

# **PROJECTEN MENSTRUATIEARMOEDE**



Menstruatiearmoede is een uitdaging die wereldwijd steeds meer aandacht krijgt. Voor veel personen vormt het gebrek aan toegang tot menstruatieproducten, en het gebrek aan kennis over de menstruatie en menstruele cyclus een obstakel dat hun dagelijks leven, gezondheid en kansen kan beperken. Het aanpakken van dit probleem vereist niet alleen praktische oplossingen, maar ook een gezamenlijke inzet om taboes te doorbreken en bewustwording te vergroten.

Dit document biedt een overzicht van 15 pilotprojecten, opgezet door de Vrouwenraad met haar leden, en initiatieven van hoger onderwijsinstellingen rondom menstruatiearmoede. Het is een reeks aan inspirerende projecten en initiatieven die op verschillende manieren menstruatiearmoede aanpakken. Of het nu gaat om het beschikbaar stellen van gratis menstruatieproducten, educatieve campagnes, of innovatieve ideeën, elk initiatief draagt bij aan het verbeteren van levens en het bevorderen van gelijke kansen.

We hopen dat de beschreven projecten jullie inspireren om in actie te komen. Laat deze voorbeelden dienen als een aanmoediging om verder te kijken, nieuwe ideeën te ontwikkelen en bij te dragen aan een wereld waarin menstruatie geen barrière vormt voor welzijn en groei.



# Pioniersprojecten Vrouwenraad en lidorganisaties

In 2020 kreeg de Vrouwenraad een projectsubsidie van toenmalig Federaal Minister voor Armoedebestrijding Karine Lalieux om zich in te zetten rond menstruatiearmoede. Hierop lanceerde de Vrouwenraad een oproep naar haar ledenorganisaties om innovatieve projecten in te dienen. Deze oproep werd met vreugde onthaald en de Vrouwenraad selecteerde 15 pioniersprojecten. In 2020 en 2021 voerden de leden van de Vrouwenraad, onder begeleiding van de Vrouwenraad, de projecten uit. Deze projecten werden in drie clusters ingedeeld, namelijk

- Onderwijs en vormingen
- Sensibilisering en communicatie
- Inzameling en verdeling van materiaal

Hieronder kan je meer informatie over de projecten terugvinden.

## Onderwijs en vormingen

### AHS tegen menstruatiearmoede

Arteveldehogeschool en ZIJkant vzw werkten samen aan de ontwikkeling, coördinatie en uitvoering van het project 'AHS tegen menstruatiearmoede'. De focus van het project lag op preventie van menstruatiearmoede op Arteveldehogeschool, onder andere door vormingen te geven waarbij ze duurzame menstruatieproducten uitdeelden onder de deelnemers. Daarnaast werd ingezet op sensibilisering met als doel het taboe rond menstruatie te doorbreken, menstruatiearmoede aan te kaarten en duurzame menstruatieproducten in de kijker te zetten. Als laatste zetten ze een onderzoek op naar de prevalentie, de beleving en het effect van menstruatieschaamte en -armoede.

In het kader van het project kregen 2 studenten de opdracht om een vorming rondom menstruatiearmoede uit te werken. Ze voerden een workshop uit voor andere studenten van Arteveldehogeschool waar ze bij afloop testpakketten met menstruatieproducten uitdeelden. De deelnemers kregen eerst meer informatie over menstruatiearmoede. Om menstruatie en menstruatiearmoede bespreekbaar te maken, zetten ze methodieken zoals een kringgesprek, een briefjesbokaal, een quiz en een cupparty in. Daarna mochten de participanten kiezen welk product ze wilden meenemen. Meer informatie over de vorming is te vinden bij Good practice 5: Arteveldehogeschool. Verder onderzochten de 2 studenten het effect van het uitdelen van de menstruatieproducten en de vorming.

### Comfortabel Rood Op school

De focus van het project 'Comfortabel Rood Op School' lag op het vervaardigen en plaatsen van kastjes met gratis maandverband in scholen in Leuven, Tienen en Landen. Al rap werd de scope uitgebreid naar Diest, Halle en Vilvoorde.

Voordat de kastjes met menstruatiemateriaal in verschillende scholen werden geïnstalleerd, ging er een sensibiliseringscampagne aan vooraf. Deze werd in samenwerking met leerkrachten en leerlingenvraden opgezet waardoor deze op maat van de scholen was. Een constante overheen de verschillende sensibiliseringscampagnes was



de rondtrekkende tentoonstelling rond menstruatiearmoede, aangevuld met een [luisterstoel](#), muziek en het educatief pakket '[Schilders op Bezoek](#)' van het CGSO. Daarnaast duiden de leerkrachten in de deelnemende scholen de problematiek van menstruatie, menstruatiearmoede, taboe en schaamte bij de leerlingen. Ook organiseerden de leerlingen een inzamelcampagne binnen de scholen met inzamelboxen. Zo werd er meer bewustzijn gecreëerd en het respect van de leerlingen voor de kastjes vergroot. Bij de deelnemende scholen werden er kastjes met menstruatieproducten geïnstalleerd. Deze werden op regelmatige basis bijgevuld.

De partners binnen dit project zijn deMens.nu, BruZelle, CGSO, Arktos, scholen en leerlingenraden, kunstenaars, UGent opleiding Pedagogische Wetenschappen OLOD Diversiteit en inclusie, bibliotheek Leuven.

### Educatief Pakket Waardig Menstrueren

Rebelle vzw werkte het '[Educatief Pakket \(Even\)waardig Menstrueren](#)' uit ter ondersteuning van anderstalige nieuwkomers en kortgeschoolde personen in Vlaanderen en Brussel. De kern van het project is om de doelgroep te sensibiliseren rond het thema menstruatie en deze bespreekbaar te maken. Dit doen ze aan de hand van een educatief pakket.

Het educatief pakket bestaat uit verschillende delen en is afgestemd op een variabele context en de diverse noden van de doelgroep. Het pakket bevat basisinformatie over de anatomie die betrokken is bij menstruatie. Daarnaast wordt informatie gegeven over de basisbegrippen en –processen rond de menstruatiecyclus en het gebruik van verschillende menstruatieproducten. Er is ruimte voor dialoog om menstruatiemythes te nuanceren of te ontkrachten. Het lespakket wordt aangeboden in verschillende talen en houdt rekening met contextuele en culturele factoren. Daardoor is het multi-inzetbaar en toegankelijk voor verschillende doelgroepen. Partners die bijdroegen aan de realisatie van dit project waren Pigment vzw, Fedasil, Sensoa en gynaecoloog Bart Demyttenaere. Zij stonden in voor onder andere de nodige expertise, mobilisering van de doelgroep en het uitvoeren van de vorming.

### *It's Bloody Time*

Zonta Area 5 en Golden Z Young Ghent voerden een postercampagne genaamd 'It's Bloody Time' uit ter preventie van menstruatieschaamte bij jongeren. Deze campagne was gericht op scholen en bestond uit verschillende sensibiliserende posters die jongeren toegang geven tot gepaste informatie, interessante weetjes en herkenbare anekdotes over menstruatie en menstruatieschaamte. Het ontwerpen van deze posters deed Golden Z Young Ghent samen met de grafische ontwerpers Julliette Bouckaert, Lotte Wietendaele en Maria-An Knops.

De postercampagne richtte zich op 2 doelgroepen. De eerste doelgroep zijn jongeren van 11 tot 16 jaar, waarvoor ze een campagne ontworpen ter preventie van menstruatieschaamte. De posters werden opgehangen in de toiletten van verschillende Gentse middelbare scholen. De tweede doelgroep waarop het project zich richtte waren universiteits- en hogeschoolstudenten. De focus lag bij deze campagne op duurzame producten, PMS/PMDD en anticonceptie met als doel die onderwerpen meer bespreekbaar te maken. Hierbij verspreidden ze de posters over de verschillende campussen van UGent en meerdere hogescholen.

De focus van de postercampagne lag op onderwijsinstellingen, maar bij de verspreiding ervan werd breder gegaan dan deze scope. De posters waren breder inzetbaar waardoor ze de posters op verschillende locaties ophingen. Zo waren de posters te zien in de wijkbib Gent Watersportbaan, Sportdienst Gent en op de Studiedag van de Vrouwenraad. Daarnaast verspreiden ze een algemene poster met een link naar de [Bloedmooi-campagne](#) van deMens.nu Brugge.



### Samen Tegen Ongestelde Vragen

Het project 'Samen tegen ongestelde vragen' van Rebelle vzw omvatte 2 luiken. Ten eerste richtten ze zich op het sensibiliseren van leerlingen die opgroeien in kwetsbare situaties rond menstruatie. Ten tweede boden ze menstruatieproducten aan op school. De focus lag op leerlingen tussen 11 en 16 jaar van de eerste graad en de OKAN klassen. Ze trachtten bij zowel leerkrachten, leerlingen als ouders menstruatieschaamte en taboes rond het gebruik van menstruatieproducten te doorbreken. Dit door hen kennis bij te brengen over dit onderwerp en toegang te geven tot menstruatieproducten, rekening houdend met socio-culturele verschillen.

