



**Marianne Schär Moser**  
Forschung und Beratung

**Evaluation des Pilotprojekts «Perioden-Armut stoppen!»  
*Zugang zu Menstruationsprodukten in der Stadt Zürich***

**Zusammenfassung des Evaluationsberichts**

**Zuhanden**  
Fachstelle für Gleichstellung der Stadt Zürich, Zürich

**Bern, 9. Februar 2024**

## **Teil I: Ausgangslage und Vorgehen**

### **1 Einleitung**

Die Stadt Zürich hat in einem Pilotprojekt (Postulat 2021/392) Massnahmen erprobt, welche den Zugang zu Menstruationsprodukten erleichtern und einen Beitrag zur Bekämpfung von Periodenarmut leisten sollen. Der Begriff «Periodenarmut» umfasst dabei verschiedene Aspekte: einerseits die finanzielle Belastung durch Menstruationsprodukte, aber auch die mit Menstruation verbundene Scham, mangelnde Information und Tabuisierung.

Der vorliegende Bericht präsentiert die externe Evaluation des Projekts. Zur Beantwortung der Fragestellungen der Evaluation wurden verschiedene Datenerhebungen und Analysen vorgenommen.

## **Teil II: Darstellung der Ergebnisse**

### **2 Übersicht über das Projekt**

Die Gesamtleitung des Pilotprojekts lag bei der Fachstelle für Gleichstellung. Sie begleitete teilnehmende Institutionen, welche Menstruationsprodukte zur Verfügung stellen bzw. stellen wollen und erstellte die dazu notwendigen Grundlagen (Manual, Schildchen, Möglichkeit der zentralen Bestellung von Produkten im Webshop der Stadt Zürich etc.). Sie verantwortete auch die Projektwebseite. Im Rahmen des Pilotprojekts stellten 29 beteiligten Institutionen bzw. Standorte mit Publikumsverkehr Menstruationsprodukte zur Verfügung. Weitere Einrichtungen bekundeten gegen Ende des Pilotprojekts Interesse und setzten das Angebot gemäss dem Manual der Fachstelle für Gleichstellung in Eigenregie um.

### **3 Nutzung der Webseite**

Die automatisch erstellte Webstatistik der Webseite zeigt für die 11 Monate von der Aufschaltung der Seite (1.1.23) bis zum Stichtag der Evaluation (30.11.2023) Zugriffe auf die Webseite von 1'717 Nutzenden von ausserhalb der Stadtverwaltung (interne Zugriffe ausgeschlossen), knapp zwei Drittel waren dabei Erstnutzende. Pro Monat sind das durchschnittlich 156 Nutzende; pro Tag 5. Die durchschnittliche Sitzungsdauer liegt bei rund zweieinhalb Minuten. Etwas mehr als die Hälfte der Zugriffe erfolgte über ein mobiles Gerät.

### **4 Die Perspektive der abgebenden Stellen**

Die Menstruationsprodukte stehen an verschiedenen Orten zur Verfügung. Insgesamt waren am Stichtag der Evaluation 29 Stellen am Pilotprojekt beteiligt. Am meisten Stellen sind in der Offenen Jugendarbeit Zürich OJA zu finden (11). Die weiteren Stellen finden sich im Verein ELCH für Eltere und Chind (5), in den Sozialen Einrichtungen und Betrieben (5), den Sozialen Diensten (4) und den Städtischen Gesundheitsdiensten (2), zwei Stellen sind der Kategorie «Andere» zugeordnet. Die Perspektive der abgebenden Stellen wurde zu zwei Zeitpunkten erfasst: im ersten Quartal durch eine schriftliche und im vierten Quartal 2023 durch eine mündliche Befragung.

#### **4.1 Erste Eindrücke kurz nach Projektbeginn**

Die schriftliche Befragung kurz nach Projektbeginn zeigte, dass die Umsetzung an den Standorten abgesehen von einigen kleinen Anfangsschwierigkeiten problemlos erfolgte. Insgesamt gesehen war die Zufriedenheit mit dem bisherigen Verlauf des Pilotprojekts hoch (Mittelwert von 4.2 auf einer fünfstufigen Skala mit Maximalwert 5)

