

Bachelorarbeit

von

Sarah Schünemann

Konzeption, Design und Entwicklung eines Website-Prototypen für die Aufklärungskampagne „Blutsschwestern“

Sarah Schünemann

Matrikelnummer 15415031

Sommersemester 2022

Abgabe am 01. August 2022

Technische Hochschule Ostwestfalen-Lippe

Fachbereich 2 / Medienproduktion

Bielefelder Str. 66

32756 Detmold

Ertprüferin: Prof.'in Dipl.-Des. Anke Stache

Zweitprüferin: M.A. Susann Ehrig

Lizenz: CC0

Inhalt

Einleitung	7	Webdesign „blutsschwestern“	37
1.1 Die Tabuisierung der Periode	8	5.1. Konzept	38
1.2. Ziel der Arbeit	9	5.1.1. Inhalte	39
Tabuisierung der Periode in der westlichen Gesellschaft	11	5.1.2. Sitemap	39
2.1. Definition westliche Gesellschaft	12	5.1.3. Moodboard	42
2.2. Definition Tabu	12	5.1.4. Recherche Aufklärungskampagnen	44
2.3. Historische Entwicklung des Ansehens der Periode in der Gesellschaft	13	5.1.5. Recherche Websites mit Aufklärungsbezug Periode	52
2.4. Status quo	14	5.2. Design	58
2.5. Menstruationsaktivismus und Trends	16	5.2.1. Wireframes	58
Webdesign	21	5.2.2. Raster	61
3.1. Definition Webdesign	22	5.2.3. Navigation und Icons	62
3.1.1. Responsive Webdesign	22	5.2.4. Illustrationen und dekorative Icons	66
3.1.2. Mobile first Ansatz	23	5.2.5. Weitere Interaktionen	67
3.2. User Experience Design	23	5.3. Prototyping	70
3.2.1. Definition	24	5.3.1. Intro/Landingpage	70
3.2.2. Schwerpunkte	24	5.3.2. Menü	72
3.3. User Interface Design	28	5.3.3. Übersichtsseite	74
3.3.1. Definition	28	5.3.4. Unterseite Beispiel Menstruation	78
3.3.2. Schwerpunkte	28	Fazit	85
3.3.3. Interaktionsdesign	29	Anhang	89
3.3.4. Informationsdesign	29	A Umfrageauswertung	90
Die Aufklärungskampagne „blutsschwestern“	31	B Corporate Identity von „blutsschwestern“	91
4.1. Definition Aufklärungskampagne	32	C Texte/Inhalte Website	105
4.2. Konzept „blutsschwestern“	32	Literaturverzeichnis	120
4.3. Inhalte	34	Abbildungsverzeichnis	126
4.4. Ziele	35	Quellenverzeichnis	128
		Eidesstaatliche Erklärung	130

Kapitel 1

Einleitung

Erdbeertage, Rote Woche, Bloody Mary oder Besuch von der roten Tante

-Umschreibungen für die Menstruation gibt es genügend. Nicht nur in Deutschland, sondern auf der ganzen Welt wird dieser Teil des natürlichen biologische Ablaufs des weiblichen Zyklus mit solchen Euphemismen umschrieben.¹ Für viele scheint die Periode noch immer ein unangenehmes Thema zu sein, das nicht konkret benannt werden sollte. In weiten Teilen der Gesellschaft wird darüber geschwiegen. Dies hat zur Folge, dass insbesondere junge Frauen diese Scham bereits von klein auf internalisieren. Die Menstruation wird zu etwas Falschem, etwas wofür man sich schämen sollte.²

1 BioWink GmbH
11.03.2016.

2 Itkowitz 2016.

1.1 Die Tabuisierung der Periode

Die erste Blutung erleben Menstruierende im Durchschnitt im Alter von 12 Jahren. Im Laufe eines Jahres pendelt sich diese meist ein und dauert dann weniger als 7 Tage.³ Bei einer Frau, die durchschnittlich 38 Jahre fruchtbar ist, und einer Zykluslänge von 28 Tagen bedeutet dies, dass die Person etwa 500 Menstruationen erleben wird. 500 Möglichkeiten, gut informiert und selbstbewusst mit der Thematik umzugehen. Doch auch noch in der aufgeklärten, heutigen Zeit wird die Menstruation tabuisiert.⁴

3 Diaz et al. 2006.

4 Newton 2016.

Die daraus folgende soziale Stigmatisierung und das damit einhergehende fehlende Informationsmanagement zum Thema Hygiene macht es in einigen Ländern dieser Welt für Frauen sogar unmöglich am sozialen Leben teilzuhaben oder sich um die eigene Gesundheit zu kümmern. Infektionen bis hin zu Schulabbrüchen aufgrund von hohen Fehlzeiten durch unbehandelte, teils pathologische Menstruationsprobleme gelten hier als Folgen ebendieser Stigmatisierung.⁵

5 Hyttel und Teller Siri 2018.

1.2. Ziel der Arbeit

Obwohl in etwa die Hälfte der Weltbevölkerung biologisch gesehen als weiblich gilt und somit zumeist monatlich menstruiert, ist gerade beschriebene Tabuisierung auch in der aufgeklärten westlichen Welt noch immer die Realität für viele junge Menschen. Ihr größter Wunsch in Bezug auf die Menstruation ist Akzeptanz in der Gesellschaft – noch vor dem einfachen Zugang zu Menstruationsprodukten.⁶

6 Kearney 2020.

Das übergeordnete Ziel dieser Arbeit ist das Erschaffen eines Website-Prototypen im Kontext einer ganzheitlichen Aufklärungskampagne für junge Menstruierende, um die Tabuisierung der Menstruation von Beginn an abzuwenden und die Betroffenen selbst zu empowern. Die Kampagne ist somit als präventiv einzustufen und richtet sich bewusst an Schülerinnen⁷, die ihre erste Menstruation erleben oder gerade am Anfang des sich entwickelnden, weiblichen Zyklus stehen. Sie sollen sich gesehen und gehört fühlen und auf einer schwesterlichen, empathischen Ebene umfängliche, gebündelte Informationen erhalten. So wird den Schülerinnen die Möglichkeit gegeben, sich selbst zu empowern, sich in ihrem Sein bestätigt zu fühlen und ein gesundes Verhältnis zu ihrem Körper zu entwickeln.

Fachlich sollen dazu in dieser Arbeit die Hintergründe und Historie des gesellschaftlichen Ansehens der Menstruation, der Bereich des Webdesigns sowie die Themen Empathie und User-Experience Design beleuchtet werden. In diesem Teil der im Rahmen der Bachelorarbeit konzipierten Kampagne soll außerdem die Konzeption und das Design des Website-Prototyp thematisiert werden. Dieser ist zentraler Teil der Aufklärungskampagne und baut auf den Erkenntnissen des zuvor erarbeiteten theoretischen Teils auf.

7 Anmerkung: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern in der Arbeit überwiegend die weibliche Form verwendet. Entsprechende Begriffe gelten für alle Personen. Dies beinhaltet keine Wertung.

Kapitel 2

Tabuisierung der Periode in der westlichen Gesellschaft

Frauen haben weltweit mit der Tabuisierung und Stigmatisierung

ihrer Periode zu kämpfen. Doch nicht alle Kulturen weisen dabei die gleichen Problematiken auf. Der Zugang zu Hygieneprodukten ist in Deutschland beispielsweise weitgehend gewährleistet. Seit 2020 werden auch Tampons unter dem ermäßigten Steuersatz der Grundversorgung geführt. Andere Produkte wie Slipeinlagen seien dagegen auch für andere Zwecke verwendbar und bleiben damit bei dem höheren Mehrwertsteuersatz von 19 Prozent.⁸ Es ist daher an dieser Stelle wichtig, über die Einordnung der verwendeten Terminologien und die Entwicklung des Tabus bis zum aktuellen Stand der Dinge in der westlichen Gesellschaft aufzuklären.

8 Hamm 2020.

2.1. Definition westliche Gesellschaft

Die Tabuisierung der Periode ist ein weit gefächertes Thema, das viele andere Bereiche des Feminismus berührt. Um einen konkreten Ansatz zu verfolgen, muss die Thematik daher eingegrenzt werden. In diesem Fall bedeutet dies, dass sich die Recherche und Ausarbeitung insbesondere kulturell auf die westliche Welt bezieht.

Dies entspricht, dem Denken und der Weltanschauung Westeuropas sowie der USA.⁹ Denn: Tabus unterscheiden sich kulturell sehr stark. Im Westen werden insbesondere Sekretionen des menschlichen Körpers tabuisiert, da dies mit negativen Eigenschaften verbunden wird.¹⁰ Gleichzeitig sind diese Tabus „für die Kulturträger so selbstverständlich, dass man ihre Existenz kaum noch wahrnimmt, solange dies den Kontakt und die Kommunikation mit den Mitmenschen nicht stört.“¹¹

9 Duden online.

10 Bohnaker 2014.

11 Trad 2001, S. 32.

2.2. Definition Tabu

Aber was genau ist ein Tabu? Zuerst ins Englische übernommen als *taboo* hat das Wort Captain James Cook. Auf seiner Reise nach Tonga hatten Einheimische dieses Wort verwendet, um etwas zu beschreiben,

das von ihnen als verboten gesehen wird.¹² Dieses Verbot bezog sich stets auf das Berühren oder das Sprechen über einen heiligen Gegenstand. Die direkte Übersetzung ist schwierig, weil die Bezeichnung etwas, das sowohl heilig als auch verboten ist, beschreibt. Laut Lebedewa (2016) passt am ehesten das deutsche Wort „Ehrfurcht“. Bestehend aus den Worten „„Ehr“ – für die Bedeutung verehrt, heilig und die zweite Worthälfte „furcht“ – für verboten, gefährlich“.¹³

Anders als in der heutigen Zeit, wo wir zwischen Tabubruch und Enttabuisierung schwanken, war das dort als *tapu* bezeichnete eine unumstößliche Regelung des menschlichen Miteinanders. Dadurch wurde nicht nur festgelegt, was ein jeder zu unterlassen hat, sondern gleichzeitig auch, was ein jeder zu tun hat.¹⁴ Im Kontext heutiger Gesellschaft

wird die Bedeutung des Wortes Tabu ähnlich ausgelegt. Nur dadurch ist, dem Soziologen Karl Otto Hondrich nach, eine Überlebensfähigkeit einer Gesellschaft gegeben. Durch die Scham und den Ekel, den die Gesellschaft mit dem jeweiligen Tabu assoziiert, ist dies sozial gesehen viel effektiver als ein Verbot. Das führt schließlich dazu, dass Menschen das Böse nicht einmal aussprechen, denken, tun oder fühlen wollen.

Es betrifft meist etwas, das „nicht getan, gesagt, gedacht, gefühlt, auch nicht gewusst und berührt werden darf - dennoch aber machbar, sagbar, denkbar, fühlbar, erkennbar und berührbar ist“.¹⁵

12 Joseph 2022.

13 Lebedewa 2016, S. 23.

14 Krüger 2012.

15 Mildenerger und Schröder 2012.

2.3. Historische Entwicklung des Ansehens der Periode in der Gesellschaft

In den antiken Kulturen entstanden verschiedene Mythologien um die Menstruation. Da der 28-tägige Zyklus dem Mondzyklus gleichgesetzt wurde, verband man damit Wachstum. Frauen waren damals verantwortlich für die Bepflanzung und Ernteprozesse in der Gesellschaft.¹⁶ Basierend auf der griechischen Idee der „Vier-Säfte-Lehre“ wurde die Blutung als eine heilsame Entleerung eines überschüssigen Körpersekrets gesehen. In diesem Ansatz sollten die vier Säfte - Blut, Schleim, gelbe und schwarze Galle - für körperliche Gesundheit immer im Gleichgewicht stehen. Dies machte die Menstruation zu einer gesunden Funktion des Körpers. Da man damals von einem einheitlichen Grundkonzept ausging, wurden Frauen und Männer bis ins 18./19. Jahrhundert auf dieser Basis auch noch gleichbehandelt.¹⁷

16 Gómez-Sánchez et al. 2012.

17 Gijssels 2021.

18 Gómez-Sánchez et al. 2012.

Erst im späteren Verlauf und aber auch bereits parallel zur Säftelehre wurde die Menstruation im Mittelalter gesellschaftlich massiv diskreditiert. Dies begründet sich vor allem in der christlich-geprägten, westlichen Gesellschaft. In der Bibel wurde die Periode als Verunreinigung der Person gesehen. Diese übertrug sich auch auf Gegenstände und andere Menschen, mit denen die Person Kontakt hatte.¹⁸ So steht im Alten Testament, 3. Moses: „Wenn ein Weib ihres Leibes Blutfluß hat, die soll sieben Tage beiseit gethan werden: wer sie anrührt, der wird unrein sein bis auf den Abend. Und Alles, worauf sie liegt, so lange sie ihre Zeit hat, wird unrein sein; und worauf sie si[t]zt wird unrein sein.“¹⁹

19 Luther 1853, S. 104.

Die Degradierung ging sogar so weit, dass der Blutung ein Sündencharakter zugesprochen wurde: Die Heilige Maria selbst hatte nicht menstruiert. Ebenfalls wurde im Alten Testament ein Verbot von Sex während der Menstruation erwähnt. Dieses soll laut Gijssel (2021) später so ausgelegt worden sein, dass die Bestrafung für die Erbsünde Evas in Form der monatlichen Blutung auf die Frauen übertragen wurde.

20 Bauer 2019, S. 13.

Zudem gab es verschiedene medizinische Vorstellungen. Beispielsweise, dass eine fehlgeschlagene Schwangerschaft zur Menstruation führe und gesunde Frauen nicht bluten würden. Darüber hinaus wurde bezüglich der psychischen Gesundheit von Menstruierenden geforscht, da die Periode zur „akuten Psychose – eine Art psychische Epilepsie – führen“²⁰ würde und/oder im Zusammenhang mit der Hysterie stünde. Einige Ärzte gingen bis in das 20. Jahrhundert davon aus, dass Periodenblut giftig sei.²¹

21 Brodil et al. 2006.

Das Bild änderte sich erst Anfang des 20. Jahrhunderts langsam. Es gab zum ersten Mal wissenschaftlich fundiertes Wissen über den weiblichen Zyklus. Es stellte sich ein neues Tabu ein: Das Ideal der Gesellschaft war und ist in weiten Teilen noch immer das Bild des Mannes. Frauen „dürfen“ dementsprechend zwar menstruierten, nach Außen sollten sie es sich aber nicht anmerken lassen und dauerhaft leistungsfähig sein, um weiter der westlichen Vorstellung zu entsprechen und damit Teil der Gesellschaft zu sein.²²

22 Gijssel 2021.

2.4. Status quo

Folglich ist es nicht überraschend, dass eine qualitative Studie von Bauer (2019) dokumentiert, dass die Menstruation auch heute noch als

„ANNOYING, INCONVENIENT, PAINFUL AND UNCOMFORTABLE“

Tabu gesehen wird. Zwar ist diese Tabuisierung den Befragten kognitiv bewusst, sodass vermeintlich etwas dagegen getan wird, Verhaltens- und Denkmuster zeigen aber gleichzeitig, dass eine Scham bezüglich der Thematik bereits internalisiert ist. So handeln „peinliche und schambesetzte Erinnerungen (...) vom Sichtbar-Werden der eigenen Menstruation“²³. Generell findet ein Austausch darüber nur im Privaten statt. Sie führt weiter aus, dass patriarchale Strukturen erkennbar seien, bei denen die Menstruierenden versuchten, einer männlichen Norm zu entsprechen. Das führe dazu, dass die Frauen täglich leistungsfähig sein müssten, auch wenn dies bedeute, gegen den eigenen Körper zu arbeiten. Einige Befragte gingen so weit, dass sie ihre Menstruation am liebsten komplett ignorieren würden.²⁴

23 Bauer 2019, S. 68.

Ähnliche Ergebnisse liefert eine Studie von Plan International UK aus dem Jahr 2018. Die befragten Mädchen assoziierten ihre Periode mit vielen negativen Gefühlen: „annoying, inconvenient, painful and uncomfortable“²⁵ waren die am häufigsten genutzten Adjektive. Die Stigmatisierung führte auch hier dazu, dass 14 Prozent gar nicht wussten, was passiert als sie das erste Mal ihre Blutung bekamen. Weitere 25 Prozent hatten nicht das Gefühl, dass sie genügend darüber wissen und zwischen 48 und bis zu 56 Prozent der Mädchen schämten sich sogar für ihre Menstruation.²⁶ Bei einer Untersuchung des Marktforschungsinstitut Splendid Research waren es immerhin 15 Prozent der Befragten, die es als unangenehm empfinden, über das Thema zu sprechen. Und der SCA Hygiene Report fand heraus, dass nur jede fünfte Frau offen mit ihrem Partner darüber spricht.²⁷

24 Bauer 2019.

25 Tingle 2018, S. 11.

26 Tingle 2018.

In der heutigen Zeit gibt es noch einige hartnäckige Mythen zur Periode. Die Bekanntesten waren in der Studie von Plan International UK:

27 Braun und Jordan 2021.

28 Tingle 2018.

Während der Menstruation dürfen Betroffene nicht baden, schwimmen oder Sex haben. Außerdem glaubten Befragte man bekomme seine Periode durch Stress und/oder sie dachten, dass diese schmutzig sei.²⁸ Braun und Jordan (2021) beschreiben das Phänomen, dass eine Scham gerade durch Marketing-Ausdrücken wie „Schutz vor Auslaufen“²⁹ erhalten bleibt.

29 Braun und Jordan 2021.

Aus der Recherche von Tingle (2018) geht ebenfalls hervor, dass Werbung und die Sozialen Medien einen immensen Einfluss auf das Ansehen der Menstruierenden in der Gesellschaft haben. Die Produkte werden so beworben, dass Geheimhaltung sowie die indirekte Implikation von Unreinheit und die Angst vor dem Bloßstellen verstärkt werden. Darüber hinaus wird die natürliche Farbe des Menstruationsblutes gegen sterile, medizinische blaue Flüssigkeit getauscht. Trotzdem liege in den Sozialen Medien auch die größte Chance zur Aufklärung und der Enttabuisierung der Thematik. So erklärt sie weiter, dass viele Kampagnen sowie Werbungen wiederverwendbare Menstruationsprodukte die Realität abbilden und versuchen, Unterstützung zu leisten.³⁰

30 Tingle 2018.

Insgesamt lässt sich in den Studien, die zu dem Thema existieren, ein großes Problem identifizieren: Den jungen Menstruierenden fehlt durch die Tabuisierung der Periode schlichtweg das Wissen. Beginnend beim Aufbau des eigenen Körpers und des Genitalbereiches bis hin zum Ablauf und Ursprung der Blutung.³¹ Diese Wissenslücke zieht sich, laut Brodil et al. (2006), bis ins Erwachsenenalter. Dazu kommt, dass sich eine generell „befangene Einstellung zum eigenen Genitalbereich“³² deutlich häufiger bei Mädchen als bei Jungen zeigt.

31 Tingle 2018.

32 Brodil et al. 2006, S. 22.

2.5. Menstruationsaktivismus und Trends

Internationale Kampagnen, die die Periode normalisieren und aus der dunklen Ecke der Scham holen sollen, gab es in den vergangenen Jahren immer häufiger. Sie finden sich vor allem auf den Sozialen Plattformen wie Twitter, Instagram oder YouTube vertreten. Die Thematik kommt immer wieder in der öffentlichen Debatte zur Sprache, auch weil sie mit anderen aktuellen Themen des Feminismus und Empowerments einhergehen.³³

33 Papasabbas.

Unter Hashtags wie: #periodeproud, #periodpositive, #menstruation-matters, #freeperiodstories und #endperiodshame finden sich zahlrei-

che Beiträge von politisch bis künstlerisch, die vor allem eins wollen: eine Normalisierung der Menstruation.

Das Jahr 2015 war insbesondere in den USA so geprägt von der Menstruationsdebatte, dass der Nachrichtensender NPR es zum „Jahr der Periode“ ernannt hat.³⁴

34 Gharib 2015.

Zudem ist das tabubesetzte Thema in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten immer wieder in Forschungen sozialwissenschaftlicher Art aufgegriffen worden. Erfahrungen und Wissen über die Menstruation sowie Werbung für Periodenprodukte spielen dabei immer wieder eine Rolle. Die neueste Literatur thematisieren auch die Periode als Feierlichkeit und den Begriff Menstruationsaktivismus. Die wissenschaftliche Lage zeichnet somit einen, wenn auch langsamen, positiven Trend in Richtung Enttabuisierung und Offenheit.



Abb. 1 Instagram-Auftritt br24

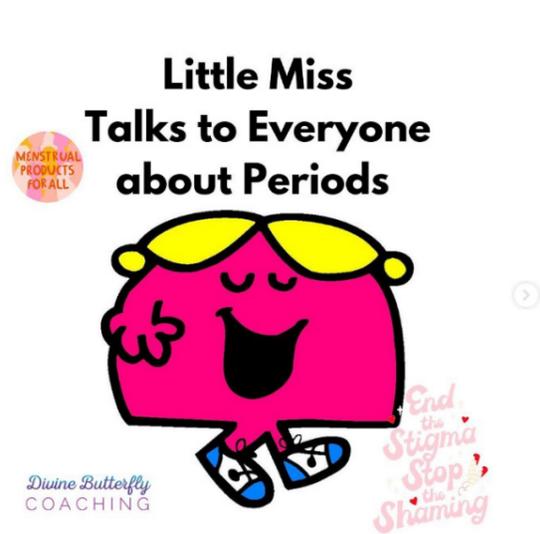


Abb. 2 Instagram-Auftritt divinebutterflycoaching

#endperiodshame



Abb. 5 Instagram-Auftritt letsnixit

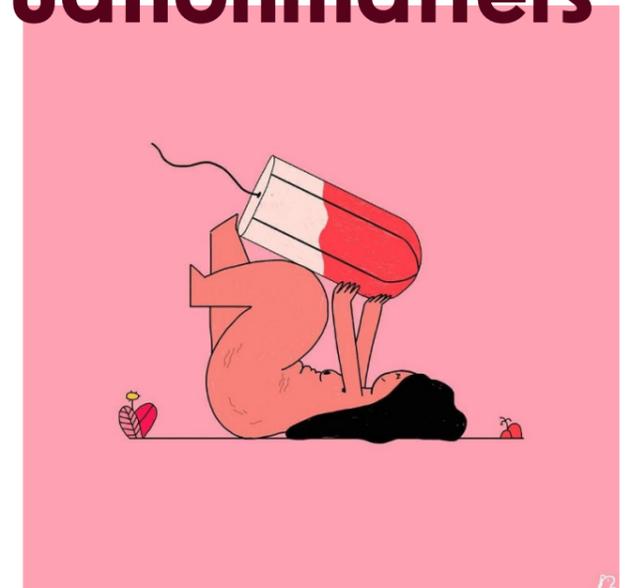


Abb. 6 Instagram-Auftritt periodtalkindia



Abb. 3 Instagram-Auftritt flowwithyou

#periodpositive

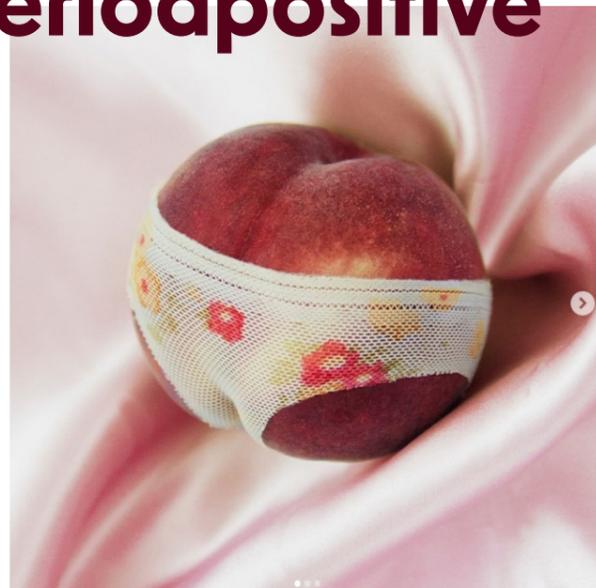


Abb. 4 Instagram-Auftritt unfabled.co



Abb. 7 Instagram-Auftritt peaches_fr

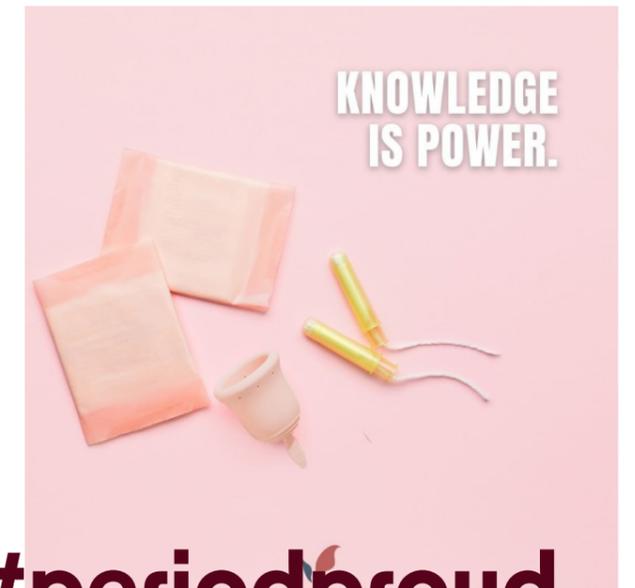


Abb. 8 Instagram-Auftritt vivalilyco

#periodproud

Kapitel 3

Webdesign

Betrachtet man den praktischen Anwendungsfall,

also den Website-Prototypen für „blutsschwestern“, ist eine Begriffsdefinition und inhaltliches Verständnis für Webdesign nötig. Die wichtigsten Punkte werden daher im Folgenden ausgeführt.

3.1. Definition Webdesign

Der Begriff Webdesign setzt sich aus zwei Teilen zusammen und ist der Sammelbegriff für „Design für das Web“³⁵. Im Gegensatz zum Printbereich sind hier Verlinkungen und Aktualisierungen möglich und das Ganze kann multimedial sowie interaktiv gestaltet werden. Webdesign ist der Überbegriff für die im Folgenden erklärten Disziplinen.³⁶

In den vergangenen Jahren sind durch das mobile Internet viele Endgeräte zum ursprünglichen Computer hinzugekommen. Das bedeutet auch, dass es verschiedenste Screengrößen gibt. Deshalb muss sich jede Designerin vorab Gedanken machen, für welches Endgerät das Layout zunächst entworfen wird.

3.1.1. Responsive Webdesign

Standard in der Webgestaltung ist heutzutage das Responsive Design. Aus dem Englischen übernommen steht *response* für die Reaktion. Dementsprechend *reagiert* das Design und somit die Elemente der Website auf das jeweilige Endgerät. Je nach Ausgangslage wird so ein Webdesign zunächst für Smartphone, Desktop oder - seltener - für Tablets angelegt. Wichtig ist dabei, dass die Nutzungssituation durch die Designerin bedacht wird: Auf dem Smartphone meist unterwegs, am Laptop stationär.³⁷

Neben den einzelnen Endgeräten haben auch die Firmen intern eigene Displaygrößen in ihren Produktpaletten. Zu bedenken sind außerdem das Seitenverhältnis (Aspect Ratio), die Ausrichtung, der Viewport (tatsächlich sichtbare Fläche im Browser nach Abzug des Rahmens) und

die Auflösung. Eine flexible Gestaltung ist notwendig, damit das Produkt mit allen Endgeräten barrierefrei erreichbar ist.³⁸

38 Bühler et al. 2017.

3.1.2. Mobile first Ansatz

Geprägt durch den Webdesigner Luke Wroblewski ist der Mobile First Ansatz in den letzten Jahren immer wieder diskutiert worden. Seine drei Argumente dafür sind zum einen der rasante Anstieg der mobilen Webnutzung, die Möglichkeit der Fokussierung im Design auf die wichtigsten Punkte sowie erweiterte Möglichkeiten durch Fähigkeiten wie Ortsbestimmung, Kamera und Bewegungssensor. Dadurch profitiert auch das Desktopdesign später vom Mobile First Ansatz: „klare Struktur, übersichtliche Inhalte und ein Fokus auf die wichtigsten Ziele, die mit der Website erreicht werden sollen, lassen sich auch auf größere Bildschirme übertragen.“³⁹

Argumentativ dagegen sprechen sich einige Webdesignerinnen aus, da eine größere Fläche die Möglichkeit gibt, einen umfassenden Überblick über die Website zu bekommen und die Elemente geschickt zu verteilen. Ein Mobile First Ansatz macht dann Sinn, wenn davon auszugehen ist, dass ein Großteil der Nutzer den mobilen Zugang nutzen wird. Der Anteil der mobilen Internetnutzer ist in Deutschland in den vergangenen Jahren von 54 auf 82 Prozent gestiegen.⁴⁰

Zusätzlich nutzt die gewählte Zielgruppe der jugendlichen Mädchen deutlich häufiger das Smartphone als einen Laptop oder Computer.⁴¹ Auch in Anbetracht der Marketingkampagne über Poster mit QR-Codes ist Mobile First bei dieser Arbeit der notwendige Ansatz, bei dem trotzdem stets die emotionale Erreichbarkeit der Seite bedacht werden muss. Zu großer Minimalismus wäre an dieser Stelle nicht zielführend.

Die Gefahr einer zu stark reduzierten und emotionslosen Website besteht durch die Umwandlung des minimalistischen mobilen Designs hin zum Desktop, so Zillgens (2012).

39 Zillgens 2012, S. 64.

40 Initiative D21 2022.

41 mpfs 2021.

3.2. User Experience Design

Die User Experience (UX) ist die Nutzererfahrung einer Anwendung, beispielsweise einer Website. Sie bestimmt maßgeblich über den Erfolg oder Misserfolg des Netzauftritts.⁴² Die Gestaltung dessen hat maß-

42 Hansch und Rentschler 2013

35 Bühler et al. 2017, S. 2.

36 Ellis 2018.

37 Spies 2018.

geblichen Einfluss auf die Wahrnehmung des Webauftritts. Deshalb ist die Anwendung auch für das „blutsschwestern“ Design notwendig.

3.2.1. Definition

Um den Dialog zwischen Anwender und Maschine zu ermöglichen, nimmt die Designerin beim UX Design die Sicht des Nutzers ein. Daraus ergibt sich diese Form der Spezialisierung.⁴³ Die User Experience beschreibt insbesondere wie sich ein Design für die Zielperson anfühlt. Es geht hierbei nicht nur um die reine Effizienz, sondern um den Austausch zwischen Mensch und Maschine, beziehungsweise dem User Interface (UI). Durch die Konzeption der Webanwendung sollen Gefühle der Freude beim Nutzer entstehen, sodass schlussendlich eine Bindung zum Produkt aufgebaut werden kann.⁴⁴

43 Ellis 2018.

44 Stapelkamp 2010.

3.2.2. Schwerpunkte

Um all das zu erreichen, gibt es das User Experience Design, UX Design. Die Grundpfeiler sind: Gebrauchswert (Utility), Bedienbarkeit (Usability) und Anwenderfreude (Joy of Use). Utility bezeichnet dabei den faktischen Wert eines Produktes. Die Usability geht darüber hinaus und bezieht sich explizit auf die Möglichkeit der Kundin, ein von ihr bestimmtes Ziel zu erreichen. Beispielsweise einen Kauf auf einer Website zu erreichen. Noch weitergehender ist der Begriff Joy of Use. Er ist ein wichtiges Wettbewerbsmerkmal geworden, da den Kundinnen heute schon lange nicht mehr nur die Erledigung einer Aufgabe auf einer Website möglich gemacht wird, sondern ein gesamtes Erlebnis geboten werden soll. Dies geschieht insbesondere, um sich von der Vielzahl an Konkurrentinnen abzuheben.⁴⁵

45 Stapelkamp 2010.

Die Joy of Use lässt sich nach Spies (2018) anhand des sozialpsychologischen Modells der Maslowschen Bedürfnispyramide ableiten. Die unterste Ebene bildet die Funktion. Dieses Bedürfnis wird erfüllt, wenn die Website für die Zielgruppe erreichbar ist. Darauf baut der Nutzen auf. Der Nutzerin muss vermittelt werden, dass ihr gewünschtes Produkt - im Kontext von „blutsschwestern“ ist dies Wissen - hier verfügbar ist. Erst dann können die praktischen Ziele und Bedürfnisse adressiert werden.