Voor de start van de actie met het educatief pakket vond een bevraging plaats waaruit bleek dat bijna de helft van de jongens niet wist wat menstruatie is. 26,5% van de menstruerende personen wist niet wat te doen toen ze ontdekten dat ze voor de eerste keer menstrueerden. 12,5% van de bevrageden had wel eens te weinig geld om menstruatieproducten te kopen. Menstruatieschaamte was bij 40% tot 45% van de deelnemers aanwezig.

In kader van de sensibilisering werden educatieve boxen ('Schilders op bezoek' van CGSO en 'Menstrubox' van Joetz) besteld en verdeeld op scholen. In samenwerking met studenten sociaal werk van Artevelde Hogeschool werd een pakket op maat gemaakt voor leerlingen van IVIO Binnenhof. Rebelle vzw ontwikkelde daarenboven folders om informatie te verspreiden onder leerlingen.

Laagdrempelige toegang tot menstruatiemiddelen op school was eveneens een doel van dit project. Don Bosco werd door OCMW Gent gevraagd om duurzame kastjes te maken voor menstruatieproducten. Deze kastjes werden verdeeld onder de scholen om menstruerende leerlingen toegang te bieden tot het materiaal dat ze nodig hebben.

Na afloop van de sensibiliseringsactie werden de resultaten bevraged aan de hand van een enquête. Het project toonde aan dat toegang tot menstruatieproducten op school, gecombineerd met sensibilisering rond menstruatieschaamte, op verschillende domeinen het verschil kan maken voor jongeren wanneer het gaat om gelijke kansen.





### Schilders Op Bezoek

Het project 'Schilders op bezoek' van het Centrum voor Geboorteregeling en Seksuele Opvoeding (CGSO) had als doel een educatieve box rond menstruatie te ontwikkelen voor de laatste groot lager onderwijs en de eerste graad secundair onderwijs en buitengewoon secundair onderwijs. Bij de ontwikkeling werd o.a. beroep gedaan op de expertise van Sensoa, en werden basisschool De Leeuw en Spes Nostra Instituut Zedelgem ingezet als testscholen. De toolbox heeft tot doel de kennis van jongeren rond menstruatie, menstruatieschaamte en –armoede uit te breiden. Daarnaast kunnen vaardigheden worden aangeleerd, emoties worden geëxpliciteerd en leren jongeren vrijuit praten over het onderwerp. Dit alles zodat ze gefundeerde en bewuste keuzes kunnen maken. De educatieve boxen zijn beschikbaar in alle Huizen van de Mens. [Vormingen met de boxen 'Schilders op Bezoek'](#) worden uitgevoerd door het Centrum voor Geboorteregeling en Seksuele Opvoeding.

## Sensibilisering en communicatie

### Bloedmooi

In veel culturen is de eerste menstruatie een uitdrukkelijk en uitbundig gevierd overgangsritueel. Dit terwijl het bij ons vaak in stilte passeert. Bij het project Bloedmooi wou deMens.nu, samen met verschillende partners, deze overgangsrituelen capteren. Eerst lanceerden ze een enquête bij Vlaamse scholen waaruit bleek dat slecht 10% van de meisjes aangaf dat hun eerste menstruatie als iets positiefs gevierd werd; 20% van de meisjes begrepen niet wat er gebeurde bij de eerste maandstonden en 70% gaf aan dat er weinig aandacht aan hun menarche werd besteed. In deze enquête werden ook bepaalde rituelen rondom menstruatie en de menarche bevroegd. Op basis van enkele antwoorden uit de enquête, een samenwerking met het Interlevensbeschouwelijk netwerk Brugge, Jitske Van de Veire en Carla Rosseels werden verschillende bestaande rituelen en gezinsrituelen rond menstruatie op de website [Bloedmooi](#) gezet. Dit is een online toolbox waarbij deMens.nu inspiratie biedt voor positieve, laagdrempelige overgangsrituelen bij de menarche.

### #PeriodConfessions

'#PeriodConfessions', een TikTok-campagne van ZIJKant vzw, had als doel jongeren van 15 tot 25 jaar te sensibiliseren omtrent menstruatieschaamte. Met de challenge #PeriodConfessions werden jongeren aangemoedigd om ervaringen en verhalen over menstruatie te delen. Door duidelijk te maken dat iedereen hiermee te maken krijgt, probeerden ze het taboe rond menstruatie te doorbreken en het onderwerp bespreekbaar te maken. ZIJKant vzw werkte hiervoor samen met verschillende influencers.

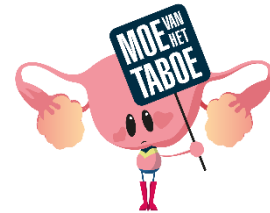
Via de '[Waddist](#)' app lanceerden ze in samenwerking met Joetz en Arteveldehogeschool een grootschalige bevraging over menstruatieschaamte en het gebruik van de menstruatiecup. Dit om de omvang van het probleem in kaart te brengen. 2500 Vlaamse jongeren tussen 12 en 30 jaar namen hieraan deel. Uit de resultaten bleek dat 65% van de bevroegden vindt dat er te weinig open gepraat wordt over menstruatie. 11% van de jongeren had nog nooit met iemand over menstruatie gesproken.



## Verander De Regels

'Verander de regels' is een project van deMens.nu met de focus op het uitrollen van een campagne om het taboe rond menstrueren te doorbreken. Hierdoor werd de Facebook-campagne 'Stelletje ongeregeld', een podcast over menstruatie in de reeks Lalaloveyou en een luisterinstallatie 'Velvet Red Chair' gecreëerd en opgezet.

De Facebook-campagne 'Stelletje Ongeregeld' werd gecreëerd door deMens.nu, samen met hun vrijwilligers, lidorganisaties en partners. Met deze campagne zouden ze zelfgemaakte content (plezante memes, prikkelende weetjes en grappige filmpjes) de wereld insturen om het thema 'menstruatie' op een luchtige manier onder de aandacht te brengen. Hierdoor ontwierpen ze een mascotte als gezicht van de campagne.



Naast de Facebook-campagne, werd een podcastaflevering binnen de reeks Lalaloveyou gewijd aan menstruatie. Lalaloveyou is een reeks vrijmoedige webinars en podcasts over liefde, lijf en relaties, zonder taboes. Het is gericht op de doelgroep van 16- tot 30-jarigen. Op 5 juni 2021 verscheen een podcast aflevering over het taboe op menstrueren. Kyra en Julie praten heel openhartig over het thema en zoeken samen een antwoord op verschillende vragen. Hoe gemakkelijk praten we hierover en met wie? Wat weten mannen en wat willen ze erover weten? Michelle en Kyra gingen zelfs op pad om het aan Leuvenaars te vragen.

Als laatste binnen het project werd een luisterinstallatie, genaamd Velvet Red Chair, gemaakt. In deze installatie zijn korte getuigenissen over maandstonden te horen. Een topsporter, een endometriose patiënt, een verpleegkundige of iemand die met een eetstoornis heeft geworsteld... allemaal vertellen ze open over hun ervaringen met menstrueren. Er zijn twee exemplaren van de Velvet Red Chair gemaakt, die gratis te ontlenen zijn bij deMens.nu.

## Y Period

Y Period is een project geïnitieerd door YWCA Antwerpen, met samenwerkingen met Anaïs Langbeen, BruZelle, GAMS en Tante Rosa. De focus lag op het geven van vormingen over menstruatie, met eraan gekoppeld de uitwisseling van persoonlijke ervaringen. Het doel was om het taboe rond menstruatie te doorbreken. Tijdens de vormingen bespraken de facilitators en deelnemers het proces van menstruatie en verschillende menstruatieproducten. Daarnaast werd er ruimte gecreëerd voor de deelnemers om hun eigen ervaringen te vertellen. Op het laatste van de vorming kregen de deelnemers een goodybag met zaken die bruikbaar zijn tijdens de menstruatie zoals een kersenpittenzakje, chocolade, essentiële oliën en oefeningen die ongemak kunnen minderen. Daarnaast kregen de deelnemers de mogelijkheid om menstruatieproducten te bestellen. Zo konden ze kennis maken met een nieuw product wat beter past bij hun noden, ongeacht hun financiële situatie. Deze vorming kan aangevraagd worden bij YWCA Antwerpen via [info@ywca-antwerpen.be](mailto:info@ywca-antwerpen.be).

## Zonder Schaamte

'Zonder Schaamte' is een project van YWCA Antwerpen (Girls in the City) waarbij de focus lag op het ontwikkelen en uitvoeren van een tweedaagse vorming en de creatie van een sensibiliseringsposter. Het project verliep in twee fasen.