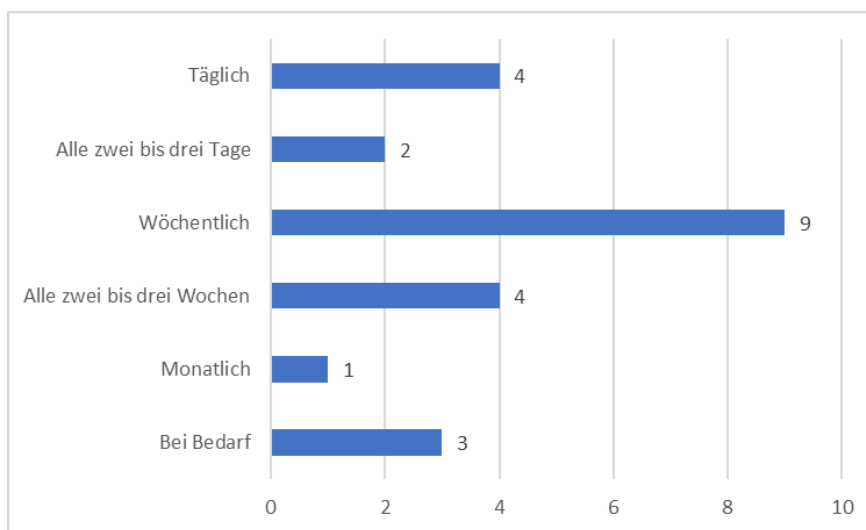
## 4.2 Rückblick auf die gesamte Pilotphase

### 4.2.1 Umsetzung

Die Menstruationsprodukte werden von den Standorten auf den WC's selber zur Verfügung gestellt, etwa gleich häufig in Frauen-WC's und genderneutralen WC's. In für alle zugänglichen WC's (WC für Menschen mit Behinderung) gibt es an drei Standorten ein Körbchen. Teilweise kommen weitere Orte dazu (Gang, Gemeinschaftsraum, Behandlungszimmer, Rucksack bei mobilen Angeboten). Bei einer Minderheit erfolgt eine Abgabe von gesamten Packungen im direkten Kontakt. Die Mehrheit der beteiligten Standorte stellt die Produkte des Webshops zur Verfügung, einige zusätzlich oder ausschliesslich andere Produkte, insbesondere andere Tampons (kleinere, ohne Applikator) und teilweise auch kleinere Binden. Für die Bereitstellung werden grossmehrheitlich die zentral im Webshop beziehbaren Körbchen verwendet und die von der Fachstelle für Gleichstellung zur Verfügung gestellten Schilder. Die grosse Mehrheit der Stellen hat die Kundschaft nicht speziell über das Angebot informiert, vereinzelt wurden grössere Plakate oder Flyer aufgehängt.

Das Nachfüllen wird unterschiedlich gehandhabt, am häufigsten ist eine wöchentliche Kontrolle (vgl. Abbildung). Es wird nirgends als grosser Aufwand erachtet. Eine zuständige Person drückt es so aus: *«Das hat sich bei mir eingespielt, ich mache das gleich als erstes, wenn ich ins Büro laufe. Der eine geht einen Kaffee holen, ich gehe das Böxli auffüllen.»*

Abbildung 1: Regelmässigkeit des Auffüllens der Materialien



Quelle: Mündliche Befragung der Pilotteilnehmenden (N=24)

Die Mehrheit der Befragten gibt an, dass das Angebot zufriedenstellend genutzt wird. An einigen Stellen wird die Nutzung als sehr hoch, an einigen als sehr tief bezeichnet. Ein Teil der Befragten betont, dass bei ihnen Binden deutlich mehr genutzt werden als Tampons. Dies hat nach Ansicht mehrerer Personen auch kulturelle Gründe, doch auch die Tatsache, dass im Regelangebot nur Tampons mit Applikatoren zur Verfügung stehen, trägt dazu bei. An anderen Orten werden Tampons mehr genutzt, dabei handelt es sich mehrheitlich um Orte, welche (auch) andere Produkte als die des Webshops abgeben und solche, welche auch ganze Packungen abgeben.

Von wirklichen Problemen berichtet keine abgebende Stelle, es gab keinen Vandalismus oder ähnliches. Fünf Personen erzählen, dass es am Anfang vereinzelt ein *«Spiel»* mit dem Material gab. *«Vielleicht aus Gwunder.»* An zwei Standorten wurden mehrmals die Körbchen gestohlen. Ein Standort

hat diese nun durch Kartonkisten ersetzt *«und seither ist nichts wegekommen. Da ist Ruhe seither.»*. Von *«Hamstern»* wird ebenfalls nur vereinzelt berichtet, wobei dieses als problemlos erachtet wird.

