

# MENSTRUATION IM FOKUS

## ERFAHRUNGEN VON MÄDCHEN UND FRAUEN WELTWEIT

**Das Thema Menstruation ist weltweit noch immer mit Tabus und Stigmata belegt. Über 500 Millionen Frauen und Mädchen fehlt es an dem erforderlichen Wissen, Menstruationsprodukten, Zugang zu adäquater Sanitärinfrastruktur und anderen Ressourcen, um mit ihrer Menstruation sicher, hygienisch und ohne Scham umgehen zu können.<sup>1</sup>**

Plan International und WASH United arbeiten zu diesem Thema in Ländern des globalen Südens. Wir klären Mädchen und Jungen über Menstruation auf, sensibilisieren die Öffentlichkeit und fördern den Zugang zu erschwinglichen Hygieneprodukten und periodenfreundlichen Sanitäreinrichtungen in Schulen durch konkrete Projekte sowie Kampagnenarbeit.

Im Rahmen unserer Auseinandersetzung mit dem Thema sahen wir u.a. durch ähnliche Befragungen in Großbritannien, Kanada und den Niederlanden vermehrt Hinweise darauf, dass es auch in Deutschland signifikante Herausforderungen im Bereich Menstruation geben könnte. Um die Situation besser zu verstehen und Herausforderungen entsprechend adressieren zu können, ließ Plan International Deutschland in Zusammenarbeit mit WASH United eine repräsentative Umfrage mit jeweils 1.000 Frauen und Männern zwischen 16 bis 45 Jahren durchführen.<sup>2</sup> Sie wurden zu Themen wie „Periodenarmut“, Wissensstand, Erleben, Einschränkungen, Reaktionen des Umfeldes sowie ihren Wünschen an Gesellschaft und Politik befragt. Die Ergebnisse der Umfrage liefern erstmals umfassende Erkenntnisse zum Thema Menstruation in Deutschland.

<sup>1</sup> <https://www.worldbank.org/en/news/feature/2019/05/24/menstrual-hygiene-day-2019> | <sup>2</sup> Die Online-Befragung wurde vom 22. September bis zum 10. Oktober 2021 vom Online Access Panel von Respondi durchgeführt, Konzeption und Analyse erfolgte über das Marktforschungsinstitut transpekte.

# ZUSAMMENFASSUNG DER WICHTIGSTEN ERGEBNISSE

Deutschland ist noch weit davon entfernt, eine vorurteilsfreie, aufgeklärte und periodenfreundliche Gesellschaft zu sein. Auch bei uns sind die monatlichen Kosten für Periodenprodukte für einen signifikanten Teil der befragten Mädchen und Frauen nicht ohne weiteres zu finanzieren. Es mangelt zudem an guter **Aufklärung in Schulen und angemessen ausgestatteten Toiletten** im öffentlichen Raum. Mädchen und Frauen, die an starken Menstruationsbeschwerden leiden, **fehlt es oft an ärztlicher Hilfe**. Zudem ist das Thema immer noch **stark mit Tabus und Stigmata behaftet**. Insbesondere bei Männern fehlt es an Akzeptanz und Wissen, auch wenn sich viele bemühen, ihre Partnerinnen zu unterstützen. Die Ergebnisse im Einzelnen:

## „PERIODENARMUT“

- **23%** der Mädchen und Frauen sagen, die monatlichen Ausgaben für die Periode seien für sie eine finanzielle Belastung.
- **15%** versuchen, möglichst wenig Tampons, Binden oder Slipeinlagen zu verbrauchen.
- **12%** zögern den Wechsel von Tampons, Binden oder Slipeinlagen bewusst hinaus, um länger damit auszukommen und gehen das Risiko von Infektionen ein.
- **49%** aller Teilnehmerinnen würden sich besser mit Hygieneartikeln versorgen, wären diese günstiger. In der jüngsten Gruppe der 16- bis 24-Jährigen sagten das sogar **70%**.

## ERLEBEN DER ERSTEN PERIODE

- **21%** wussten gar nicht, was mit ihnen geschah, als sie ihre erste Periode hatten.
- **22%** fühlten sich überfordert und hilflos.
- **24%** hatten kein Hygieneprodukt, und **11%** kannten sich damit auch nicht aus.

## TABUS

- **97%** alle befragten Mädchen und Frauen empfinden Blutflecken auf der Kleidung als „Worst Case“-Szenario. Sichtbar „durchzubluten“ ist stark mit Scham behaftet.
- **33%** der Befragten fühlen sich während der Periode „unrein“.
- **35%** möchten sich nicht mehr für ihre Periode schämen müssen.

## SCHMERZEN UND MEDIZINISCHE VERSORGUNG

- **72%** der Mädchen und Frauen haben Unterleibschmerzen und Krämpfe.
- **39%** nehmen Schmerzmittel gegen die Beschwerden.
- Nur **49%** der Teilnehmerinnen, die ärztliche Hilfe suchten, waren mit dem Ergebnis zufrieden.
- **33%** gaben an, lediglich ein Schmerzmittel bekommen zu haben. **18%** fühlten sich mit ihren Beschwerden nicht ernst genommen.

## MANGELNDE HYGIENE IN ÖFFENTLICHEN TOILETTE

- **29%** bleiben während der Periode manchmal zuhause, um keine schlecht ausgestattete oder schmutzige Toilette benutzen zu müssen.
- Nur **42%** der Teilnehmerinnen sind mit der Hygienesituation in öffentlichen Gebäuden zufrieden.