Tijdens de eerste fase werd een tweedaagse vorming ontwikkeld door YWCA Antwerpen, BruZelle, Weerbaar.be en kunstenaar Susanne. Deze werd gegeven aan de jeugdwerking Girls in the City, die bestaat uit meisjes tussen de 12 en 18 jaar, die meestal nieuwkomer zijn of een migratieachtergrond hebben. Veel van de meisjes komen uit een land waar seksualiteit taboe is en seksuele opvoeding ontbreekt. Hierdoor werd de vorming afgestemd op deze doelgroep en werden volgende thema's behandeld:

- Wat is menstruatie?
- Menstruatie: de impact op hormonen, lichaam en emoties
- Menstruatieproducten en duurzaamheid
- Menstruatie normaliseren

Op de laatste vormingsdag kwam kunstenaar Susanna langs en ging ze creatief aan de slag met de deelnemers. De meisjes maakten allerlei leuke kunstwerkjes waarin ze hun conclusie van de twee vormingsdagen verwerkten. Nadien vormde Susanna deze kunstwerkjes om tot een informatieve poster.

De tweede fase van 'Zonder Schaamte' was gericht op sensibiliseren en informeren van scholen en andere jeugdwerkingen aan de hand van de poster die ontwikkeld werd door de meisjes van Girls in the City en kunstenaar Susanne. Daarnaast biedt YWCA Antwerpen, samen met de partners binnen dit project een aanvullend vormingsaanbod rond menstruatie aan.



## Inzameling en verdeling van materiaal

### Bloedhekel aan Armoede

DeMens.nu startte de actie 'Bloedhekel aan Armoede' om menstruatieproducten toegankelijk te maken en de zichtbaarheid van menstruatiearmoede te vergroten. Dit deden ze door inzamelboxen met menstruatiemateriaal te plaatsen aan de ingang van de huizenvandeMens en door andere organisaties te mobiliseren om hetzelfde te doen. Door deze actie en de bijkomende promo kwam de problematiek meer in beeld en werden heel wat hygiënische producten naar armoedeorganisaties gebracht. Ook heeft deMens.nu het thema opgenomen als één van haar kernthema's en willen ze zich met verschillende projecten inzetten om de problematiek aan te kaarten.

### M-Power

M-Power werd geïnitieerd door Femma Wereldvrouwen. De focus van het project was de organisatie van workshops om het taboe rond menstruatie te doorbreken in 5 buurten in Brussel. Hieraan werd het gratis verspreiden van menstruatieproducten gekoppeld.

Femma Wereldvrouwen organiseerde 7 activiteiten/workshops met betrekking tot menstruatiearmoede in 2021. Deze werden opgezet met lokale partners zoals Buurtwinkel vzw Anneessens, Jeugdwerking D' Broej, Moskee Al-Amal, Wijkcomite Neder-Over-Heembeek, Project Versailles asbl neder-Over-Heembeek, Gemeenschapscentrum NOVAH, Moskee Alhallil Molenbeek en BruZelle. De workshops overheen de verschillende locaties hadden dezelfde opdeling, namelijk:





- Eerste deel: combinatie van ontbijt/brunch met een vorming rond menstruatie en menstruatiearmoede.
- Tweede deel: naaiworkshop waarbij de deelnemers herbruikbaar maandverband leerden naaien aan de hand van een sjabloon.
- Derde deel: verdeling van menstruatieproducten.

Naast de vorming bekeek Femma Wereldvrouwen en BruZelle, samen met de lokale organisaties of het mogelijk en opportuun was om een permanent inzamelpunt of verdeelpunt van menstruatieproducten te installeren. Ook sensibiliseerde Femma Wereldvrouwen via hun website, hun magazine en sociale media rond menstruatiearmoede.

### Waardig Menstrueren: Inzamelboxen

Rebelle vzw plaatste voor het project 'Waardig Menstrueren: Inzamelboxen' inzamelpunten voor menstruatiemateriaal op verschillende locaties. In 2021 verspreidden ze in totaal 28 inzamelzuilen doorheen de provincie Vlaams-Brabant, deze stonden onder andere in supermarkten, apotheken en schoonheidssalons. Op deze manier trachtten ze het thema menstruatiearmoede in de publieke ruimte te brengen. Daarnaast bouwden ze een vrijwilligersgroep uit voor het naaien en vullen van zakjes en de opvolging van de inzamelpunten. Het project werd opgezet ten voordele van BruZelle, die na de inzameling de producten verdeelde onder diverse kansengroepen.

Op Nationale Vrouwendag 2021 voerden ze in samenwerking met ZIJKant vzw een actie in Leuven om menstruatiemateriaal in te zamelen. Passanten doneerden producten en de pers pikte het initiatief op. Ook werd actiegevoerd op de sociale media van Rebelle vzw en ZIJKant vzw. In totaal werden in 2021 meer dan 1300 maandverbanden en tampons ingezameld via de inzamelzuilen en de actie op Vrouwendag.



### Waardig Menstrueren: Wasbaar Maandverband

Binnen het project 'Waardig Menstrueren: Wasbaar Maandverband' zette Rebelle vzw in op het vergroten van de bekendheid van wasbaar maandverband. Dit deden ze door starterspakketten aan te bieden die ze zelf maakten, tips te geven over het gebruik en het verspreiden van een patroon om zelf wasbaar maandverband te maken. Ze wilden de drempel voor het gebruik van dit duurzaam alternatief verlagen. De actie was gericht naar alle menstruerende personen.

In Tienen organiseerden ze een naaicafé waarbij geïnteresseerden zelf aan de slag gingen met de patronen. Zo brachten ze mensen samen rond het thema. Wil je zelf wasbaar maandverband maken? [Hier](#) kan je de patronen terugvinden!



# Projecten in hoger onderwijs

In de maanden maart, april en mei 2022 voerde collega Yanni Deneweth in kader van hun [bachelorproef](#) een onderzoek uit. Hierbij onderzocht die verschillende initiatieven rond menstruatiermoede die hoger onderwijsinstellingen opzetten. Hieronder kunnen jullie de verschillende praktijken die we als good practices aanzien, terugvinden. Enkele aspecten die behandeld worden zijn: inzameling van menstruatieproducten, verdeling van duurzame en niet-duurzame menstruatieproducten, sensibiliseringscampagnes en infosessies rond menstruatie. Na het onderzoek van Yanni zetten verschillende hoger onderwijsinstellingen ook initiatieven rond menstruatiermoede op. Hierdoor is onderstaande lijst met good practices niet exhaustief.

## Good practices

[Good practice 1: Odisee en Katholieke Universiteit Leuven Campus Aalst, Campus Brussel en Technologicampus Gent](#)

[Good practice 2: Katholieke Universiteit Leuven \(Campus Sint-Lucas Brussel\) en LUCA School of Arts \(Campus Narafi en Campus Sint-Lukas\)](#)

[Good practice 3: Vrije Universiteit Brussel](#)

[Good practice 4: Karel de Grote Hogeschool](#)

[Good practice 5: Arteveldehogeschool](#)



# Good practice 1: Odisee en Katholieke Universiteit Leuven Campus Aalst, Campus Brussel en Technologicampus Gent

Trefwoorden: inzameling menstruatieproducten, verdeling menstruatieproducten in kastjes, sensibiliseringscampagne

Odisee (alle campussen) en de Katholieke Universiteit Leuven Campus Aalst, Campus Brussel en Technologicampus Gent engageren zich met hun project om menstruatiearmoede bij hun studenten tegen te gaan. Hiervoor gebruiken ze een tweesporenbeleid; enerzijds willen ze de studenten sensibiliseren, informeren en bewustmaken over de problematiek van menstruatiearmoede. Anderzijds zetten ze in op de gratis verdeling van menstruatieproducten. In dit project is STUVO (Studentenvoorzieningen van Odisee & KU Leuven) de initiatiefnemer omdat ze zagen dat er een taboe rond menstruatiearmoede heerst en verschillende onderzoeken uitwijzen dat de Vlaamse studenten met deze problematiek kampen.

## Start project

Voordat het project van start ging werd contact opgenomen met verschillende initiatieven en onderwijsinstellingen om zo kennis te verwerven over menstruatiearmoede en mogelijke te nemen acties. Ook werd een projectgroep binnen Odisee en KU Leuven opgestart. Hierin zit ten minste één medewerker per campus om zo een goede opvolging van het project te garanderen. Ook werd nagedacht hoe ze de inzamelpunten, verdeelpunten en sensibiliseringsactie gingen vormgeven. Odisee en KU Leuven kochten reeds menstruatieproducten aan voorafgaand de uitrol van de inzamel- en verdeelpunten. Dit deden ze om zo de inzameling en verdeling op hetzelfde moment te starten. Het project werd gestart in de week van de Internationale Dag voor de Uitroeiing van Armoede (17 oktober 2021) en werd goed onthaald door de studenten en personeelsleden. Het project kreeg bovendien ook media-aandacht.

## Partners

Bij het realiseren van het project hielpen verschillende stakeholders zoals

- Corporate Women Association (marketing en sensibilisering),
- de studentencoaches (ondersteuning over de verschillende campussen),
- de campusbeheerders (goedkeuring voor het plaatsen van de rekjes en kastjes),
- de onthaalmedewerkers en
- de facilitaire dienst.

