

WIRTSCHAFT

Viva la Vulva

Mehr Punk im Periodenregal: Junge Start-up-Firmen entwerfen innovative Menstruationsprodukte und kämpfen für einen offeneren Umgang mit dem weiblichen Zyklus

Zwei Frauen, ein Handschlag. Etwas Weißes blitzt auf, nur für Sekunden, dann verschwindet es in der geballten Faust. Ein Drogendeal? Nein, hier geht es nicht um Koks, sondern um etwas Profanes: einen Tampon. „Auch im Jahr 2021 werden Periodenprodukte ausgetauscht, als wären sie verboten“, sagt Cordelia Röders-Arnold. Die 33-Jährige ist Head of Menstruation bei Einhorn, einem Berliner Start-up, das nachhaltig produzierte Binden, Tampons und Periodentassen herstellt und in bunten Verpackungen verkauft. Statt der üblichen Begriffe wie „diskret“, „sicher“ und „geschützt“ findet man darauf Slogans wie „Die Erde ist eine Scheide“.

Einhorn ist der Punk im Periodenregal. Anders als traditionelle Tampon- und Bindenhersteller versucht die Marke erst gar nicht, die Menstruation zu verstecken. Ihr Motto: Laut sein für mehr Sichtbarkeit. Ein erster Schritt gelang ihr bereits vor zwei Jahren, als sie gemeinsam mit der *stern*-Tochter Neon.de eine Petition im Bundestag initiierte und zusammen mit anderen Aktivistinnen dazu beitrug, die Mehrwertsteuer auf Menstruationsprodukte von 19 auf 7 Prozent zu senken. „Es war eine wichtige Aktion, aber von der Enttabuisierung sind wir noch weit entfernt“, sagt Röders-Arnold.

Obwohl die Periode die Hälfte der derzeit knapp acht Milliarden Men-

schen weltweit betrifft, begegnet man ihr mit Ignoranz. An ihr haftet ein jahrtausendealtes Stigma, auferlegt vom Patriarchat, ebenso von den Weltreligionen, die die Menstruation als etwas Unreines beschrieben. Die Wissenschaft glaubte sogar an ihre toxische Wirkung. So erklärte Paracelsus im 16. Jahrhundert Menstruationsblut zum stärks-



Runde Sache: Die Menstruationstasse „Papperlacup“ besteht zu 100 Prozent aus medizinischem Silikon und ist in zwei Größen erhältlich. Von Einhorn, ca. 17 Euro

Wärmflasche to go: Im Bauch- und Rückenbereich des Slips „Hugs“ befinden sich kleine Taschen, in die man bei Regelschmerzen Wärmepads einsetzen kann. Von Ooia, ca. 47 Euro



ten Gift der Welt. Noch bis ins vergangene Jahrhundert hinein galt das Blut als toxisch. Einem Stigma, das sich über Jahrtausende festgesetzt hat, ist nur schwer beizukommen. „Man muss das Tabu Schicht für Schicht abtragen“, sagt Kristine Zeller von Ooia. Zusammen mit ihrer Partnerin Kati Ernst gründete sie vor drei Jahren ein Start-up für Periodenunterwäsche. Slips mit einer



Doppelter Boden: Menstruationsunterwäsche macht Binden und Tampons überflüssig. Das Blut saugt eine integrierte Membran auf. Von Ooia, ca. 40 Euro

saugfähigen Membran waren damals in den USA sehr gefragt, und so beschlossen die Unternehmerinnen, die Wäsche auch in Deutschland zu etablieren. Dass sie bis heute mehr als 360 000 Slips verkauft haben, verdanken sie auch ihrer großen Community, die sie über soziale Medien erreichen.

So unsichtbar die Periode im Alltag ist, so präsent ist sie in der digitalen Welt. Ausgerechnet das Internet wird zum geschützten Raum für Menstruierende, die sich austauschen wollen oder nach neuen Produkten suchen. Seit einigen Jahren sorgt der rege Austausch für neuen Schwung im Markt für Menstruationsartikel. Immer wieder entstehen neue Start-ups, die in einem Geschäft mitmischen, das über viele Jahre Großkonzerne wie Procter & Gamble oder Johnson & Johnson unter sich aufgeteilt hatten.