Spies (2018) nennt dies Kontext. Die vierte Ebene der Pyramide ist die Emotion: Die Designerin muss, nach der Erfüllung der untersten Ebenen, zusätzlich auf emotionalen Bedürfnisse der Zielgruppe eingehen. Wenn all diese Ebenen Schritt für Schritt erfüllt sind, stellt sich die Nutzerfreude ein und erschafft eine „Markenloyalität“.⁴⁶

46 Spies 2018, S. 143.

Yablonski (2020) hat hierzu in seinem Buch „Laws of UX“ zehn allgemein gültige Gesetze zusammengefasst, die auf intuitives und menschenzentriert UX-Design anwendbar sind. Sie beruhen auf zumeist psychologischen Konzepten der Wahrnehmung. Angewandt werden diese wissenschaftlichen Beobachtungen auf Designvorgänge und dementsprechend münden so in nachvollziehbaren und überprüfbareren Anwendungsmöglichkeiten im Webdesign.

“IF YOU THINK GOOD DESIGN IS EXPENSIVE, YOU SHOULD LOOK AT THE COST OF BAD DESIGN.”

- DR. RALF SPETH, CEO, JAGUAR LAND ROVER⁴⁷

47 Stevens 2021.

1 Der Mensch ist ein Gewohnheitstier - Jakobs Gesetz:

Nutzerinnen haben bereits Erfahrungen und wollen, dass das Produkt ähnlich funktioniert wie die anderen. Die Designerin kann diese mentalen Modelle für sich nutzen.

3 Weniger Auswahl, schnellere Reaktion - Hicks Gesetz:

Komplexe Möglichkeiten und Inhalte für die Nutzerin einfach und verständlich aufbereiten, sodass dieser nicht überfordernd wird und schnelle Entscheidungen treffen kann.

5 Vorausschauend planen - Postels Gesetz:

Das Design muss zugänglich und zuverlässig sein. Es soll mögliche Fehler der Nutzerin voraussehen und verständnisvoll reagieren. Das System sollte vielfältige Eingaben und Zugänge akzeptieren (Fremdsprachen, Endgeräte, schlechter Empfang, ...). So entstehen anpassungsfähige Produkte, die skalierbar sind und ihrer Komplexität gerecht werden.

2 Minimaler Aufwand für maximalen Erfolg - Fitts' Gesetz:

Im Bezug auf die Bedienbarkeit sollten Interaktion mit Touch-Targets für die Nutzerin einfach erreichbar sein und schnell zum gewünschten Ziel führen.

4 Kleine Einheiten, großer Erfolg - Millers Gesetz:

Im Durchschnitt behalten die Nutzerinnen nur 7 Elemente in ihrem Arbeitsgedächtnis. Die Designerin muss dafür sorgen, dass komplexe Inhalte in kleinere Abschnitte unterteilt und Hierarchien geschaffen werden.

6 Höhepunkte schaffen - Die Höchststand-Ende-Regel:

Am wichtigsten für die Erfahrung sind die Schlüsselmomente sowie das Ende. Intensive Stationen sind solche, die am hilfreichsten, wertvollsten oder unterhaltsamsten für die Nutzerin sind.

8 Aus der Masse herausstechen - Der Restorff-Effekt:

Der bewusste Einsatz von Kontrasten sorgt dafür, dass die Nutzerin einfach und schnell ans Ziel kommt. Durch die selektive Aufmerksamkeit des Menschen können unwichtige Informationen schnell ausgeblendet werden. Gleichzeitig muss die Designerin darauf achten, dass sie nicht zu häufig eingesetzt werden, da die Elemente sonst wieder untereinander untergehen.

10 Mensch und Computer im Einklang - Die Doherty Schwelle:

Die Zufriedenheit der Nutzerinnen ist insbesondere durch Rückmeldungen gekennzeichnet. Kurze Ladezeiten, verständliches Feedback und schnelle Verarbeitung sorgen dafür, dass dies der Fall ist. Zu kurze Wartezeiten können aber auch das Vertrauen in das System schwächen – beispielsweise, wenn es um Sicherheitschecks geht. Für Designerinnen ist es wichtig zu wissen, dass Feedback nach Interaktionen nötig ist und Wartebalken die gefühlte Wartedauer von Kundinnen verringern können.⁴⁸

7 Das Gesetz der Schönheit - Der Aesthetic-Usability-Effekt:

Ästhetisches Design wird mit hoher Funktionalität verknüpft. Einem ansprechenden Produkt werden so kleine Fehler eher verziehen. Während der Testphase sollte bedacht werden, dass dies aber auch dafür sorgen kann, dass Probleme unentdeckt bleiben.

9 Ein bisschen Komplexität muss sein - Teslers Gesetz:

Eines der wichtigsten Ziele ist die Vereinfachung der Abläufe und Inhalte des Systems für die Nutzerin. Währenddessen muss ein System aber auch einen gewissen Grad an Komplexität behalten – weitere Kürzungen oder Vereinfachungen würden dann nur zur Verwirrung und schlechter Usability führen.

3.3. User Interface Design

Als Schnittstelle zwischen dem Nutzer und dem Produkt, wie beispielsweise eines Smartphones, besitzt jedes Gerät ein Interface. Die Gestaltungsaspekte und Definition wird im Folgenden erklärt.

3.3.1. Definition

Betrachtet man das Webdesign, bezieht sich diese Schnittstelle hier auf die Benutzeroberfläche. Eine Navigation und somit Kommunikation mit dem Gerät kann heute über die verschiedenen Bedienelemente stattfinden. Mit Hilfe von Maus und Tastatur, dem Finger, Bewegungen oder Sprachbefehlen. Dieses Interface zu designen, bedeutet insbesondere auf die Usability Rücksicht zu nehmen. Die intuitive und einfache Nutzung der Oberfläche durch die Kundin hat hier höchste Priorität und muss auch für Menschen mit Einschränkungen zugänglich sein.⁴⁹

49 Bühler et al. 2017.

3.3.2. Schwerpunkte

Als Designerin ist es nötig, sich auf das Erscheinungsbild der Benutzeroberfläche zu konzentrieren. Wichtige Aspekte hierbei sind:

- „ - **Ästhetik**
- **Gestaltung**
- **Usability**
- **Benutzerführung**
- **Barrierefreiheit**
- **Informationsdesign**
- **Interaktionsdesign**⁵⁰ „

50 Bühler et al. 2017, S. 46

Hilfreich ist dabei die unabhängige Entwicklung eines Layouts von den Inhalten, da diese oft geändert und/oder ergänzt werden müssen.

3.3.3. Interaktionsdesign

Das Interaktionsdesign ist ein Teilgebiet des Interface Designs, das für die Möglichkeit der interaktiven Nutzung zuständig ist. Als Alleinstellungsmerkmal gegenüber den klassischen Printmedien bietet das Webdesign die Chance, dass der Nutzer durch die Benutzeroberfläche mit dem Produkt oder über ebendieses mit dem Unternehmen interagiert. Elemente der Interaktion sind beispielsweise Button, Formulare und Links. Diese Interaktionen können synchron oder asynchron sein. Das heißt, dass entweder alle Beteiligten gleichzeitig online sind oder die Reaktion zeitversetzt stattfindet. Synchron sind daher Chats und Telefonate. Asynchron hingegen sind Messengerdienste wie WhatsApp, gepostete Beiträge aus Social Media und E-Mails.⁵¹

51 Bühler et al. 2017.

3.3.4. Informationsdesign

Auch das Informationsdesign ist ein Teilgebiet des Interfacedesigns. Es beschäftigt sich mit der Entwicklung einer Nutzerführung. Die Leitfrage ist dabei: Wie kann der Nutzer sich auf der Website oder dem Produkt orientieren und navigieren? Dazu ist eine gute, einfache Struktur notwendig, die von der Designerin konzeptioniert wird, um die Kundin schnellstmöglich an das gewünschte Ziel zu bringen.⁵²

52 Bühler et al. 2017.

Kapitel 4

**Die Aufklärungskampagne
„blutsschwestern“**

Um der Tabuisierung der Periode entgegenzuwirken,

wurde die Aufklärungskampagne „blutsschwestern“ entwickelt. Diese wird im Folgenden vorgestellt. Um über sie zu sprechen, wird zunächst die Begrifflichkeit der Aufklärungskampagne definiert und anschließend das Gesamtkonzept, die Inhalte und Ziele des Ganzen erläutert.

4.1. Definition Aufklärungskampagne

53 Duden online.

Eine „Propagandaaktion zur Aufklärung über bestimmte Fragen“⁵³, so definiert der Duden Aufklärungskampagnen. Als Experte beschreibt die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BzgA) den Begriff Kampagne als Einzelnes. Dabei wird diese als „komplexe, meist längerfristig ausgeführte Interventionskette von Einzelmaßnahmen verstanden, die insbesondere massen- und personalkommunikative Strategien miteinander verbindet.“⁵⁴

54 Noecker 2015.

Die multimedialen (massenkommunikativen) Medien zeigen sich hier als Basis der Aufklärung, die von der personalen Kommunikation (Beratungen u.ä.) zur langfristigen Integration der Kampagne ergänzt wird. Auf Grund der fachlichen Expertise im Bereich Mediendesign und des Umfangs dieser Arbeit, wird die Kampagne im weiteren Kontext thematisch auf das Grundgerüst der Massenkommunikation begrenzt.

4.2. Konzept „blutsschwestern“

Gegründet auf der Idee einer scham- und ekelfreien Umgebung für Menstruierende nach dem Aufschrei um die Subventionierung des Produktes „Pinky gloves“, entstand das Konzept für „blutsschwestern“ während des Studiums. Pinky gloves, eine „saubere“ Lösung für die Entfernung von Tampons oder anderen Periodenprodukten, sorgte nach dem TV-Auftritt bei der Show „Die Höhle der Löwen“ für viel negative Kritik - insbesondere auf Social Media. Nachhaltige Periodenslips hatten einige Jahre zuvor keinen Zuschlag von den Investorinnen be-

kommen. Die beiden Männer, die mit den pinken Einmalhandschuhen Frauenprobleme lösen wollten, hingegen direkt. Sie mussten ihr Geschäft allerdings nach kurzer Zeit einstellen. Berechtigte Kritik hatte insbesondere thematisiert, dass sich Menschen immernoch vor der Periode ekeln und sie möglichst einfach verschwinden lassen und mit einem Duft übertünchen wollen.⁵⁵ Die pinken Handschuhe hätten das Gefühl des Schmutzigseins und die Tabuisierung nur noch weiter gefördert.

Basierend auf der beschriebenen Problematik und den vorangegangenen Kapiteln ist „blutsschwestern“ eine Aufklärungskampagne, die die Periode enttabuisieren und normalisieren soll. Als non-profit Organisation bietet sie Menstruierenden durch humorvolle, zeitgemäße und empathische Informationen über die Vorgänge in ihrem Körper und das Erleben desselbigen, präventive Aufklärung. Zielgruppe sind deshalb Menschen in den ersten Jahren ihrer Menstruation in Deutschland. Eine Zielgruppenumfrage hat ergeben, dass der größte Teil der Menstruierenden ihre erste Periode zwischen 13 und 15 Jahren bekommen hat. Viele haben das Gefühl schon einiges über ihren Zyklus zu wissen, spüren aber körperliche sowie mentale Auswirkungen deutlich. Die meisten Befragten sprechen hauptsächlich mit Freundinnen, ihrer Familie und ihrem Partner über ihre Blutung.⁵⁶

Abgeleitet ist der Titel der Kampagne von der Idee der Blutsbrüderschaft – einer tiefen Verbundenheit (besiegelt über Blut) zwischen zwei (männlichen) Freunden.⁵⁷ Humorvoll wird hier diese „Blutsbesiegelung“ auf die Periode übertragen und gleichzeitig die enge Verbundenheit zwischen den Menstruierenden symbolisiert. Auch der schwesterlichen Nähe der Kampagne zu den Nutzerinnen soll damit Ausdruck verliehen werden. Die Kernwerte sind Einfühlsamkeit, Empowerment, Leichtigkeit und Unverblümtheit.⁵⁸

Die Kampagne stützt sich nach der Begriffsdefinition der BzgA auf die Massenkommunikation als Grundpfeiler einer Aufklärungskampagne. Sie besteht in diesem Fall aus einer Corporate Identity, einem Corporate Design mit Umsetzung in einer Printkampagne in Form von Plakaten sowie einem Website-Prototypen.

Die Plakatreihe wird genutzt, um die Kampagne an Schulen bekannt zu machen. Hier befindet sich die gewählte Zielgruppe, die zwischen 14 und 21 Jahren alt ist, täglich. Es bietet aber auch die Möglichkeit, schon Personen anzusprechen, die bereits vor ihrer ersten Menstruation anonyme Informationen zu dem Thema haben wollen.

55 Bakir 2021.

56 siehe Anhang A

57 Duden online.

58 Siehe Anhang B

59 Feierabend
et al. 2020.

60 siehe Anhang A

61 Landesanstalt für
Medien Nordrhein-
Westfalen 2018.

Die Konzeptionierung, das Design und die Entwicklung einer Website mit einem Prototyp werden in den kommenden Abschnitten als Teil der praktischen Arbeit behandelt. Diese dient als Informations- und Aufklärungsmedium für „blutsschwestern“. Das Medium wurde hierfür ausgewählt, obwohl die Zielgruppe ein geringen Teil ihrer Internetnutzung mit der aktiven Informationsbeschaffung verbringt.⁵⁹ Das beruht insbesondere auf der Tatsache, dass den jungen Menschen die Möglichkeit gegeben werden soll, ohne Scham und unerkannt Informationen aufzunehmen. Die Anonymität einer Website bietet diese Komfortzone. Außerdem gibt ein Großteil der Befragten in der Zielgruppenanalyse an, dass sie Informationen aus dem Internet beziehen.⁶⁰

Bei einem Instagram-Kanal ist dies nicht gegeben. Dort kann jede Nutzerin sehen, dass man der Kampagne folgt und/oder einen Post geliket hat. Gleichzeitig gibt die Webseite die Möglichkeit, strukturiert Informationen aufzubereiten und einen möglicherweise fehlgeleiteten Diskurs in den Kommentaren zu umgehen. Solche Bemerkungen unter den Postings könnten die jungen Menstruierenden verunsichern und dadurch das Ziel der Enttabuisierung gefährden. Solche Hasskommentare vermitteln das Bild, dass doch etwas mit den Nutzerinnen nicht stimmt oder, dass die Periode doch ekelerregend ist. Eine Moderation der Kommentare wäre dauerhaft nötig, um diese Gefahr auszublenden, denn fast die Hälfte der 14- bis 24-Jährigen hat solche Hasskommentare bereits im Netz gesehen.⁶¹ Die Website soll eben dies verhindern und ein Safe Space für die jungen Menstruierenden sein.

4.3 . Inhalte

Die Inhalte der Kampagne drehen sich rund um den Zyklus, die Hormone und die psychischen und physischen Auswirkungen sowie pathologische Formen. Auf der Website soll eine umfassende Aufklärung und gebündeltes Nischenwissen aus dem Alltag der jungen Frauen verständlich aufgearbeitet werden, wie es dies in dieser Form nicht gibt. Die Inhalte werden anhand der vier Zyklusphasen auf jeweils vier Unterseiten plus einer Seite zum Allgemeinwissen informativ, humorvoll und verständlich aufgearbeitet. Die schwesterliche Bindung wird über persönliche Sprachnachrichten sowie Emojis, die persönliche Ansprache und illustrierte Icons gestärkt, die der anonymen Seite Charakter geben.

Angesichts der Zielgruppenumfrage geben diese Inhalte genau das wieder, was sich die jungen Frauen wünschen: Informationen zu den Themen körperliche und psychische Veränderungen, Sexualität, Krankheiten und Schmerzen sowie am wenigsten gewählt: Hygiene und Gesellschaftliches Bild.⁶²

62 Siehe Anhang A

4.4. Ziele

Die Aufklärungskampagne soll junge Menstruierende von Beginn an begleiten und aufklären, damit Stigma und Tabu nach und nach aus den Köpfen der kommenden Generationen verschwinden. Gleichzeitig können auch erwachsene Frauen dort Informationen finden, die sie vielleicht zuvor noch nicht erhalten haben. Dadurch kann sich auch generationsübergreifend ein Loslösen von Scham und Ekel einstellen.

Gleichzeitig wird es den jungen Frauen ermöglicht, im Einklang mit dem eigenen Körper zu leben statt im Kampf gegen den natürlichen Rythmus.

Wie bereits besprochen ist es durchaus üblich, dass Frauen sich dem Leistungsbild des Mannes anpassen und natürliche Schwäche oder Müdigkeit bewusst ignorieren, um immer leistungsfähig und fit zu sein. „blutsschwestern“ erklärt ihnen, wie ihr Zyklus funktioniert, welche Veränderungen normal sind und wie man am besten mit den jeweiligen Situationen umgehen kann. Dabei fühlen sich die Kundinnen stets gehört, aufgenommen und verstanden. Kein Thema wird tabuisiert, keine Frage offen gelassen. Die Aufklärung beginnt von Null an, damit jede Menstruierende auf dem Level abgeholt wird, auf dem sie sich gerade befindet.

Der Claim fasst all das, kurz und knapp zusammen: Bleib im flow.⁶⁴

„Prävention bedeutet für mich, einen Schritt voraus zu sein; und Nachhaltigkeit, einen Schritt nachzusetzen.“⁶³

- Mike Wolf

63 Sabaki
Kinderschutz

64 siehe Anhang B

Kapitel 5

Webdesign „blutsschwestern“

“PEOPLE IGNORE DESIGN THAT IGNORES PEOPLE.”

– FRANK CHIMERO, DESIGNER⁶⁵

⁶⁶ Stevens 2021.

Das Design für die Website der Aufklärungskampagne beruht unter anderem auf der ausführlichen Problemanalyse, dem momentanen Stand der Dinge sowie der vorliegenden Corporate Identity inklusive der Zielgruppengdefinition⁶⁵ und den Zielen der Aufklärungskampagne.

⁶⁵ Siehe Anhang B

5.1. Konzept

Die „blutsschwestern“ Website ist als Informationsmedium gedacht, das Momente der Interaktion zulässt, damit die Nutzerinnen sich gesehen und gehört fühlen. Es soll nicht als trockener Frontalunterricht umgesetzt werden, sondern eine Erlebnisreise bieten, bei der die Kundinnen neue Dinge entdecken können und Spaß daran finden, die Inhalte zu lesen. Die Seite ist in fünf Kategorien geteilt: Die vier Zyklusphasen und eine zusätzliche Seite mit Allgemeinwissen, da sich in der vorangegangenen Recherche zur Menstruationsthematik auch im Bereich des eigenen biologischen Körperbaus massive Defizite aufgezeigt haben.⁶⁷ Diese jeweiligen Unterkategorien haben eine eigene Unterseite mit verschiedenen, persönlich aufbereiteten Informationen.

⁶⁷ Tingle 2018.

Außerdem gibt es für die Nutzerinnen die Möglichkeit der Interaktion über ein Formular oder einen Chat, mit dem sie mit den Freiwilligen der Kampagne in Kontakt treten und beispielsweise Fragen klären können. Um nicht dem Klischee fröhlicher Periodenwerbungen zu entsprechen und gleichzeitig um weniger austauschbar zu sein, ist der Internetauftritt weitestgehend anonymisiert/gesichtslos gestaltet. Deshalb ist es wichtig trotz dieses Widerspruchs eine persönliche Bindung zu dem Publikum aufzubauen. Bei „blutsschwestern“ kommen daher, neben einer Handschrift und selbstgefertigten Icons, Sprachnachrichten zum Einsatz. Auch Emojis und das genrelle Konzept eines Chatverlaufs wird dazu

genutzt. Durch diese kleinen, aber gezielt eingesetzten Elemente soll die Bedürfnispyramide auch auf der obersten Ebene, der Emotionalität, erfüllt werden. So entsteht das Gefühl einer persönlichen Bindung zu einer Person, die hinter der Website steht und einem alles erklärt - der „blutsschwester“.

5.1.1. Inhalte

Für eine bessere Übersicht und die Erstellung der Sitemap wurde eine Mindmap mit den notwendigen Inhalten für eine umfangreiche Aufklärung angelegt.⁶⁸

⁶⁸ siehe Abb. 9 (Folgesseite)

5.1.2. Sitemap

Um einen Überblick über die Hierarchie zu bekommen, wurde eine Sitemap angelegt. Sie zeigt grafisch auf, welche Inhalte die Nutzerin auf der Website finden kann.⁶⁹

⁶⁹ Gutheim 2008.

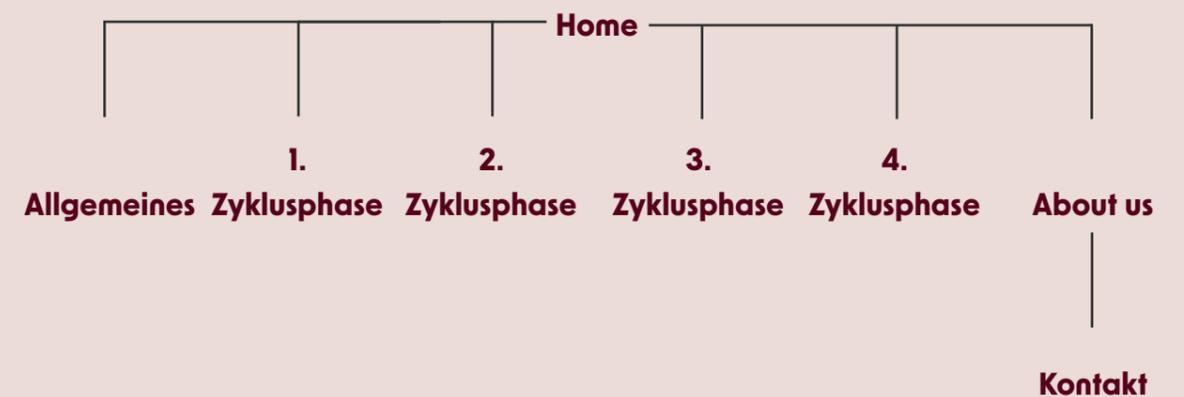


Abb. 10 Sitemap „blutsschwestern“

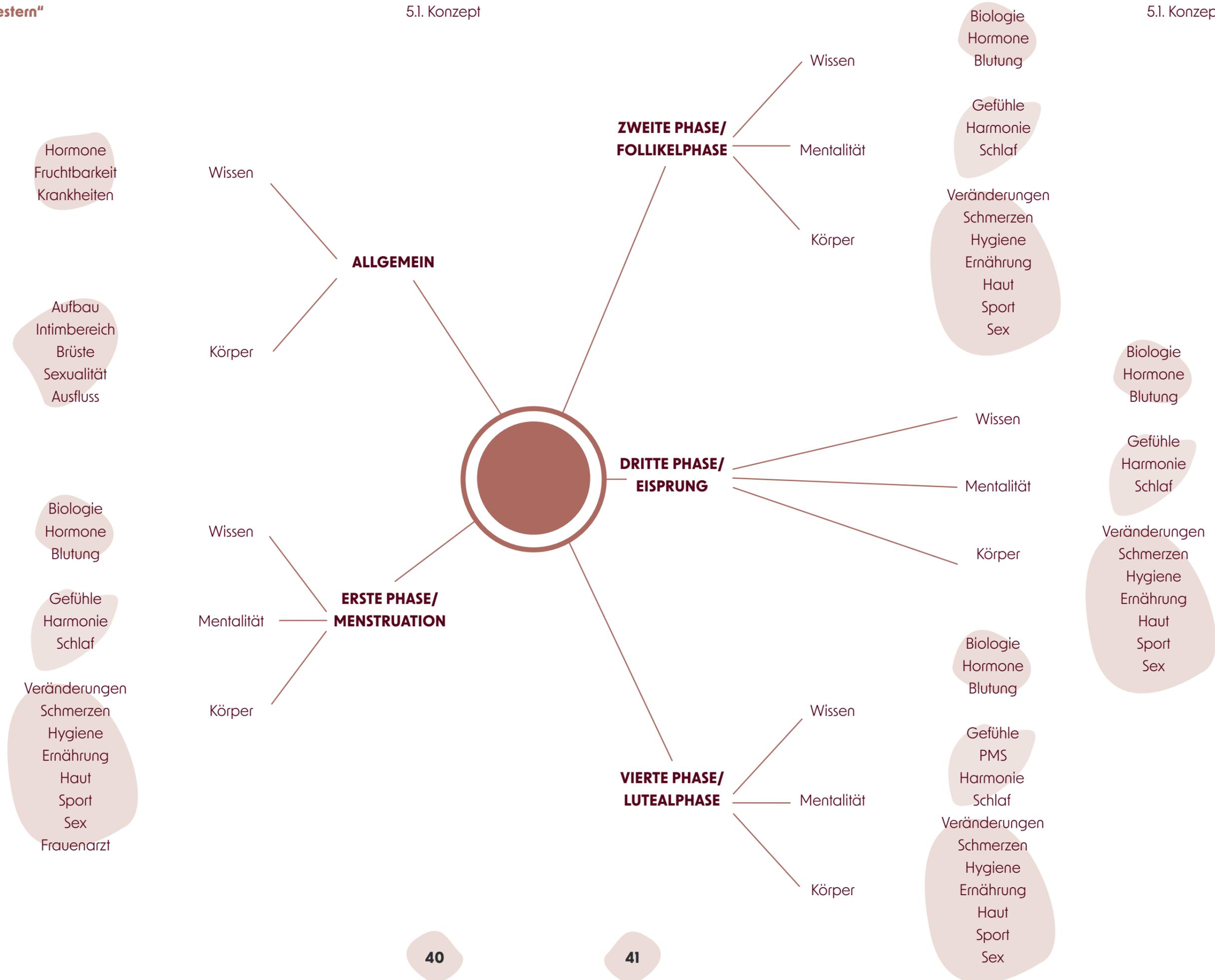
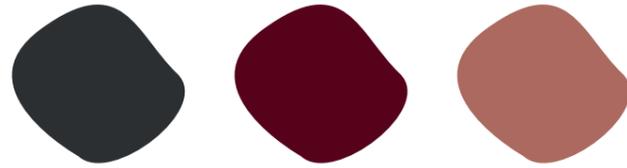
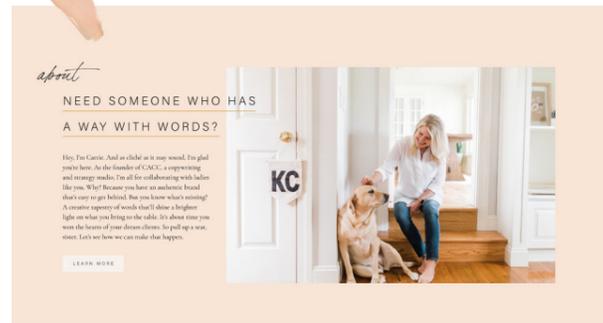


Abb. 9 Mindmap Inhalte blutsschwestern

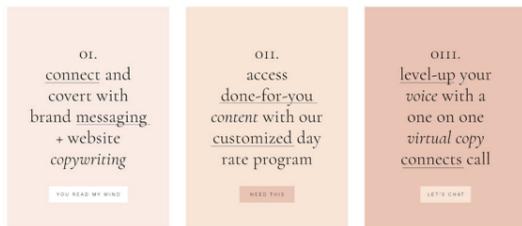
5.1.3. Moodboard



LEICHTIGKEIT



ready to collaborate?



“carrie did an amazing job giving my brand a voice. she was so thorough in making sure the copy on my website represented myself and my brand and our mission.”

HANWILLI, WOMEN'S COLLECTIVE

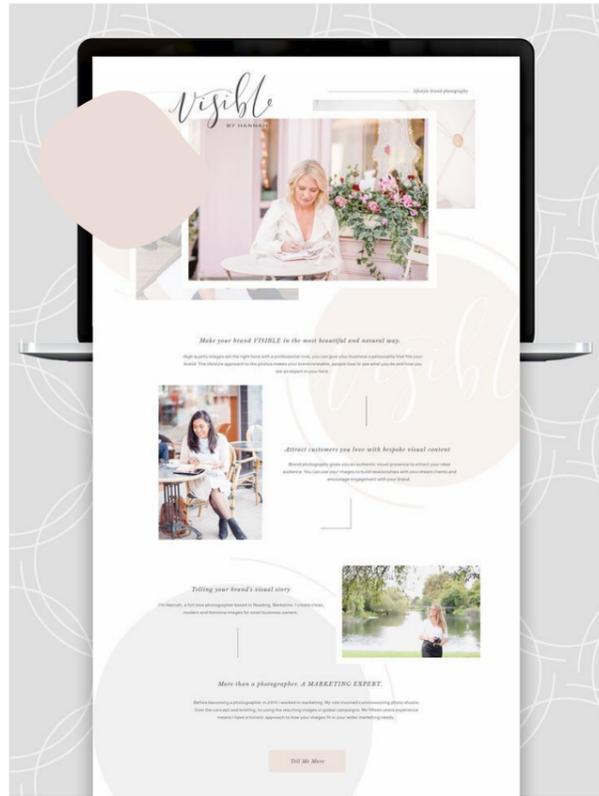


Abb. 11, 12 und 13 Pinterest

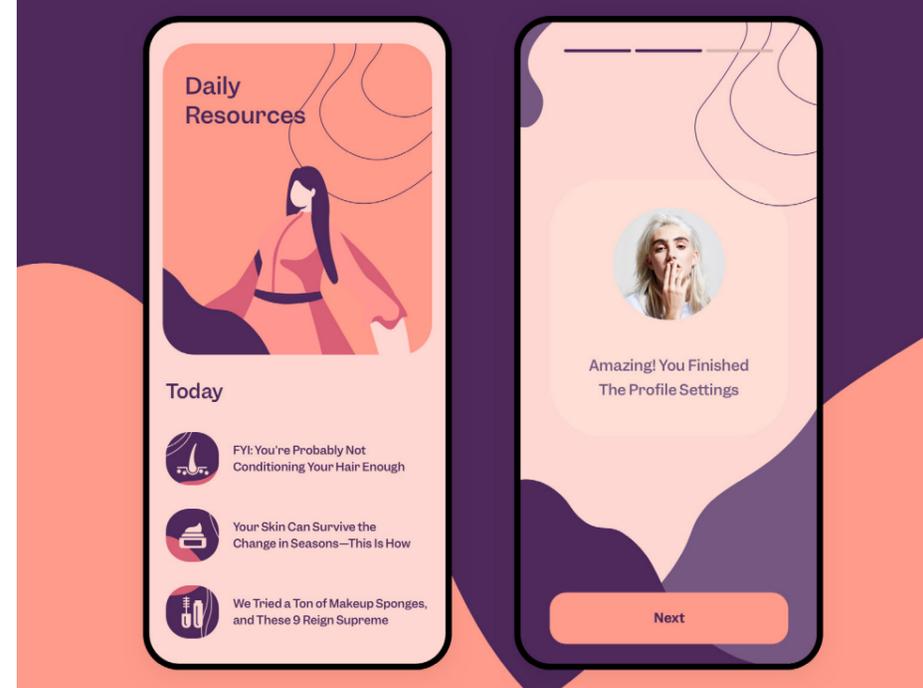
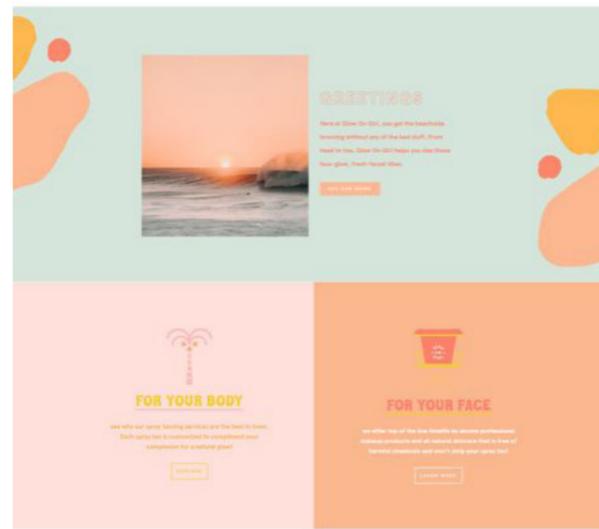


Abb. 14 Dribbble

EMPOWER

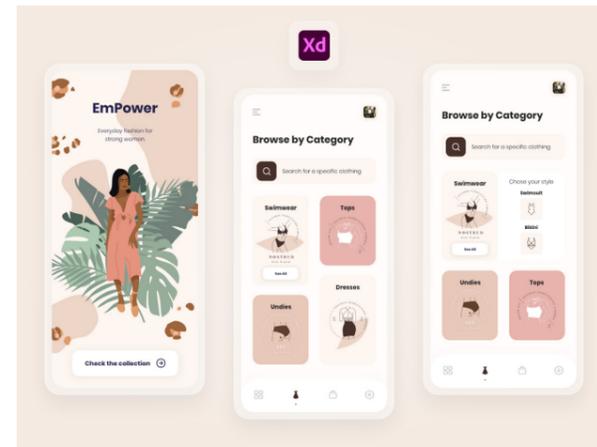


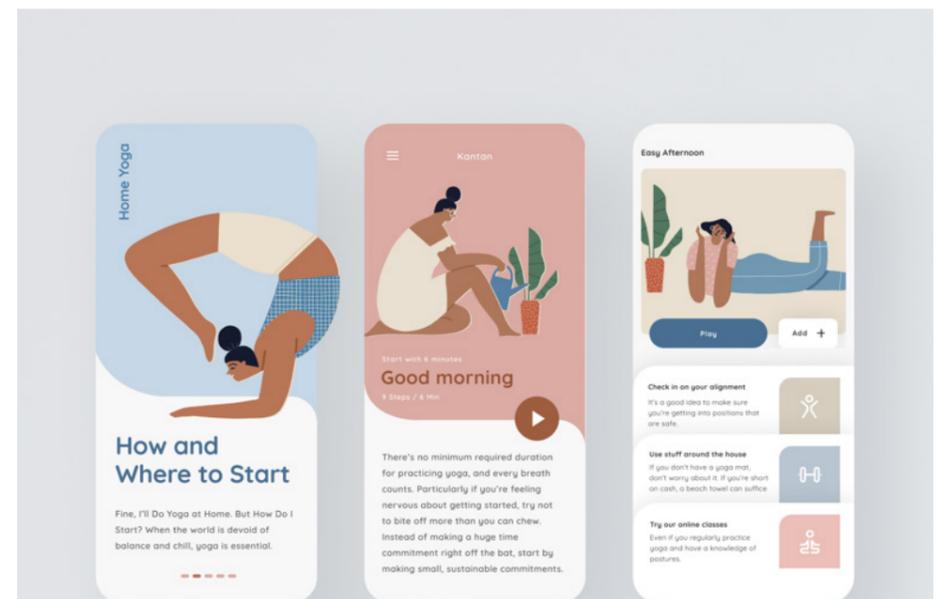
Abb. 15 uplabs

Abb. 16 und 17 Dribbble



EINFÜHLSAMKEIT

UNVERBLÜMTHEIT



5.1.4. Recherche Aufklärungskampagnen

Für den Überblick über bereits vorhandene Websites von Aufklärungskampagnen wird im Folgenden zunächst ein Überblick über drei ausgewählte Projekte gegeben. Alle haben den Hintergrund der präventiven Aufklärung und sollen Betroffene informieren.

