

# 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 arbeitet zu diesem Thema in Ländern des globalen Südens. Wir klären Mädchen und Buben 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 im deutschsprachigen Raum 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 2022 eine repräsentative Umfrage durchführen.<sup>2</sup> Um Aussagen zu der Situation in unserem Land zu treffen, wurde diese Studie analog in Österreich durchgeführt und es wurden jeweils 500 Frauen und Männer zwischen 14 und 45 Jahren befragt.<sup>3</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 Österreich.

<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. | <sup>3</sup> Die Online-Befragung wurde vom 30. März 2023 bis 12. April 2023 von Marketagent.com online reSEARCH GmbH durchgeführt, Konzeption und Analyse erfolgte ebenfalls über Marketagent.

# ZUSAMMENFASSUNG DER WICHTIGSTEN ERGEBNISSE

Österreich 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“

- **31%** der Mädchen und Frauen sagen, die monatlichen Ausgaben für die Periode seien für sie eine finanzielle Belastung.
- **23%** versuchen, möglichst wenig Tampons, Binden oder Slipeinlagen zu verbrauchen.
- **17%** zögern den Wechsel von Tampons, Binden oder Slipeinlagen bewusst hinaus, um länger damit auszukommen und gehen das Risiko von Infektionen ein.
- **53%** aller Teilnehmerinnen würden sich besser mit Hygieneartikeln versorgen, wären diese günstiger. In der jüngsten Gruppe der 14- bis 24-Jährigen sagten das sogar **68%**.

## ERLEBEN DER ERSTEN PERIODE

- **18%** wussten gar nicht, was mit ihnen geschah, als sie ihre erste Periode hatten.
- **24%** fühlten sich überfordert und hilflos.
- **29%** hatten kein Hygieneprodukt, und **11%** kannten sich damit auch nicht aus.

## TABUS

- **95%** alle befragten Mädchen und Frauen empfinden Blutflecken auf der Kleidung als „Worst Case“-Szenario. Sichtbar „durchzubluten“ ist stark mit Scham behaftet.
- **27%** der Befragten fühlen sich während der Periode „unrein“.
- **40%** möchten sich nicht mehr für ihre Periode schämen müssen.

## SCHMERZEN UND MEDIZINISCHE VERSORGUNG

- **69%** der Mädchen und Frauen haben Unterleibsschmerzen und Krämpfe.
- **30%** nehmen Schmerzmittel gegen die Beschwerden.
- **30%** der Teilnehmerinnen, die ärztliche Hilfe suchten, waren mit dem Ergebnis nicht zufrieden.
- **20%** gaben an, lediglich ein Schmerzmittel bekommen zu haben. **11%** fühlten sich mit ihren Beschwerden nicht ernst genommen.

## MANGELNDE HYGIENE IN ÖFFENTLICHEN TOILETTEN

- **29%** bleiben während der Periode manchmal zuhause, um keine schlecht ausgestattete oder schmutzige Toilette benutzen zu müssen.
- Nur **51%** der Teilnehmerinnen sind mit der Hygienesituation in öffentlichen Gebäuden zufrieden.

## ABSAGE VON AKTIVITÄTEN

- **71%** der Mädchen und Frauen schränken Aktivitäten in ihrem Leben ein oder sagen diese ganz ab.
- **78%** der Befragten empfinden es als (sehr) unangenehm sich aufgrund ihrer Periode im Job krank zu melden. **31%** befürchten bei einer Krankmeldung Unverständnis oder negative Konsequenzen.

## MÄNNER UND MENSTRUATION

- In Beziehungen unterstützen **73%** der Männer ihre Partnerin während der Periode.
- **44%** der Männer finden es jedoch übertrieben bzw. inakzeptabel, sich wegen der Periode krank zu melden.
- **33%** finden es übertrieben bzw. inakzeptabel, wenn die Hausarbeit deswegen vernachlässigt wird.
- **86%** haben schon mal einen „blöden Spruch“ über die Periode von anderen mitbekommen.
- **71%** der Männer haben sich schon selbst Aussagen wie „Du bist echt zickig, du hast wohl deine Tage?“ gedacht.