## Doelpubliek

Het sensibiliseren en informeren over menstruatiearmoede is gericht op de studenten en het personeel van Odisee en de personeelsleden van KU Leuven die tewerkgesteld zijn op Campus Aalst, Campus Brussel en Technologicampus Gent. Hiertegenover is de verdeling van de menstruatieproducten vooral gericht op de studenten. Toch kunnen de



personeelsleden gebruik maken van de verdeelpunten aangezien er geen strikt onderscheid is tussen de toiletten voor studenten en personeelsleden op de campussen.

### Sensibilisering

De sensibilisering en kennisdeling over het project en menstruatiearmoede was hoofdzakelijk gericht op studenten en personeel. Hierbij gebruikten ze een postercampagne, informatieschermen, een samenvattende tekst/mededeling die opgenomen werd op een studenten- en personeelsplatform, sociale media (Instagram en Facebook) en mond-tot-mondreclame. Daarnaast ging STUVO ook langs tijdens de lesmomenten van de studenten.

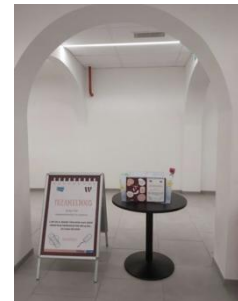
De vormgeving van de sensibiliseringsacties werd gedaan door de studentenvereniging Corporate Women Association. Hierbij gaf STUVO aan welke informatie ze op de affiches wilden, maar werd de creatieve uitwerking aan Corporate Women Association overgelaten. De informatie waarover STUVO wou sensibiliseren is:

1. het aantal personen die niet voldoende geld heeft om menstruatieproducten te kopen,
2. de mentale impact van menstruatiearmoede op de persoon die zich in die situatie bevindt,
3. en hoe Odisee en KU Leuven campus Aalst, Brussel en Gent menstruatiearmoede bij hun studentenpopulatie aanpakken.

Het project kwam in de grote belangstelling via verschillende mediakanalen. Dit droeg bij aan het sensibiliseren rond menstruatiearmoede waardoor het project meer bekend bij het bredere publiek werd. Doordat Corporate Women Association meehielp bij het sensibiliseren stonden zij vaak de pers te woord.

### Inzameling van menstruatieproducten

De inzameling van menstruatieproducten werd gedaan aan de hand van een sensibiliseringscampagne en inzamelendozen. Het liep van 18 oktober tot en met 22 oktober 2021. Op iedere campus stond een inzamelendoos op een strategische plaats. Op de foto hiernaast staat de inzamelendoos op Odisee en KU Leuven campus Gent. De inzameling werd met succes onthaald en externe personen doneerden ook menstruatieproducten. Hierdoor werd er in totaal meer dan 5.000 menstruatieproducten ingezameld en erna verdeeld over de campussen.



(Foto door Studentenvoorzieningen van Odisee & KU Leuven, 2021)

### Verdeelpunten

Uit de bevraging en informatieverwerving van verschillende initiatieven en organisaties kwam naar voren dat het belangrijk is om de menstruatieproducten zo laagdrempelig mogelijk aan te bieden. Deze visie werd aangehouden in de uitwerking van het project. In het begin van het project werden op verschillende campussen kastjes en rekjes in de vrouwentoiletten geplaatst. Odisee en KU Leuven kozen eerst voor rekjes om de menstruatieproducten op te leggen. Dit komt doordat deze makkelijk weg te halen zijn indien het project niet aansloeg. In tegenstelling tot de rekjes zijn de kastjes moeilijker weg te halen doordat deze permanent aan de muur hangen. De kastjes die werden opgehangen zijn de Trones schoenenkastjes, verkrijgbaar in de IKEA. Doordat STUVO zag dat het project werkte, besloten ze om overal kastjes te hangen. Hierdoor werd het nadeel van de rekjes geëlimineerd aangezien de rekjes er soms slordig of leeg



uitzagen. Ook zorgde het ervoor dat de verdeelpunten meer gebruikt worden door personen die nood hebben aan menstruatieproducten.

Het aantal verdeelpunten per campus is verschillend. In sommige campussen hangt er 1 kastje in een toiletblok en in andere 3. Op de plaatsen waar er meerdere hangen is soms 1 geplaatst op een zichtbare plaats. Dit gebeurde om het project meer herkenbaar te maken voor iedereen. De andere verdeelpunten hangen in rustige toiletblokken op de campus om zo stigmatisering tegen te gaan.

De verdeelde menstruatieproducten werden initieel in plastic IKEA-zakjes aangeboden. Hierdoor hadden de studenten meteen voldoende producten tot de volgende dag. Er waren drie soorten zakjes, namelijk zakjes met 3 maandverbanden, zakjes met 3 tampons en zakjes met 3 tampons en 3 inlegkruisjes. Nadat het project een tijdje liep legden de studenten de IKEA-zakjes terug in de kastjes zodat deze hergebruikt kon worden. Dit zorgde ervoor dat het project meer duurzaam werd. Op dit moment worden de IKEA-zakjes amper gebruikt. De personen die de kastjes aanvullen leggen de menstruatieproducten er los in zodat de studenten kunnen nemen hoeveel ze er nodig hebben.

#### Aangeboden menstruatieproducten

De Sociale dienst STUVO informeerde zich bij BruZelle en andere organisaties welke producten zij aanbieden. Hierna koos STUVO om inlegkruisjes, maandverbanden en tampons met en zonder inbrenghuls te voorzien in alle verdeelpunten. In de verdeelpunten worden enkel menstruatieproducten aangeboden. Op het moment van het interview (april 2022) was STUVO aan het overwegen om ook menstruatiecups aan te bieden. Een piste hierbij was om deze aan te bieden bij de sociale dienst en de studenten op de hoogte te brengen dat deze daar beschikbaar zijn. Ook zou de menstruatiecup vergezeld worden met een blad waarop de verschillende gebruiksmethoden staan. Een voordeel bij dit product is het duurzame karakter en dat studenten hun menstruatiecup nog kunnen gebruiken als ze afgestudeerd zijn.

Op campus Brussel zagen de medewerkers dat er alleen inlegkruisjes en maandverbanden gebruikt werden. Op deze campus zitten ze met een grote moslimpopulatie bij de studenten. Dit kan verklaren waarom er geen of amper tampons uit de kastjes gehaald worden. STUVO overweegt om op campus Brussel op termijn geen tampons meer aan te bieden.

#### Misbruik voorkomen

Tijdens de eerste weken toen de kastjes en rekjes er stonden werden ze in een sneltempo leeggehaald. Dit kwam mogelijks door studenten die niet wisten waarom deze kastjes er hingen. Hierdoor werd een poster met het citaat 'Temper your greed, take only what you need' boven de verdeelpunten gehangen. Daarnaast stond ook meer informatie over het aantal studenten dat worstelt met de aankoop van menstruatieproducten op de poster. Op dit moment hangt volgende poster uit bij de verdeelpunten. Naast de poster bij de kastjes is het blijvend sensibiliseren via sociale media belangrijk. Dit om de nieuwe studenten te bereiken met informatie over het project en het doel van de verdeelpunten uit te leggen.



(Poster gemaakt door Studentenvoorzieningen van Odissee & KU Leuven, 2021)

In het begin van het project waren op bepaalde campussen rekjes en op andere kastjes geplaatst. Na een welbepaalde periode werden de rekjes vervangen door de kastjes. STUVO had de indruk dat de rekjes meer uitnodigden om



menstruatieproducten te nemen dan de kastjes, ook voor personen die niet in menstruatietoestand leven of een menstruatieproduct vergeten zijn.

Naast het leeghalen van de verdeelpunten in het begin van het project hebben ze één keer, op campus Sint-Niklaas, misbruik van een verdeelpunt meegemaakt. Bijna iedere dag werd het kastje leeggemaakt door een student. Door het monitoren van het verbruik van het kastje kon bepaald worden dat deze student avondonderwijs volgde en in welke klas deze persoon zat. Er kon niet bepaald worden welke student alle producten uit het kastje haalde. Doordat deze student een paar maanden later afstudeerde stopte dit misbruik.

#### Tegengaan van stigmatisering van verdeelpunten

Om de stigmatisering van de verdeelpunten tegen te gaan probeert STUVO de menstruatieproducten zo laagdrempelig mogelijk aan te bieden. Ten minste één verdeelpunt per campus hangt bij een toiletblok die minder frequent gebruikt wordt. Daarnaast zijn de menstruatieproducten gratis en worden deze producten beschikbaar gesteld voor kwetsbare studenten en andere personen die bijvoorbeeld een menstruatieproduct niet bij zich heeft. STUVO sensibiliseert ook over de verdeelpunten en menstruatietoestand om zo het stigma te verminderen.

#### Kostprijs

Vóór de opstart van het project werden verschillende zaken aangekocht zoals menstruatieproducten, kastjes, rekjes, zakjes, dubbelzijdig plakband en kaffepapier. Dit voor een totaal van 346,15 euro. Tijdens het project werd er nog een bedrag besteed van 237,96 euro. Dit werd gebruikt om de rekjes te vervangen naar kastjes, zakjes om de menstruatieproducten aan te bieden en extra menstruatieproducten aan te kopen. Met het volledig bedrag van 584,01 euro komt STUVO toe voor academiejaar 2021-2022. Hierbij een tabel met de bedragen.