Wie geht's dir? Aufklärungskampagne Psychische Gesundheit

Startseite



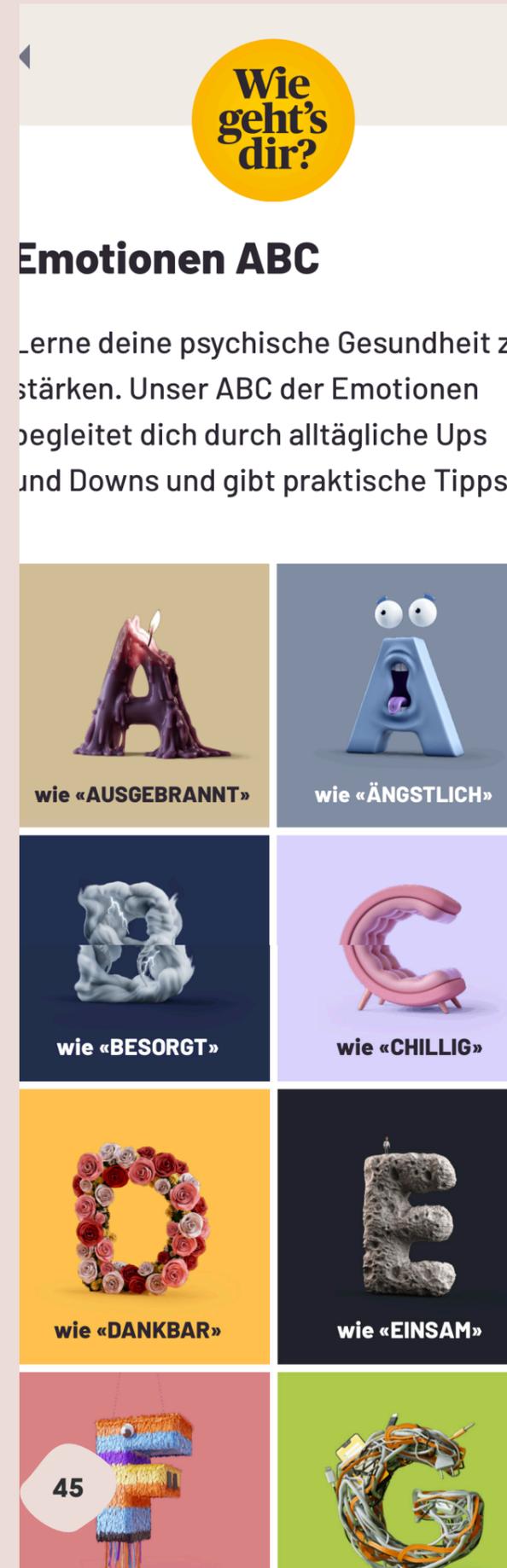
Die Kampagne wurde von vier Schweizer Kantonen ins Leben gerufen. Sie soll die Aufmerksamkeit auf psychische Erkrankungen richten und es Menschen einfacher machen, über ihre Erkrankungen und Belastungen zu sprechen.⁷⁰

70 Trägerschaft der Kampagne „Wie geht's dir?“

Abb. 18, 19, 20 und 21 Screenshots der Kampagnenwebsite

Unterseite: Emotionen-ABC

Aufgeklappt



stärken. Unser ABC der Emotionen begleitet dich durch alltägliche Ups und Downs und gibt praktische Tipps.



Ä wie «Ängstlich»

Die Angst hat von dir Besitz ergriffen und umklammert dich. Aus einem konkreten Grund oder auch ganz grundlos.

→ **So änderst du das**

Untere Teil der Seite = Navigation

Kein Menü - nur unten auf der Startseite. Ansonsten geleitete Navigation oder Rückkehr auf Start.

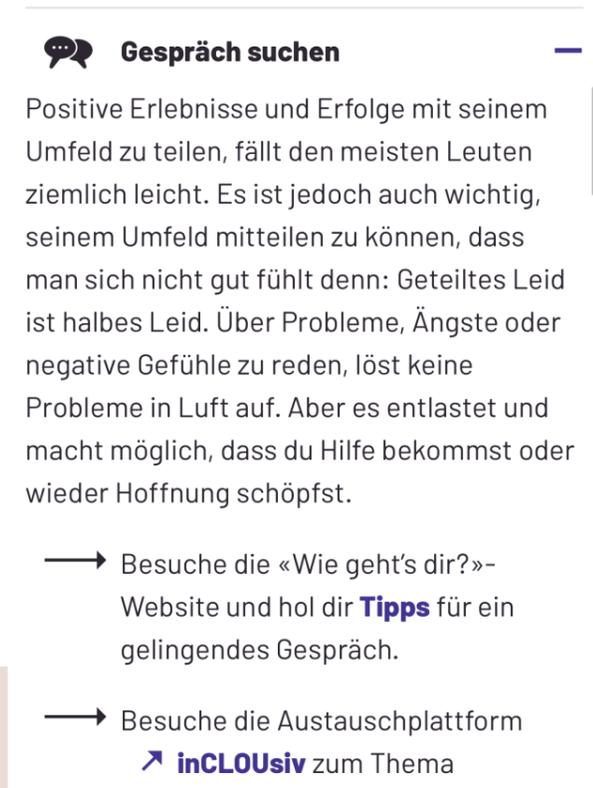


Unterseite: Emotionsseite

Aufgeklappt

Unterseite: Gesprächstipps

Interaktion und Animation



Multimedial

Ä wie «Ängstlich»

Herzklopfen, Zittern, Schwindel – gerade geht's dir wirklich nicht gut. Vielleicht hat deine Angst einen ganz bestimmten Auslöser. Oder aber sie tritt ohne konkreten Anlass und ganz plötzlich auf. Bei regelmässigen Angstzuständen kann deine Lebensqualität stark eingeschränkt sein. Wenn du sie nicht aus eigener Kraft überwinden kannst oder sie länger andauern, ist es hilfreich, wenn du Strategien gegen deine Angst findest.

→ Lili hat einen Weg gefunden über ihr Wohlbefinden zu sprechen. Schau dir an, was sie zu sagen hat und was es ihr gebracht hat.



Abb. 22, 23, 24, 25, 26 und 27 Screenshots der Kampagnenwebsite



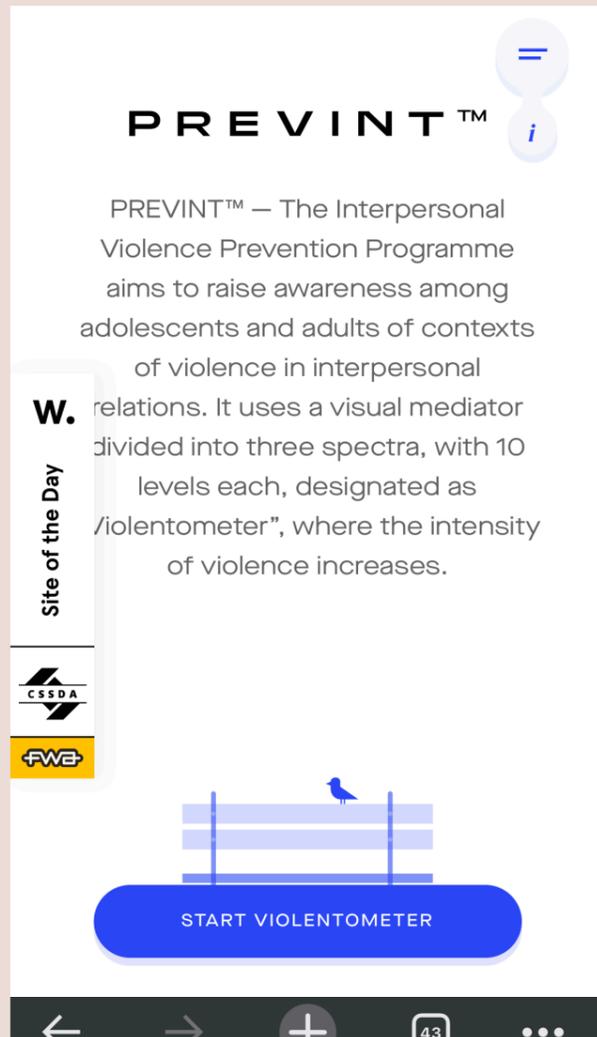
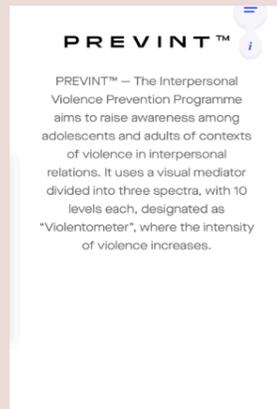
Gespräch suchen +

Beziehungen pflegen +

Lebensstil anpassen +

prevint
Aufklärungskampagne
Zwischenmenschliche Gewalt

Startseite



Das Projekt der portugiesischen Universität Trás-os-Montes e Alto Douro. Sie soll Gewalt im Alltag sichtbar machen und den Betroffenen Tools an die Hand geben, um zu intervenieren und es nicht zu einer Eskalation der Situation kommen zu lassen und gleichzeitig Schäden vorzubeugen.⁷¹

Abb. 28 und 29
Screenshots der Kampagnenwebsite

⁷¹ Universität de Trás-os.Montes e Alto Douro.

Übersicht der drei Themengebiete

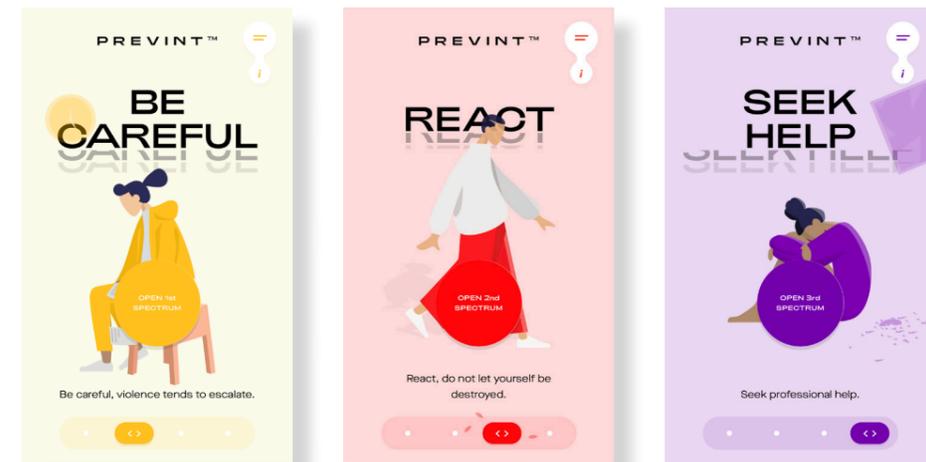


Abb. 30, 31 und 32
Screenshots der Kampagnenwebsite

Unterseite: Rubrik jeweils als Scrollytelling mit aufklappbarem Infotext



Abb. 33, 34 und 35
Screenshots der Kampagnenwebsite

Animation



Abb. 36 und 37
Screenshots der
Kampagnenwebsite

Menü

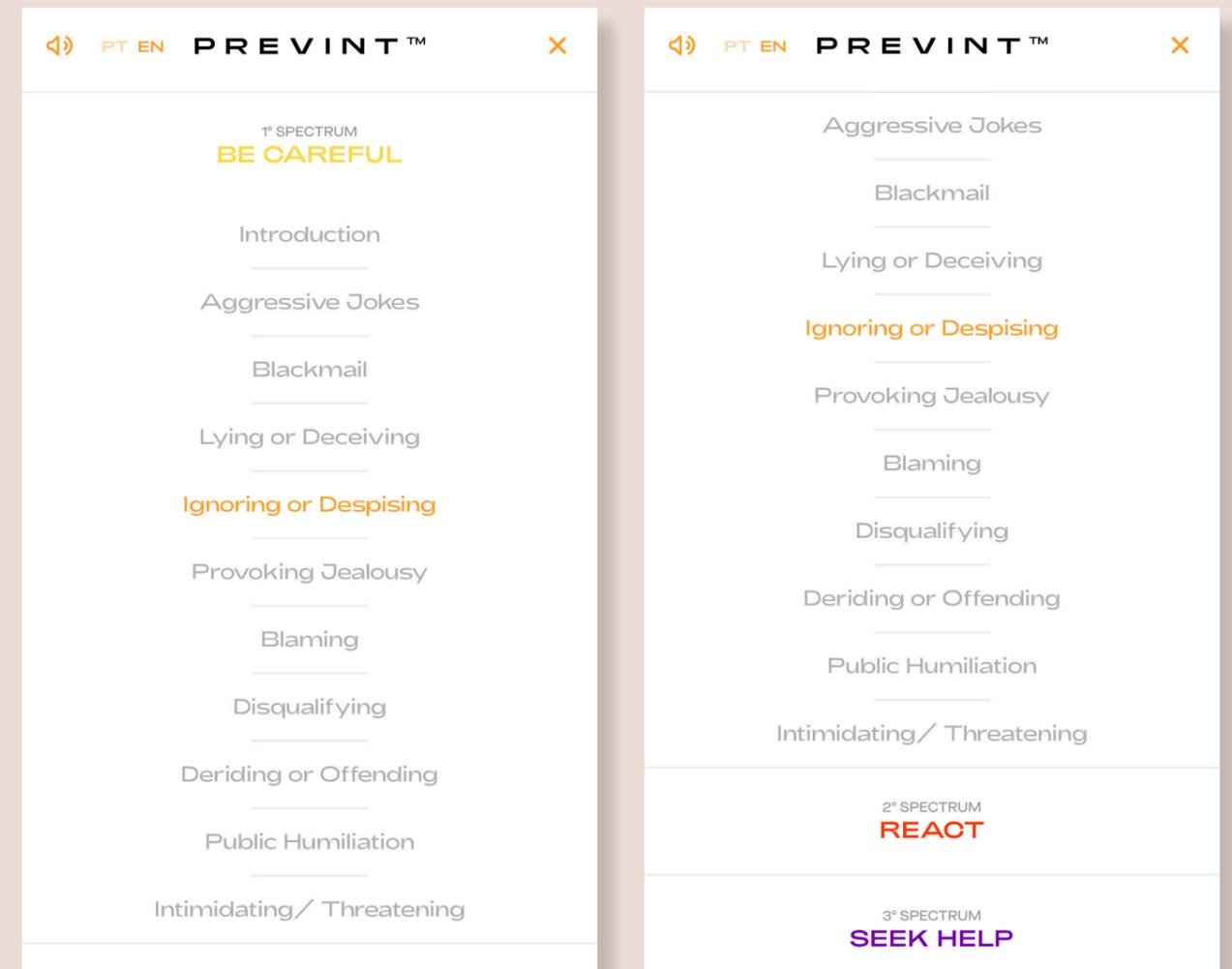


Abb. 38 und 39
Screenshots der
Kampagnenwebsite

5.1.5. Recherche Websites mit Aufklärungsbezug Periode

Nach der Recherche zum allgemeinen Aufbau von Informationskampagnen und deren Netzauftritten, folgt ein Exkurs zu den gefundenen Websites, die explizit über Periode informieren oder aufklären. Insbesondere ein Aufklärungsprojekt, eine App und ein Fotoprojekt werden dabei thematisiert.

How we bleed Fotoprojekt Dokumentation der Periode

Die Arbeit ist eine Bachelorarbeit im Studiengang Fotografie. Die Studentin hat dazu aufgerufen, die eigene Menstruation zu fotografieren und einzusenden. Aus den gesammelten Bildern ist unter anderem ein Fotobuch entstanden.⁷²

72 Lange 2021.

Abb. 40
Screenshots der
Projektwebsite



Startseite

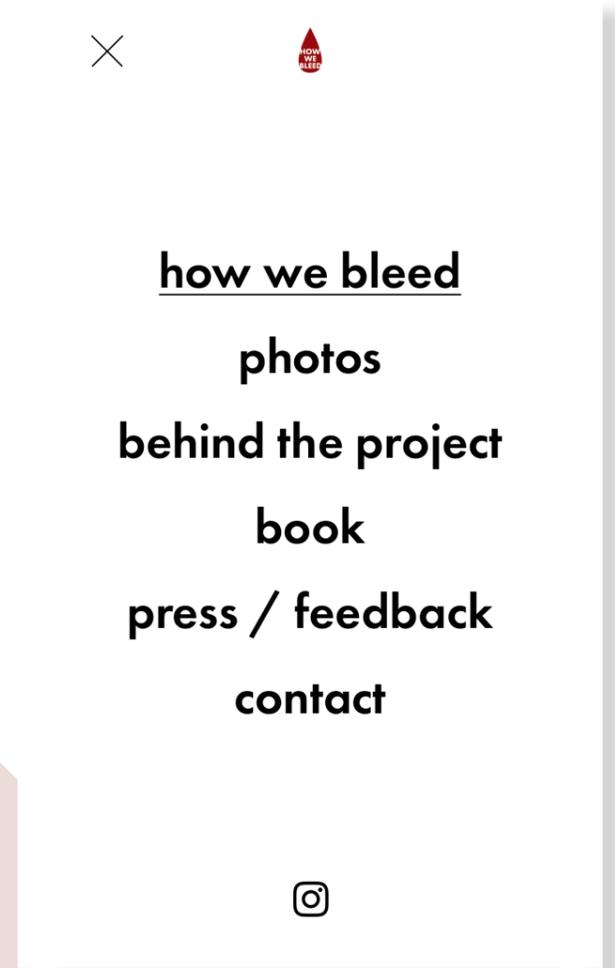
Inhalt



Abb. 41,42 und
43 Screenshots der
Projektwebsite



Menü



period.org
Aufklärungskampagne insbesondere period poverty

Abb. 46, 47,
48 und 49

Screenshots der
Kampagnenwebsite

Startseite mit Animation

About und Textseiten

„The menstrual movement“ ist eine nonprofit Organisation, die durch Hilfsangebote, Bildung und politische sowie rechtliche Interessenvertretung gegen Periodenarmut und Stigmatisierung angehen wollen.⁷³

73 Period Inc.

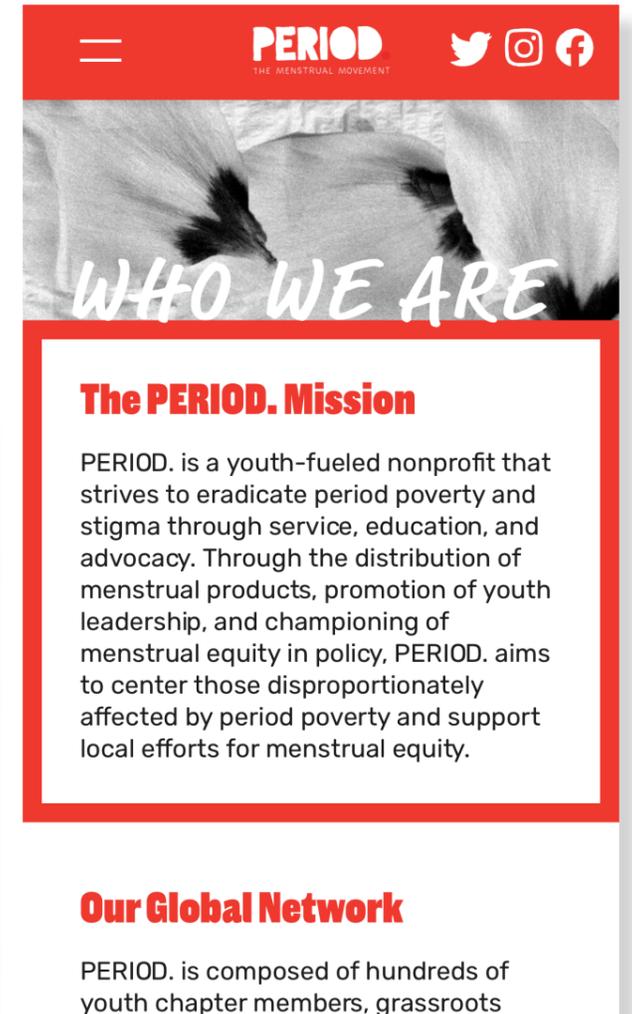
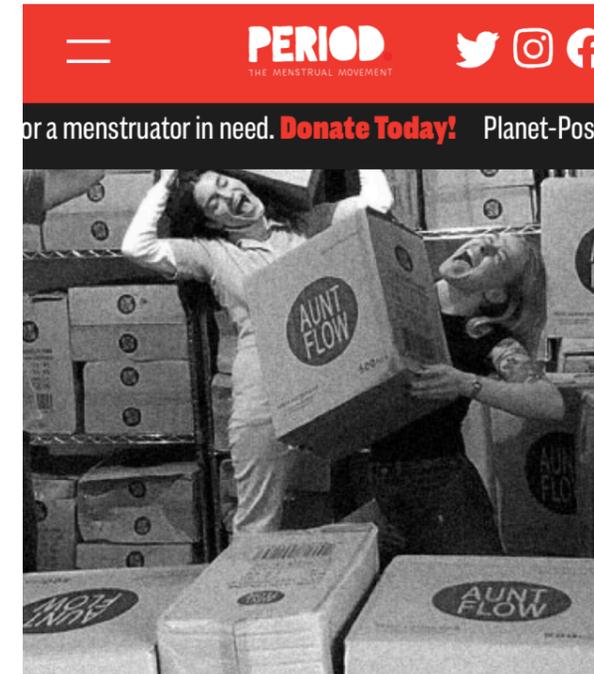
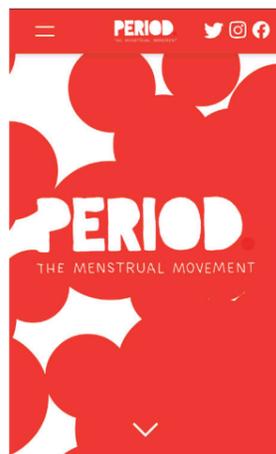


Abb. 44 und 45
Screenshots der
Kampagnenwebsite



Distributing menstrual products to people in need.

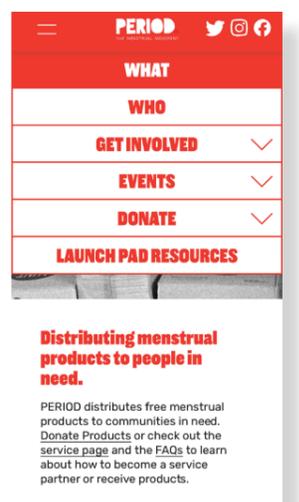
PERIOD distributes free menstrual products to communities in need. [Donate Products](#) or check out the [service page](#) and the [FAQs](#) to learn about how to become a service partner or receive products.



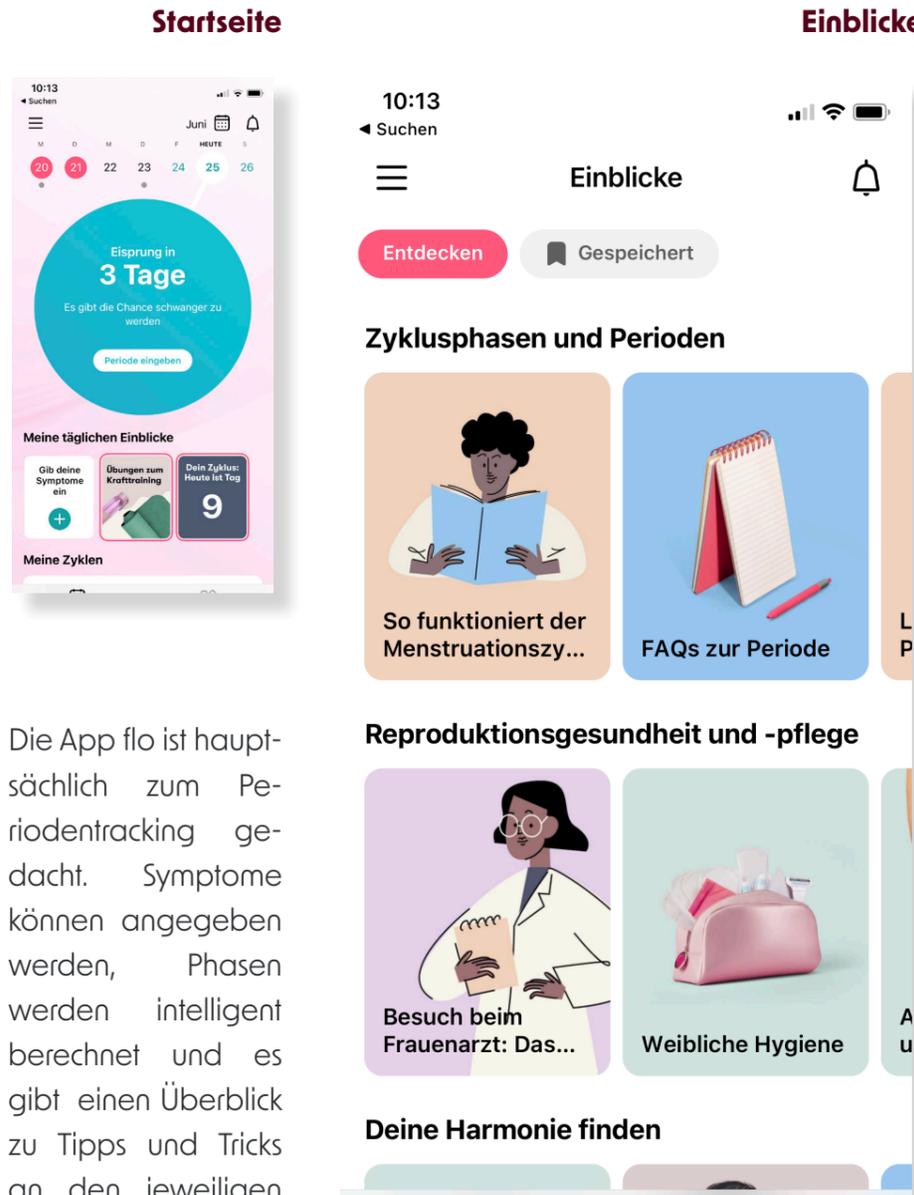
Our Global Network

PERIOD. is composed of hundreds of youth chapter members, grassroots

Menü ausklappbar



flo App
Periodentracking



Die App flo ist hauptsächlich zum Periodentracking gedacht. Symptome können angegeben werden, Phasen werden intelligent berechnet und es gibt einen Überblick zu Tipps und Tricks an den jeweiligen Tagen. Vorallem hat die Pro-Version aber einen gut strukturierten und umfangreichen Info-Bereich für die Nutzerinnen, in dem es neben dem Zyklus auch um mentale Hygiene, Körperbild und andere verwandte Themen geht.⁷⁴

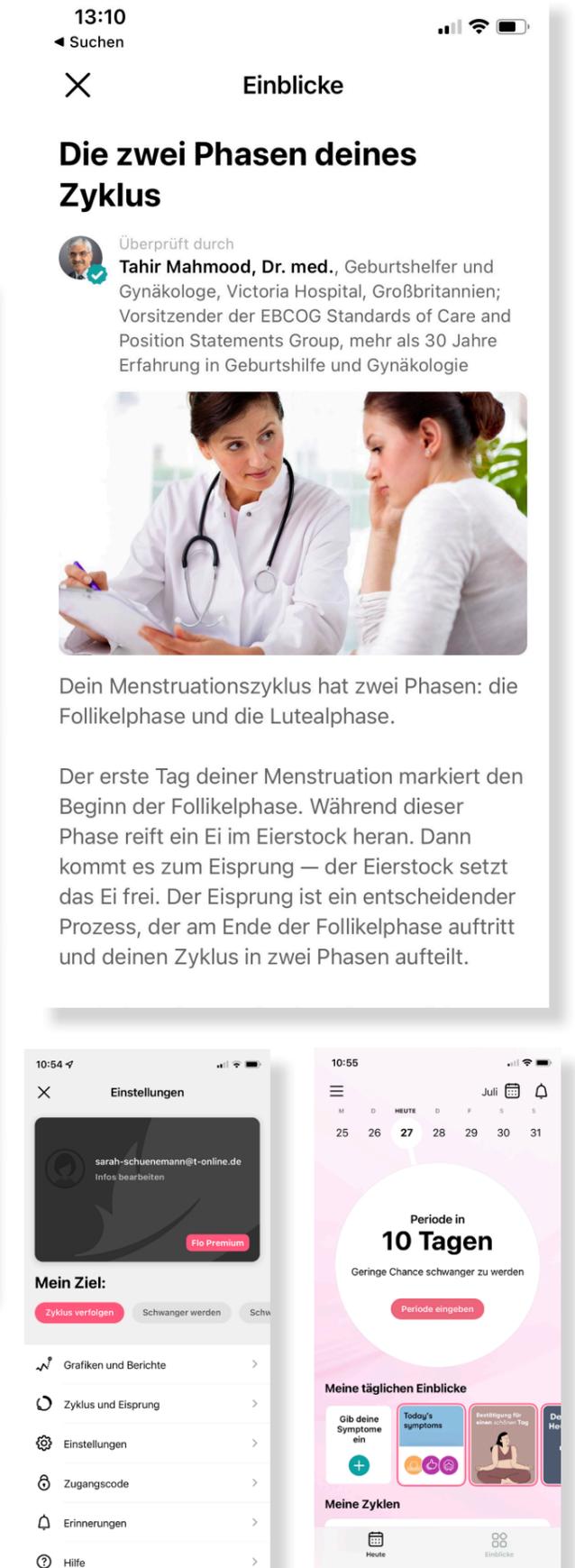
Abb. 50 und 51
Screenshots der App

74 Flo Health, Inc. 2022.



Abb. 52, 52, 54 und 55
Screenshots der App

Navigation über
Menü und Toolbar



“IT’S NOT JUST WHAT IT LOOKS LIKE AND FEELS LIKE. DESIGN IS HOW IT WORKS.”