Gut die Hälfte der Befragten hat keine Rückmeldungen von Nutzenden. Das wird auch als normal und als positives Zeichen erachtet: *«Ich habe keine Rückmeldungen von Nutzenden zu diesem Projekt. Das ist ja auch ein gutes Zeichen, denn es ist einfach da, man kann sich einfach bedienen und muss nicht in Kontakt treten.»* Die andere Hälfte berichtet von vereinzelt direkten Rückmeldungen, wobei diese durchwegs positiv sind.

#### **4.2.2 Positivste und negativste Aspekte des Projekts**

Der positivste Aspekt ist von den Befragten das Vorhandensein der Produkte vor Ort zur freien Verfügung. Die Entlastung der menstruierenden Personen, die Sichtbarmachung des Themas und das sehr gute Aufwand-Nutzen-Verhältnis sind weitere häufig genannte Punkte. Weiter positiv erwähnt wird, dass die hygienische Versorgung der Frauen unterstützt werden kann: *«Positiv ist, dass wir viele Frauen haben, die sonst irgendwelche Behelfsmittel genommen haben, weil sie keine Möglichkeiten hatten, sich Binden oder Tampons zu kaufen.»*

Umgekehrt sehen fast die Hälfte der Befragten im Zusammenhang mit dem Pilotprojekt keine negativen Aspekte. Von den anderen wird das Sortiment der Produkte am häufigsten negativ erwähnt. Sie sind insbesondere für junge Personen zu gross, weiter wird bei den Tampons die Beschränkung auf Tampons mit Applikator in Frage gestellt. Ebenso wird darauf hingewiesen, dass es sich um teure Produkte handelt, welche sich die Nutzenden dann im Alltag selber nicht kaufen können, weiter sei der Tragekomfort nicht gut. Mehrfach erwähnt wird, dass das Wort *«Periodenarmut»* ungeeignet sei, primär weil der Begriff schambehaftet ist. Die Änderung des Textes auf den Kärtchen im Verlauf des Pilotprojekts (Weglassen des Projekttitels *«Periodenarmut stoppen!»*) wird deshalb begrüsst.

#### **4.2.3 Wirkungen des Projekts**

Als häufigste Wirkung wird ein Beitrag zur Enttabuisierung des Themas genannt. Durch die Sichtbarkeit der Produkte und die Selbstverständlichkeit des Auffüllens im Alltag wird eine Normalität hergestellt. *«Also ich laufe da als Mann mit einer Hand voll Binden und Tampons durch den Jugendtreff und fülle nach, und ich werde so gesehen von den Kids. Und es ist nicht komisch oder strub. Es wird einfach zur Selbstverständlichkeit.»* Als weitere Wirkung wird die Entlastung für Personen genannt, welche von ihrer Menstruation überrascht werden und die eine gute Lösung vorfinden, ohne dass sie jemanden ansprechen müssen und generell der einfachere Zugang zu den Produkten als sehr positiv erwähnt. Eine Minderheit sieht einen direkten Beitrag zur Beseitigung von Periodenarmut, wobei sich zeigt, dass der begriff primär auf die finanziellen Aspekte bezogen verstanden wird. *«Eine Frau hat mir gesagt, vielen Dank, das ist besser als mit Tüchlein. Sie nimmt sonst alte T-Shirts.»*

#### **4.2.4 Zufriedenheit mit dem Projekt**

Insgesamt gesehen ist die grosse Mehrheit der Befragten mit dem Pilotprojekt sehr zufrieden. *«Also der Nutzen ist gross, der Aufwand sehr klein. Und Probleme gibt es keine.»* Die gesamte Projektorganisation wird durchwegs positiv beschrieben, die Zusammenarbeit mit der Fachstelle für Gleichstellung gelobt. Die bereits erwähnte kritische Haltung gegenüber den Produkten im Webshop, welche von einigen Personen geäussert wird, tut bei der Mehrheit der positiven Einschätzung keinen Abbruch, da die Standorte selber einkaufen können. Einzig zwei Personen bezeichnen sich als mittel zufrieden, weil bei ihnen die Nutzung sehr tief war: *«Ich hätte mir erhofft, dass der Bedarf grösser wäre.»*

#### **4.2.5 Zukunftsperspektive**

Ein Teil der Befragten gibt an, das Angebot unabhängig von zentralen Entscheiden nach Ende des Pilotprojekts weiterzuführen. Die anderen halten fest, dass sie das grundsätzlich auch möchten, dass aber insbesondere noch die Budgetfrage zu klären sei.