Wat	Waar gekocht?	Prijs
Menstruatieproducten	Aldi, Colruyt, Kruidvat	€267,16
Kastjes en rekjes (om op 12 plaatsen te zetten)	IKEA	€251,85
Zakjes	IKEA	€40,00
Inpakpapier (inzameldoos)	Hema	€4,50
Dubbelzijdige plakband (voor bestendige kastjes)	Hubo	€20,50
<b>Totaal</b>		<b>€584,01</b>

De kostprijs werd laag gehouden door de inzameling van menstruatieproducten. Hierbij hadden studenten, docenten en externen ongeveer 5.000 menstruatieproducten gedoneerd. In alle campussen kwamen ze toe met de menstruatieproducten die ze ingezameld en gekocht hebben tijdens het academiejaar '21 - '22. Alleen op campus Brussel ging er voor het eerst nieuwe producten aangekocht worden.



## Good practice 2: Katholieke Universiteit Leuven (Campus Sint-Lucas Brussel) en LUCA School of Arts (Campus Narafi en Campus Sint-Lukas)

Trefwoorden: inzameling menstruatieproducten, verdeling menstruatieproducten in kastjes, sensibiliseringscampagne

Dit initiatief is gebaseerd op de good practice van Odisee en Katholieke Universiteit Leuven Campus Aalst, Campus Brussel en Technologicampus Gent. Het werd verder uitgewerkt en uitgerold op Campus Narafi en Campus Sint-Lukas van LUCA School of Arts en Campus Sint-Lucas Brussel van de KU Leuven. Hierdoor is er op alle campussen van de leden van de Associatie KU Leuven in Brussel een initiatief rond menstruatiearmoede, namelijk de inzameling en verdeling van menstruatieproducten en een sensibiliseringscampagne hierrond.

### Start project

In oktober 2021 zette STUVO - Studentenvoorzieningen van Odisee & KU Leuven een inzamelactie en verdeelpunten voor menstruatieproducten en een sensibiliseringscampagne rond menstruatiearmoede op. Deze actie werd opgezet in kader van de Internationale Dag voor de Uitroeiing van Armoede (17 oktober) op alle campussen van Odisee en de campussen Aalst, Brussel en Technologicampus Gent. Een medewerker van de KU Leuven had dit project opgevangen en wou dit opzetten op de campussen van LUCA School of Arts te Brussel en Campus Sint-Lucas Brussel van de KU Leuven. Op deze campussen werd het gelanceerd in functie van Internationale Vrouwendag (8 maart).

Het project van STUVO - Studentenvoorzieningen van Odisee & KU Leuven en het project van KU Leuven en LUCA School of Arts zijn heel gelijklopend aangezien respectievelijk het laatste project gebaseerd is op het eerste project. Hierdoor halen we enkel de verschillen tussen beide projecten aan bij de volgende delen.

### Partners

Bij het realiseren van het project hielpen verschillende stakeholders zoals

- Corporate Women Association,
- Dienst Studentenvoorzieningen,
- de onthaalmedewerkers en
- de facilitaire dienst.

### Doelpubliek

Het project is in eerste instantie gericht op de studenten van KU Leuven en LUCA School of Arts in Brussel. Hierdoor wordt tezamen met het project van STUVO - Studentenvoorzieningen van Odisee & KU Leuven alle studenten van de Associatie KU Leuven in Brussel beoogt. Naast de hoofdfocus op studenten is dit project ook gericht op de



personeelsleden. KU Leuven en LUCA School of Arts weten dat er mogelijk personeelsleden in menstruatietoestand leven waardoor ze de verdeelpunten van menstruatietoestellen ook openstellen voor hen.

### Sensibilisering

Bij de sensibiliseringscampagne werd samengewerkt met de studentenvereniging Corporate Women Association. In vergelijking met de posters gebruikt op Odisee en KU Leuven Campus Aalst, Campus Brussel en Technologicampus Gent zijn er kleine aanpassingen gedaan zodat het gericht is op de studentenpopulatie van KU Leuven te Brussel. Daarnaast werden de posters ook in het Engels ontwikkeld.

Door de evaluatie van het project op Odisee en KU Leuven Campus Aalst, Campus Brussel en Technologicampus Gent werd bepaald sensibiliseringsmateriaal bij het project van KU Leuven en LUCA School of Arts te Brussel vanaf het begin van het project gemaakt. Een voorbeeld hierbij is de poster met de slagzin 'Temper your greed, take only what you need'. Dit werd vanaf het begin bij de verdeelpunten van menstruatietoestellen gehangen.

### Inzameling van menstruatietoestellen

De inzamelactie van menstruatietoestellen was gekoppeld aan Internationale Vrouwendag op 8 maart 2022. Het initiatief van Odisee en KU Leuven Campus Aalst, Campus Brussel en Technologicampus Gent werd gelanceerd op de Internationale Dag voor de Uitroeiing van Armoede op 17 oktober 2021. Deze twee datums zijn een ideaal moment om te beginnen met een initiatief rond menstruatietoestand. Een ander verschil tussen de inzamelacties is dat degene van KU Leuven en LUCA School of Arts te Brussel een langere duurtijd had. Dit komt doordat de verdeelpunten van menstruatietoestellen door externe omstandigheden later dan gepland geïnstalleerd werden. Hierdoor werd er beslist om de duurtijd van de inzamelactie te verlengen.

### Verdeelpunten

Uit de evaluatie van het project van Odisee en KU Leuven Campus Aalst, Campus Brussel en Technologicampus Gent kwam naar voren dat er meer voordelen zijn bij het gebruik van de kastjes dan het gebruik van de rekjes. Hierdoor werd bij het project van KU Leuven en LUCA School of Arts gebruik gemaakt van de kastjes als verdeelpunten. Deze werden in mei 2022 geplaatst op de campussen.

### Aangeboden menstruatietoestellen

Op de Brusselse campussen van KU Leuven en LUCA School of Arts werden er gratis inlegkruisjes, maandverbanden en tampons met en zonder inbrenghuls verdeeld. Daarnaast werden er middelen vrijgemaakt binnen de facultaire middelen van de faculteiten van de KU Leuven in Brussel. Met deze middelen zouden er menstruatietops gekocht en verdeeld worden. Hoe de onderwijsinstellingen deze cups zou verdelen was op het moment van het interview niet duidelijk. De cups zouden niet aangeboden worden via de verdeelkasten van menstruatietoestellen aangezien de cups een hogere prijs heeft en eenmalig gegeven wordt. Er werd nagedacht om de cups op een zo laagdrempelig mogelijke manier aan te bieden. Een mogelijke optie hierbij was om deze beschikbaar te stellen bij de Diensten Studentenvoorzieningen waarbij ze geen naam opschrijven waardoor de drempels verminderen om een gesprek aan te gaan. Hierbij zou er een eenmalige drempel om een cup te halen zijn. Door een goede kadering van de verdeling via verschillende media kan deze verlaagd worden. Daarnaast werd er nagedacht om een educatief aspect eraan te verbinden doordat er verschillende visies rond





het inbrengen van een voorwerp in het lichaam zijn en de mythe dat de maagdenvlies doorbroken wordt bij het insteken van een tampon of cup bestaat.

Naast het aanbieden van de cup zouden de verdeelpunten van menstruatieproducten blijven hangen. Dit kwam omdat menstruerende personen bij het goed gebruik van de cup er twee nodig hebben. Indien een persoon de cup uithaalt moet deze een plaats hebben om deze af te spoelen en terug in te brengen. Hierdoor heb je een andere cup of menstruatieproduct nodig om het bloed op te vangen terwijl je de andere cup afwast.

#### Misbruik voorkomen

De manier om misbruik te voorkomen is hetzelfde zoals bij het initiatief van Odisee en KU Leuven.

#### Tegengaan van stigmatisering van verdeelpunten

De manier om stigmatisering van verdeelpunten te voorkomen is hetzelfde zoals bij het initiatief van Odisee en KU Leuven.

#### Kostprijs

Er werd een inzamelactie van menstruatieproducten opgezet wat de kostprijs van het initiatief vermindert. Bij de opstart van het project werd er 227 euro uitgegeven voor de aankoop van kastjes (60 euro) en maandverbanden & tampons (167 euro). Doorheen het project zal de KU Leuven en LUCA School of Arts monitoren hoeveel producten uit de verdeelpunten gehaald worden om zo de kostprijs te voorspellen.

In Brussel zijn er vier faculteiten van de KU Leuven gelegen, namelijk Faculteit Architectuur, Faculteit Economie en Bedrijfswetenschappen, Faculteit Letteren en Faculteit Rechtsgeleerdheid. Er werd een bedrag van 1.000 euro vrijgemaakt uit de facultaire middelen van die faculteiten. Met dit bedrag zal er een aanbod van gratis menstratiecups voorzien worden. Dit zal op de Brusselse campussen van de KU Leuven, LUCA School of Arts en Odisee te verkrijgen zijn. In wederdienst voor het gebruik van de kennis van het project van STUVO - Studentenvoorzieningen van Odisee & KU Leuven ging de medewerker van KU Leuven, die het project heeft uitgebreid naar KU Leuven en LUCA School of Arts te Brussel, meehelpen met de zoektocht naar middelen binnen Odisee om dit ook op alle campussen van deze hogeschool aan te bieden.