75 Walker 2003.

— STEVE JOBS, MITGRÜNDER APPLE⁷³

5.2. Design

Das Design der Website für „blutsschwestern“ orientiert sich an dem Styleguide, der mit der Corporate Identity entwickelt wurde. Außerdem gibt es Vorgaben aus dem gemeinsam entwickelten Konzept, das die Inhalte lenkt: Sprachnachrichten und Emojis werden für den persönlichen Touch der Website genutzt.

5.2.1. Wireframes

Im Webdesign bezeichnet man als Wireframe „Funktionsskizzen für einzelne Seiten“.⁷⁶ Diese sind bereits mit den grafischen Elementen des Cis angelegt und durchdacht worden. Im Folgenden sind diese vorab gemachten Gedanken und Entscheidungen dokumentiert.

76 Spies 2018, S. 201.

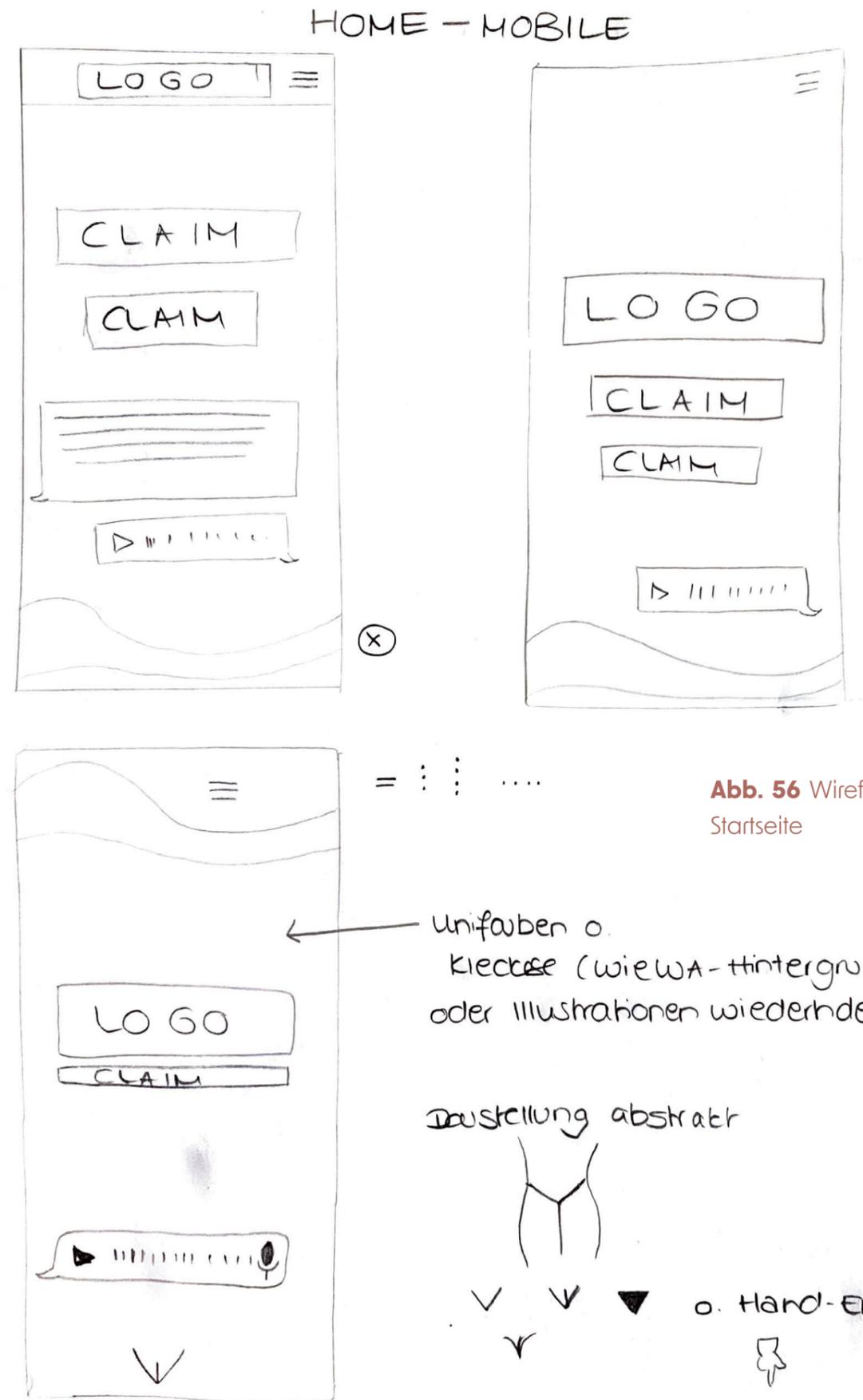


Abb. 56 Wireframes Startseite

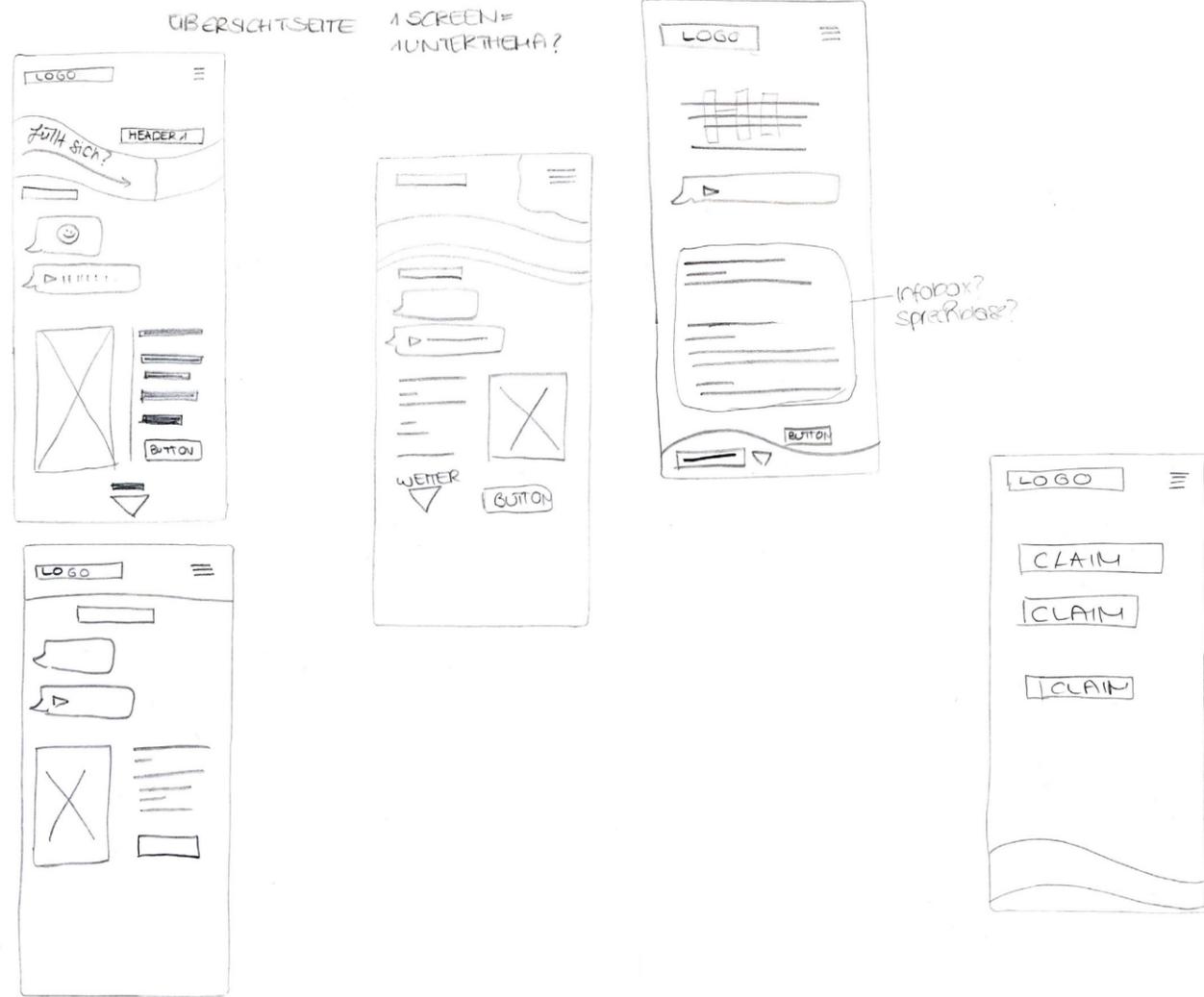


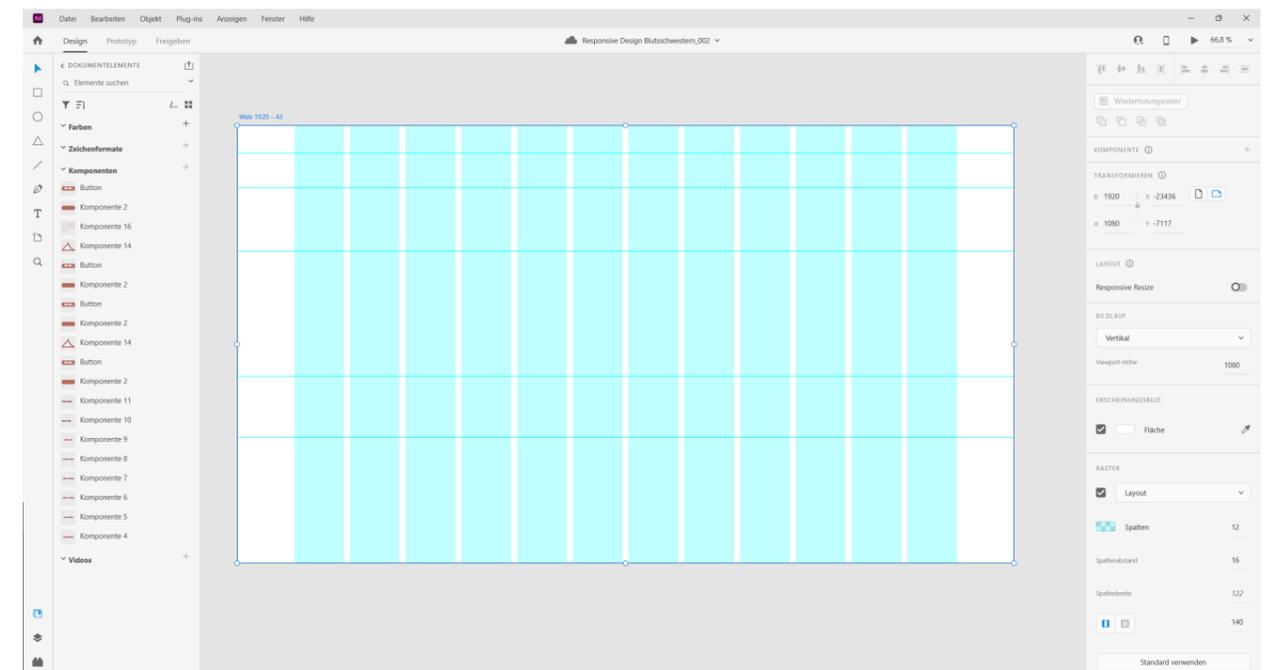
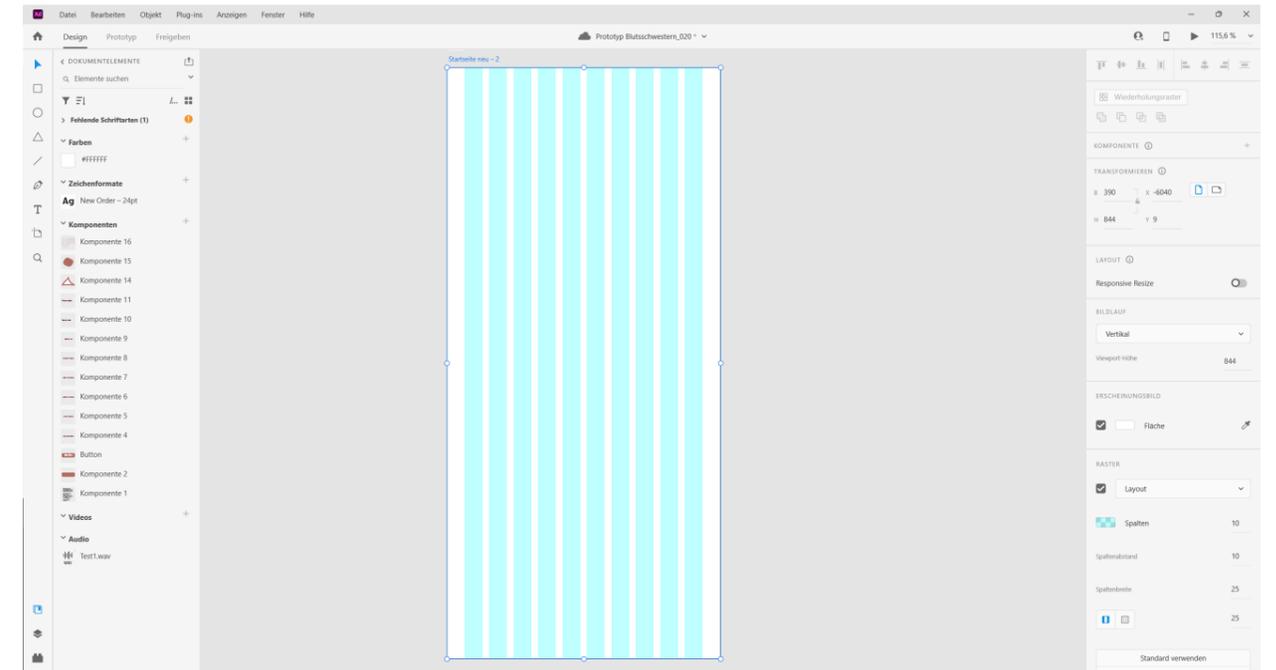
Abb. 57 und 58
Wireframes
Übersichtsseite

Abb. 59 und 60
(rechte Seite)
Screenshots
Adobe XD Projekt

5.2.2. Raster

Für die Umsetzung und ein strukturiertes Design sowie bessere Übersichtlichkeit, wurde ein Raster angelegt. Solch ein Raster bietet im Screendesign Hilfe bei der Platzierung und Gestaltung der Elemente. So ist das Design für die Nutzerin gut wiedererkennbar und zieht sich durch alle Seiten.⁷⁷

77 Hahn 2020.



5.2.3. Navigation und Icons

Zu Anfang war die Überlegung die Website als Scrollytelling aufzubauen, ähnlich wie es bei der Aufklärungskampagne prevint der Fall ist.⁷⁸ Diese ist mit den begleitenden Animationen gut erklärt und spannend zu entdecken. Gleichzeitig aber dadurch auch sehr austauschbar und distanziert - mehr Erklärvideo als direkter Austausch. Deshalb ist die blutsschwestern-Seite mit einer Mischung aus Baum- und Netznavigation aufgebaut. Zwar sind die einzelnen Unterseiten miteinander verknüpft, die Nutzerin ist aber nicht so lange in einem Ast gefangen, bis sie zur Startseite zurückkehrt.⁷⁹ Die logische Abfolge der Phasen bleibt dadurch erhalten. Zusätzlich gibt es immer die Option über das Menü in einen anderen Zweig zu geraten.

78 Universität de Trás-os Montes e Alto Douro.

79 Bühler 2017.

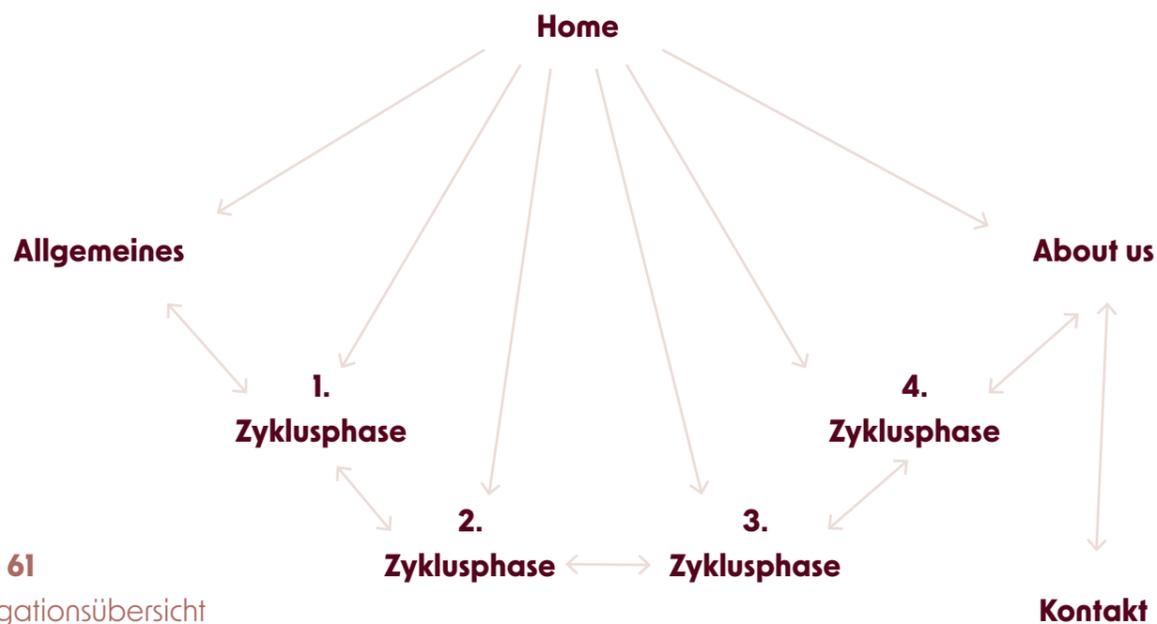
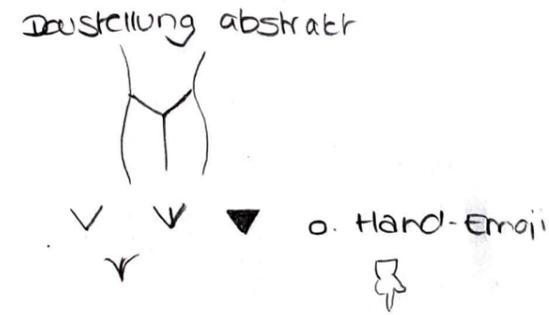


Abb. 61
Navigationsübersicht

Das Menü ist gekennzeichnet durch ein Burger-Menü-Icon, das speziell angepasst, die Wellenform aus dem Logo und damit die Ötrogenkrurve des Zyklusses widerspiegelt.



Für die Navigation durch die Seiten (Blättern/Vor und Zurück) sowie um wieder an den Anfang der jeweiligen Seite zu gelangen, sollte ein individualisierter Pfeil zum Einsatz kommen.

Abb. 62
Skizze Pfeilicon

Nach einigen Überlegungen und Skizzen ist das passende Icon aus der abstrahierten Version des weiblichen Schrittes entstanden.

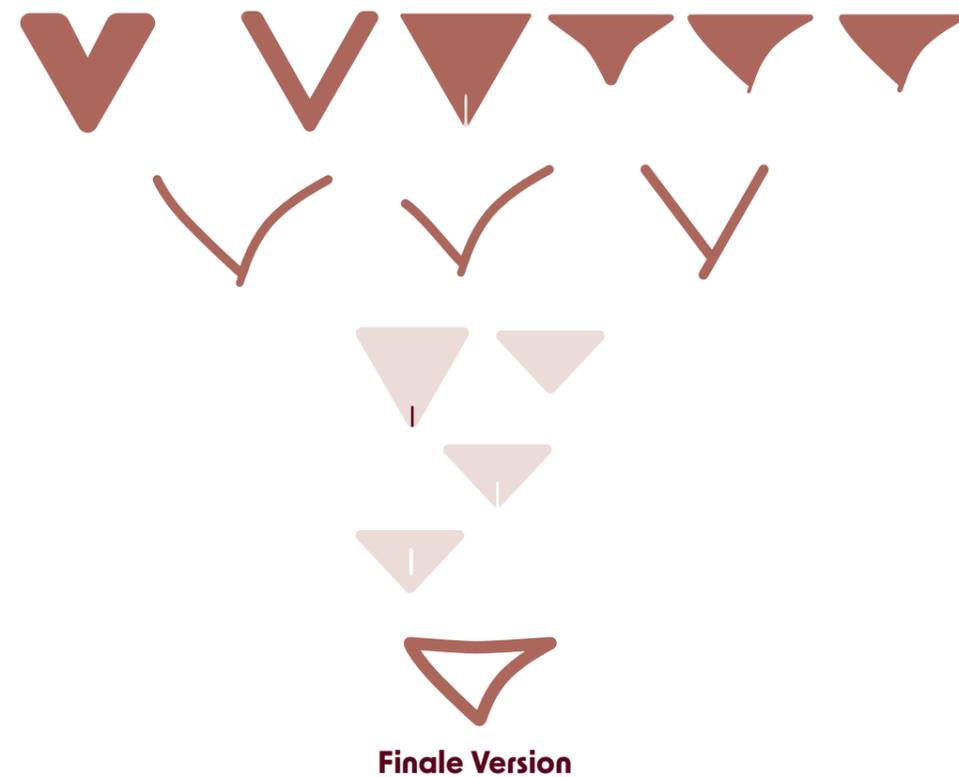


Abb. 63 und 64
Versuche Icon Design und finales Design (links)

Es ist in alle Richtungen transformierbar und gibt der Website einen gewissen Wiedererkennungswert.

Die weitere Navigation läuft über normale abgerundete Button, die einen zur gewünschten Seite bringen.

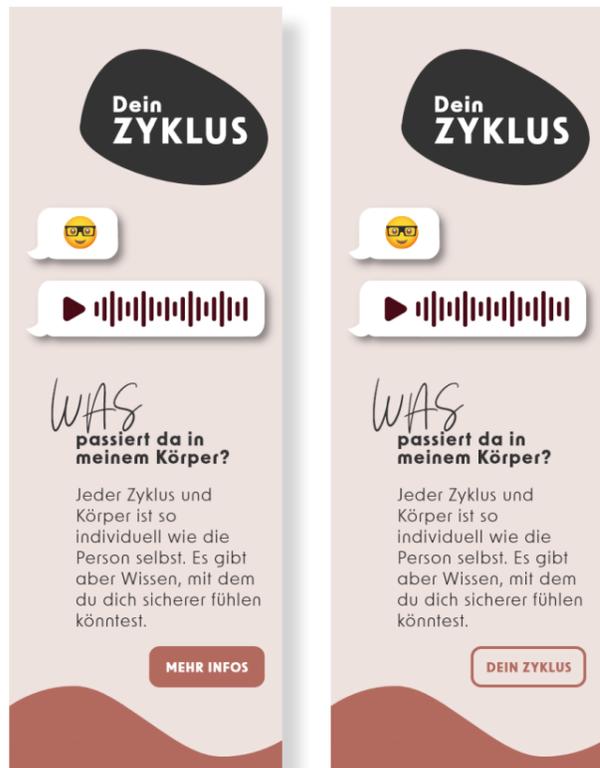


Abb. 65 und 66
Button mit Hover-Effekt zur Navigation



Abb. 71, 72 und 73
Farbliche Unterteilung Themengebiete

Zwischen den verschiedenen Unterseiten kann am unteren Ende mit Pfeilen navigiert werden (vergleiche Navigationsübersicht). Diese erklären beim Mouseover, wohin es die Nutzerinnen führt.

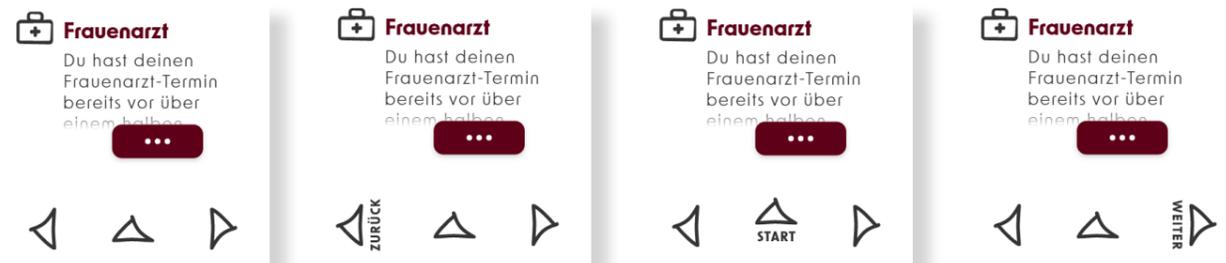


Abb. 67, 68, 69 und 70
Untere Navigationsmöglichkeit

Die drei Hauptfarben finden sich in den drei Hauptkategorien wieder: Wissen, Körper und Geist. Dadurch können die Nutzerinnen sich auch auf den Seiten der Phasen sowie der Allgemeinwissen-Seite intern orientieren (siehe Abb. 71 bis 73). Außerdem wiederholen sich die Farbgebungen der Übersichtsseite, auf den Unterseiten (siehe Abb. 74 bis 77).

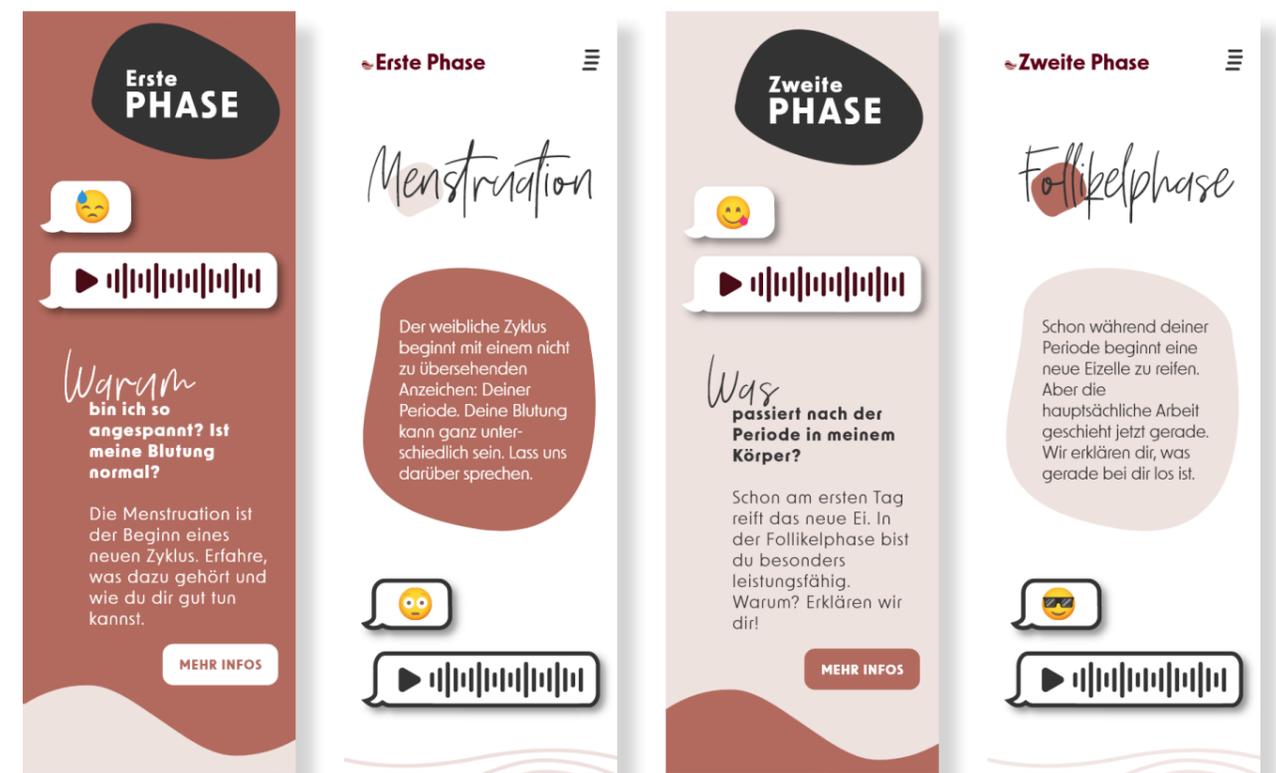
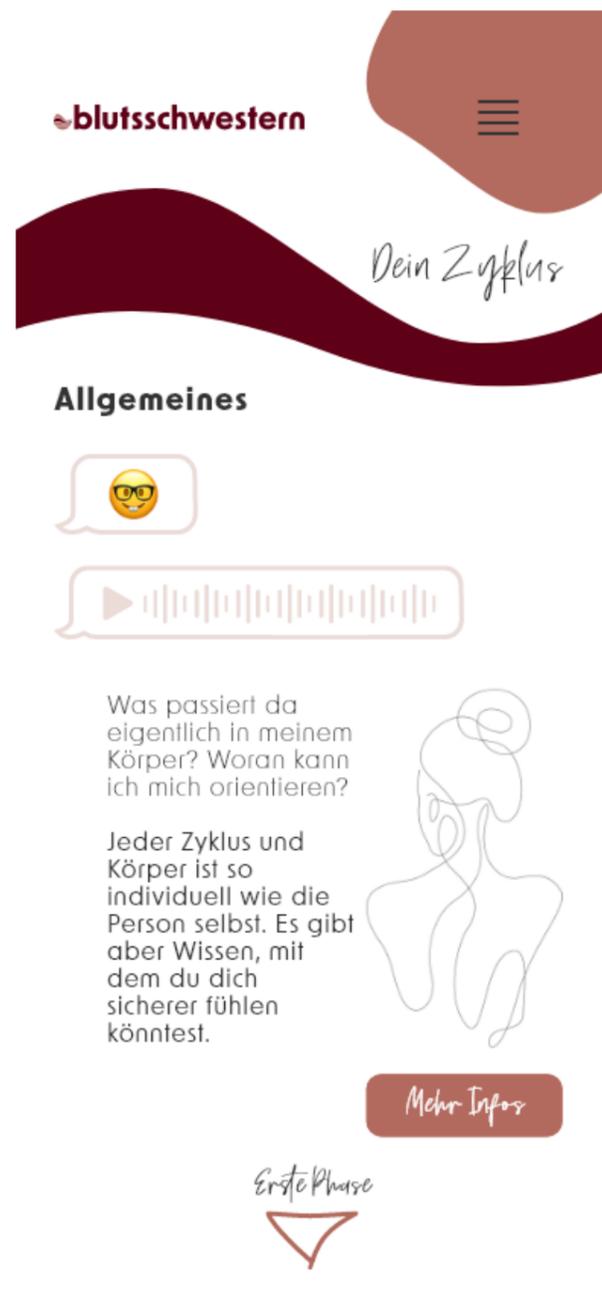


Abb. 74, 75, 76 und 77 (unten)
Farbgebung Übersicht und Unterseiten



5.2.4. Illustrationen und dekorative Icons

Um über die Sprachnachrichten und Emojis hinaus Emotionen, Bindung und Nähe auf der Website zu schaffen, war die ersten Überlegung Illustrationen einzubinden. Allerdings erwies sich die Umsetzung als wenig praktikabel, sodass sich im Design auf Icons beschränkt



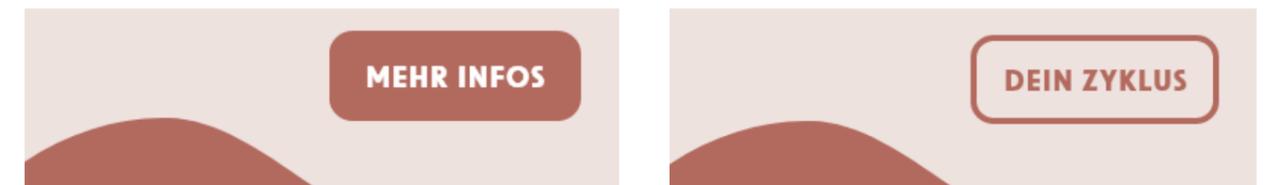
wurde, die einen selbstgemalten Charakter haben - ähnlich wie die Font Vesterley. Die Konzeption der Icons erfolgte als Gemeinschaftsarbeit. Die Umsetzung am Tablet hat Franziska Lorencis (zuständig für CI) übernommen.