## ABSAGE VON AKTIVITÄTEN

- **62%** der Mädchen und Frauen empfinden Absagen von Aktivitäten aufgrund der Periode als unangenehm oder sehr unangenehm.
- Am größten ist die Sorge bei Krankmeldungen in Job, Schule, Ausbildung oder Universität. **23%** befürchten hier Unverständnis oder negative Konsequenzen.

## MÄNNER UND MENSTRUATION

- In Beziehungen unterstützen **73%** der Männer ihre Partnerin während der Periode.
- **22%** der Männer finden Absagen von Aktivitäten wegen der Periode jedoch inakzeptabel.
- **79%** haben schon mal einen „blöden“ Spruch über die Periode gemacht oder eine solche Bemerkung bei einem Freund mitbekommen.
- **60%** der Männer würden nach eigenen Angaben gerne mehr über die Periode erfahren.

## WÜNSCHE AN DIE GESELLSCHAFT

- **79%** der weiblichen und **60%** der männlichen Befragten fordern, dass Schulen besser über die Menstruation informieren.
- Die Periode sollte enttabuisiert werden, finden **62%** der Teilnehmerinnen.
- **80%** der Mädchen und Frauen wünschen sich kostenlose Tampons und Binden in öffentlichen Gebäuden.
- **80%** finden zudem, die Politik sollte sich dem Thema „Periodenarmut“ annehmen.

# TIME TO ACT: ES MUSS ETWAS PASSIEREN!

**Menstruation ist ein gesamtgesellschaftliches Thema. Ziel ist es, bis 2030 eine Welt zu schaffen, in der die Menstruation etwas völlig Normales ist und keine Frau und kein Mädchen aufgrund der Periode daran gehindert wird, ihr volles Potenzial zu entfalten.**

Aus den Ergebnissen der Befragung haben Plan International und WASH United folgende Forderungen an Politik und Gesellschaft abgeleitet.

## 1. DEUTSCHLAND

- **Kostenlose Periodenprodukte** sollten in allen Schulen, Universitäten und öffentlichen Einrichtungen zur Verfügung stehen.
- **Sanitäranlagen und Toiletten** in Schulen und öffentlichen Gebäuden müssen sauber und angemessen ausgestattet sein und den Bedürfnissen menstruierender Mädchen und Frauen entsprechen.
- **Zeitgemäße, nicht peinliche Perioden-Aufklärung für alle Jugendlichen** ist notwendig. Sie darf nicht nur biologische Fakten vermitteln, sondern muss auch Tabus abbauen und das Selbstvertrauen der Mädchen stärken. Menstruationsaufklärung sollte Teil der Lehrpläne für die 5. und 6. Klasse in allen Bundesländern sein.
- **Perioden-Tabu beenden:** Um soziale Normen und Einstellungen rund um das Thema Menstruation in der Breite der deutschen Gesellschaft zu verändern, braucht es eine landesweite öffentlichkeitswirksame Sensibilisierungskampagne durch die Bundesregierung, z.B. rund um den jährlichen Weltmenstruationstag am 28. Mai.

## 2. WELTWEITE ENTWICKLUNGSZUSAMMENARBEIT UND HUMANITÄRE HILFE

- Das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) und das Auswärtige Amt (AA) müssen im Austausch mit der Zivilgesellschaft **klar messbare Ziele für das Handlungsfeld Menstruationsgesundheit und -hygiene** definieren.
- Um die **erfolgreiche Arbeit deutscher Organisationen zum Thema Menstruation im Bereich der Entwicklungszusammenarbeit und humanitären Hilfe** weiter auszubauen, braucht es dringend mehr Bundesmittel.
- **Menstruationsgesundheit und -hygiene muss stärker in bereits bestehende Projekte und Programme des BMZ und AA integriert werden.** Dazu ist ein strukturierter Austausch zwischen den zuständigen Ministerien und der Zivilgesellschaft notwendig.

Vollständiger Bericht sowie zahlreiche weitere Informationen zum Thema hier zum **Download**.  
<https://www.plan.de/menstruation-im-fokus.html>



Gibt Kindern eine Chance

**Plan International** ist eine unabhängige Organisation der Entwicklungszusammenarbeit und humanitären Hilfe. Mädchen und Jungen sollen weltweit die gleichen Rechte und Chancen haben und ihre Zukunft aktiv gestalten. Um das zu erreichen, setzen wir in unseren Partnerländern effizient und transparent Projekte zur nachhaltigen Gemeindeentwicklung um und reagieren schnell auf Notlagen und Katastrophen, die das Leben von Kindern bedrohen. In mehr als 75 Ländern arbeiten wir Hand in Hand mit Kindern, Jugendlichen, Unterstützenden und Partnern jeden Geschlechts, um unsere globalen Ziele zu erreichen. Die nachhaltigen Entwicklungsziele der Vereinten Nationen bestärken uns in unserem Engagement. Weitere Informationen: [www.plan.de](http://www.plan.de)



**WASH United** ist eine 2011 gegründete gemeinnützige Organisation mit Sitz in Berlin mit dem Ziel sauberes Wasser, Sanitärversorgung und Hygiene (WASH) für alle Menschen, weltweit zu erreichen. WASH Uniteds Fokus liegt dabei auf dem Tabu-Thema Menstruation. 2014 initiierte WASH United den Weltmenstruationstag ([www.menstrualhygieneday.org](http://www.menstrualhygieneday.org), MH Day), die größte globale Kampagne zur Enttabuisierung der Periode. Außerdem entwickelt WASH United zeitgemäße, skalierbare Inhalte für die Menstruationsaufklärung an Schulen, mit denen bereits über 1,6 Mio. Mädchen erreicht werden konnten. Weitere Informationen: [www.wash-united.org](http://www.wash-united.org)