#### Andere projecten binnen KU Leuven

Naast de twee projecten van KU Leuven en LUCA School of Arts te Brussel en Odisee waren er andere projecten rond menstratiearmoede bezig in de KU Leuven. Het waren singuliere projecten op verschillende campussen. Binnen de Faculteit Filosofie in Leuven werden tampons verdeeld in de toiletten. Dit project werd uitgewerkt door een privé-initiatief. Daarnaast werden gratis menstruatieproducten verdeeld binnen de gebouwen van Departement Aard- en Omgevingswetenschappen te Leuven. Ook was er een proefproject op Campus Antwerpen.



## Good practice 3: Vrije Universiteit Brussel

Trefwoorden: verdeling duurzame menstruatieproducten a.d.h.v. vouchers en basispakketten

De Vrije Universiteit Brussel wil hun studenten ondersteunen en menstruatiearmoede verhelpen bij hun studenten. Tijdens academiejaar 2021 – 2022 deden ze dit aan de hand van twee verdeelpunten, namelijk één bij het Infopunt en één bij een ingang van een kotgebouw op de VUB-campus. Vanaf academiejaar 2022 -2023 ging dit laatste verdeelpunt niet meer bevoorrad worden met menstruatieproducten, maar gingen de VUB duurzame menstruatieproducten aanbieden.

Hierbij geven we al eerst de overkoepelende gelijkenissen van de drie verschillende methodieken aan de Vrije Universiteit Brussel bij de verdeling van menstruatieproducten.

1. De verdeling van menstruatieproducten was gericht op de studenten. Het budget dat voor de verdeling werd gebruikt kwam uit de budgetten die gericht zijn op studenten.
2. De doelgroep bij de drie verschillende methodieken waren de studenten die nood hebben aan menstruatieproducten. Deze personen kunnen bijvoorbeeld in menstruatiearmoede leven of vergeten zijn om menstruatieproducten mee te nemen naar school.

### Methodiek 1: Infopunt Studenten

De VUB bood al lange tijd maandverbanden aan via hun Infopunt Studenten. Dit is een laagdrempelig aanspreekpunt voor studenten waarbij ze met allerlei vragen zoals 'Waar ligt klaslokaal X?' en 'Waar kan ik terecht met vragen rond een studentenjob?' terecht kunnen. Bij dit Infopunt liggen maandverbanden die studenten gratis kunnen krijgen indien ze dit vragen.

### Methodiek 2: Project 'Foodsharing'

Tijdens de covid-pandemie werd het initiatief 'Foodsharing' gestart vanuit het GreenTeam, student Lotus Li en de VUB Kotcoach. Dit project is gericht op de studenten. Op Brussels Humanities, Sciences & Engineering campus van de VUB werd bij het kotgebouw X3 een frigo en voedselkast geplaatst. Deze staat bij de ingang van dit gebouw zodat het voor iedereen toegankelijk is. De bedoeling van dit project is dat studenten die etenswaren over hebben en dit willen delen met andere studenten het overschot aan eten in de frigo of voedselkast zetten. Bijvoorbeeld een student, die even niet meer naar kot gaat, heeft potjes yoghurt liggen die bijna vervallen. Deze student kan deze potjes in de koelkast zetten om zo voedselverspilling tegen te gaan en zo solidair te zijn met andere studenten. Naast de solidariteit van studenten onder elkaar voorzorg de Vrije Universiteit Brussel maandverbanden in deze kast. Dit komt doordat de universiteit menstruatiearmoede bij hun studenten tegen wou gaan. Dit wouden ze op een duurzame manier doen a.d.h.v. duurzaam menstruatieproducten. Doordat ze een plan uitdachten en niet overhaast duurzame menstruatieproducten wouden aanbieden besloot de Vrije Universiteit Brussel om tijdelijk maandverbanden in de voedselkast te voorzien. Dit voor academiejaar 2021 -2022. Vanaf 2022 – 2023 boden ze duurzame menstruatieproducten aan via een andere methodiek (cfr. Methodiek 3: vouchers voor duurzame menstruatieproducten).



Om de voedselkast en -koelkast te onderhouden en te kijken of de etenswaren nog vers zijn werkte het project met vijf vrijwilligers. Deze kwamen om de paar dagen langs. Ook vulden ze de maandverbanden aan indien deze op waren.



Foto door Foodsharing VUB (2021)

### Methodiek 3: vouchers voor duurzame menstruatieproducten

Menstruatiearmoede werd een 'hot topic' in 2020 en de Vrije Universiteit Brussel wou dit probleem aanpakken bij hun studenten. Bij het uitdenken van een project werd snel beslist dat ze duurzame menstruatieproducten wouden aanbieden. Dit komt doordat de Vrije Universiteit Brussel zich inzet op duurzaamheid. Om dit project goed uit te denken werd beslist om in academiejaar 2021 – 2022 tijdelijk maandverbanden te voorzien. Dit werd gedaan a.d.h.v. de voedselkast (cfr. Methodiek 2: Project 'Foodsharing'). In academiejaar 2022 – 2023 zal de VUB via een pilootproject duurzame menstruatieproducten aanbieden a.d.h.v. een voucher. De uitwerking van dit idee was nog bezig op het moment van het interview.

#### *Partners*

De enige partner in dit project is het filiaal Färm Hankar van biowinkel Färm.

De Vrije Universiteit Brussel koos een externe partner in dit project zodat een groot deel van logistieke deel van dit project uitbesteed kon worden.

#### *Voucher*

Studenten kunnen bij de Vrije Universiteit Brussel een voucher krijgen om duurzame menstruatieproducten aan te kopen bij filiaal Färm Hankar van biowinkel Färm. Op welke manier deze voucher gemaakt en uitgedeeld wordt, was nog niet beslist op moment van de afname van het interview. Wel ging er op de voucher staan welke duurzame menstruatieproducten de student hiermee kan kopen en welk maximumbedrag de voucher heeft. Er werd gedacht dat de VUB de vouchers aan zou kopen en deze beschikbaar ging stellen aan de studenten. Nadat de student langs was gekomen en de voucher had ontvangen, kon die langsgaan bij Färm Hankar en de duurzame menstruatieproducten krijgen.



### *Verdeelpunten*

Bij de verdeling van de duurzame menstruatieproducten werd gekozen voor de biowinkel Färm Hankar, die dicht gelegen is bij de campus van de VUB, om deze aan te bieden. Doordat het om een pilootproject ging, die uitgetest werd in academiejaar 2022 – 2023, gebeurde de verdeling van de duurzame menstruatieproducten enkel in dit filiaal van Färm. Later kon dit mogelijks uitgebreid worden naar alle filialen van Färm. Eén filiaal werd gekozen om ook de drempels binnen de winkel te verlagen. Binnen het filiaal van Färm kenden alle personeelsleden de vouchers en zagen deze als een normaal betaalmiddel aan. Zo diende de studenten de voucher niet uit te leggen en verlaagde dit de stigmatisering.

In het begin van het project werd er getwijfeld om een fysieke winkel of een online webshop als partner te hebben. In het interview werden volgende redenen aangehaald om toch te kiezen voor Färm (fysieke winkel) als partner.

- In Färm hebben ze een groot aanbod aan menstruatieproducten.
- Je kan de producten vastnemen en bekijken. De look & feel van de producten is belangrijk bij het gebruik ervan.
- Er zijn geen verzendkosten.
- Er is minder kans dat de producten duurder uitkomen dan het bedrag van de voucher. Bij online bestellingen moet er vaak verzendkosten betaald worden waardoor een deel van het bedrag van de voucher niet aan menstruatieproducten kan besteed worden.

### *Keuze menstruatieproducten*

De Vrije Universiteit Brussel zette in op duurzaamheid waardoor ze de keuze maakten om in dit project alleen duurzame menstruatieproducten aan te bieden. Als een student liever wegwerp maandverbanden gebruikte kon deze naar het Infopunt Studenten gaan (cfr. Methodiek 1: Infopunt Studenten). De keuze voor duurzame menstruatieproducten werd ook beïnvloed doordat duurzame menstruatieproducten lang meegaan. Hierdoor diende de student één keer om een voucher te gaan, had die een lange periode genot van dit product en moest die niet meermaals om menstruatieproducten gaan op de campus.

De Vrije Universiteit Brussel vond dat de keuze van de soort menstruatieproducten volledig bij de student ligt. Hierdoor beslisten ze om met hun voucher een basispakket aan te bieden en daarnaast de keuze aan de student te geven of diegene extra duurzame maandverbanden of de menstruatiecup wou.

Met de voucher van de VUB kreeg je een basispakket waarin er zes verschillende wasbare maandverbanden zitten. Deze verschilden in vorm, grootte en dikte. In combinatie met dit basispakket kon de student kiezen tussen (1) twee extra duurzame maandverbanden of (2) een menstruatiecup.