5.2.5. Weitere Interaktionen

Die Smilies zur Darstellung von Emotionen und damit die Nutzerinnen, sich gesehen und angesprochen fühlen, sind ein lizenziertes Set.

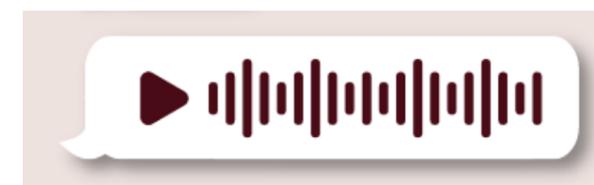
Abb. 78 und 79
Erste Idee/verworfen (2. von links) und finale Integration Icons (links)

Die meisten klickbaren Elemente sind mit einem hover-Effekt belegt, sodass die Möglichkeit der Interaktion betont wird. Laut Hahn (2020) können diese die Bedienbarkeit erleichtern, die UX erhöhen und gleichzeitig für Aufmerksamkeit sorgen.



Zum Storytelling und den Inhalten gehören die Sprachnachrichten, die bei vielen Abschnitten integriert sind. Auch sie dienen als Interaktionsmöglichkeit und sollen dadurch das Nutzererlebnis verbessern. Die Integration von Sprache und Stimme nutzt die multimediale Verfügbarkeit auf der Website voll aus. Gleichzeitig bringt es eine neue, emotionale Ebene in die Website. Wichtig ist den meisten Nutzerinnen, dass die Möglichkeit besteht, den Ton auszuschalten - daher ist hier eine gezielte

Abb. 80 und 81
Button Normalzustand und Button Hover-Zustand (rechts)



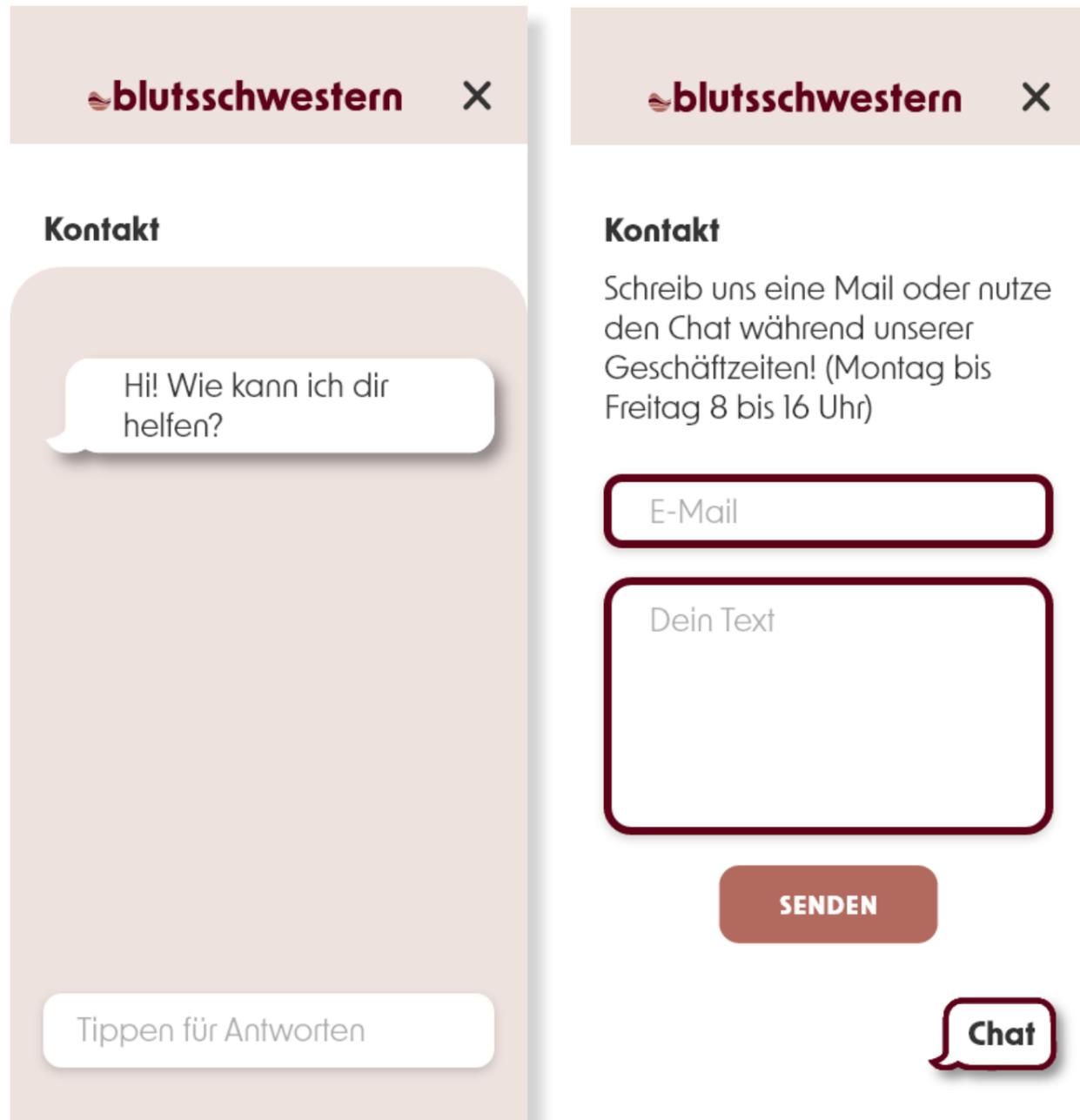
Interaktion dafür erforderlich. Auf der previt-Website ist der Ton beispielsweise von vorn herein eingeschaltet, was in

Abb. 82
Sprachnachricht/Sound auf der Website

unpassenden Momenten für die Nutzerin unangenehm sein könnte.⁸⁰ Die Schattierung des Designs macht durch die Dreidimensionalität er-

⁸⁰ Hansch und Rent-schler 2013.

kenntlich, dass dies ein interaktives Element ist. Schlussendlich sollten die Nutzerinnen, sich gehört und gesehen fühlen. Daher ist eine Feedback-Funktion integriert worden. Diese ist unter der Woche auch als Chat nutzbar, sodass in Echtzeit Fragen beantwortet werden. Dadurch entsteht zeitweise eine synchrone Interaktionsmöglichkeit.



“WHEN PEOPLE TALK, LISTEN COMPLETELY. MOST PEOPLE NEVER LISTEN”

— ERNEST HEMINGWAY, AUTHOR⁸⁰

81 goodreads.

Zusätzlich dazu, gibt es die Chance sich selbst als Ehrenamtliche an dem Projekt zu beteiligen. Auch hier ist über ein Formular die Kontaktaufnahme möglich. Allerdings rein als asynchrone Interaktion, das heißt mit einer zeitlichen Verzögerung, die durch das Formular entsteht.⁸² Abbildung 85 zeigt beispielhaft, die im Design bedachte Nutzung von Feedback durch die Website nach einer Interaktion der Nutzerin.

82 Bühler 2018.

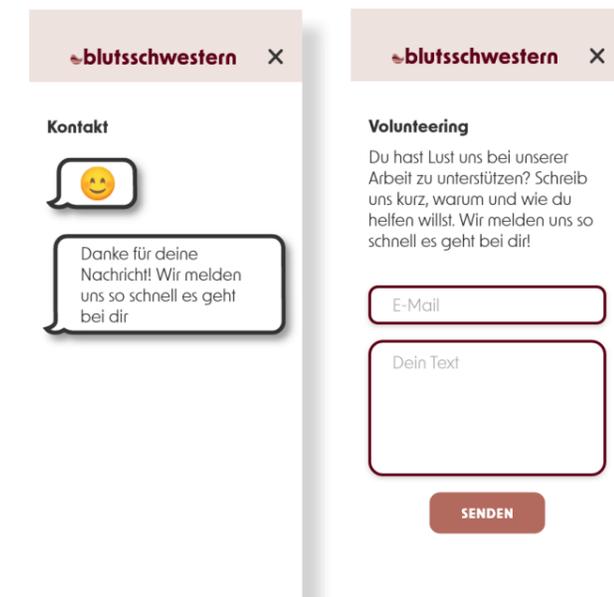


Abb. 83 und 84 (linke Seite) Chat und Kontaktformular

Abb. 85 und 86 Feedback Kontaktformular und Volunteeringformular

5.3. Prototyping

Die Umsetzung des Website-Prototypen erfolgte in Adobe XD. Im Folgenden werden die wichtigsten Seiten kurz erklärt und vorangegangene, verworfene Designs gezeigt. Außerdem ist am Ende jedes Kapitels, die finale Seite im Mockup dargestellt. Teilweise zur Veranschaulichung auch als Desktop-Version.

5.3.1. Intro/Landingpage

Als Eyecatcher und Besonderheit hat die Website zu Beginn eine kurze Animation, die über einen kleinen Chat persönlichen Kontakt sichtbar werden lässt. Zunächst war diese Seite statisch angelegt.

Abb. 87 bis 92
Nicht übernommene Designideen

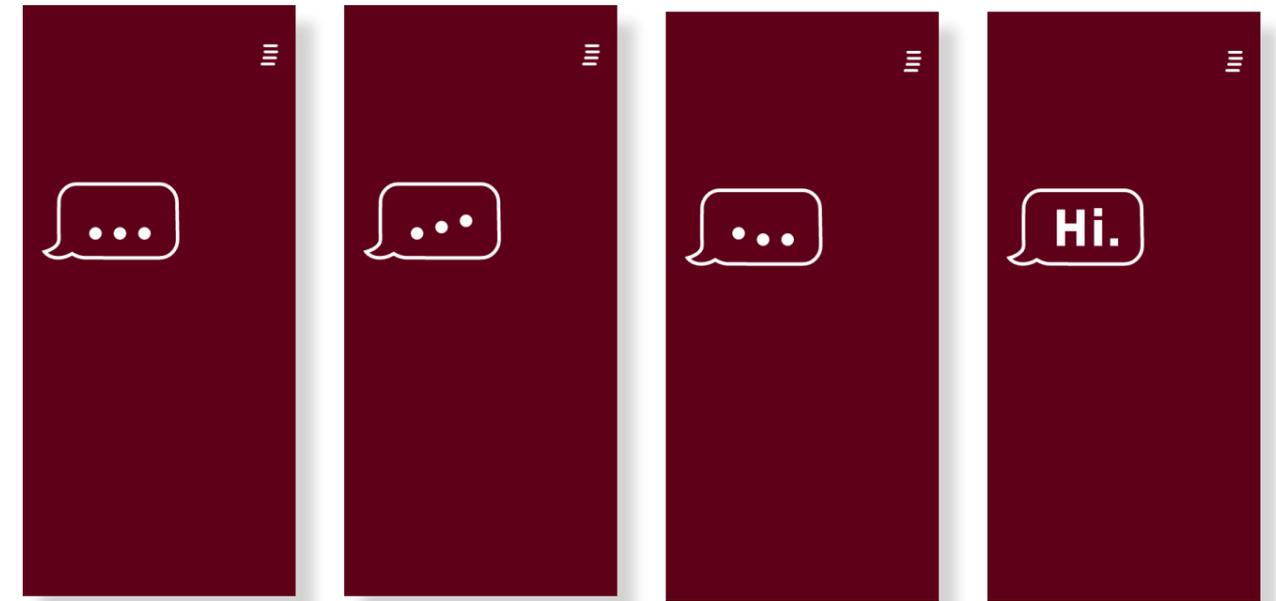
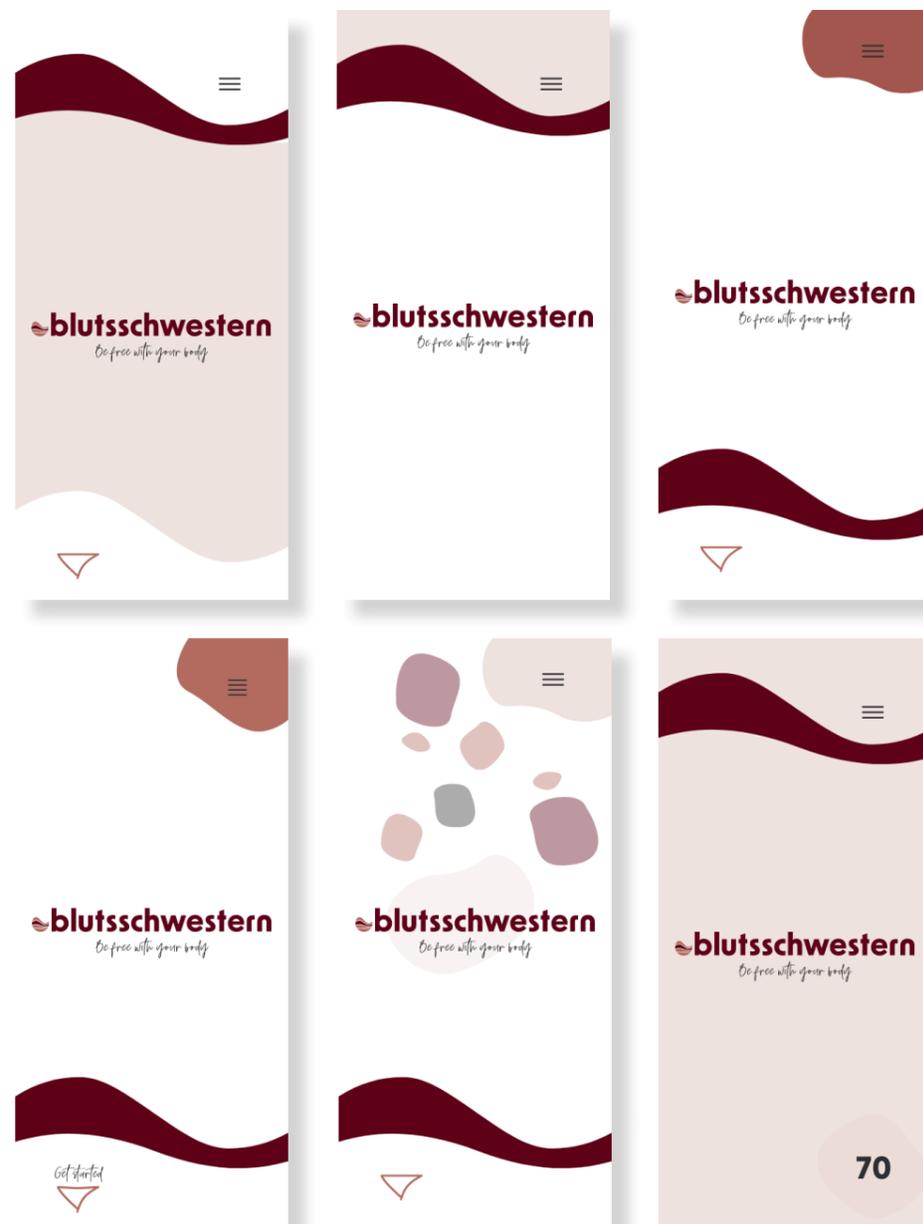


Abb. 93 bis 96
Finales Design



Abb. 97
Finales Design Mockup

5.3.2. Menü

Das Menü bildet die Basis der Seitennavigation und sollte übersichtlich und leicht verständlich sein.



Abb. 98 bis 103
Verworfenne Designs



Abb. 104
Finales
Design Mockup

5.3.3. Übersichtsseite

Die Übersichtsseite folgt direkt nach der Landingpage. Von hier aus sind alle Phasen erreichbar. Sie soll eine kurze Übersicht über die jeweilige Thematik geben und Interesse wecken. Die Smilies wurden im Laufe der Arbeit durch ein lizenziertes Paket ersetzt.

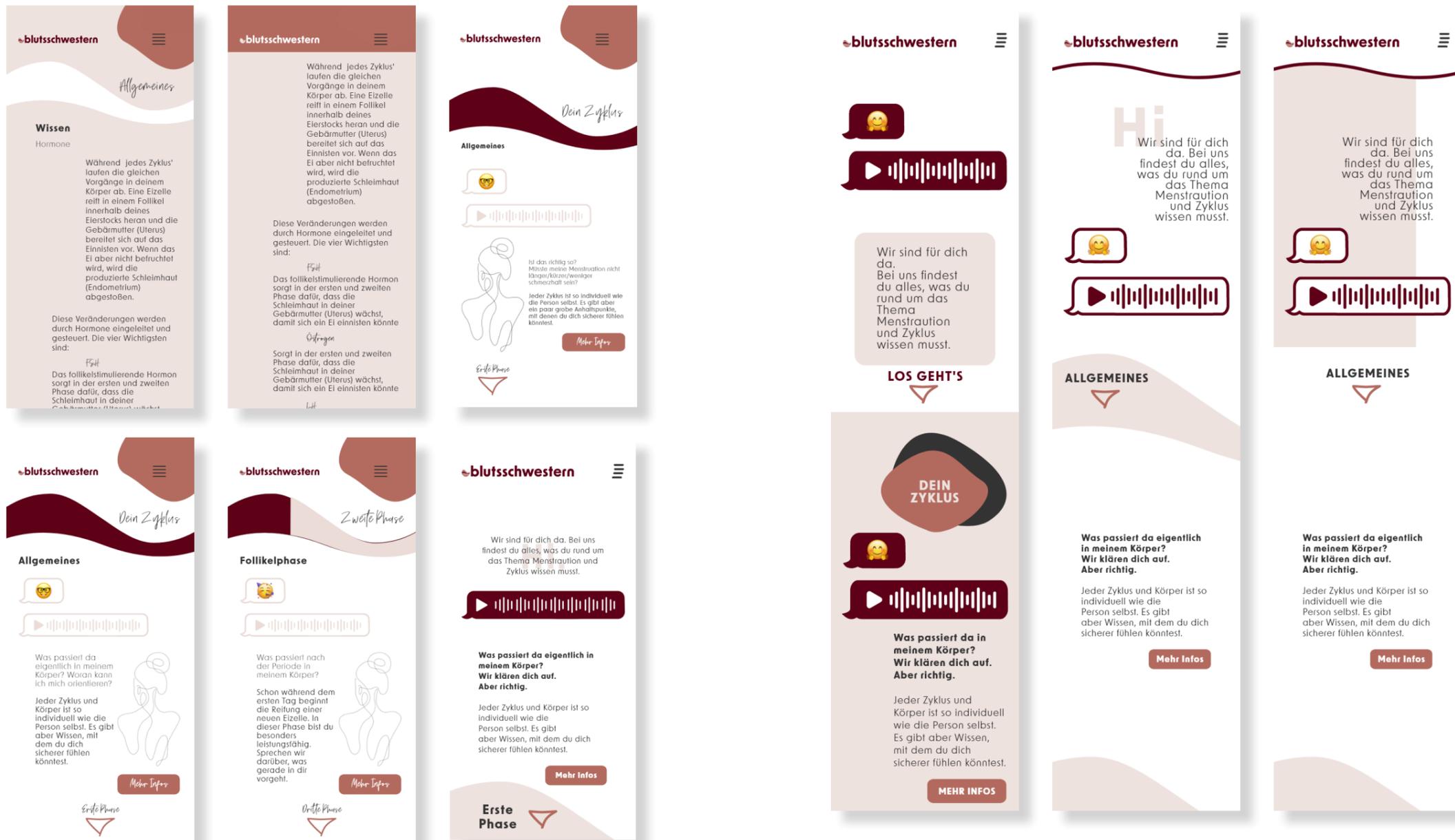


Abb. 105 bis 113
Verworfenne Designs

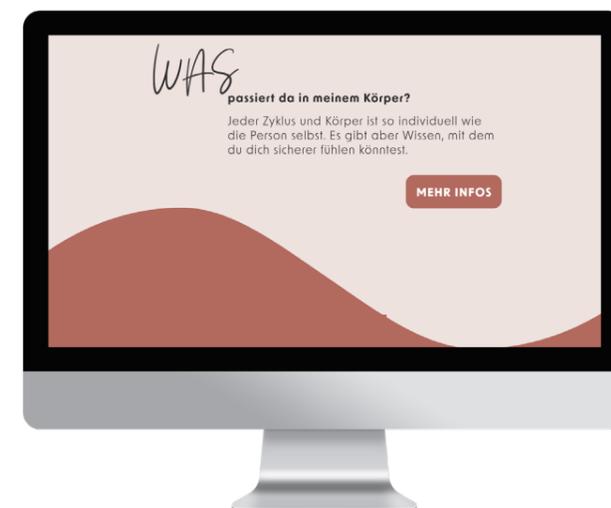


Abb. 114 und 115
Finales Design
Mockup

Abb. 116, 117 und 118
Finales Design
(responsive)
Mockup

5.3.4. Unterseite Beispiel Menstruation

Auf den jeweiligen Unterseiten werden die vier Zyklusphasen sowie das Allgemeinwissen vertieft. Hier wird beispielhaft an der Menstruation gezeigt, welche Design-Ideen es gab. Besonders zeitintensiv war die Findung einer geeigneten Darstellung der Unterkategorien. Die erste Idee war ein Karussell zu bauen, wie es heute oft genutzt wird (siehe Abb. . Das war aber im Kontext der Website zu verspielt und unübersichtlich. Also ist eine andere Erweiterungsfunktion entstanden, womit die jeweiligen Texte ein- und ausgeklappt werden können.

Wissen

Fuga. Gia dolorio riandae pratusdam volore velendis iumquassequo voloresed estius as dolorum fuga. Nam, offic tem aliquae ellis ditatqui iliquia velit untur, nonet ut

Hormone

Fuga. Gia dolorio riandae pratusdam volore ipsum lorem candida ... **Mehr**

Biologie

Fuga. Gia dolorio riandae pratusdam volore ipsum lorem candida ... **Mehr**

Blutung

Fuga. Gia dolorio riandae pratusdam volore ipsum lorem candida ... **Mehr**

Geist

Fuga. Gia dolorio riandae pratusdam volore velendis iumquassequo voloresed estius as dolorum fuga. Nam, offic tem aliquae ellis ditatqui iliquia velit untur, nonet ut

Körper

Fuga. Gia dolorio riandae pratusdam volore velendis iumquassequo voloresed estius as dolorum fuga. Nam, offic tem aliquae ellis ditatqui iliquia velit untur, nonet ut



Abb. 119 und 120 (von links)
Verworfenne Designs Unterteilung

Abb. 121 bis 129
Verworfenne Design Themenverkleinerung

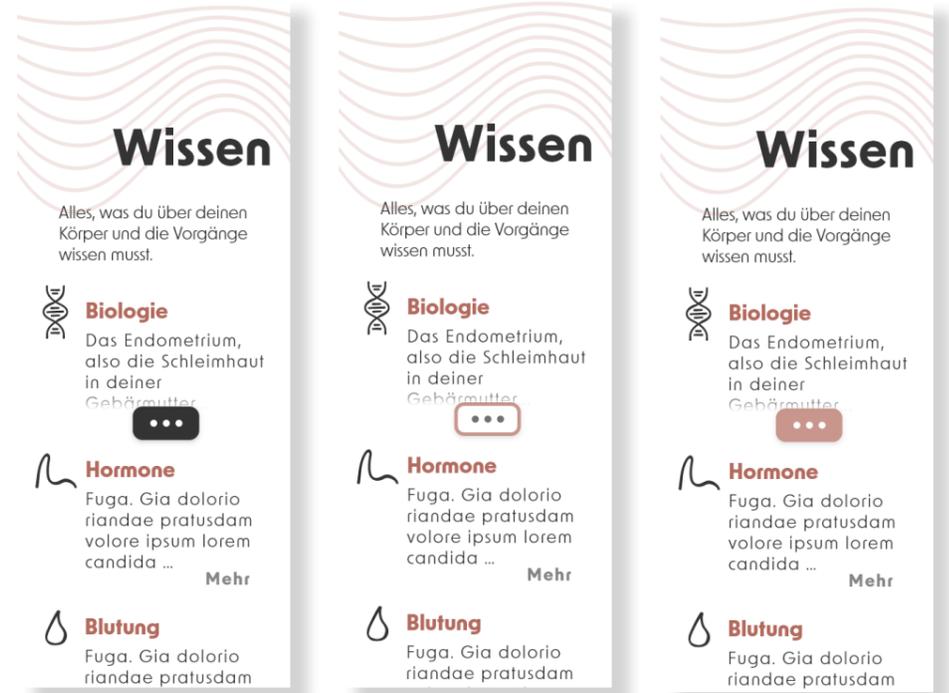
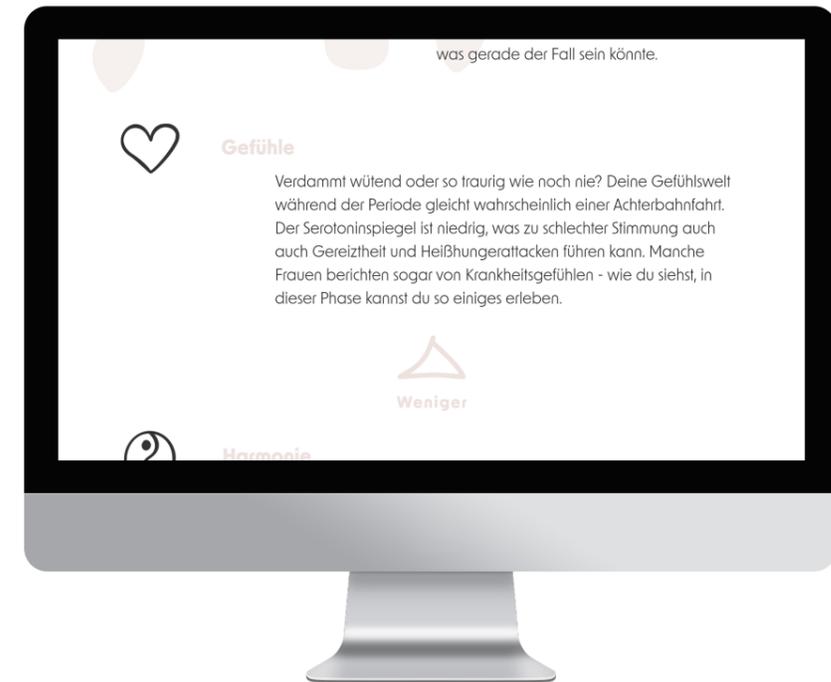




Abb. 130
Finales
Design Mockup



Abb. 131 und 132
Finales (responsive)
Design Mockup



Da nach dem Mobile first Ansatz gestaltet wurde, ist rechts das vollständige Projekt für das Smartphone in Adobe XD zu sehen. Die Designs wurden für das iPhone 13 sowie für einen Desktop entwickelt. Die untere Abbildung zeigt das Prototyping zwischen den einzelnen Seiten. Das Programm eignet sich gut zur Erstellung von Prototypen. Auf der anderen Seite gibt es auch einige Kritik an Adobe XD. Es bietet leider nur den Einsatz von Sounds von maximal 5 Sekunden Länge, sodass die Sprachnachrichten in der Postproduktion eingefügt wurden. Auf der Menstruationsseite sind dazu drei Animationen dieser Nachrichten angelegt, die exemplarisch für alle anderen Sprachnachrichten stehen. Wie erwähnt spielen sie im User Testing keinen Ton ab. Ebenfalls exemplarisch ist das Aufklappen einzelner Textbausteine auf der Menstruationsseite dargestellt. Die Themen Biologie, Hormone und Blutung lassen sich jeweils einzeln aufklappen, um der Nutzerin zu demonstrieren, wie die Animation aussieht. Um eine Übersicht über alle Texte zu geben und trotzdem das Prototyping nicht zu verwinkelt werden zu lassen, sind alle anderen Unterseiten jeweils in einer eingeklappten und vollständig ausgeklappten Version angelegt. Dabei gibt es auch anzumerken, dass dadurch die Animation des Auf- und Zuklappens der Textbausteine, leider nicht an einen bestimmten Ort gebunden werden kann. Klickt man also beispielsweise, um den Baustein „Gefühle“ zu öffnen, lädt die Seite beispielsweise am Ort „Blutung“.

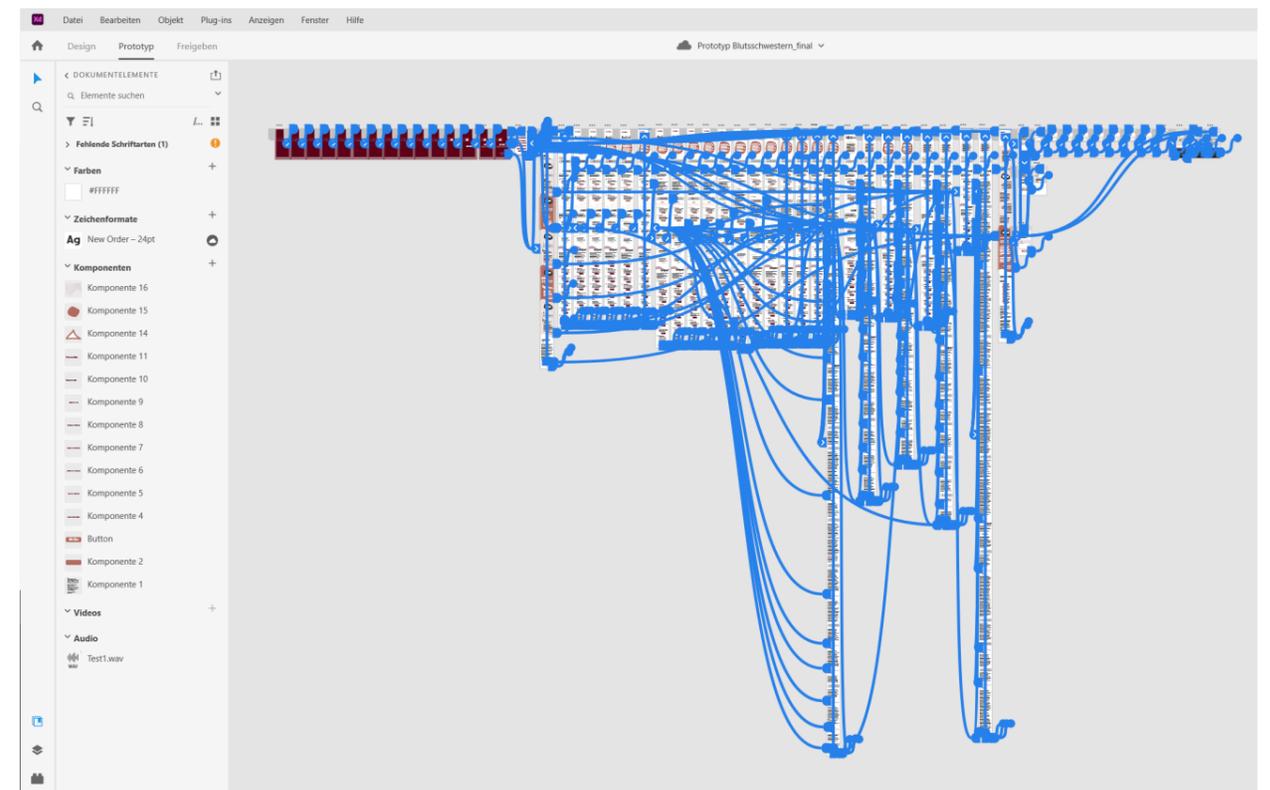
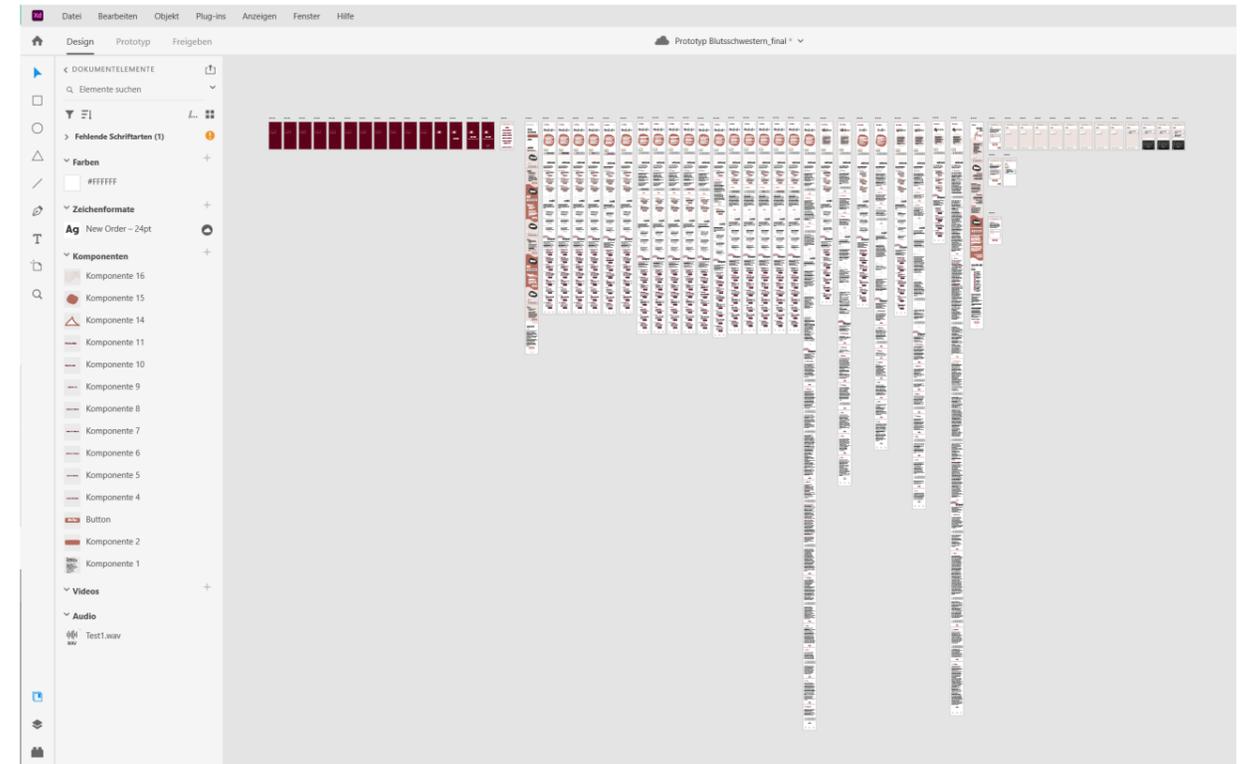


Abb. 133 und 134
Übersicht Seiten und Prototyping

Kapitel 6

Fazit

Jahrelang wurde die Periode als unrein angesehen. Scham und Ekel haben sich über Jahrzehnte aufgebaut. Die vorliegende Arbeit zeigt, dass diese internalisierten Ansichten durch die Tabuisierung und Stigmatisierung auch heute noch Probleme für Menstruierende nach sich ziehen. Insbesondere das fehlende Wissen und der ausbleibende Austausch darüber verstärken dies zusätzlich. Obwohl dies den meisten Frauen bewusst ist, zeigen Verhaltens- und Denkweisen, dass allein eine Veränderung nicht möglich ist. Hier setzt die Kampagne „blutsschwestern“ an, die gemeinsam gegen die Tabuisierung vorgeht.