Für die Befragten ist die zentrale Bestellung der Produkte via Webshop weiterhin eine gute Lösung, wobei ein Teil von ihnen eine grössere Produktauswahl begrüssen würde, die anderen eher nicht, weil dies die Situation verkomplizieren würde. Ein Auffüllen durch die Reinigungsdienste wird teilweise als gute Idee und Erleichterung erachtet, teilweise indifferent beurteilt, weil der Aufwand klein ist.

Als Anregungen im Hinblick auf eine Weiterführung werden verschiedene Aspekte genannt, nebst Vorschlägen von Produkten und zusätzlichem Informationsmaterial vor allem auch der Wunsch nach weiteren Standorten: *«In den öffentlichen Häusern sollte es einfach Zugang zu diesen Sachen haben.»*

### **5 Quantitativer Verbrauch**

Die teilnehmenden Organisationen führten während dem Pilotprojekt ein Monitoring ihres Verbrauchs von Menstruationsprodukten (29 Stellen sind in 26 Monitorings erfasst). Zur Annäherung des Mengenverbrauchs werden die erhobenen Zahlen auf einen Norm-Monat umgerechnet und zur Annäherung der Preisberechnungen die Preise des Webshops verwendet.

#### **5.1 Gesamtverbrauch aller Projektbeteiligten**

Insgesamt wurden pro Monat im Rahmen des Pilotprojekts 1'091.4 Binden und 1'071.4 Tampons im Einzelstück sowie 11.8 Packungen Binden und 12.9 Packungen Tampons (mit verschiedener Packungsgrösse) verbraucht. Beide Formen zusammengerechnet gibt dies einen Monatsverbrauch von 2'876.6 Produkte (1'301.26 Binden und 1'575.39 Tampons). Die damit verbundenen monatlichen Kosten gemäss den Preisen im Webshop belaufen sich auf 993.68 Franken. Auf ein Jahr umgerechnet würde dies für die im Pilotprojekt einbezogenen Standorte einen Verbrauch von 34'520 Produkten (15'615 Binden und 18'905 Tampons) bedeuten. Dafür ist mit Kosten in der Höhe von total 11'924 Franken jährlich zu rechnen.

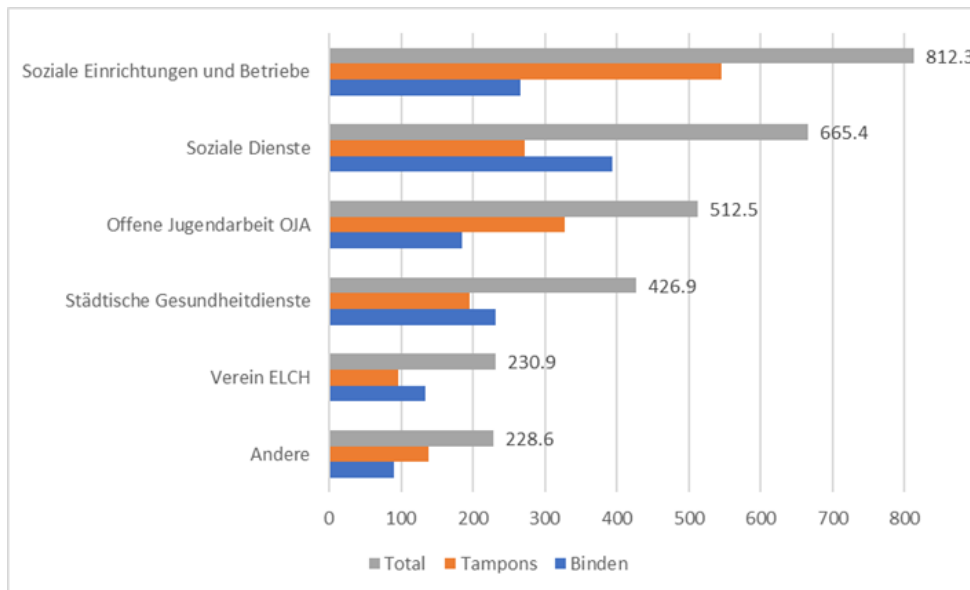
#### **5.2 Verbrauch der verschiedenen Standorte**

Im Durchschnitt werden pro beteiligtem Standort monatlich 50.1 Binden und 60.6 Tampons verbraucht bzw. abgegeben. Der monatliche Verbrauch streut stark zwischen 9.2 und 637.9 Stück. Gesamthaft gesehen Verbrauch von Tampons etwas höher als von Binden, ohne Berücksichtigung des Monitorings mit der grössten Abgabemenge hält sich der Verbrauch an Binden und Tampons ungefähr die Waage.