Foto door Bambaw (z.d.)

### *Kostprijs*

De kostprijs van dit project kon de Vrije Universiteit Brussel moeilijk inschatten op het moment van het interview. Door de geringe gegevens over menstruatiermoede was er geen kennis over het aantal personen die in menstruatiermoede leven en die studeren aan een hoger onderwijsinstelling. Dit bemoeilijkte het budgetteringsproces.

De keuze van de producten gebeurde in de week van het interview waardoor de VUB niet kon meedelen hoeveel ze zelf gingen betalen voor het aanbieden van één voucher. Dit diende nog besproken te worden met Färm. Toch konden ze de particuliere verkoopprijzen meedelen. De prijs van het basispakket was ongeveer 40 euro. Daarnaast was een individueel wasbaar maandverband ongeveer 7 euro en was de menstruatiecup ongeveer 14 euro. In totaal was dit een verkoopwaarde van 54 euro per voucher.

### Sensibilisering en educatie

De geïnterviewde had geen zicht op sensibilisering en de educatie rond menstruatie en menstruatiermoede op de Vrije Universiteit Brussel. Vanaf het pilotproject met de vouchers gelanceerd werd, ging er gesensibiliseerd worden rond dit project. Dit ging zo laagdrempelig mogelijk gedaan worden. De sensibiliseringsmethoden waren nog niet beslist op moment van het interview.



## Good practice 4: Karel de Grote Hogeschool

Trefwoorden: Inzameling en verdeling van menstruatieproducten

### Start project

Vijf studenten aan de Karel de Grote Hogeschool onderzochten menstruatiearmoede voor het opleidingsonderdeel Maatschappelijke Uitdagingen in professionele bachelor orthopedagogie (Driesen & Clement, z.d.). In kader van hun studie contacteerden deze studenten de Karel de Grote Hogeschool met de vraag of ze een inzamelactie voor menstruatieproducten en een verdeelpunt mochten opzetten. Hierbij maakte de hogeschool de belofte om hun project mee te faciliteren en mogelijks de verdeelpunten permanent aan te bieden. Het pilootproject gebeurde op campus Zuid van Karel de Grote Hogeschool.

### Partners

Het initiatief van de inzamelactie en verdeelpunten van menstruatieproducten werd geïnitieerd door vijf studenten die orthopedagogie studeren. Daarnaast werd een bevraging gedaan bij de studenten, waardoor deze inbreng in het project hadden. Ook bekeek Karel de Grote Hogeschool of ze duurzame menstruatieproducten zouden aanbieden. Hierbij spraken ze externe organisaties aan.

### Doelpubliek

De inzamelactie was gericht op de studentenpopulatie en op de personeelsleden. De verdeelpunten van de menstruatieproducten waren in de vrouwentoiletten. Wanneer er genderneutrale toiletten op de campus geïnstalleerd werden, voorzorg Karel de Grote Hogeschool daar ook menstruatieproducten.

### Sensibilisering

Om het project en menstruatiearmoede bekend te maken bij de studentenpopulatie en de personeelsleden werd er naar hen gecommuniceerd door middel van flyers en een interne communicatie. In deze interne communicatie werd vermeld wat menstruatiearmoede is en de relevante cijfers erover zoals hoeveel personen in menstruatiearmoede leven en hoeveel personen niet naar school komen hierdoor.

### Inzameling van menstruatieproducten

De inzameling van menstruatieproducten was gericht op de studentenpopulatie en de personeelsleden. Dit ging van start door het plaatsen van een kartonnen doos in de onthaalzones op campus Zuid van Karel de Grote Hogeschool. Deze kartonnen doos werd versierd door de studenten orthopedagogie die het project gestart waren. Erna werd deze veranderd in een doos die de huisstijl van de hogeschool volgt. Deze doos bleef permanent in de onthaalzones staan doordat Karel de Grote Hogeschool blijvend menstruatieproducten willen inzamelen. Ze voelden bij de studentenpopulatie en de personeelsleden dat velen iedere maand een menstruatieproduct doneerden.



In het begin bij de inzameling werd niet gespecificeerd welke menstruatieproducten ingezameld werden. Hierdoor zaten ook niet verpakte maandverbanden of doosjes tampons in de inzamelendoos. Volgens Karel de Grote Hogeschool was dit moeilijker te verdelen dan individueel verpakte menstruatieproducten. Dit komt door hygiënische redenen. Hierna heeft Karel de Grote meer specifiek aangegeven om individueel verpakte menstruatieproducten in te zamelen.

#### Verdeelpunten

Tijdens de eerste maanden van het project werd bij de vrouwentoiletten van campus Zuid aan de hand van een mandje menstruatieproducten verdeeld. In de loop van mei 2022 werd ook in de sanitaire zones van andere campussen van Karel de Grote Hogeschool mandjes met menstruatieproducten geplaatst. Daarnaast was de hogeschool bezig met het uitbouwen van genderneutrale toiletten op de campussen. Hier gingen ook verdeelpunten geplaatst worden.

De hogeschool had voor de methodiek van de mandjes gekozen door een bevraging bij de studenten. In deze bevraging gaven studenten aan dat het aanbieden van menstruatieproducten in een mandje bij de wasbakken meer laagdrempelig was dan aan de hand van een verdeelautomaat.

#### Aangeboden menstruatieproducten

In de verdeelpunten van menstruatieproducten werden individueel verpakte maandverbanden en tampons aangeboden. Dit om hygiënische redenen. Duurzaamheid is een belangrijk aspect voor Karel de Grote Hogeschool. Hierdoor waren ze in mei 2022 aan het kijken om de menstruatiecup aan te bieden. Een nadeel aan dit product is de kostprijs. De hogeschool was in onderhandeling met een partner om deze mogelijks aan te bieden.

#### Misbruik voorkomen

Bij de Karel de Grote Hogeschool hadden ze geen meldingen gekregen van misbruik van de verdeelpunten van menstruatieproducten. Ook was dit moeilijk te monitoren. Een manier om misbruik tegen te gaan was de studenten of personeelsleden te informeren over de reden waarom het verdeelpunt er staat. Bij de verdeelpunten hing een bordje met informatie over menstruatiearmoede. Daarnaast spraken bepaalde personeelsleden hun collega's of studenten aan wanneer deze uitspraken doen zoals 'het is handig om de verdeelpunten van menstruatieproducten te hebben zodat ikzelf geen menstruatieproducten meer dien mee te nemen'.

#### Tegengaan van stigmatisering van verdeelpunten

Om stigmatisering van de verdeelpunten tegen te gaan werd een bordje met informatie over menstruatiearmoede bij de mandjes geplaatst. Daarnaast stond de zin 'neem wat je nodig hebt en laat achter wat je kan missen' op dit bordje. Ook werd geopteerd om mandjes i.p.v. een verdeelautomaat te gebruiken. Dit om de menstruatieproducten zo laagdrempelig mogelijk aan te bieden.

#### Kostprijs

Tot midden mei 2022 kocht de Karel de Grote Hogeschool geen menstruatieproducten aan aangezien de inzameling van menstruatieproducten genoeg middelen voorzag. Vanaf midden mei 2022 werd het proefproject van het verdeelpunt in campus Zuid uitgerold naar de andere campussen van de hogeschool. Hierdoor ging Karel de Grote Hogeschool iedere maand 2.000 stuks aan menstruatiemateriaal aankopen.



## Good practice 5: Arteveldehogeschool

Trefwoorden: infosessies, duurzame menstruatieproducten

De good practice van Arteveldehogeschool werd uitgewerkt en uitgevoerd binnen de bacheloropleiding Sociaal Werk op campus Sint-Anna van Arteveldehogeschool te Gent. De good practice van infosessies over duurzame menstruatieproducten is een onderdeel van het project 'AHS tegen menstruatiearmoede'.

### Start project

Eind 2020 gaf Minister voor Armoedebestrijding Karine Lalieux (2020) een projectsubsidie aan de Vrouwenraad en de Conseil des Femmes Francophones de Belgique. Hierop lanceerde de Vrouwenraad een projectoproep naar diens aangesloten verenigingen om lokale projecten rond menstruatiearmoede voor te stellen. Het project 'AHS tegen menstruatiearmoede' werd ingediend waarbij volgende partners zijn: Arteveldehogeschool Opleiding Sociaal Werk, Arteveldehogeschool Opleiding Pedagogie van het jonge kind, Arteveldehogeschool Dienst Studentenvoorzieningen, ZIJkant en Gentse armoedeverenigingen. De focus van dit project was preventie van menstruatiearmoede op school, sensibilisering en onderzoek. De twee studenten die aan het interview deelnamen stonden in voor vormingen, het testen van duurzaam menstruatiemateriaal en het onderzoek van de effecten van de vorming. Hierdoor beschreef Yanni enkel dit aspect uit het project 'AHS tegen menstruatiearmoede' in hun bachelorproef.

De start van het project voor de twee studenten was toen een docent het project uitlegde in het opleidingsonderdeel Professionele Ontwikkeling 2. Een student die dit opleidingsonderdeel volgde en een vriend van deze student schreven zich in en mochten de infosessies uitwerken. De studenten begonnen aan dit project in oktober 2021.