Um den Betroffenen ein gutes Erlebnis mit der massenmedialen Anwendung der Kampagne auf der Website zu ermöglichen, liegt ein Schwerpunkt der Arbeit auf dem User Experience Design. Hier zeigen sich die größten Chancen, die Joy of Use zu erreichen und dadurch schlussendlich den emotionalen Bedürfnissen der jungen Frauen zu begegnen. Hilfreich sind dabei die zusammengefassten und auf Design übertragenen psychologischen Konzepte von Yablonksi. Nicht nur bieten sie umfangreiches Wissen, wie die Designerin sich in die Perspektive des Nutzers begeben kann, um eine positive Erfahrung zu schaffen. Sie sind gleichzeitig ein hilfreicher Leitfaden, an dem man sich im Zweifel immer wieder erinnern kann, um die Zielgruppe nicht aus den Augen zu verlieren.

Im finalen Design sind daher auch viele dieser Aspekte eingeflossen. Es finden sich gewohnte Funktionen wie das Burgermenü und Button (1. Gesetz). Schnell erreichbare Wege durch Verknüpfungen unter den Seiten (2. Gesetz) sowie eine möglichst einfach verständliches Informationsdesign und gleichzeitig gut verständliche Inhalte und Texte (Gesetz 3). Es ist außerdem versucht worden, komplexere Inhalte zu unterteilen, insbesondere mit dem Einsatz von Sprachnachrichten in großen Textblöcken (Gesetz 4). Wie vorausschauend das Design ist, kann in zukünftigen Tests durch Userinnen bewertet werden. Auch bei der Zugänglichkeit (Sprachnachrichten als Text für Gehörlose) ist noch Spielraum nach oben (Gesetz 5). Auch Schlüsselmomente lassen sich im späteren Verlauf besser identifizieren und mit den geplanten Highlights abgleichen (Gesetz 6). Der ästhetische Grundsatz (Gesetz 7) und der bewusste Einsatz von Kontrasten (Gesetz 8) – Farben, Größen, Schriftschnitte – ist bedacht. Die Hierarchie ist auf die kleinste Einheit heruntergebrochen (Gesetz 9) und Rückmeldungen sind eingebaut, beispielsweise beim Laden der Landingpage oder nach Abschicken des Feedbackformu-

lars (Gesetz 10).

Insgesamt ist mithilfe der vorangegangenen Recherche und dem vertiefenden Wissen ein umfängliches, responsives Webdesign entstanden, das als Medium zur Informationsvermittlung vollkommen seinen Zweck erfüllt. Der nächste Schritt wären Tests von Userinnen und das erneute Umsetzen von möglichem Feedback und Schwierigkeiten in der Nutzererfahrung, um die Website noch weiter zu verbessern und für eine rundum positive User Experience zu sorgen.

Durch diese präventive Möglichkeit schafft die vorliegende Arbeit einen großen Beitrag zur Enttabuisierung und Entstigmatisierung der Periode in der westlichen Gesellschaft. Sie trägt ihren Teil dazu bei, dass die jungen und alten Menstruierenden in Frieden und im Einklang mit ihrem Körper leben können. Weiblichkeit und der weibliche Körper mit all seinen facettenreichen Schönheiten dürfen die Normalität sein. In diesem Sinne steht das Claim von „blutsschwestern“ als Leitsatz für diesen befreienden Gedanken: Bleib im flow.

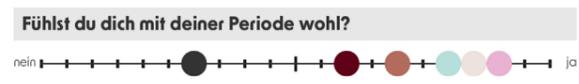
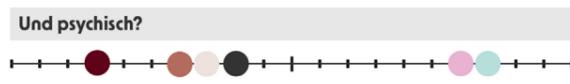
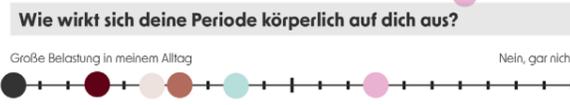
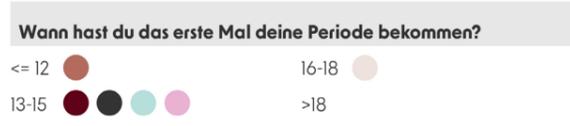
“THE SEPARATION OF FEMININE AND MASCULINE HAS TORN US INTO PIECES. THE BALANCE [...] WILL BRING US BACK TO PEACE”

- REENA KUMARASINGHAM, AUTHOR⁸³

Anhang

A Umfrageauswertung

Umfrage für die Aufklärungskampagne „blutsschwestern“ - Daten gesammelt: 16.04.2022 - 16.05.2022



B Corporate Identity von „blutsschwestern“ entwickelt von Franziska Lorencis



Inhalt

- Philosophy 3
- Values 5
- Vision 6
- Volunteer 7
- Persona 8
- Corporate Behaviour 9**
 - Hey, Du! 10
 - Feels 10
 - Ups, Stress? 11
 - Psst 12
 - Atmo 12
- Corporate Communication 13**
 - Intern 14
 - Extern 15
 - Wie bitte, bitte? 16
- Corporate Design 17**
 - Look & Feel 18
 - Logo 19
 - Claim 22
 - Typo 23
 - Farben 24
 - Design Elemente 25
 - Emojis 26
 - Illustrationen 27
- Impressum 28

Philosophy

Wir bieten jungen Menstruierenden eine Informationsquelle, in der sie sich gesehen & gehört fühlen.
 „Blutsschwestern“ ist die erste non-profit Aufklärungskampagne, die humorvoll, zeitgemäß und empathisch die Menstruation enttabuisiert. Wir fokussieren uns auf junge Menstruierende in Deutschland, die ihre ersten Jahren mit der Periode erleben. So helfen wir ihnen, einer periodenbedingt schambehaftete Lebensweise vorzubeugen.

Aufklären. Unterstützen. Zuhören.

In einer Zeit des aufblühenden Feminismus holen wir das Thema Periode aus dem Schatten in das Licht.

Values

- EINFÜHLSAMKEIT** Alle Emotionen sind willkommen. Wir bieten eine Informationsquelle, in der keine Gefühle „schlecht“ sind oder eine Frage „dumm“ ist.
- EMPOWERMENT** Wir sind ein Team und jede Person, die mit uns in Kontakt tritt, gehört dazu! Wir unterstützen, ermutigen und feiern uns. Auf ein Leben ohne Stigmatisierung und Tabuisierung!
- UNVERBLÜMTHEIT** Wie, sowas sagt man nicht? Na aber hallo! Nichts bleibt ungesagt - wo kommen wir denn dahin, wenn wir natürliche Körperfunktionen totschweigen?
- LEICHTIGKEIT** Mit Humor und Lachen lebt sich schöner - wir legen deshalb einen besonderen Wert auf ein harmonisches, lockeres Miteinander.

Vision

Für eine Welt, in der Menstruierende nicht mehr unter der Tabuisierung ihrer Periode leiden.

„Intuition, Achtsamkeit und Entspannung - ich bin endlich im Einklang mit meinem Körper. Ich lebe und liebe meinen Zyklus. In Hochphasen nutze ich meine Leistungsstärke, in Tiefphasen gebe ich mich vollständiger Entspannung hin. Die Periode ist kein Tabuthema mehr - im Gegenteil! Ich spreche gerne darüber und ermutige so andere Frauen und Menstruierende dazu, sich ebenfalls mit sich selbst zu beschäftigen.“

- Fabienne, 19

Volunteer

Du kennst eine Person, die sich auch ehrenamtlich für die Enttabuisierung einsetzen möchte? Prima! Gib ihr gerne folgende Infos und wenn für sie alles passt, gerne auch unsere Kontaktdaten. Wir melden uns dann bei ihr zurück!

become a team member

Du bist auch genervt von Sätzen wie „Hast du etwa deine Tage?“ oder „darüber spricht man nicht!“? Oder hast du selbst die Menstruation als etwas schambehaftetes kennengelernt und möchtest, dass diese Scham der Vergangenheit angehört?

Wir können immer Leute in unserem Team gebrauchen, die ...

- » sich ehrenamtlich für die Enttabuisierung & -stigmatisierung der Menstruation einsetzen
- » jungen Menstruierenden eine helfende Hand bieten oder
- » organisatorische oder soziale Verpflichtungen übernehmen wollen.

Du bist locker, aufgeschlossen und hast es satt, nur mit Hand vor dem Mund das blutige Thema anzusprechen? Du kannst dich gut in andere Menschen hinein fühlen und weißt, wann du sprechen und wann du lieber nur zuhören solltest? Dann meld dich bei uns - wir freuen uns auf dich.

Danke, dass es dich gibt.

Behaviour

do's & don't's, aye?

Personna



Hi, ich bin Fabienne Wartner

Wenn du deinen Körper verstehst und mit ihm zusammenarbeitest ... dann bist du im Flow. Und plötzlich ist alles so einfach.

Shortbio

Ergreift gerne die Initiative, ist politisch interessiert (grün-links) und lebt einen bewussten, vegetarischen Lebensstil.

Hobbys

Feiern, Fitnessstudio, Lesen, Yoga

Job

Aushilfe, Eisdieler

Marken



Soziale Medien



Schülerin am Gymnasium | 19 Jahre | Wohnt bei den Eltern in Lemgo

Fabienne ist eine aufgeschlossene, selbstbewusste und ruhige Person. Sie möchte ihr Leben im Einklang mit sich und ihrem Körper leben. Sie engagiert sich stark für feministische Aktionen und steht in erster Reihe bei umweltpolitischen Aktivitäten. Ein ausgeglichener Lebensstil ist ihr wichtig - sie geht gerne feiern, gleichzeitig beschäftigt sie sich mit Achtsamkeit und Persönlichkeitsentwicklung. Sie saugt Wissen auf wie ein Schwamm und ist Feuer und Flamme bei Themen, die sie weiterbringt und wo sie andere unterstützen kann.

Ziele

- » Körperbewusstsein fördern
- » Andere Frauen unterstützen
- » Selbstliebe bei sich und anderen fördern
- » Periode & Zyklus verstehen, um nach ihm zu leben

Painpoints

- » (Verwirrende) Informationsflut im Internet
- » Emotionslose Herangehensweise in Schule & Arztpraxen
- » Mit eigenem Körper alleine gelassen werden
- » Keine Person im Umfeld, die wirklich Bescheid weiß
- » Patriachale Strukturen & Denkweisen

Persönlichkeit



Hey, Du!

Feels

Alle KampagnenaktivistInnen sind angehalten, sich zu Duzen. Dadurch wird die nötige Nähe geschaffen, um die Thematik Menstruation menschlich und schambefreit in den Mittelpunkt zu stellen. Auch nach außen hin, beispielsweise bei Preseterminen oder Sponsoringgesprächen, sollen die AktivistInnen sich nur mit ihrem Vornamen vorstellen und ihren Nachnamen nur bei Rückfrage nennen. Sie sollen bei Beginn fragen, ob ein Gespräch auf Du-Ebene in Ordnung ist und somit aktiv selbst für eine entspannte Gesprächsbasis sorgen.

Empathie - Sei da, aber überfordere sie nicht

Die AktivistInnen werden durch verschiedene Empathie-Übungen darin geschult, den Zielpersonen einfühlsam zu begegnen. Unter anderem durch Rollenspiele oder Tests.

Turn down the volume

Das Gefühl von Sicherheit und Geborgenheit wird durch eine ruhige Atmosphäre geschaffen. Zuhören statt Zuquatschen.

Ups,
Stress?

Etwaige Konflikte und Streitigkeiten innerhalb der Kampagnencrew sind sofort anzusprechen, jedoch unter Einbehaltung der folgenden Kriterien:

- » **Persönlich und diskret**
 - Konflikte werden persönlich besprochen. Besteht diese Möglichkeit nicht, werden diese via Telefonat besprochen. Keine schriftlichen Konfliktgespräche, bspw. via WhatsApp oder Mail.
 - Konflikte werden nicht in der Öffentlichkeit und besonders nicht vor der Zielgruppe ausgetragen
- » **Auf Augenhöhe**
Keine Beleidigungen, Diskriminierungen, etc.
- » **Unparteiischer Gesprächsführer, Streitschlichter**
Es besteht immer die Möglichkeit, jemanden aus dem Team zu fragen, das Gespräch zu leiten und somit etwaige emotionale Reaktionen abzufangen.

Psst...

Umgang mit Zielgruppen-Informationen

Alle AktivistInnen sind dazu verpflichtet, sämtliche Gespräche mit den Zielpersonen vertraulich zu behandeln und nur mit Zustimmung dieser mit anderen Teammitgliedern zu besprechen. Nach außen hin herrscht striktes Geheimhaltungsgebot. Bei Eintritt in das Team wird die Verschwiegenheitserklärung unterschrieben.

Präsenz, Leichtigkeit und Herzlichkeit

Überall, wo die AktivistInnen mit ihrer Zielgruppe in Berührung kommt, soll eine wohlige Atmosphäre erzeugt werden. Die AktivistInnen sollen präsent, aber nicht aufdringlich sein. Präsenz wird u.a. durch das Smartphone-Verbot gezeigt, die AktivistInnen sollen sich einladend positionieren – sprich nicht in Teamgrüppchen, sondern einzeln verteilt. Aktive, freundliche Blicksuche bei den Zielpersonen mit herzlicher Begrüßung. Keine Gespräche aufzwingen.

Communication

let's talk about...talks?

Intern

Teamzeitung

Pro Monat wird eine digitale Teamzeitung erstellt, in der die erreichten oder nicht-erreichten Kampagnenziele erläutert werden. Außerdem werden mögliche Fortbildungsprogramme oder Teamfeste angekündigt. Auch können Bilderreihen von Messe- und Schulauftritten mit zugehörigen Berichten eingebunden werden. Die Teamzeitung wird via einen internen Newsletter versendet

Regelmäßige Feedbackrunden

Monatlich gibt es eine große Teamsitzung, bevorzugt live, wenn jedoch nicht anders möglich via Videokonferenz. Hier können bspw. Meilensteine gesetzt und rekapituliert werden. Genaue Themenpunkte werden individuell festgelegt.

Buddy

Sobald ein neues Teammitglied begrüßt wird, bekommt diese eine Buddy zugewiesen. Diese dient für die erste Zeit als Ansprechpartnerin für Fragen und Problemen.

Extern

Klassenbesuche

Pro Schuljahr halten die AktivistInnen einen Vortrag in Schulen, die sich online auf die Vortragsliste eingetragen haben. Wie die Vorträge gehalten werden, spricht ob in einer bestimmten Jahrgangsstufe oder stufenübergreifend, wird individuell vorab festgelegt. Anschließend steht das Team mit ihrem Stand für SchülerInnen-Fragen bereit.

Soziale Medien

Zunächst soll die Kampagne nur via Instagram- und TikTok-InfluencerInnen in die sozialen Medien genannt werden. Zukünftig ist ein eigener Social Media-Auftritt auf Instagram, TikTok und YouTube denkbar.

E-Mails

Vorgefertigte Signatures und Textbausteine vereinfachen die Kommunikation. Die E-Mail-Adressen der AktivistInnen werden nach folgendem Muster angelegt: vorname@blutsschwestern.org

Wie bitte, bitte?

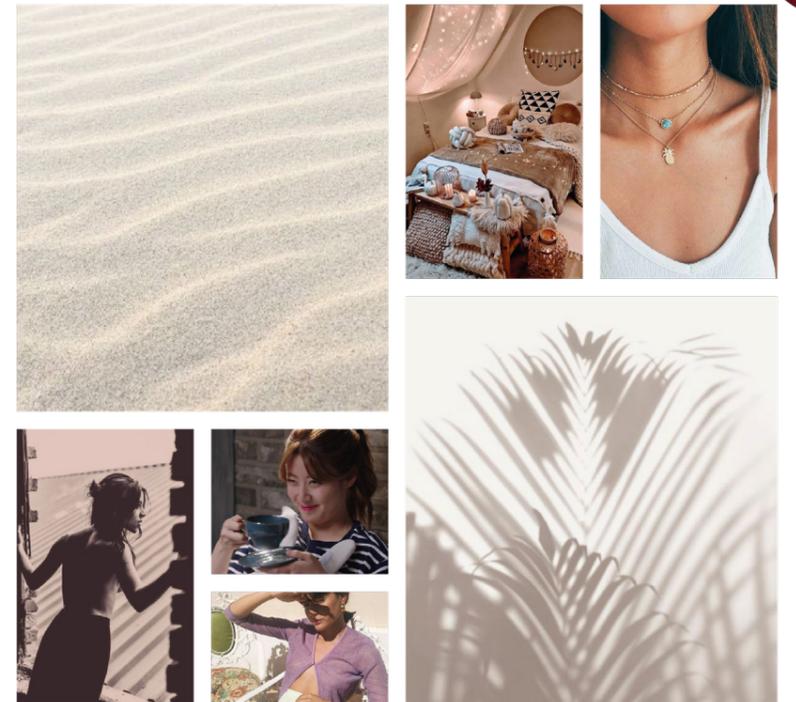
Die Sprache

Nach außen und innen wird nur die Duz-Kultur mit direkter Ansprache gepflegt. Außerdem gibt es keine förmliche Unterscheidung zwischen Groß- und Kleinschreibung. Es wird immer „du“ geschrieben, außer an Satzanfängen. InteressentInnen werden mit ihren Vornamen angesprochen. Es wird sich nur mit dem eigenen Vornamen vorgestellt, nur auf Nachfrage wird der Nachname genannt. Leichte Sprache, „Denglisch“ ist erlaubt.

Design

Be creative, but please consider ...

Look & Feel



Logo

Wort-Bild-Marke

Das Logo besteht zum einen Teil aus einer Bildmarke, die in angedeuteter Kreisform auf die vier Zyklusphasen hindeutet. Die Wellen, vor allem die dunkelrot gefärbte, zeigt den Verlauf der Östrogenlinie während des Zyklus. Der Titel der Kampagne ist in der Hausschrift in Kleinbuchstaben geschrieben. Wirkung dadurch ruhig und entspannt.

Es ist primär die Wort-Bild-Marken-Kombination zu verwenden. Die ausschließliche Verwendung der Bildmarke ist bei interner Kommunikation sowie in Fällen, wo die Marke bereits etabliert und bekannt ist, möglich.



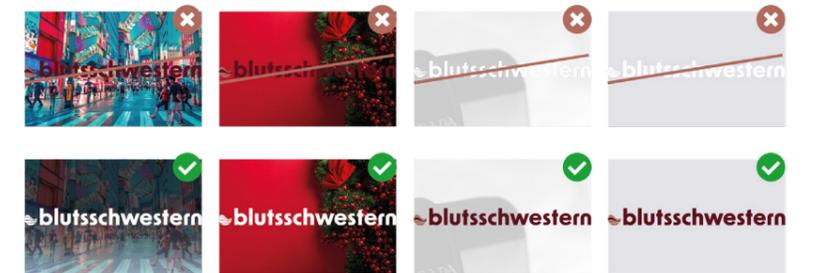
Logo

Nicht zulässige Logos & Hintergründe

Farbe & Form des Logos dürfen nicht verändert werden, ebenso dürfen keine weiteren Effekte wie bspw. Schlagschatten oder Konturen angewandt werden.



Das Logo darf nicht auf zu unruhige Hintergründe gesetzt werden. Die Farbvariante ist entsprechend individuell auszuwählen.



Logo

Farbvarianten

Normal

Negativ / Weiß



Schutzzone

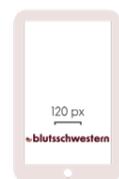
Ausgangslage für die Größe der Schutzzone ist die Höhe des Logos (h). Jeweils oben und unten sowie an den Seiten ist ein Mindestabstand in der Höhe des Logos einzuhalten. Innerhalb dieser Schutzzone dürfen keine Elemente platziert werden.



Mindestgröße

Festlegung der Mindestgrößen für den Digital- und Druckbereich.

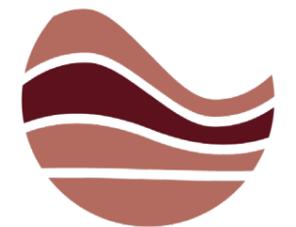
Druck: Breite min. 500 mm
Digital: Breite min. 120 px



Claim

Der Claim komprimiert das Kampagnenziel: „bleib im flow“ beschreibt, dass alle Menstruierenden ihre Hoch- und Tiefphasen annehmen sollen. Es erinnert daran, nicht gegen sich selbst und den eigenen Körper zu kämpfen, sondern die Zyklusphasen liebevoll zu begrüßen.

Der Claim kann textlich oder in Kombination mit der Bildmarke des Logos verwendet werden.



bleib im flow

Typo

Hausschrift: New Order

New Order ist eine runde Sans Serif-Font. Durch ihre modern geometrische Form wirkt sie ruhig und stabil.

Für Fließtext & Überschriften.

Sondertext: Light
Fließtext: Regular
(Unter-)Überschriften: **Bold**

Überschrift H1

Unterüberschriften

Fließtext Tus alibeac uosam, corem et latur, ea- quia dita poris estrupt atunt quae nimus milicid ute nectur aborae illor abo. Evernam fugia cus apit offic temoloretrum qui cupta doluptate.

Sondertext.

Vesterley als Display Font

Die Vesterley ist eine geschwungene Handwriting-Font. Als Ergänzung zur Hausschrift lockert sie auf und bringt Menschlichkeit durch Imperfektion hinein.

Als Blickfang.

Display Font

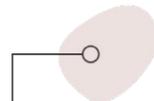
Farben

Schriftfarbe



Dunkelgrau

Pantone 446 RGB 51/51/51
CMYK 64/54/ 51/68 HEX #333334

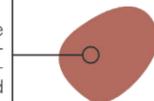


Rosa-Beige

Pantone 482 RGB 238/226/223
CMYK 7/12/11/0 HEX #EEE2DF

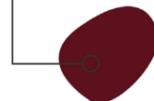
Rot & Beige

Angelehnt an die unterschiedlichen Verfärbungen des Vaginausfluss während des Zyklus



Toskanarot

Pantone 7525 RGB 178/107/94
CMYK 18/59/53/21 HEX #5E0017

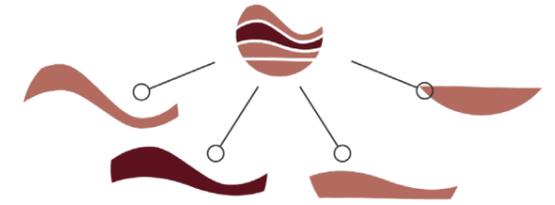


Dunkelrot

Pantone 505 RGB 94/0/23
CMYK 18/99/95/67 HEX #5E0017

Emojis

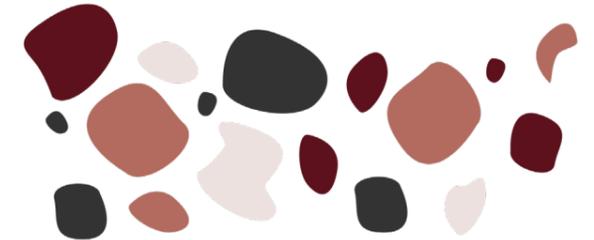
Teile des Logos
verschiedene Sättigungsstufen & Farben erlaubt



Strichwellen
verschiedene Sättigungsstufen & Farben erlaubt



Runde Kleckse
verschiedene Sättigungsstufen & Farben erlaubt



Die Emojis werden in den Nachrichten-Grafiken als Eyecatcher & Veranschaulichung für Emotionen eingesetzt. Die lizenzierten Emojis dafür können im Intranet heruntergeladen werden.



Icons

27 / 28

Die Icons können verwendet werden, um verschiedene Themen zu visualisieren. Sie können im Intranet heruntergeladen werden.



28 / 28

Impressum

Diese CI ist Teil der Bachelorarbeit von Franziska Lorencis

Matrikel-Nr.: 15392092 | TH OWL
 Erstprüferin: PROF.'IN DIPL.-DES. Anke Stache
 Zweitprüferin: M.A. Susann Ehrig

August 2022

Konzept d. Aufklärungskampagne

Sarah Schünemann & Franziska Lorencis

Konzept & Gestaltung der CI & des Booklets

Franziska Lorencis

Redaktion

Franziska Lorencis

Design Logo & Claim

Franziska Lorencis

Farb- & Typowahl

Franziska Lorencis

Design Design-Elemente, Icons

Franziska Lorencis

Emojis

©keep_calm, freepik.com, Big set of emoticon smile icons, cartoon emoji set, emoticon set

Foto Cover

@halayalex, freepik.com, Two young beautiful smiling hipster girls in trendy summer casual clothes, carefree women chatting in veranda terrace cafe and drinking coffee, positive models having fun and communicating @halayalex - freepik.com

Fotos Moodboard

© Pinterest, design-seeds.com, Sand Tones; © Pinterest, mydomaine.com, 40 Small Bedrooms That Don't Skimp on Style; © Pinterest, happinessboutique.com, Hey Happiness Blog; © Pinterest, deno-licina.com, Eine Frau mit einem weichen Kern und einem sarkastischen Verstand, liebt anders. - Der Poet; © Pinterest, dramabeans.com, Suspicious Partner: Episodes 7-8 » Dramabeans Korean drama recaps; © Pinterest, whowhatwear.co.uk, 63% of You Just Confirmed You'd Rather Go Braless, But I'm Still Not Sure; © Pinterest, rawpixel.com, Download premium image of Aesthetic iPhone wallpaper, minimal beige background by Teddy about palm tree shadow, iPhone wallpaper, minimalist iPhone background, beige minimalist wallpaper, and leaves shadow 4060007

Foto Persona

Model: Tashi Rodriguez - Fotograf:in: Unbekannt

C Texte/Inhalte Website von Franziska Lorencis und Sarah Schünemann zusammengetragen

Allgemeinwissen

Fruchtbarkeit

Mit Beginn der Pubertät beginnt deine fruchtbare Zeit - zwischen 18 und 25 Jahren bist du an deinem Höhepunkt angelangt. Ab dann wird es immer schwieriger schwanger zu werden.

Innerhalb eines Zyklus bist du etwa 5 bis 6 Tage fruchtbar: Nach deinem Eisprung ist die Eizelle etwa 12 bis 24 Stunden befruchtungsfähig. Spermien können jedoch bis zu 5 Tage in deinem Körper überleben, sodass du eben beispielsweise vier Tage vor deinem Eisprung ungeschützten Sex haben und dadurch schwanger werden kannst.

Dein Fruchtbarkeitsfenster kannst du bestimmen, indem du deine Zykluslänge berechnest: Dein Zyklus beginnt am ersten Tag deiner Periode und endet am letzten Tag vor dem Einsetzen deiner nächsten Periode. Dein Eisprung findet dabei etwas zwei Wochen vor dem Einsetzen deiner nächsten Periode statt.

Wenn du beispielsweise ausgerechnet hast, dass dein Zyklus 34 Tage lang ist findet dein Eisprung ca. am 20. Tag statt. Aber fruchtbar bist du zwischen dem 15. und 20. Tag.

Es kann aber auch sein, dass du einen sehr unregelmäßigen Zyklus hast - da kann das Berechnen schwierig und ungenau werden. Du kannst jedoch anhand folgender Symptome deine fruchtbaren Tage einschätzen:

1. Deine Aufwachttemperatur (Basaltemperatur) steigt ca. 24 bis 48 Stunden nach deinem Eisprung um ca. ein halbes Grad an. Miss also über einen längeren Zeitraum hinweg morgens deine Temperatur und du kannst im Nachgang feststellen, ob dein Eisprung wahrscheinlich schon stattgefunden hat oder nicht.
2. Dein Zervixschleim verändert sich im Laufe des Zyklus - je dünner und klarer er ist, desto näher befindest du dich am Eisprung. Sobald er sich verdickt und milchiger wird hat dein Eisprung bereits stattgefunden.
3. Du kannst außerdem deinen Muttermund ertasten und anhand seiner Beschaffenheit einschätzen, in welcher Phase du dich gerade befindest. Dies erfordert jedoch etwas Übung: Führe deine sauberen Finger in deine Vagina ein, du wirst irgendwann einen runden Knubbel oder Zapfen spüren - dies ist dein Muttermund. Fühlt er sich hart an bist du vermutlich in der unfruchtbaren Phase. Ist er hingegen weich deutet das auf die fruchtbare Phase hin.

Hormone

Dein Zyklus wird von vier Hormonen beeinflusst:

1. FSH - Das follikel-stimulierende Hormon
 Dieses Hormon übernimmt - wie der Name schon sagt - einen wichtigen Part in der Reifung des Follikels. Es wird in der Hirnanhangsdrüse gebildet und auch Männer haben es: Während es bei den Frauen für die Reifung von Eibläschen verantwortlich ist, regt es beim Mann die Spermienbildung an.
 Good to know: Ein niedriger FSH-Wert kann auf eine Schwangerschaft, ein hoher auf eine Funktionsstörung in den Geschlechtsorganen hindeuten.
2. LH - luteinisierendes Hormon/Luteotropin
 Im Vorlappen der Hirnanhangsdrüse wird das Hormon LH produziert, das schließlich deinen Eisprung auslöst. Wenn mehr Östrogen im Körper gebildet wird, setzt das Gehirn mehr LH frei - so wird schließlich der Eisprung ausgelöst. Auch dieses Hormon ist

bei Männern ebenfalls vorhanden - bei ihnen ist es für die Produktion von Testosteron in den Hoden verantwortlich.