Wird der Mengenverbrauch gemäss einer für die Evaluation vorgenommenen Gruppierung der Stellen betrachtet, so werden absolut gesehen am meisten Produkte in den Sozialen Einrichtungen und Betrieben verbraucht, gefolgt von den Sozialen Diensten. Während in den Sozialen Diensten, den Städtischen Gesundheitsdiensten und im Verein ELCH klar mehr Binden als Tampons abgegeben werden, ist es bei den an Sozialen Einrichtungen und Betrieben, in der OJA (welche vorwiegend direkt eingekaufte OB-Produkte verwendete) und bei den beiden unter «Andere» aufgeführten Standorte gerade umgekehrt.

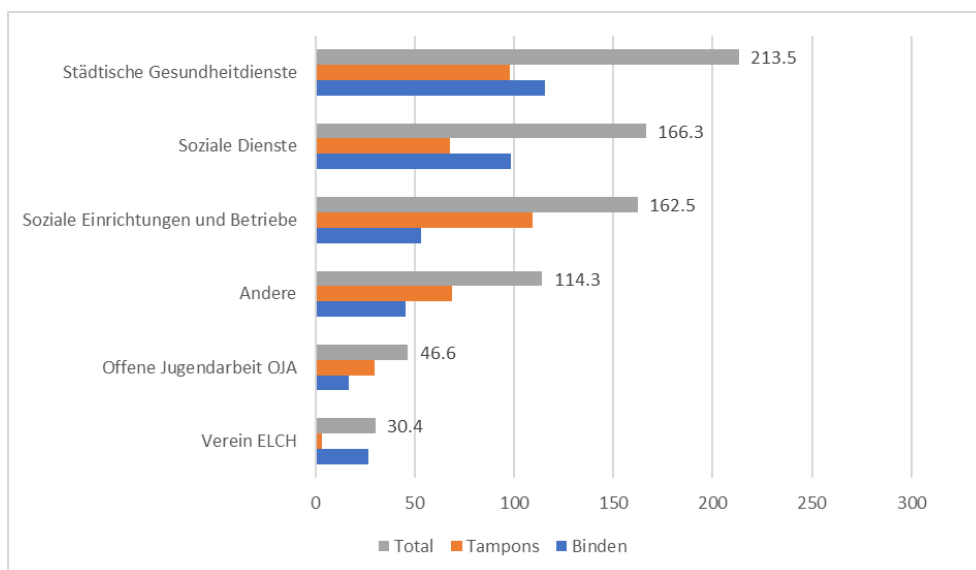
Werden die Werte pro beteiligtem Standort betrachtet, so stehen die städtischen Gesundheitsdienste an erster Stelle, gefolgt von den Sozialen Diensten und den Sozialen Einrichtungen und Betrieben.

**Abbildung 2: Monatlicher Produkteverbrauch pro Gruppe absolut**



Quelle: Monitoring der Pilotteilnehmenden (N=26 Monitorings, diese decken 29 Standorte ab)

**Abbildung 3: Monatlicher Produkteverbrauch pro Gruppe und Standort**



Quelle: Monitoring der Pilotteilnehmenden (N=26 Monitorings, diese decken 29 Standorte ab)

Die geschätzten Kosten für die einzelnen Gruppen streuen zwischen gut 60 und 277 Franken monatlich für alle beteiligten Standorte der jeweiligen Gruppe.