## WÜNSCHE AN DIE GESELLSCHAFT

- **82%** der weiblichen und **61%** der männlichen Befragten fordern, dass Mädchen und Frauen nicht wegen ihrer Periode benachteiligt werden.
- **71%** der Teilnehmerinnen wünschen sich, dass Buben und Männer stärker einbezogen und zur Periode informiert werden.
- **79%** der Mädchen und Frauen wünschen sich kostenlose Tampons und Binden in öffentlichen Gebäuden.
- **79%** der weiblichen und **59%** der männlichen Befragten wünschen sich, dass sich die Politik mehr darum kümmert, dass Menstruationsprodukte leistbarer werden.

# 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 menstruierende Person aufgrund der Periode daran gehindert wird, ihr volles Potenzial zu entfalten.

Aus den Ergebnissen der Befragung hat Plan International gemeinsam mit erdbeerwoche GmbH und der Bundesjugendvertretung (BJV) folgende Forderungen an die österreichische Politik und Gesellschaft abgeleitet:

## FINANZIELLE ENTLASTUNG VON MENSTRUIERENDEN

- **Bereitstellung von gratis Menstruationshygiene-Produkten** am Arbeits- und Ausbildungsplatz (analog zu z.B. WC-Papier) und in allen öffentlichen Toiletten (Universitäten, Schulen, Museen etc.)
- **Allgemeine Zugänglichkeit von Menstruationsartikeln** unter Berücksichtigung von sozialen Hintergründen der Betroffenen.
- Sanitäranlagen und Toiletten in Schulen, Universitäten und öffentlichen Gebäuden müssen **periodenfreundlich** sein: Sauberes Umfeld, angemessene Ausstattung und den Bedürfnissen Menstruierender entsprechend.

## AUFKLÄRUNG

- **Zeitgemäße 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. Menstruations-

aufklärung sollte Teil der Lehrpläne in allen Bundesländern sein.

- **Aufzeigen der Varianz an Periodenprodukten:** Im Rahmen des schulischen Unterrichts sollen Menstruierende die Möglichkeit bekommen, sich über die unterschiedlichen Möglichkeiten der Menstruationshygiene informieren und ausprobieren zu können. Jede:r Menstruierende soll bei Beginn der Menstruation eine Packung mit unterschiedlichen Produkten erhalten.

## ENTTABUISIERUNG

- Um soziale Normen und Einstellungen rund um das Thema Menstruation in der Breite der österreichischen Gesellschaft zu verändern, braucht es eine **landesweite öffentlichkeitswirksame Sensibilisierungskampagne durch die Bundesregierung**. Dies soll die Tabus im öffentlichen und auch privaten Raum brechen.
- **Sensibilisierung am Arbeitsplatz:** Firmenpolicies (z.B.: Freistellung bei Periodenschmerzen) sollen gefördert werden.

Den vollständigen Bericht sowie zahlreiche Informationen zu dem Thema finden Sie hier:  
[www.plan-international.at/menstruation](http://www.plan-international.at/menstruation)



**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-international.at](http://www.plan-international.at)

*erdbeer*woche®

Die **erdbeerwoche** bietet Aufklärung sowie intelligente und nachhaltige Lösungen rund um das Thema Menstruation. Dazu gehören eine digitale Lernplattform über Menstruation für Jugendliche (**ready-for-red.com**) sowie Unterstützung bei der Umsetzung eines menstruationsfreundlichen Arbeits- bzw. Ausbildungsplatzes ([erdbeerwoche.com/b2b/](http://erdbeerwoche.com/b2b/)) und ein auf nachhaltige Periodenprodukte spezialisierter Onlineshop ([erdbeerwoche-shop.com](http://erdbeerwoche-shop.com)).



Die **Bundesjugendvertretung (BJV)** ist die gesetzlich verankerte Interessenvertretung aller Kinder und Jugendlichen in Österreich. Das sind rund 3 Millionen Menschen bis 30 Jahre. Gemeinsam mit unseren 59 Mitgliedsorganisationen sind wir eine starke Stimme für die vielfältigen Anliegen von Kindern und Jugendlichen.