Good to know: Ist dein LH-Wert zu niedrig, können deine Eierstöcke nicht richtig funktionieren - dies passiert beispielsweise, wenn du die Pille nimmst. Ein erhöhter Wert ist während des Eisprungs normal und gewollt.

3. Östrogene

Die weiblichen Geschlechtshormone Östrogene bestehen aus drei Hormonen: Östron, Östradiol und Östriol. Sie sorgen für das Heranwachsen des unbefruchteten Eis und verändern deinen Zervixschleim. Aber sie wirken auch bei dem Aufbau der Gebärmutter Schleimhaut mit und wirken sich auf deinen Stoffwechsel, deine Knochenbildung und deinen Brustwuchs aus. Außerdem können sie der Grund für einen erhöhten Cholesterinspiegel oder Wassereinlagerungen sein. Auch Männer haben diese Östrogene - zwar deutlich weniger, aber sie sind für ihren Stoffwechsel wichtig und werden im Hoden gebildet.

Besonders Östradiol schwankt um den Eisprung herum, ein Anstieg kann auf eine Schwangerschaft hindeuten - aber auch auf Nieren- oder Leberschädigungen oder Tumore. Wenn ein niedriger Wert festgestellt wird können Störungen der Eierstöcke oder des Hypophysenvorderlappens schuld sein.

4. Progesteron - Gelbkörperhormon

Nach deinem Eisprung kommt es zu einem Anstieg deines Progesteron-Niveaus - sollte nämlich eine Schwangerschaft vorliegen, ist es für ihre Aufrechterhaltung verantwortlich. Es sorgt für eine bessere Durchblutung und eine Erhöhung der Körpertemperatur. Wenn keine Einnistung stattgefunden hat wird immer weniger Progesteron produziert bis schließlich deine Periode einsetzt.

Ein Anstieg nach dem Eisprung und während einer Schwangerschaft ist normal.

Auslöser für Unregelmäßigkeiten im Zyklus oder einem unerfüllten Kinderwunsch deutet auf einen zu niedrigen Progesteronwert hin.

Erkrankungen

Ist deine Periode besonders schmerzhaft oder unregelmäßig, kann das gegebenenfalls bedeuten, dass eine pathologische Ursache vorliegt - du also eine Krankheit hast. Auch wenn dein Ausfluss möglicherweise anders riecht oder eine seltsame Konsistenz hat, kann das darauf hindeuten. Die häufigsten, wenn auch nicht regelmäßig vorkommenden Erkrankungen sind PCOS, Endometriose, bakterielle und Pilzinfektionen. In jedem Fall solltest du mit deiner Frauenärztin sprechen, wenn dir etwas nicht richtig vorkommt!

PCOS ist das Polyzystische Ovar Syndrom. Sie ist eine der häufigsten Hormonstörungen. Seltene oder fehlende Regelblutungen, verstärkter Haarwuchs im Gesicht und am Körper, Akne aber auch unerfüllter Kinderwunsch können Anzeichen für dieses Krankheitsbild sein. Dabei ist vor allem das Gleichgewicht der Geschlechtshormone gestört und es werden zu viele männliche Hormone (Androgene) gebildet. Dieser Überschuss verhindert einen normalen Zyklus und zieht zahlreiche andere Probleme und Beschwerden nach sich. Dazu zählt z.B. Vermännlichung. Ist eine Diagnose erfolgt, kann die Erkrankung gut behandelt werden und du führst schon bald ein beschwerdefreies Leben!

Endometriose ist eine gutartige, oft chronisch verlaufende Erkrankung, die zwischen Pubertät und Wechseljahren auftritt. Bei der Endometriose kommt es zu einer Veränderung im Körper der Frau, sodass Gebärmutter Schleimhaut auch außerhalb der Gebärmutterhöhle wächst. Das Endometrium kann dabei z.B. im Bereich der Eierstöcke, der Scheide, des Darmes, in oder auf der Harnblase, aber auch außerhalb des Becken- oder Bauchraumes vorkommen. Das

schleimhautähnliche Gewebe verhält sich außerhalb der Gebärmutter wie die Schleimhaut innerhalb der Gebärmutter: es wächst und blutet unter dem Einfluss der weiblichen Geschlechtshormone. Endometriose kann zu Schmerzen - typischerweise vor und während der Menstruation oder beim Geschlechtsverkehr - führen. Die Gewebeansiedlungen (Herde) können jedoch auch chronisch verlaufen und mit starken Schmerzen verbunden sein. In Abhängigkeit vom Sitz der Endometrioseherde sind auch Rücken-, Unterleibsschmerzen sowie Schmerzen bzw. Funktionsbeeinträchtigung beim Entleeren der Harnblase oder des Darmes und unregelmäßige Blutungen möglich. Die Schmerzen werden oft als krampfartig erlebt und können von Übelkeit, Erbrechen und Durchfall begleitet sein. Ihre Intensität hängt jedoch nicht von der Größe der Herde oder dem Ausmaß der Endometriose ab. Auch ein kleiner Herd kann mitunter sehr starke Schmerzen verursachen bzw. eine ausgeprägte Endometriose beschwerdefrei verlaufen. Im Verlauf der Erkrankung können sich Endometrioseherde vergrößern oder sich Zysten bilden. Endometriosezysten an den Eierstöcken (Endometriome), Herde an Eileitern oder Gebärmutterbändern können die Fruchtbarkeit mindern.

Bakterielle Infektionen wie Chlamydien sind sexuell übertragbare Krankheiten. Eine genitale Chlamydieninfektion verursacht bei Frauen in erster Linie eine Entzündung des Gebärmutterhalses, bei Männern eine Entzündung der Harnröhre. Die Infektion verläuft oft unbemerkt, kann aber Spätfolgen hinterlassen. Bei Frauen kommt es bei einer Chlamydieninfektion in erster Linie zu Infektionen des Gebärmutterhalses (Zervizitis). Dadurch ist es möglich dass sich die Farbe, der Geruch oder die Menge des vaginalen Ausflusses (Entzündung des Gebärmutterhalses mit eitriger Absonderung) verändert. Auch Zwischenblutungen oder stärkere Regelblutung, Blutungen nach dem Geschlechtsverkehr und Brennen beim Harnlassen sowie verstärkter Harndrang zählen dazu. Einige Frauen haben auch Schmerzen oder Unwohlsein im unteren Bauchbereich.

Aufbau Intimbereich

Die inneren weiblichen Geschlechtsorgane wie Eierstöcke (Ovarien), Eileiter (Tuba uterina), Gebärmutter (Uterus) und Scheide (Vagina) liegen im kleinen Becken oberhalb des Diaphragma urogenitale (dem vorderen Beckenbodenteil) zwischen der Harnblase und dem Mastdarm.

Die Scheide bildet ein hinteres, seitliches und vorderes Scheidengewölbe, das vorne an Harnblase und Harnröhre grenzt. Hinten oben sind das Bauchfell und hinten unten der Mastdarm die Begrenzung.

Die Scham oder Vulva ist der sichtbare, äußere Bereich der weiblichen Geschlechtsorgane. Der Venus- oder Schamhügel liegt vor und oberhalb der Symphyse (Schambeinfuge). Die großen Schamlippen liegen als pralle Hautfalten zwischen den Oberschenkeln, umschließen die Schamspalte und reichen bis zum Damm.

Der Kitzler befindet sich zwischen am vorderen Ende der kleinen Schamlippen. Von der Rück- und Unterseite des Kitzlers ziehen Hautfalten zu den kleinen Schamlippen, die innerhalb der großen Schamlippen liegen und den Scheidenvorhof umgeben.

Brüste

Eine der auffälligsten körperlichen Veränderungen während der Pubertät ist die Entwicklung deiner Brüste. Es kann für dich schön und gleichzeitig etwas beängstigend sein. Wie dir bestimmt schon aufgefallen ist, haben die Brüste von Frauen unterschiedliche Formen und Größen. Aber alle sind normal. Das erste Anzeichen des Brustwachstums sind die Brustknospen.

Es handelt sich dabei um kleine Gewebeverdickungen unter den Brustwarzen. Ob du Brustknospen hast, erkennst du daran, dass der Warzenvorhof (die dunkle Haut rund um deine Brustwarzen) etwas geschwollen aussieht. Brustknospen treten meist im Alter zwischen neun und 13 Jahren zum ersten Mal auf.

Das Brustwachstum läuft nicht immer gleichmäßig ab. Manchmal entwickelt sich eine Brust früher als die andere. Das ist normal. Unsere Körper sind selten symmetrisch. Aber keine Sorge – außer dir fällt es wahrscheinlich niemandem auf, dass eine Seite weiter entwickelt ist. Das braucht dich nicht nervös zu machen! Wenn deine Brüste wachsen, stellst du möglicherweise Dehnungstreifen auf der Haut fest. Auch das ist ganz normal. Viele Frauen haben Dehnungstreifen an den Brüsten. Am Anfang haben diese Streifen meist eine hellrosa Farbe. Sie werden im Laufe der Zeit verblassen. Das Brustwachstum bedeutet, dass sich deine Brustdrüsen entwickeln und größer werden. Oft sind die Brüste und Brustwarzen dann besonders empfindlich. Wenn das der Fall ist, achte darauf, weiche Stoffe zu tragen. Meist ist das Wachstum mit 17 oder 18 Jahren vorbei.

Deine Frauenärztin wird deine Brüste vermutlich regelmäßig abtasten bei deinen Untersuchungen. Du kannst aber auch Zuhause nach Knoten tasten: Stell dich aufrecht hin. Jetzt kannst du mit der flachen Hand systematisch die Brust abtasten. Heb den rechten Arm hoch, um dann mit der linken Hand die rechte Brust zu untersuchen und umgekehrt. Bewege beim Tasten die Finger leicht gegeneinander – du spielst sozusagen Klavier auf der Haut. So lassen sich eventuelle Knoten in unterschiedlichen Tiefen des Gewebes aufspüren.

Sexualität

Durch die hormonellen Umstellungen in der Pubertät, wirst du dort wahrscheinlich zum ersten Mal sexuelles Interesse spüren. Das ist absolut normal. Es ist auch normal, wenn es bei dir vielleicht erst später oder auch gar nicht kommt. Da ist jeder Mensch einfach sehr unterschiedlich. Du musst auch erst entdecken, was für dich richtig ist. Was sich gut anfühlt und was nicht. Während deines Zyklus wirst du vermutlich mal mehr und mal weniger Lust empfinden. Auch das hängt mit deinen Hormonen zusammen. Nimm dich dabei selbst ernst. Mache nichts für andere Menschen oder wenn du es nicht selber willst. Jeder darf über seinen Körper selbst entscheiden.

Es ist übrigens auch vollkommen normal, wenn du dich selber gerne anfasst. So kannst du genau herausfinden, was für dich anregend ist und was dir nicht so gut gefällt. Mach dir keinen Stress, alles kommt zu seiner Zeit.

Ausfluss

Im Laufe deines Zyklus verändert sich dein sogenannter Zervixschleim, der im Gebärmutterhals gebildet wird. Er verhindert, dass Bakterien aus der Scheide in die Gebärmutter eindringen können, indem er einen Propf bildet und damit den Gebärmutterhals verschließt.

Bei Zyklusbeginn, sprich während deiner Periode, wird nur wenig Sekret gebildet. Geht es auf den Eisprung zu, nimmt die Produktion aber Fahrt auf: Zunächst ist er milchig und zäh, je näher aber dein Eisprung rückt wird er klarer bis hin zu durchsichtig. In dieser Phase ist er sehr dünnflüssig und sogar spinnbar, sprich er zieht Fäden wenn du ihn mit deinen Fingern auseinander ziehst. In diesem Zustand können die Spermien wunderbar in die Gebärmutterhöhle hochsteigen. Sobald dein Eisprung stattgefunden hat wird er wieder dicker, zäh und trüb. Als Propf verschließt er wieder den Muttermund, sodass weder Spermien noch Bakterien eintreten können.

Menstruation

Wahnsinn. Meine Gefühle fahren mal wieder Achterbahn. Aber immerhin habe ich heute meine Tage bekommen. Das heißt wohl ich bin doch nicht verrückt.

Biologie

Das Endometrium, also die Schleimhaut in deiner Gebärmutter, wird abgestoßen. Vor der Menstruation ist diese Schicht in Vorbereitung auf eine mögliche Schwangerschaft dick und weich geworden.

Jetzt wird sie abgestoßen, da es nicht zu einer Schwangerschaft gekommen ist. Wenn das Endometrium abgestoßen wird, reißen kleine Blutgefäße, was zu Blutungen führt. Nach einer Weile stoppt die Blutung und die Gebärmutter fängt an, eine neue Schleimhaut aufzubauen.

Hormone

Zu Beginn des neuen Zyklus sind deine Sexualhormone wie Östrogen und Progesteron stabil niedrig. Dadurch kann es sein, dass du wenig Energie hast und schlecht gelaunt bist. Auch Erschöpfung, Krämpfe und Schlaflosigkeit können eine Folge davon sein.

Gegen Ende deiner Menstruation steigt der Östrogenspiegel wieder an. Das wirkt sich auch positiv auf deine Stimmung aus. Du wirst gelassener, hast gute Laune und fühlst dich wieder energiegeladener.

Blutung

Im Durchschnitt verlierst du ca. vier Esslöffel Blut (ungefähr 60 Milliliter). Natürlich verteilt über die gesamte Länge deiner Periode. Dabei wird deine Gebärmutter Schleimhaut aus dem Uterus abgestoßen, das heißt du findest nicht nur flüssiges Blut sondern Gewebeteile in deiner Binde wieder. Die Farbe deiner Blutung kann dabei sämtliche Rottöne annehmen - von Hellrot über Dunkelrot bis Braunrot.

Gefühle

Verdammt wütend oder so traurig wie noch nie? Deine Gefühlswelt während der Periode gleicht wahrscheinlich einer Achterbahnfahrt. Der Serotoninspiegel ist niedrig, was zu schlechter Stimmung auch Gereiztheit und Heißhungerattacken führen kann. Manche Frauen berichten sogar von Krankheitsgefühlen - wie du siehst, in dieser Phase kannst du so einiges erleben.

Harmonie

Viele Frauen fühlen sich am zweiten Tag ihres Zyklus müde und erschöpft. Versuche, deinen Stresspegel, deine allgemeine Arbeitsbelastung und Verantwortlichkeiten zu minimieren. Denk daran, dass eine zu starke Belastung die Schmerztoleranz des Körpers senkt.

Schlaf

Das Absinken des Östrogens und Prostaglandins kann zu Apathie, Schläfrigkeit und Müdigkeit führen. Weitere Symptome wie Flüssigkeitseinlagerungen, Blähungen und Schmerzen können dafür sorgen, dass du dich erschöpft fühlst. Um die Müdigkeit zu verringern, solltest du deine tägliche Routine optimieren:

- Schlafe mindestens 7-8 Stunden am Tag
- Mache wenn möglich ein 30-minütiges Mittagsschläfchen
- Sei körperlich aktiv
- Iss mehr eisenhaltige Nahrungsmittel (Nüsse, Trockenobst, Hülsenfrüchte und dunkles Blattgemüse)

Veränderungen Körper

Die Wassereinlagerungen aus der Lutealphase halten noch kurze Zeit an. Erst wenn die Hormone wieder steigen, verlierst du auch das zusätzliche Gewicht. Das kann auch dein Selbstbild beeinflussen. Vielleicht fühlst du dich generell unwohler in deinem Körper. Einige Menstruierende bekommen Kopfschmerzen während dieser Zeit.

Deine Energie ist am Anfang der Blutung begrenzt, gegen Ende deiner Periode merkst du wahrscheinlich, dass du wieder mehr Kraft hast.

Schmerzen

In den ersten Tagen des Zyklus können die Prostaglandine Übelkeit, Verdauungsstörungen und Darmbeschwerden wie Durchfall hervorrufen. Sie können sogar Schüttelfrost oder Fieber, Schwäche und Schweißausbrüche, Kopf- oder Gliederschmerzen verursachen ähnlich wie bei einer Erkältung. Eine Möglichkeit, die Schmerzen und Entzündungen zu bekämpfen, ist eine erhöhte Zufuhr an Omega-3-Fettsäuren (auch DHA genannt). Wenn es dir deine Ernährung ermöglicht, iss viel Fisch. Vegetarier und Veganer können Leinsamen und Walnüsse nutzen. Aber auch frische Beeren (vor allem Kirschen) und Gewürze wie Kurkuma, Curry und Ingwer können Menstruationsbeschwerden lindern. Auch Lycopin (Tomaten, rosa Grapefruit, Aprikosen) und Bromelain (Ananas) senken die Prostaglandinproduktion und können so Schmerzen lindern. Vitamin B, C, und E sowie Magnesium können wiederum die Kontraktionen der Gebärmutter beeinflussen. Kontraproduktiv sind zu dieser Zeit Nikotin, Koffein und Alkohol.

Unterleibschmerzen kannst du auch mit Aktivitäten entgegenwirken, die schmerzlindernde Hormone ausschütten. Dazu zählen Sport, Sex und das Essen deiner Lieblingspeisen. Doch wenn du auf nichts davon Lust hast, zwing dich nicht dazu. Hör darauf, was dein Körper dir sagt. Du kannst gegen die Schmerzen auch entzündungshemmende Medikamente nehmen (Ibuprofen oder Naproxen) oder eine Wärmflasche verwenden. Es ist übrigens nicht unüblich, dass diese Schmerzen auf den unteren Rücken-, Kreuzbein oder Hüftbereich oder an der Innenseite der Oberschenkel ausstrahlen. Das liegt daran, dass die Schmerzimpulse von der Gebärmutter über die Nervenflechte zum Spinalnerv (am Rücken) geleitet werden.

Viele Frauen haben begleitend durch den Abfall des Östrogenspiegels Kopfschmerzen. Neben Medikamenten kannst du versuchen, Entspannungstechniken wie Atemübungen anzuwenden oder ein Nickerchen zu machen.

Da starke Belastungen die Schmerztoleranz des Körpers senken, ist es wichtig, zu wissen, dass du auch berührungsempfindlicher bist zu dieser Zeit. Kosmetische Eingriffe wie Waxing, Piercings und Tattoos oder Peelings solltest du daher eher verschieben.

Hygiene

Ob Einmalprodukte, nachhaltige Mehrfachprodukte oder eine Kombination aus beidem: bei der Wahl deiner Hygieneprodukte hast du viele Möglichkeiten.

- Tampons: Müssen alle vier bis acht Stunden gewechselt werden, um ein Auslaufen oder eine Bakterielle Infektion zu vermeiden. Ein unangenehmes Gefühl oder Scherzen beim Einführen eines Tampons können daran liegen, dass das Produkt nicht tief genug eingeführt wurde. Physikalisch ist es nicht möglich, in zu weit in den Körper zu schieben. Denk immer daran den Faden vorher zu lösen. Notfalls bekommt man den Tampon aber auch mit den Fingern so wieder heraus.
- Einlagen und Binden: Sollten ebenfalls alle vier bis sechs Stunden gewechselt werden. Einige führen zu Reizungen und Infektionen, vor allem wenn sie aus nicht atmungsaktivem Stoff sind. Sie reduzieren die Luftzirkulation im Schritt. Schweiß kann also nicht verdampfen. DAS erzeugt eine warme, feuchte Umgebung, in der Bakterien wachsen können.
- Menstruationstassen: Haben die längste Dauer und können bis zu 12 Stunden in der Vagina bleiben. Sie fassen zweimal mehr Flüssigkeit als stark absorbierende Tampons. Sie können einfach mit Wasser gereinigt werden. Sind allerdings bei bestimmten Verhütungsmethoden oder Erkrankungen nicht sinnvoll oder möglich. Informiere dich bei deiner Frauenärztin darüber!
- Menstruationsunterwäsche: Periodenslips sind auslaufsichere Höschchen, die während der Menstruation getragen werden. Die Binde ist sozusagen im Slip integriert. Die atmungsaktiven Slips bestehen aus mehreren Stoffschichten, die zwei Aufgaben erfüllen: Flüssigkeit aufsaugen und vom Körper weggleiten sowie vor dem Auslaufen schützen. Damit ist für ein angenehm trockenes Tragegefühl und hygienischen Komfort gesorgt. Der große Vorteil: Periodenslips sind nachhaltig, da sie ganz einfach gewaschen und damit wiederverwendet werden können. Durch das feuchtigkeitsabsorbierende Material wird Flüssigkeit ins Innere des Slips geleitet, die Oberfläche bleibt angenehm trocken. Außerdem sorgt das Funktionsmaterial mit seinen antibakteriellen Eigenschaften dafür, dass sich Bakterien nicht vermehren und keine unangenehmen Gerüche entstehen. Neben Hygiene wird bei der Konstruktion von Periodenslips auf hohen Tragekomfort geachtet. Übrigens leisten die Höschchen nicht nur während der Menstruation, sondern auch bei leichter Blasenschwäche sehr gute Dienste.

Ernährung

Viele Frauen haben kurz vor und während ihrer Periode mehr Hunger. Dies wird vor allem durch Veränderungen des Hormonspiegels hervorgerufen.

Es gibt zwei Hormone, die den Appetit beeinflussen: Leptin (je höher der Spiegel desto satter fühlst du dich) und Ghrelin (wenn der Spiegel steigt, steigt auch dein Appetit). Dein Ghrelinspiegel beeinflusst deine Schlafqualität. Bekommst du nicht genug Schlaf, steigt der Ghrelinspiegel und das Verlangen nach Essen ist intensiver als normal.

Der Appetit hängt auch vom Insulin- und Cortisolspiegel sowie der Menge an Sexualhormonen ab. Ein niedriger Östrogenspiegel vor der Menstruation kann den Ghrelinspiegel erhöhen.

Wegen des hohen Prostaglandinspiegels können während der ersten Tage ohnehin Verdauungsstörungen und Darmbeschwerden auftreten. Es ist nicht ratsam zu dieser Zeit mit Nahrungsmitteln zu experimentieren. Vermeide außerdem alles, was scharf ist oder den Magen reizen könnte.

Haut

Während der Periode schwankt dein Hormonhaushalt nicht mehr so stark - deswegen entstehen eher seltener Pickel. Aber durch den niedrigen Östrogenspiegel fehlt es deiner Haut an Feuchtigkeit, deswegen solltest du beispielsweise mit pflegenden Masken oder Feuchtigkeitscremes deine Haut fit halten. Auf aggressive Peelings solltest du verzichten, deine Haut braucht jetzt sanfte Pflege.

Sport

Wenn du dich während deiner Periode wohl genug fühlst, dann lost Körperliche Aktivitäten können deine Stimmung positiv beeinflussen und die Beschwerden lindern. Deine Hormone sorgen dafür, dass die körperliche Erholung beschleunigt wird und erhöhen deine Ausdauer. Experten raten aber dazu zu große Anstrengungen zu vermeiden. Statt schwerem Gewichtheben oder Sprinten, gehe Joggen, mache Yoga, gehe schwimmen oder Radfahren.

Besonders gegen Ende deiner Menstruation kann es sein, dass du mehr Energie verspürst. Der Körper bereitet sich dann nicht auf das Einnisten eines Eis vor und kann Ressourcen für andere Vorgänge nutzen.

Sex

Hier ist es besonders wichtig, wie du dich fühlst. Sex und Masturbation während der Periode kann nämlich sehr gut für dich sein! Ein Orgasmus ist ein natürliches Mittel gegen Regelschmerzen. Zusätzlich heitert es deine Stimmung direkt auf. Ein Kondom ist ratsam, da eine höheres Risiko für die Übertragung von Geschlechtskrankheiten besteht und es eine geringe, aber reale Chance gibt, schwanger zu werden.

Frauenarzt

Du hast deinen Frauenarzt-Termin bereits vor über einem halben Jahr gemacht und jetzt steht deine Menstruation vor der Tür? Damit bist du sicherlich nicht die erste. Ob du den Termin wahrnehmen oder verschieben solltest kannst du erstmal von dir abhängig machen: Fühlst du dich wohl damit, dich in dieser Phase untersuchen zu lassen? Ist dein Intimbereich vielleicht gerade etwas zu empfindlich für eine Untersuchung oder ist alles okay? Solltest du dich für den Besuch entscheiden, ruf am besten einmal vorher bei deinem Frauenarzt oder deiner Frauenärztin an und frage nach, ob es in Ordnung ist wenn du während deiner Periode vorbei schaust. Der Arzt oder die Ärztin wird dir dann sicherlich mitteilen, ob eine Untersuchung Sinn macht oder nicht.

Follikelphase

Biologie

Die Follikelphase beginnt nach der Periode und endet mit dem Einsetzen des Eisprungs. Die Gebärmutter schleimhaut beginnt sich zu verdicken und die Eierstöcke bereiten sich auf die Freisetzung einer Eizelle vor. Die Follikel mit den Eizellen reifen bis zum Eisprung heran.

Übrigens: Es bilden sich in dieser Phase mehrere Follikel, in der eine Eizelle ausreift. Der Follikel der am weitesten entwickelt ist darf sich dann über den Eileiter auf den Weg in die Gebärmutter machen.

Hormone

Da der Östrogenspiegel täglich steigt, fühlst du dich wie neugeboren. Progesteron bleibt stabil niedrig. Aber auch die Testosteronwerte steigen immens an, sie erreichen in dieser Phase die Höchstwerte. Es sorgt für den gesteigerten Sexualtrieb und ein hohes Selbstbewusstsein.

Ausfluss

Dein Zervixschleim ist in dieser Phase eher dünner, transparent und auch leicht klebrig. So können Spermien leichter durch den Muttermund in die Gebärmutter gelangen.

Gefühle

Harmonie

In dieser Zeit bist du vermutlich energiegeladener, hast gute Laune und arbeitest konzentrierter. Genieße die Zeit. Viele Menstruierende berichten auch von einer Steigerung des Selbstbewusstseins - falls du Lust auf Shoppen hast, wirst du dir wahrscheinlich in dieser Zeit eher sexy Kleidung aussuchen.

Schlaf

In dieser Zeit sollten keine Schlafprobleme auftauchen - sollte es doch so sein, hier ein paar Tipps:

- Bewege dich tagsüber viel
- Keine elektronischen Geräte eine Stunde vor dem Schlafengehen mehr nutzen
- Gehe immer zur gleichen Zeit ins Bett und stehe zur gleichen Zeit wieder auf
- Lass die Rollos oben und lass dich von der Sonne wecken
- Wenn du nach 20 Minuten noch nicht eingeschlafen bist, steh auf und tu etwas entspannendes. Versuche es anschließend erneut.

Veränderungen Körper

Der steigende Östrogenwert verschafft dir neue Kraft, möglicherweise bist du stärker und kräftiger.

Schmerzen

In dieser Zeit sollten eigentlich keine Schmerzen auftreten.

Hygiene

Falls sich in dieser Zeit viel Zervixschleim bildet und dein Höschen nass wird, kann eine Slipeinlage helfen. Ansonsten gilt hier, wie auch zu allen anderen Zeiten im Zyklus: Wasser reicht vollkommen aus! Du zerstörst dir ansonsten nur deinen pH-Wert und Bakterien und Pilze können sich einnisten.

Vielleicht merkst du, dass dein Intimbereich etwas trocken ist und juckt. Das kann bei Hormonumstellungen während des Zyklus schon einmal sein. Hol dir gerne eine spezielle Creme für den Intimbereich.

Ernährung

Jetzt gilt: Kohlenhydrate, yes please! Wenn du jetzt intensiven Sport treibst, solltest du vermehrt Vollkomprodukte und Gemüse zu dir nehmen. Aber auch genug Proteine sind wichtig: mit Fisch und Eiern bist du da auf einem guten Weg. Du ernährst dich vegetarisch/vegan? Dann greif zu Quinoa, Soja, Reis, Bohnen und Linsen. **Besonders wichtig sind in der Follikelphase auch probiotische Lebensmittel wie Joghurt, Sauerkraut, Miso, Kombucha oder Kimchi. Diese unterstützen die Verarbeitung der Hormone während des steigenden Hormonspiegels.**

Haut

Mit dem Ende deiner Menstruation enden auch deine Hautprobleme - durch den Anstieg von Östrogen. Das Hormon ist ein echter Beauty-Booster und reguliert die Talgproduktion. Deine Haut wirkt einfach frischer und klarer. In dieser Phase brauchst du dich meistens nicht so viel um deine Haut kümmern - eine Feuchtigkeitscreme reicht aus.

Sport

Dein Energielevel steigt stetig an, sodass du beim Sport immer intensiver trainieren kannst. In dieser Phase bist du besonders leistungsstark - das liegt übrigens an dem Testosteron. Muskeln lassen sich leichter aufbauen. Jetzt ist der richtige Zeitpunkt, um beim Krafttraining richtig reinzuhauen!

Sex

Während der Follikel fleißig heranwächst, wirst du wahrscheinlich eine deutliche Steigerung deiner Libido wahrnehmen. In dieser Phase ist dein gesamter Körper auf Geschlechtsverkehr ausgerichtet - plötzlich laufen nur noch sexy Menschen draußen herum, oder? Falls du Single bist: Wir empfehlen dir erotische Literatur - damit kannst du deiner Lust Luft machen.

Eisprung

Biologie

Wenn die Eizelle groß genug ist, verlässt sie den Follikel und landet im Eileiter - und in dieser Zeit, die meistens 8-18 Stunden andauert, ist die Eizelle befruchtbar. Sollte sie befruchtet werden wandert sie weiter in die Gebärmutter, sollte es zu keiner Befruchtung kommen löst sie sich noch im Eileiter auf.

Hormone

Während des Eisprungs ist dein Östrogen- und LH-Spiegel am höchsten. Progesteron ist niedrig, aber steigt leicht an. Auch dein Testosteronspiegel erreicht Höchstwerte.

Ausfluss

An diesen Tagen ist dein Zervixschleim spinnbar und verflüssigt - ganz zur Freude der Spermien!

Es kann außerdem zu einer kurzen Blutung kommen, **die sogenannte Ovulationsblutung. Aber keine Sorge - sie ähnelt kaum deiner Periode und ist eher durch eine rot-braune Verfärbung**

deines Zervixschleim erkennbar. Außerdem ist sie nur selten mit Schmerz verbunden. Ausgelöst wird sie durch den sinkenden Hormonspiegel.

Gefühle

Ein Wechselbad der Gefühle ist möglich: Vielleicht bist du müde, vielleicht hast du große Lust auf Sex oder deine Krämpfe im Unterbauch verderben dir genau diese Lust. Die meiste Zeit über solltest du aber gute Laune haben und dich energiegeladen fühlen.

Harmonie

Entspanne und sei achtsam. Yoga und lange Spaziergänge können dir dabei helfen.

Schlaf

Bis zum Eisprung solltest du eigentlich einen angenehmen Schlaf haben. Falls nicht, können äußere Einflüsse wie beispielsweise die Benutzung von elektronischen Geräten der Grund sein. Mit Achtsamkeitsübungen wie bewusstes Spazierengehen oder Meditationen kannst du dir hier helfen.

Veränderungen Körper

Es kann sein, dass deine Brüste empfindlicher sind oder du Blähungen hast. Viele Menstruierende berichten von einem leichten Druck im Unterbauch und einem Völlegefühl.

Schmerzen

Während des Eisprungs kann es zu dem sogenannten Mittelschmerz kommen, den man auch Ovulationsschmerz oder Eisprung-Schmerz nennt. Du bemerkst ihn durch ein Ziehen oder Zwickeln im Unterbauch oder Unterleibsschmerzen. **Manche Menstruierende haben sogar Rückenschmerzen oder ein Druckgefühl im Dammbereich oder ein Schweregefühl in der Beckengegend. Oft lokalisieren die Menstruierenden entweder auf der linken oder rechten Seite - und meistens stimmt dies mit der Seite überein, auf der der Eisprung stattfindet.**

Hygiene

Es kann sein, dass während dieser Zeit dein Ausfluss sehr stark ist - verwende dann einfach eine Slipeinlage.