## 6 Perspektive der Projektverantwortlichen

Aus der Perspektive der Projektverantwortlichen bei der Fachstelle für Gleichstellung hat die operative Umsetzung gut funktioniert. «Die Zusammenarbeit war konstruktiv und produktiv. (...) Es war ein sehr breit getragener Pilot.» Als sehr positiv wird erwähnt, dass so viele Pilotstandorte gewonnen werden konnten. Der gestaffelte Beginn des Projekts an den verschiedenen Standorten wird als guter

Entscheid erachtet, denn es gab mit der Lieferung der Produkte Verzögerungen und nicht alle Standorte waren gleichzeitig bereit. Bei der Logistik wird denn auch noch ein gewisses Optimierungspotenzial gesehen. Was die Produkte selber betrifft, so wurden für das Pilotprojekt die Produkte übernommen, die für ein vorgängiges Projekt an den Stadtzürcher Schulen gewählt und eingekauft wurden, aber bewusst die Möglichkeit gelassen, dass die Standorte andere Produkte abgeben können.

Der Beitrag zur Zielerreichung wird von der Projektverantwortlichen grundsätzlich positiv eingeschätzt. Die Erfahrungen an den Standorten zeigen ihrer Ansicht nach, dass es eine Nachfrage gibt und das Angebot genutzt und geschätzt wird. Zudem halten sich an den meisten Standorten auch Menschen auf, die sich die Produkte kaum leisten können. Auch im Bereich der Enttabuisierung nimmt die Projektverantwortliche Wirkungen wahr.

Die Website selber wurde weniger genutzt als erhofft, obwohl sie inhaltlich als gut erachtet wird. Was die zentrale Beschaffung der Produkte betrifft, so ist die Projektverantwortliche der Ansicht, dass dies der richtige Weg ist. Eine offene Frage ist, ob es mehr verschiedene Produkte brauchen würde. Weiter ist die Frage zu klären, ob und wo ein Auffüllen durch das Reinigungspersonal sinnvoll und möglich wäre.

Insgesamt gesehen ist die Projektverantwortliche zufrieden: «Ich bin sehr zufrieden, meine Erwartungen wurden übertroffen. Vor allem auch das Interesse und der Wunsch, das Angebot auch anbieten zu können, wo wir Anfragen hatten und immer noch haben.»

Für die Projektverantwortliche sind die nächsten Schritte die Klärung von Möglichkeiten der Institutionalisierung und für die Standorte angepasste Lösungen. «*Mein Wunsch wäre, das in die Regelstruktur zu implementieren, damit es kein Pilot bleibt.*»

## **Teil III: Fazit**

### **7 Schlussfolgerungen**

#### **7.1 Beantwortung der Fragestellungen der Evaluation**

##### **7.1.1 Umsetzung**

Der Ablauf des Projekts und die Zusammenarbeit werden von allen Beteiligten positiv beurteilt. Ein gewisses Optimierungspotenzial wird von der Projektleiterin in der Logistik (Webshop) gesehen, ansonsten zeigen sich keine besonderen Herausforderungen.

Die Website enthält die relevanten Informationen und wird von Fachpersonen als qualitativ gut erachtet, sie wird allerdings wenig genutzt.

Im Rahmen des Pilotprojekts werden von 29 Stellen monatlich im Schnitt 2'877 Menstruationsprodukte verbraucht, insgesamt gesehen leicht mehr Tampons als Binden. Der Verbrauch pro Standort ist sehr unterschiedlich. Die Produkte liegen grossmehrheitlich in den im Projekt vorgesehenen Körbchen mit den durch die Fachstelle für Gleichstellung zur Verfügung gestellten Schildchen in Frauen-WC oder genderneutralen WC's auf. Die Abgabe in Packungen beschränkt sich auf wenige beteiligte Standorte, dort ist sie aber wichtig.

Die beteiligten Institutionen haben teilweise direkte Rückmeldungen von Nutzenden, diese sind ausschliesslich positiv. Auch das Fehlen von Rückmeldungen wird von Befragten als gutes Zeichen erachtet: Die Produkte sind da, werden genutzt, mehr ist nicht nötig.

Es sind kaum Probleme feststellbar. Vereinzelt gab es einige Anfangsschwierigkeiten, die sich aber gelegt haben bzw. für die eine Lösung gefunden wurde. Die Produktauswahl im Webshop wird teilweise als zu klein erachtet, dank der Möglichkeit des eigenständigen Einkaufens beteiligter Stellen wird dies aber nicht als wirkliches Problem erachtet.

### **7.1.2 Wirkungen**

Der Zugang zu den Produkten ist für die Nutzenden der 29 beteiligten Standorte erleichtert. Die Produkte werden genutzt. Der Zugang zu den relevanten Informationen wäre durch den QR-Code, welcher auf die Webseite führt, ebenfalls erleichtert, er wird aber kaum genutzt.

