

## Trendbarometer

### **Period Positivity**

In früheren Zeiten durfte man nur hinter vorgehaltener Hand über die Dinge sprechen, die Gesundheit und Wohlbefinden vor, während und nach der Menstruation steigern. Heute werden Tampons mit krampflösendem CBD-Zusatz gefeiert, ein eigenes Nahrungsergänzungsmittel vertrieben, das an den Tagen vor den Tagen eingenommen werden soll oder die erste Periodencreme überhaupt verkauft.

Wie gross der Impact des dahinter liegenden Trends Period Positivity ist, zeigt ein Blick in die Damenhygiene-Abteilung eines x-beliebigen Drogeriemarkts. Dort zeigt sich heute ein fröhlich diversifiziertes Bild mit lauter veganen, nachhaltig produzierten Produkten mit natürlichen Inhaltsstoffen. Weitere Neuerungen bilden die «Plant+ Disc», eine plant-based Menstruations-scheibe, die bis zu zwölf Stunden (und sogar beim Sex) getragen werden kann. Zu erwähnen ist ebenfalls das Angebot des Start-ups Freda, bei dem mithilfe einer App und AI analysiert wird, wann die nächste Regelblutung bei den Kundinnen fällig sein wird und das mit seinen Umsätzen auch eine Initiative unterstützt, um die sogenannte weltweite Period Poverty zu bekämpfen.

Das gleiche Unternehmen hat zudem unlängst mit der ersten Range von Periodenprodukten von sich reden gemacht, mit dem man sich explizit an non-binäre und transgender Menschen mit Periode richtet. «Look at how easy it is to be inclusive, and look at how much it means to people», heisst es im dazu gehörigen Werbespot zum Thema Period Inclusivity. Das Gegenteil davon, nämlich Period Shaming, sollte damit endgültig der Vergangenheit angehören. Der Trend Period Positivity könnte künftig auch in der Offizin aufgegriffen und in Form von neuen Produkten oder Beratungsoffensiven fröhlich zelebriert werden.

**Corinna Mühlhausen**