Ernährung

Wähle in dieser Zeit eine ballaststoffreiche Ernährung mit vielen Antioxidantien. Gemüse und Obst haben hier Vorrang, vor allem kalziumreiches Gemüse wie Brokkoli oder Rucola. Auch Nüsse und Hülsenfrüchte sollten auf deinem Speiseplan stehen.

Haut

Deine Haut ist in der absoluten Hochphase - sie ist von sich aus strahlend schön! Hautunreinheiten werden in dieser Phase kaum gesichtet, deswegen hast du vielleicht Mal Lust auf eine Make-Up-Pause? Bis auf eine leichte Feuchtigkeitscreme gibt es eigentlich nichts zu tun.

Sport

In dieser Phase solltest du vorsichtig trainieren, da der erhöhte Östrogenspiegel sich auf die Dehnbarkeit von Sehnen und Bändern auswirkt und so ein erhöhtes Verletzungsrisiko besteht. Ideal ist also ein moderates Ausdauer- oder Krafttraining.

Sex

Deine Libido ist vermutlich auf Höchststand! Die Natur hat uns schlichtweg doch im Griff - in den Tagen rund um unseren Eisprung haben wir deutlich mehr Lust auf Sex. Also, falls du nicht schwanger werden möchtest: Unbedingt verhüten!

Falls du ein Völlegefühl hast oder einen Druck im Unterbauch spürst, könnt ihr beim Sex darauf achten, Positionen zu wählen die keinen Druck auf deinen Bauch ausüben.

Lutephase/PMS

Biologie

In dieser Phase bereitet sich der Körper auf eine mögliche Schwangerschaft vor - möglicherweise wachsen deine Brüste heran und deine Körpertemperatur steigt an. Solltest du nun nicht schwanger sein, wird die Gebärmutter Schleimhaut während deiner kommenden Menstruation abgestoßen.

Hormone

Sowohl Östrogen als auch Progesteron sinken - dadurch werden die PMS-Symptome ausgelöst.

Ausfluss

Nach deinem Eisprung verdickt sich dein Zervixschleim. Er ist jetzt eher weiß und undurchsichtig, cremig. Es bildet sich wieder ein Propf am Muttermund, der mögliche Bakterien vor dem Eindringen hindert.

Gefühle

Depressive Verstimmungen und Apathie können in dieser Zeit öfter auftreten - vergiss nicht, du bist nicht allein und mit dem Einsetzen deiner Periode verschwinden diese Beschwerden auch wieder!

PMS

Als Prämenstruelles Syndrom werden die körperlichen Schmerzen und psychischen Beschwerden und Beeinträchtigungen bezeichnet, die zwischen dem Eisprung bis zum Eintreten der Menstruation auftreten können. Dabei ist nicht jede Menstruierende davon gleich stark betroffen und nicht jedes PMS-Phase muss gleich ablaufen: **Mal bemerken die Betroffenen gar nichts bis wenig, manchmal sehr stark. Typische PMS-Beschwerden sind beispielsweise Unterleibsschmerzen, Übelkeit, Kopfschmerzen oder auch Traurigkeit, depressive Verstimmungen oder Stimmungsschwankungen.**

Eine Linderung ist leider kaum möglich, jedoch empfehlen Frauenärzte und Frauenärztinnen oft Mönchspfeffer. Außerdem kannst du durch sanften Sport, gesunder Ernährung und ausreichend Schlaf für eine Verbesserung deiner Stimmung sorgen.

Harmonie

In dieser Phase solltest du besonders auf dich und deinen Körper hören. Wenn du ein Mittagsschläfchen brauchst oder ein wohltuendes Bad, dann gönn es dir. Falls du depressive Verstimmungen hast, hilft es dir vielleicht Tagebuch zu schreiben oder mit einem Freund oder

einer Freundin drüber zu sprechen. Erlaube dir Sanftheit und Entspannung. Vermeide jetzt Stress besonders, da du anfälliger dafür bist.

Schlaf

Ausreichend Schlaf ist hier besonders wichtig. Jedoch nimmt die Melatoninkonzentration in dieser Phase ab - Melatonin wird auch als "Schlafhormon" bezeichnet und signalisiert dem Körper, dass es Zeit zum schlafen ist. **Solltest du in dieser Zeit unter Schlafprobleme leiden, hilft dir vielleicht, wenn du eine Stunde vor dem Zubettgehen auf das Benutzen von elektronischen Geräten verzichtest - denn blaues Licht stört die Ausschüttung von Melatonin. Du hast kalte Füße? Auch die können dich vom Schlaf abhalten, also Socken an!**

Veränderungen Körper

Bis zum Einsetzen deiner Menstruation kann es sein, dass du dich aufgequollen und unattraktiv fühlst. Dies liegt an den Wassereinlagerungen, die während der PMS-Phase vermehrt auftreten. Teilweise nehmen Menstruierende bis zu drei Kilo in dieser Zeit zu, aber keine Sorge: Das verschwindet auch wieder! Die Brüste werden praller, es kann sogar sein, dass sie schmerzen. Viele Menstruierende berichten auch von Verstopfungen und Übelkeit.

Schmerzen

9 von 10 Frauen bemerken Veränderungen in ihren Brüsten vor ihrer Periode. Brustschwellungen, Schmerzen und Empfindlichkeit sind Leitsymptome. Der richtige BH kann hier Abhilfe schaffen. **Zum einen solltest du dir für diese Zeit einen größeren BH holen, der nicht eng anliegt. Das zusammendrücken der Brüste kann Schmerzen verstärken. Ein atmungsaktiver Stoff aus überwiegend Baumwolle, erlaubt deiner Haut zu atmen. Weiche BHs sind ebenfalls ratsam. Vielleicht ist es notwendig zu dieser Zeit im Monat viel deine Sport-BHs zu tragen.**

Aber auch Kopfschmerzen bis hin zu Migräne-Attacken sind in dieser Zeit leider möglich.

Hygiene

Auch jetzt kann es wegen des Hormonumschwungs zu Juckreiz im Intimbereich kommen. Wenn dies der Fall ist, gibt es einige Möglichkeiten, um ein Jucken vorzubeugen und den pH-Wert im Gleichgewicht zu halten. **Rohe probiotische Pillen sind die beste Freundin der Vagina. Probiotische Nahrungsmittel wie Joghurt, Kimchi, Sauerkraut, Tempeh oder Miso können auch einen großen Einfluss haben. Auch enge synthetische Unterwäsche kann deine Vagina "ersticken" und zu Feuchtigkeit führen. Also denke daran, sie atmen zu lassen!**

Ernährung

In dieser Zeit solltest du auf eine gesunde, vitaminreiche und ausgewogene Ernährung achten. Achte dabei auf eine kohlenhydratreiche, salzarme und leicht verdauliche Kost. Verzichte am Besten auf Koffein, Alkohol und Zucker, da sie die Insulin- und Talgproduktion anregen.

Haut

Oh no, das war es leider mit der guten Phase: durch den Anstieg von Testosteron wird vermehrt Talg produziert. Durch den Abbau von Östrogen kommen wir so in eine Unbalance, die Unreinheiten, Irritationen und einen fahlen Teint zur Folge haben. Nun tut es deiner Haut gut, wenn du sie mit Peelings und gründlicher Reinigung sauber hältst. Für gereizte Stellen eignen sich beruhigende Pflegeprodukte.

Jetzt kann es sein, dass du eine sehr fettige Haut hast. Statt sie jedoch auszutrocknen, solltest du sie mit reichlich Feuchtigkeit pflegen, da trockene Haut noch mehr Talg produziert und so deine Haut noch fettiger wird.

Sport

Durch die Bewegung wird deine Durchblutung gefördert, was dazu führt, dass beispielsweise Unterleibskrämpfe gelindert werden. Auch werden Endorphine ausgeschüttet, was zu einer Steigerung deiner Laune beitragen kann. Also, du siehst: Bewegung tut gut!

Aber verzichte auf hartes Krafttraining (dafür hast du vermutlich in dieser Zeit eh nicht genug Kraft) und widme dich eher leichtem Ausdauertraining. Geh beispielsweise langsam Joggen oder Nordic Walking. Aber auch Yoga eignet sich in dieser Phase ideal: durch die Kombination von Meditation und leichter Bewegung kommst du schneller wieder in Einklang mit deinem Körper.

Übrigens: Auch einfaches Spaziergehen ist wunderbar, es muss nicht direkt "Sport" sein.

Sex

Vermutlich fühlt sich deine Vagina in dieser Zeit sehr trocken an - mit Gleitmittel kannst du hier nachhelfen. Die Wahrscheinlichkeit in dieser Zeit schwanger zu werden ist sehr gering.

Literaturverzeichnis

Bakir, Daniel (2021): Sexismus-Shitstorm: „Höhle der Löwen“. Gründer geben nach Morddrohungen auf. Hg. v. Stern Online. Online verfügbar unter <https://www.stern.de/wirtschaft/die-hoehle-der-loewen/pinky-gloves---hoehle-der-loewen--start-up-gibt-nach-sexismus-vorwuerfen-auf-30488614.html>, zuletzt geprüft am 25.07.2022.

Bauer, Lotte Vera (2019): Between normality, shame and taboo. Qualitative interviews on the importance of menstruation in everyday life. Unter Mitarbeit von Karl Braun und Europäische Ethnologie / Kulturwissenschaft. Online verfügbar unter <https://archiv.ub.uni-marburg.de/es/2020/0003/pdf/Makufee-13.pdf>, zuletzt geprüft am 07.06.2022.

BioWink GmbH (11.03.2016): Talking about periods: an international investigation findings. Online verfügbar unter <https://helloclue.com/articles/culture/top-euphemisms-for-period-by-language>, zuletzt geprüft am 14.05.2022.

Bohnaker, Elke (2014): Tabubrüche in der interkulturellen Kommunikation. In: Zeitschrift für interkulturelle Germanistik (1), S. 125–140. Online verfügbar unter <https://www.degruyter.com/document/doi/10.14361/zig-2014-0109/html>, zuletzt geprüft am 27.05.2022.

Braun, Karolina; Jordan, Jennifer (2021): Vom Körperscham zu Period Pride. Eine visuelle Analyse. Hg. v. Sturm und Drang. Online verfügbar unter <https://www.sturmunddrang.de/magazin/von-koerperscham-zu-period-pride.html>, zuletzt geprüft am 01.06.2022.

Brodil, Lieselotte; Pröll, Gabriele; Reiter, Andrea (2006): Die Menstruation - Wesentliches Element des Frauseins oder abzuschaffendes Übel? Bedingungen und Maßnahmen für eine positive Integration der Menstruation in die Identität als Frau. Hg. v. KulturSoziologieWerkstatt - Institut für angewandte Sozialforschung und Evaluierung. Wien. Online verfügbar unter <https://arbeitsblaetter.stangl-taller.at/JUGENDALTER/Menstruation.pdf>, zuletzt geprüft am 07.06.2022.

Bühler, Peter; Schlaich, Patrick; Sinner, Dominik (2017): Webdesign. Interfacedesign - Screen-design - Mobiles Webdesign. Berlin, Heidelberg: Springer Vieweg (Bibliothek der Mediengestaltung). Online verfügbar unter <http://www.springer.com>.

Diaz, Angela; Laufer, Marc R.; Breech, Lesley L. (2006): Menstruation in girls and adolescents: using the menstrual cycle as a vital sign. In: Pediatrics 118 (5), S. 2245–2250. DOI: 10.1542/peds.2006-2481.

Duden online: Aufklärungskampagne. Hg. v. Duden online. Online verfügbar unter <https://www.duden.de/rechtschreibung/Aufklaerungskampagne>, zuletzt geprüft am 04.06.2022.

Duden online (Hg.): Blutsbrüderschaft, die. Online verfügbar unter <https://www.duden.de/node/23927/revision/413553>, zuletzt geprüft am 18.05.2022.

Duden online: Westen. Hg. v. Duden online. Online verfügbar unter <https://www.duden.de/node/204560/revision/556332>, zuletzt geprüft am 27.05.2022.

Ellis, Matt (Hg.) (2018): Webdesign, Webentwicklung, UI und UX: Was ist der Unterschied und was brauchst du? Online verfügbar unter <https://99designs.de/blog/web-digitales-design/un->

terschied-webdesign-webentwicklung-ui-ux/#:~:text=Webdesign%20%E2%80%93%20Ein%20weite%20Oberkategorie%20f%C3%BCr,sich%20auf%20das%20Programmieren%20konzentriert., zuletzt aktualisiert am 24.06.2022.

Feierabend, Sabine; Glöckler, Stephan; Kheredmand, Hediye; Rathgeb, Thomass (2020): JIM-Studie 2020. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Hg. v. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. Online verfügbar unter https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2020/JIM-Studie-2020_Web_final.pdf, zuletzt geprüft am 18.05.2022.

Flo Health, Inc. (Hg.) (2022): Über uns. Online verfügbar unter <https://flo.health/de/about-flo>, zuletzt aktualisiert am 2022, zuletzt geprüft am 27.07.2022.

Gijssel, Liesbeth (2021): Tabu: Warum Frauen ihre Menstruation verbergen. Hg. v. Spektrum der Wissenschaft Verlagsgesellschaft mbH. Heidelberg. Online verfügbar unter <https://www.spektrum.de/news/tabu-warum-frauen-ihre-menstruation-verbergen/1889989>, zuletzt geprüft am 20.05.2022.

Gómez-Sánchez, Pio Iván; Hernández-Aguirre, Helena Patricia; Jiménez-Robayo, Sandra Patricia; Pardo-Lugo, Juan Carlos; Pardo-Mora, Yaira Yohanna (2012): Menstruation in history. In: Investigación y educación en enfermería (30), S. 371–377. Online verfügbar unter <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4085327>, zuletzt geprüft am 20.05.2022.

goodreads (Hg.): Divine feminine quotes. Online verfügbar unter <https://www.goodreads.com/quotes/tag/divine-feminine?page=2>, zuletzt geprüft am 31.07.2022.

goodreads (Hg.): Ernest Hemingway. Quotable quotes. Online verfügbar unter <https://www.goodreads.com/quotes/18897-when-people-talk-listen-completely-most-people-never-listen>, zuletzt geprüft am 28.07.2022.

Gutheim, Philipp (2008): Der Webdesign-Praxisguide. Professionelle Konzeption von der Planung bis zur Promotion. Berlin, Heidelberg: Springer (X.media.press).

Hahn, Martin (2020): Webdesign. Das Handbuch zur Webgestaltung. 3., aktualisierte und überarbeitete Auflage. Bonn: Rheinwerk Verlag (Rheinwerk Design). Online verfügbar unter https://openbook.rheinwerk-verlag.de/webdesign/12_001.html#u12, zuletzt geprüft am 28.07.2022.

Hamm, Viviane (2020): Ende der „Tamponsteuer“. Das bringt die Senkung der Mehrwertsteuer auf Periodenprodukte. Hg. v. PULS. Bayrischer Rundfunk. Online verfügbar unter <https://www.br.de/puls/themen/leben/periode-binden-tampons-mehrwertsteuer-100.html>, zuletzt geprüft am 27.05.2022.

Hammer, Norbert; Bensmann, Karen (2011): Webdesign für Studium und Beruf. Webseiten planen, gestalten und umsetzen. 2., überarb. und erw. Aufl. Heidelberg: Springer (X.media.press). Online verfügbar unter <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/978-3-642-17069-0.pdf>, zuletzt geprüft am 13.06.2022.

Hansch, Pierre; Rentschler, Christian (2013): Emotion@Web. Emotionale Websites durch Bewegtbild und Sound-Design. Berlin: Springer (X.media.press).

Hyttel, Maria; Tellier, Siri (2018): Menstrual Health Management in East and Southern Africa. a Review Paper. Hg. v. UNFPA ESARO. Online verfügbar unter <https://esaro.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/UNFPA%20Review%20Menstrual%20Health%20Management%20Final%2004%20June%202018.pdf>, zuletzt geprüft am 14.05.2022.

Initiative D21 (2022): Anteil der mobilen Internetnutzer in Deutschland in den Jahren 2015 bis 2021. Hg. v. Statista. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/633698/umfrage/anteil-der-mobilen-internetnutzer-in-deutschland/>, zuletzt geprüft am 10.07.2022.

Itkowitz, Colby (2016): Many women still can't talk openly about their periods. this app is trying to change that. Hg. v. Washington Post. Online verfügbar unter <https://www.washingtonpost.com/news/inspired-life/wp/2016/02/28/is-aunt-flo-visiting-so-many-women-still-cant-talk-about-their-periods-openly/>, zuletzt geprüft am 14.05.2022.

Joseph, John E. (Hg.) (2022): Language and Politics. Edinburgh: Edinburgh University Press (Edinburgh Textbooks in Applied Linguistics ETAL).

Kearney (2020): Was ist ihr größter Wunsch in Bezug auf den Umgang mit dem Thema Menstruation? Frauen zu größten Wünschen in Bezug auf den Umgang mit dem Thema Menstruation 2019. Hg. v. Kearney. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1266895/umfrage/frauen-zu-groessten-wuenschen-in-bezug-auf-den-umgang-mit-dem-thema-menstruation/>, zuletzt geprüft am 16.05.2022.

Krüger, Gundolf; Menter, Ulrich; Steffen-Schrade, Jutta; Becker, Peter-René (Hg.) (2012): TABU?! Verborgene Kräfte - geheimes Wissen ; [... erscheint anlässlich der Landesausstellung 2012 der Ethnologischen Sammlungen Niedersachsens ... im Niedersächsischen Landesmuseum Hannover, 28. September 2012 - 7. April 2013. Niedersächsisches Landesmuseum Hannover; Landesausstellung der Ethnologischen Sammlungen Niedersachsens Tabu?! Verborgene Kräfte - Geheimes Wissen. Hannover, Petersberg: Landesmuseum Hannover; Imhof.

Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (Hg.) (2018): Ergebnisbericht Hassrede 2018. Unter Mitarbeit von forsa. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/808263/umfrage/umfrage-zur-wahrnehmungshaeufigkeit-von-hasskommentaren-im-internet-nach-alter/>.

Lange, Franziska (2021): Behind the project. Online verfügbar unter <https://www.howwebleed.org/behind-the-project>, zuletzt geprüft am 27.07.2022.

Lebedewa, Jekatherina (Hg.) (2016): Tabu und Übersetzung. Berlin: Frank & Timme (Ost-West-Express. Kultur und Übersetzung, 26). Online verfügbar unter http://www.content-select.com/index.php?id=bib_view&ean=9783732997923.

Ludewig, Elske (2020): Usability und UX für Dummies. 1. Auflage. Weinheim: Wiley-VCH Verlag GmbH & Co. KGaA (...für Dummies). Online verfügbar unter <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kxp/detail.action?docID=6193177>.

Luther, Martin (2016): Die Bibel, Oder die Ganze Heilige Schrift des Alten und Neuen Testament. Berlin/Boston: De Gruyter Inc. Online verfügbar unter <https://ebookcentral.proquest.com/>

[lib/kxp/detail.action?docID=5117779](https://ebookcentral.proquest.com/lib/kxp/detail.action?docID=5117779).

Mildenberger, Florian; Schröder, Hartmut (2012): Tabu, Tabuvorwurf und Tabubruch im politischen Diskurs. Hg. v. Bundeszentrale für politische Bildung. Online verfügbar unter <https://www.bpb.de/shop/zeitschriften/apuz/75862/tabu-tabuvorwurf-und-tabubruch-im-politischen-diskurs/>, zuletzt geprüft am 26.05.2022.

mpfs (2021): Welche Geräte besitzt Du? Hg. v. Statista. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/167839/umfrage/geraetebesitz-von-jugendlichen-in-deutschland/>, zuletzt geprüft am 10.07.2022.

Newton, Victoria Louise (2016): Everyday Discourses of Menstruation. Cultural and Social Perspectives. London: Palgrave Macmillan (Springer eBook Collection).

Noecker, Guido (2015): Gesundheitskommunikation und Kampagnen. Hg. v. Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung. Online verfügbar unter <https://leitbegriffe.bzga.de/systematisches-verzeichnis/wissenschaftliche-perspektiven-bezugsdisziplinen-theorien-und-methoden/gesundheitskommunikation-und-kampagnen/>, zuletzt geprüft am 07.06.2022.

Papasabbas, Lena: Menstruation wird Mainstream. Hg. v. zukunftsInstitut. Online verfügbar unter <https://www.zukunftsinstitut.de/artikel/zukunftsreport/menstruation-wird-mainstream/>, zuletzt geprüft am 01.06.2022.

Period., Inc. (Hg.): Who we are. Online verfügbar unter <https://period.org/who-we-are>, zuletzt geprüft am 27.07.2022.

Quarks Online (Hg.) (2020): Alles, was du über die Periode wissen musst. Online verfügbar unter <https://www.quarks.de/gesundheit/medizin/alles-was-du-ueber-die-periode-wissen-musst/#:~:text=Die%20Dauer%20einer%20Blutung%20variiert,bis%20zu%2030%20Liter%20Blut.,> zuletzt geprüft am 20.05.2022.

Sabaki Kinderschutz: Das Team. Online verfügbar unter <https://sabaki-kinderschutz.de/>, zuletzt geprüft am 25.07.2022.

Spies, Marco (2018): Branded Interactions. Lebendige Markenerlebnisse für eine neue Zeit. Unter Mitarbeit von Katja Wenger. Mainz: Verlag Hermann Schmidt. Online verfügbar unter <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kxp/detail.action?docID=6194898>.

Stapelkamp, Torsten (2010): Interaction- und Interfacedesign. Web-, Game-, Produkt- und Servicedesign ; Usability und Interface als Corporate Identity. Berlin, Heidelberg: Springer (X.media.press).

Stevens, Emily (2021): 15 Inspirational UX Design Quotes That Every Designer Should Read. Hg. v. CareerFoundry. Online verfügbar unter <https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design/15-inspirational-ux-design-quotes-that-every-designer-should-read/>, zuletzt aktualisiert am 30.07.2021, zuletzt geprüft am 24.07.2022.

Tingle, Chloe (2018): Break the barriers. Girls' experiences of menstruation in the UK. London: Plan International UK. Online verfügbar unter <https://plan-uk.org/file/plan-uk-break-the-barriers-report-032018pdf/download?token=Fs-HYP3v>, zuletzt geprüft am 04.06.

Literaturverzeichnis

Trad, Ahmed Rafik (2001): Tabuthemen in der interkulturellen Kommunikation. Ein Beitrag zur Landeskundendidaktik im DaF-Studium. In: DaF (3). DOI: 10.37307/j.2198-2430.2003.03.21.

Trägerschaft der Kampagne «Wie geht's Dir?» (Hg.): Warum diese Kampagne? Online verfügbar unter <https://www.wie-gehts-dir.ch/>, zuletzt geprüft am 27.07.2022.

Universität de Trás-os-Montes e Alto Douro (Hg.): About the project. Online verfügbar unter <https://www.prevint.pt/en/about>, zuletzt geprüft am 27.07.2022.

Walker, Rob (2003): The Guts of a New Machine. Hg. v. New York Times. Online verfügbar unter <https://www.nytimes.com/2003/11/30/magazine/the-guts-of-a-new-machine.html>, zuletzt geprüft am 27.07.2022.

Yablonski, Jon (2020): Laws of UX. 10 praktische Grundprinzipien für intuitives, menschenzentriertes UX-Design. 1. Auflage. Heidelberg: O'Reilly. Online verfügbar unter <https://ebookcentral.proquest.com/lib/th-owl/detail.action?docID=6363300#>.

Zillgens, Christoph (2012): Responsive Webdesign. Reaktionsfähige Websites gestalten und umsetzen. München: Hanser Verlag. Online verfügbar unter <https://www.hanser-elibrary.com/doi/epdf/10.3139/9783446431201>, zuletzt geprüft am 10.07.2022.

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1 Screenshot vom Instagram-Auftritt br24, Post vom 15. 04.2019, abrufbar unter: <https://www.instagram.com/p/CNsjEZYKy2E/>; letzter Zugriff: 24.07.2022

Abb. 2 Screenshot vom Instagram-Auftritt divinebutterflycoaching, Post vom 23.07.2022, abrufbar unter: <https://www.instagram.com/p/CgWk9hgDE3K/>; letzter Zugriff: 24. 07.2022

Abb. 3 Screenshot vom Instagram-Auftritt flowwithyou, Post vom 23.07.2022, abrufbar unter: <https://www.instagram.com/p/CgWq0HrBv3v/>; letzter Zugriff: 24.07.2022

Abb. 4 Screenshot vom Instagram-Auftritt unfabled.co, Post vom 23.07.2022, abrufbar unter: <https://www.instagram.com/p/CgWjsLNupqj/>; letzter Zugriff: 24.07.2022

Abb. 5 Screenshot vom Instagram-Auftritt pletsnixon, Post vom 13.07.2022, abrufbar unter: <https://www.instagram.com/p/Cf9VftoscGb/>; letzter Zugriff: 24.07.2022

Abb. 6 Screenshot vom Instagram-Auftritt periodtalkindia, Post vom 24.07.2022, abrufbar unter: https://www.instagram.com/p/CgYo_nNswEO/; letzter Zugriff: 24.07.2022

Abb. 7 Screenshot vom Instagram-Auftritt peaches_fr, Post vom 11.12.2021, abrufbar unter: <https://www.instagram.com/p/CXWbV-ioli8/>; letzter Zugriff: 24.07.2022

Abb. 8 Screenshot vom Instagram-Auftritt vivalyco, Post vom 20.07.2022, abrufbar unter: <https://www.instagram.com/p/CgOZWmYqCze/>; letzter Zugriff: 24.07.2022

Abb. 9 Mindmap zu den Inhalten von blutsschwestern, selbst erstellt

Abb. 10 Sitemap zu blutsschwestern, selbst erstellt

Abb. 11 Pinterest-Post von Brighten Made; abrufbar unter: <https://www.pinterest.de/pin/850969292105434458/>; letzter Zugriff: 26.07.2022

Abb. 12 Pinterest-Post von Sarah Shuttle; abrufbar unter: <https://www.pinterest.de/pin/1131951687566969352/>; letzter Zugriff: 26.07.2022

Abb. 13 Pinterest-Post von Brighten Made; abrufbar unter: <https://www.pinterest.de/pin/229402174759506433/>; letzter Zugriff: 26.07.2022

Abb. 14 dribbble-Post von semas; abrufbar unter: https://dribbble.com/shots/7988469-Daily-Resources-Beauty-Blog?utm_source=Clipboard_Shot&utm_campaign=semasben&utm_content=Daily%20Resources%20%E2%80%A2%20Beauty%20Blog&utm_medium=Social_Share&utm_source=Clipboard_Shot&utm_campaign=semasben&utm_content=Daily%20Resources%20%E2%80%A2%20Beauty%20Blog&utm_medium=Social_Share; letzter Zugriff: 26.07.2022

Abb. 15 uplabs-Post von Sara; abrufbar unter: <https://www.uplabs.com/posts/feminine-clothes-shop-app-exploration>; letzter Zugriff: 26.07.2022

Abb. 16 dribbble-Post von iu.; abrufbar unter: <https://dribbble.com/shots/16302857/attachments/8182021?mode=media>; letzter Zugriff: 26.07.2022

Abb. 17 dribbble-Post von noko washiyama; abrufbar unter: <https://dribbble.com/shots/11102223-Kantan>; letzter Zugriff: 26.07.2022

Abb. 18 bis 27 Screenshots der Website der Aufklärungskampagne „Wie gehts dir“, abrufbar unter: <https://www.wie-gehts-dir.ch/>; letzter Zugriff: 27.07.2022

Abb. 28 bis 39 Screenshots der Website der Aufklärungskampagne prevint, abrufbar unter: <https://www.prevint.pt/>; letzter Zugriff: 27.07.2022

Abb. 40 bis 43 Screenshots der Website des Fotoprojektes How we bleed, abrufbar unter: <https://www.howwebleed.org/>; letzter Zugriff: 27.07.2022

Abb. 44 bis 49 Screenshots der Website der Aufklärungskampagne The menstrual movement, abrufbar unter: <https://period.org/>; letzter Zugriff: 27.07.2022

Abb. 50 bis 55 Screenshots der App flo (Premium Version)

Abb. 56 bis 58 Foto von eigenen Skizzen/Wireframes

Abb. 59 und 60 Screenshots Adobe XD Projekt

Abb. 61 Navigationsübersicht selbst erstellt

Abb. 62 Eigene Skizze Pfeil-Icons

Abb 63 und 64 Illustratorobjekte Icondesign Pfeil und finales Design, selbst erstellt

Abb. 65 und 66 Screenshot Adobe XD Button mit Hover-Effekt zur Navigation

Abb. 67, 68, 69 und 70 Screenshot Adobe XD Untere Navigationsmöglichkeit

Abb. 71, 72 und 73 Screenshot Adobe XD Farbliche Unterteilung Themengebiete

Abb. 74, 75, 76 und 77 Screenshot Adobe XD Farbgebung Übersicht und Unterseiten

Abb. 78 und 79 Screenshot Adobe XD Erste Idee/verworfen und finale Integration Icons

Abb. 80 und 81 Screenshot Adobe XD Button Normalzustand und Button Hover-Zustand (rechts)

Abb. 82 Screenshot Adobe XD Sprachnachricht/Sound auf der Website

Abb. 83 und 84 Screenshot Adobe XD Chat und Kontaktformular

Abb. 85 und 86 Screenshot Adobe XD Feedback Kontaktformular und Volunteeringformular

Abb. 87 bis 92 Screenshot Adobe XD Nicht übernommene Designideen

Abb. 93 bis 96 Screenshot Adobe XD Finales Design

Abb. 97 Finales Design Mockup

Abb. 98 bis 103 Screenshot Adobe XD Verworfen Designs

Abb. 104 Finales Design Mockup

Abb. 105 bis 113 Screenshot Adobe XD Verworfen Designs

Abb. 114 und 115 Finales Design Mockup

Abb. 116, 117 und 118 Finales Design (responsive) Mockup

Abb. 119 und 120 Screenshot Adobe XD Verworfen Designs Unterteilung

Abb. 121 bis 129 Screenshot Adobe XD Verworfen Designs Themenverkleinerung

Abb. 130 Finales Design Mockup

Abb. 131 und 132 Finales (responsive) Design Mockup

Abb. 133 und 134 Screenshot Adobe XD Übersicht Seiten und Prototyping

Quellenverzeichnis

iPhone Mockups S. 71, 76 und 80:

[Ui mockup psd created by mockup.store - www.freepik.com](https://www.freepik.com/psd/ui-mockup)

iPhone Mockups S. 73:

[Ui mockup psd created by mockup.store - www.freepik.com](https://www.freepik.com/psd/ui-mockup)

Desktop Mockup S. 77 und 81:

[Website mockup psd created by graphictwister - www.freepik.com](https://www.freepik.com/psd/website-mockup)

Texte und Inhalte im Webdesign: Wurden sorgfältig ausgewählt und ergänzt. Teilweise wortwörtlich übernommen, teilweise Abänderungen bei Ansprache oder Wording. Folgende Seiten wurden genutzt:

flo App (Premium-Version)

gesundheit.gv.at

Netdokter

always.de

brigitte.de

kindeshalb.de

womenshealth.de

wikipedia.de

femitale.com

frauenaeerzte-im-netz.de

spiegel.de

cyclotest.de

netdokter.de

meduni.com

schriftlich.net

aok.de

fraulichkeit.de

monatshygiene.com

focus.de

glamour.de

schoenvoninnen.de

jolie.de

cosmopolitan.de

fembites.com

eltern.de

ovularing.com

Lizenzierte Smilies:

©keep_calm, freepik.com, Big set of emoticon smile icons, cartoon emoji set, emoticon set

Eidesstaatliche Erklärung

Hiermit erkläre ich, Sarah Schünemann (Matrikelnummer 15415031), dass ich die vorliegende Arbeit eigenständig und ohne fremde Hilfe angefertigt habe. Textpassagen, die wörtlich oder dem Sinn nach auf Publikationen oder Vorträgen anderer Autoren beruhen, sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Ort und Datum

Unterschrift