Das reine Vorhandensein der Produkte trägt an den beteiligten Standorten zu einer Normalisierung der Menstruation bei. An verschiedenen beteiligten Standorten ist ein Beitrag zur Enttabuisierung erkennbar und es wird von Gesprächen berichtet, zu denen die Produkte als «Türöffner» funktionierten. Gleichzeitig wird nach wie vor von Scham im Umgang mit der Thematik erzählt. Die Bereitstellung der Produkte (ohne Nachfrage) hilft betroffenen Personen in ihrer aktuellen Situation den Bedarf zu decken. Das Thema bleibt aber tabuisiert. Der Beitrag zur Beseitigung der Periodenarmut wird unterschiedlich eingeschätzt, was auch mit der Konzentration auf die finanziellen Aspekte des Begriffs zu tun hat. Einige Befragten sehen hier einen klaren Beitrag. Andere sind diesbezüglich unsicher und betonen vor allem den Aspekt der Verfügbarkeit der Produkte beim aktuellen Bedarf.

### **7.1.3 Zukunftsperspektive**

Alle beteiligten Standorte möchten das Projekt grundsätzlich weiterführen. Einige würden dies unabhängig vom städtischen Entscheid sowieso tun. Andere weisen auf die notwendige Klärung der Finanzierung der Produkte hin. Die Frage des Auffüllens der Körbchen durch das Reinigungspersonal wird unterschiedlich beurteilt, einige Befragten würden dies als gute Lösung erachten, andere sind hier indifferent und weisen darauf hin, dass das fast keinen Aufwand verursacht. Die zuständige Projektleiterin fände es sinnvoll, das Angebot in die Regelstrukturen zu überführen.

## **7.2 Einschätzung des Beitrags zur Zielerreichung**

Aufgrund der Ergebnisse der Evaluation lässt sich festhalten, dass trotz der kurzen Projektdauer bereits substantielle Beiträge zur Zielerreichung in den beteiligten Stellen sichtbar sind. Der Zugang zu Menstruationsprodukten ist erleichtert. Wo sie in genderneutralen WC's zur Verfügung stehen oder direkt abgegeben werden, trifft dies auch für trans und intergeschlechtliche Menschen zu. An den Orten, an denen die Körbchen in den Frauen WC's sind, ist Letzteres nicht zwingend der Fall.

Ob insbesondere Menschen, die von Periodenarmut betroffen sind, vom Angebot profitieren, wird je nach beteiligtem Standort anders eingeschätzt. Der Beitrag zur Normalisierung von Menstruation ist in den meisten beteiligten Standorten zu beobachten. Bereits die Sichtbarkeit der Produkte oder auch die Sichtbarkeit des Auffüllens als normaler Alltag tragen dazu bei.

Der mit der Website beabsichtigte niederschwelliger Zugang zu Informationen rund um Menstruation und Menstruationsprodukte war nur bedingt erfolgreich, weil die Seite nur sehr zurückhaltend genutzt wurde.

## **7.3 Fazit und Empfehlungen**

Insgesamt gesehen kann das Pilotprojekt als Erfolg bezeichnet werden. Die Zurverfügungstellung von Binden und Tampons in den beteiligten Standorten hat sich bewährt und stösst auch bei anderen öffentlich zugänglichen Stellen auf Interesse. Alle Personen, welche von der Menstruation überrascht werden oder aus anderen Gründen ein Produkt (z.B. Binde bei Inkontinenz) benötigen, werden in unangenehmen Situationen entlastet. Das Angebot soll nach Möglichkeit weitergeführt werden. Dabei stellen sich einige Herausforderungen:

- Die Möglichkeit des zentralen Bezugs über den Webshop der Stadt Zürich von Produkten wird grundsätzlich geschätzt. Die Produkte selber werden aber unterschiedlich beurteilt. Ein Teil der beteiligten Stellen verwendet andere Produkte. Ob eine grössere Auswahl im Webshop wünschbar ist, wird unterschiedlich beurteilt. Es ist zu prüfen, ob die im Pilotprojekt gewählte pragmatische Lösung,



es den Standorten zu überlassen, welche Produkte sie abgeben, auch bei einer allfälligen Integration in den Regelbetrieb sinnvoll ist oder ob die Produktpalette des Webshops verbreitert werden soll.

