller Länder und Geschlechter.



### Der Begriff „Periodenarmut“

Eine Frau hat im Lauf ihres Lebens im Schnitt 500 Monatszyklen und gibt ca. 7.000 Euro für Bedarfsartikel rund um die Menstruation aus: das beinhaltet Tampons oder Binden sowie Schmerzmittel und schmerzlindernde Maßnahmen.

Der Begriff „Periodenarmut“ (period poverty) beschreibt das Problem, wenn Menstruierende sich diese Artikel nicht leisten können und Periodenartikel nicht verwenden oder, aus finanziellen Gründen, nicht so häufig wechseln wie notwendig. Im globalen Süden kommt noch das Fehlen sanitärer Einrichtungen (Waschbecken, Mülleiner) hinzu, was das Wechseln und Entsorgen von Periodenartikeln erschwert.

### Situation in Indien

Laut einer Studie von Plan International brechen 20 % der Mädchen\* mit Einsetzen der ersten Periode die Schule ab. Gründe sind Scham, fehlender Zugang zu Periodenartikeln und kein ausreichender Zugang zu sanitären Einrichtungen in Schulen, um Periodenartikel zu wechseln.

Menstruierende in Indien dürfen keine Tempel besuchen, da sie als „unrein“ gelten“. Sie verbringen die Tage der Periode meist isoliert und die Männer wissen häufig nichts über Menstruation, da das Thema tabuisiert ist.

Periodenartikel wie Tampons oder Binden sind für die Mehrheit der Mädchen\* und Frauen\* in Indien unerschwinglich. Der Konzern Procter&Gamble ist weltweit

Marktführer im Vertrieb von Periodenartikeln (o.b. und Always). In Indien vertreibt der Konzern Tampons und Binden unter dem Namen „Whisper“ - der Name unterstützt die in Indien vorherrschende Tabuisierung der Periode. Die Whisper-Artikel kosten in Indien fast genauso viel wie in Deutschland. Als Ersatz werden unhygienische Alternativen wie Stofffetzen, Kuhdung, Bananenblätter und Schaumstoffreste verwendet, was zu verschiedenen Krankheiten und wiederum Fehltagen in der Schule führt.

Fehlende sanitäre Einrichtungen in Schulen führen ebenfalls zu Ausgrenzung von Menstruierenden. Häufig fehlen Waschbecken und Mülleimer auf Toiletten, um Menstruationsartikel zu wechseln und zu entsorgen. Das führt wiederum dazu, dass Menstruierende zu Hause bleiben.

### Situation in Deutschland

Seit 01.01.2020 wird der reduzierte Mehrwertsteuersatz von 7 % für Periodenartikel erhoben. Bis dahin wurde der volle Mehrwertsteuersatz von 19 % erhoben. Die Änderung kam spät und wurde auf Grund einer Petition mit 50.000 Unterschriften umgesetzt. Es ist ein erster Schritt, um die Periodenarmut zu mindern, da durch die Änderung Periodenartikel als lebensnotwendige Bedarfsartikel gewertet werden. An vielen Universitäten werden auf Druck der Studierenden kostenlos Menstruationsartikel auf den Toiletten zur Verfügung gestellt.

Schottland hat als erstes Land in Europa seit 01.01.2021 verfügt, dass in allen öffentlichen Gebäuden kostenlos Periodenartikel zur Verfügung gestellt werden müssen.

### Periode und Kapitalismus

Der Konzern Procter&Gamble ist weltweit führend im Vertrieb von Periodenartikeln (o.b. und Always - in Indien Whisper); Jahresumsatz 15 Mrd. US-Dollar. Whisper wird in Indien fast zum gleichen Preis wie Always in Deutschland vertrieben und ist somit für die meisten Menstruierenden in Indien unerschwinglich.

Eine preiswerte sowie nachhaltige Alternative ist die Menstruationstasse; ein Cup aus Silikon, der in die Vagina eingeführt wird und gereinigt und wiederverwendet werden kann. Die Menstruationstasse kann bis zu zehn Jahre halten und ist preisgünstig (ca. 15 Euro) und umweltschonend. Die Menstruationstasse wurde 1937 erfunden - im gleichen Jahr wie das Tampon. Das Tampon bietet als Einwegartikel kontinuierlichen Umsatz und verdrängte die nachhaltige und preisgünstige Menstruationstasse vom Markt.

### Kampagne

Menstrual Hygiene Day am 28.05.2022

## Quellen, Literatur- und Filmtips

### **Literatur**

Franka Frei - Periode ist politisch

Chris Bobel - The managed body

### **Filme**

Pad Man (Netflix)

### **Web**

[www.bloodluxurytax.de](http://www.bloodluxurytax.de)

[www.erdbeerwoche.com](http://www.erdbeerwoche.com)

[www.socialperiod.org](http://www.socialperiod.org)

<https://utopia.de/ratgeber/kein-geld-fur-tampons-periodenarmut/>

<https://helloclue.com/articles/culture/top-euphemisms-for-period-by-language>

<https://de.lunette.com/pages/deine-periode>

<https://ohwoman.de>

<https://www.menstrualhygieneday.org>

Essity Hygiene- und Gesundheitsreport