Statt auf herkömmliche Binden und Tampons setzen sie auf Innovationen. Ein wichtiges Thema ist dabei Nachhaltigkeit. Mehrere Dutzend Milliarden hygienische Einwegprodukte werden EU-weit jährlich entsorgt. Viele Anbieter setzen deshalb auf Binden, Slipeinlagen und Tampons aus Biobaumwolle. Aber auch Periodenwäsche ist gefragt, ebenso Menstruationstassen aus medizinischem Silikon, die Jahre halten und Müll vermeiden. Erfunden hat sie nicht etwa ein veganer Berlin-Mitte-Hipster, sondern die US-Schauspielerin Leona W. Chalmers. Bereits 1937 entwickelte sie den ersten Cup. Doch Chalmers war ihrer Zeit voraus. So spacig ihre Tasse auch aussah: Sie ging damals nicht in Serie, weil viele Her-



steller davor zurückschreckten, eine Tasse zu entwickeln, die zu viel Körperkontakt erzeugen könnte.

Zwar besetzen Menstruationstassen heute noch immer nur eine Nische, doch die Nachfrage steigt. Gleiches gilt für Produkte, die man trotz Regelblutung auch beim Sex verwenden kann. Dazu gehören Naturschwämme und Soft-Tampons, ebenso Produkte wie die Menstrual Disc. Laut dem schwedischen Hersteller Intimina soll sie das Blut während der Periode auffangen und beim Sex nicht zu spüren sein. „Je mehr Vielfalt sich in den Regalen zeigt, desto größer wird die gesellschaftliche Akzeptanz der Periode“, sagt Cordelia Röders-Arnold.

Doch nicht alle Produkte nutzen der Enttabuisierung. Immer wieder versuchen Hersteller, mit zweifelhaften Ideen in dem stetig wachsenden Markt Fuß zu fassen. So wie Oscar-Preisträgerin und Goop-Gründerin Gwyneth Paltrow. Weil sie Vaginaleier aus Jade und Rosen-

Kein Störer beim Sex: Der Periodenschwamm soll bis zu acht Stunden halten und ist – anders als Baumwolltampons – recycelbar. Von Pink Tampons, elf Stück, ca. 10 Euro

Knallpink – und doch unsichtbar: „Ziggy Cup“ ist eine Menstruationstasse, die beim Sex drinbleiben kann. Laut Hersteller soll der Partner sie nicht spüren. Von Intimina, ca. 32 Euro

quarz in ihrem Onlineshop als ausgleichend für Hormonhaushalt und Menstruationszyklus bewarb, musste sie 145 000 Dollar Strafe zahlen. Die beiden deutschen Erfinder der Pinky Gloves scheiterten schon vor der Markteinführung. Obwohl sie in der TV-Show „Die Höhle der Löwen“ einen Investor für ihre Wegwerf-Handschuhe zum Einwickeln von Periodenprodukten fanden, zwang sie ein Shitstorm zum Aufgeben. Frauen wie die Ooia-Gründerinnen Kristine Zeller und Kati Ernst warfen ihnen vor, ein umweltverschmutzendes und diskriminierendes Produkt entwickelt zu haben. „Die pinken Handschuhe hatten nur einen großen Vorteil“, sagt Zeller. „Sie haben die Aufmerksamkeit auf das Periodenthema



gelenkt und für mehr Sichtbarkeit gesorgt.“ Tagelang beherrschte es die Gespräche in Büros und an Abendbrotstischen.

Ein ebenso großes Echo hätten sich viele auch zum Menstrual Hygiene Day gewünscht, der jedes Jahr am 28. Mai stattfindet. Anlässlich des Periodenfeiertags fanden weltweit Online-Workshops und Diskussionsforen statt, in denen es um Aufklärungsarbeit ging. „Je mehr wir über diese Themen sprechen und sie wahrnehmen, desto mehr können wir verändern“, sagt Cordelia Röders-Arnold von Einhorn. Sie hofft, dass Szenen wie der vermeintliche Drogendeal zweier Menstruierender irgendwann der Vergangenheit angehören. Und stattdessen eines Tages auch mal laut in die Runde gefragt wird: „Tampon oder Tasse: Hat jemand was dabei?“

Cathrin Wißmann



Sexualkunde 2.0: Ein Brettspiel mit Fragen rund um das Thema Menstruation soll Aufklärungsarbeit an Schulen leisten. Von Oh Woman, ab acht Jahre, ca. 40 Euro