■ In den beteiligten Standorten gehören die Menstruationsprodukte nun bereits zum Alltag. Sie sind damit für Nutzende einfach zugänglich und werden zur Selbstverständlichkeit. In Eigeninitiative sind weitere Stellen dazu gekommen, welche nach Anleitung der Fachstelle für Gleichstellung bereits ebenfalls Produkte zur Verfügung stellen. Im Hinblick auf eine allfällige Überführung in die Regelstruktur stellt sich die Frage, welche Orte das Angebot zur Verfügung stellen sollen. Dazu muss vorgängig die Finanzierung geklärt werden, da die meisten Stellen nicht über ein solches Budget verfügen – die ersten groben Schätzungen zeigen hier, dass an den meisten Orten nicht mit enorm hohen Beträgen zu rechnen ist. Weiter ist die Frage zu klären, ob und falls ja wo ein Nachfüllen durch das Reinigungspersonal möglich und sinnvoll wäre.

■ Die Webseite stellt relevante Informationen zum Thema zusammen. Diese werden aber wenig genutzt. Bezüglich der Qualität der Informationen auf der Website besteht kein Handlungsbedarf. Hingegen braucht es weitere Wege, um die Informationen zugänglich zu machen. Die Stossrichtung kann dabei sowohl bei der stärkeren Präsentation des QR-Codes (grössere Plakate?) oder anderer Massnahmen zur besseren Nutzung der Website sein als auch bei der Erstellung von anderem Informationsmaterial (z.B. in Papierform).

■ Das Pilotprojekt hat einen sichtbaren Beitrag zur freien Zugänglichkeit der Menstruationsprodukte und an gewissen Stellen auch zur Enttabuisierung der Menstruation beigetragen. Die freie Zugänglichkeit der Menstruationsprodukte macht sie sichtbar und dabei «normal». Sie wird aber auch als Erleichterung für die Personen verstanden, für welche das Thema schambehaftet ist (Produkt steht ohne Nachfrage zur Verfügung). Hier ist ein gewisser Widerspruch feststellbar. Es stellt sich die Frage, inwieweit die Enttabuisierung der Menstruation bei allen beteiligten Stellen zum Ziel gemacht werden kann oder ob es den Institutionen überlassen sein soll, ob sie hier aktiv werden.

■ Wie gross der Beitrag des Projekts zur Bekämpfung von Periodenarmut ist, bleibt aufgrund der vorhandenen Informationen offen. Unbestritten ist, dass an den beteiligten Stellen auch Personen verkehren, welche von Periodenarmut betroffen sein können, dies im der breiten Bedeutung des Wortes (finanziell, Information, Tabuisierung). An vielen Orten sind diese aber nicht bekannt und es besteht auch eine grosse Vorsicht, das Thema anzusprechen. Die Abgabe von ganzen Packungen hat nur einen geringen Stellenwert. Inwieweit ein paar Menstruationsprodukte pro Monat die Periodenarmut bekämpfen, ist eine Ermessensfrage. Es ist zu prüfen, ob mit dem Fokus der Bekämpfung der Periodenarmut andere Wege (etwa die Möglichkeit des unentgeltlichen Bezugs von Packungen an anderer Stelle oder die Abgabe von wiederverwendbaren Produkten) ebenfalls geprüft werden sollten.

■ Das Ziel, die Zugänglichkeit der Produkte für inter und transgeschlechtliche Menschen zu erleichtern ist an den Standorten, die über genderneutrale WC's verfügen, die Produkte in Gemeinschaftsräumen auflegen oder direkt abgeben, problemlos umzusetzen. Die anderen haben die Produkte vorwiegend in den Frauen WC's platziert, womit dieser Aspekt nicht abgedeckt ist. Dieses Thema könnte die Fachstelle für Gleichstellung bei der Weiterentwicklung des Projekts berücksichtigen und damit auch gleichzeitig ein Anliegen einiger Stellen aufnehmen, welche generell zum Thema Menstruation bei dieser Personengruppe mehr Informationen wünschen.

■ In den 29 an der Evaluation beteiligten Stellen gibt es nur in drei auch in für alle zugänglichen Toiletten (WC's für Menschen mit Behinderung) ein Angebot an Menstruationsprodukten. Bezüglich Zugang zu Menstruationsprodukten auch für Menschen mit Behinderung besteht also nach wie vor Handlungsbedarf.