### Partners

Bij het realiseren van het project hielpen verschillende stakeholders zoals

- 2 studenten Sociaal Werk;
- Docent binnen de bacheloropleiding Sociaal Werk (begeleiding van de studenten);
- Tante Rosa (webwinkel voor duurzame menstruatieproducten);
- Vrouwenraad (financiering uit projectmiddelen) en
- Stuvers Sint-Anna Arteveldehogeschool en Sociaal werk Arteveldehogeschool (verspreiding sociale media berichten)

### Doelpubliek

Het doelpubliek van de infosessies waren studenten Sociaal Werk op Arteveldehogeschool. Hierbij werd er niet gespecificeerd op genderidentiteit, de infosessies stonden open voor alle studenten Sociaal Werk ongeacht hun genderidentiteit. Dit werd gedaan om het taboe dat menstruatie alleen voor vrouwen is te doorbreken.





### Begeleiding van docent

De twee studenten die de infosessies uitwerkten en begeleidden, kregen begeleiding van een docent binnen de bacheloropleiding Sociaal Werk. Om de twee weken vond een gesprek tussen de studenten en de docent plaats. Tijdens deze gesprekken werd het project opgevolgd en gebrainstormd over de uitwerking. De docent gaf de studenten eigenaarschap over de infosessies en liet hen vrij in de uitwerking ervan en welke duurzame menstruatieproducten ze wilden uitdelen. In het begin van het academiejaar '21 – '22 werd voor de studenten die de infosessies uitwerkten en de studenten die hun bachelorproef over menstruatiearmoede schrijven een cupparty van Tante Rosa georganiseerd. Zo kregen de studenten zelf meer informatie over de verschillende menstruatieproducten en weten ze welke methodieken gebruikt worden in een cupparty.

### Infosessies

Er werden twee infosessies georganiseerd die op 28 april 2022 en op 04 mei 2022 om 12u30 plaatsvonden. In de testfase van de infosessies werd er één sessie georganiseerd in de klas van één van de begeleidende studenten. Hierdoor konden ze feedback krijgen op hun concept en uitwerking.

De publieke infosessies vonden plaats in het Stuverlokaal in de Studentenkelder op Arteveldehogeschool Campus Sint-Anna. Dit lokaal werd gekozen omdat veel studenten deze plaats kennen en het laagdrempelig is om hiernaartoe te gaan. Ook werd beslist om de infosessies in een groep van maximaal twintig personen te doen zodat er een safe(r) space gecreëerd kon worden, wat de laagdrempeligheid bevorderde. Het Stuverlokaal is groot genoeg voor een groep van twintig personen. Bij de eerste infosessie kwamen 23 personen en bij de tweede infosessie 28 personen. Daarnaast werd de testsessie in een klas van twintig personen uitgetest. Hierdoor bereikte de infosessies een totaal van 71 personen.

Het doel van de infosessies was om menstruatie en menstruatiearmoede bespreekbaar te maken. Daarnaast werd er informatie over duurzame menstruatieproducten gegeven en konden de deelnemers een testpakket van deze duurzame producten meenemen om deze uit te testen. Om deze doelen te realiseren werden tijdens de infosessie volgende methodieken gebruikt: kringgesprek en briefjesbokaal, quiz, cupparty en uitdeling van menstruatieproducten.

#### *Kringgesprek en briefjesbokaal*

Bij het kringgesprek werden er ervaringen over menstruatie en menstruatiearmoede uitgedeeld tussen de begeleiders en deelnemers. Dit gebeurde aan de hand van de briefjesbokaal. Hierbij schreven de deelnemers een situatie op een blad en staken dit briefje in de briefjesbokaal. Hierna werden enkele briefjes uit de bokaal getrokken, voorgelezen en besproken. De begeleiders vertelden wat er op de briefjes stond en lieten de deelnemers zelf erop antwoorden. Om een safe(r) space te creëren werd niemand aangeduid en kozen de deelnemers zelf wat hun inbreng is. Ook vertelden de begeleiders van de infosessie over hun eigen ervaringen over het onderwerp menstruatie om zo de drempel te verminderen.

#### *Quiz*

Bij de uitwerking van de quiz werd literatuur over menstruatie en menstruatiearmoede gelezen en verwerkt door de begeleiders. Volgende bronnen waren hierbij belangrijk: het onderzoek van Caritas 'Dubbel Taboe Menstruatie-armoede in Vlaanderen', het standpunt rond menstruatiearmoede van de Vrouwenraad, informatie van het OCMW en het boek 'Ben je ongesteld of zo?' van Honorata van den Akker en Lieke Smets.



In de quiz werd er gebruik gemaakt van cijfergegevens en ludieke feiten. Dit om een evenwichtige verdeling tussen educatie en plezier in de quiz te hebben. Een voorbeeld van een ludiek feit is dat Aristoteles de menstruatie aanzag als een manier om de baarmoeder terug op de juiste plaats in het lichaam te brengen. Ook werd in de quiz de link tussen het sociaal werk en menstruatie of menstruatiearmoede gelegd.

### *Cupparty*

Bij het onderdeel cupparty van de infosessie werden de verschillende duurzame menstruatieproducten voorgesteld en werd op het einde een testpakket uitgedeeld. In dit testpakket zaten volgende producten: duurzame inlegkruisjes, inlegkruisjes in biokatoen voor in een string, duurzame nachtverbanden, een menstruatiecup, een wasbaar billendoekje, een menstruatieonderbroek en een wet/dry zakje. Tijdens de uitleg over de menstruatieproducten werd overlopen waarvoor elk product dient, hoe het best gewassen wordt, hoe het gebruikt wordt, hoe het ingebracht wordt... Daarnaast werd ieder product doorgegeven aan de deelnemers zodat ze eraan konden voelen. Op het einde van de cupparty werd een testpakket met duurzame menstruatieproducten meegegeven.

Na de infosessie stuurden de begeleiders een mail naar de deelnemers als bedanking. In deze mail werd de link naar de site van Tante Rosa gedeeld. Op deze site staat informatie over het gebruik en de verzorging van duurzame menstruatieproducten. Dit deden de begeleiders omdat de informatie over de producten vergeten kan worden doorheen de infosessie. Daarnaast stond in de mail die de begeleiders verstuurde ook een link naar een evaluatiedocument die de deelnemers kunnen invullen.

### Evaluatie infosessies

De infosessies werden geëvalueerd aan de hand van een enquête. Deze enquête werd doorgestuurd na de infosessies. Op moment van het interview hadden de infosessies geen maand ervoor plaatsgevonden. Hierdoor waren er nog geen definitieve gegevens over het gebruik van de menstruatieproducten. Toch hadden al enkele studenten de enquête ingevuld waaruit blijkt dat een student duurzaam menstruatiemateriaal wou gebruiken en de infosessie het juiste moment was om hierbij in te stappen, ook waren veel studenten geïnteresseerd in de menstruatiecup.

In de enquête kwamen vragen in voor zoals:

- Hoe vond je het om de duurzame menstruatieproducten uit te testen?
- Heb je ongemakken gehad bij het uittesten van de duurzame menstruatieproducten?
- Welke menstruatieproducten zal je gebruiken? Waarom?
- Welke menstruatieproducten zal je niet gebruiken? Waarom?
- Wat kan Arteveldehogeschool doen om menstruatie en menstruatiearmoede meer bespreekbaar te maken?
- Wat vond je goed of minder goed aan de infosessie?

### Openheid gesprekken rond menstruatie

De gesprekken rond menstruatie en menstruatiearmoede verliepen in het geheel vlot. De begeleiders voelden dat bepaalde deelnemers heel open waren over het onderwerp, terwijl anderen hier gesloten over waren. Dit komt omdat menstruatie nog steeds taboe is voor sommige mensen. Hierdoor werden de deelnemer niet geforceerd om een inbreng te hebben bij de infosessies. Daarnaast waren de begeleiders van de infosessie heel open over het thema en vertelden ze persoonlijke verhalen. Een ander mogelijk voordeel om een informele en open sfeer te creëren is dat de begeleiders



in dezelfde leefwereld als de deelnemers leven. Ze zijn namelijk studenten Sociaal Werk aan Arteveldehogeschool, waardoor ze ook tot de doelgroep van de infosessies behoren.

### Sensibilisering

Bij de sensibilisering rond menstruatie en de promotie van de infosessies gebruikten de studenten verschillende kanalen. Ze gebruikten mond-aan-mond-reclame en gingen in klassen rond. Daarnaast werd er informatie gedeeld via de elektronische infoborden op Arteveldehogeschool Campus Sint-Anna, via de nieuwsbrief, een poster, Facebook en Instagram.

De visuals voor de bekendmaking van de infosessies werd bedachtzaam opgesteld. Om stigmatisering te voorkomen werd de naam van de infosessies 'Van duur naar duurzaam' gebruikt. Ook gebruikten ze neutrale kleuren en werden duurzame menstruatieproducten op de visuals geplaatst. Ook stonden er verschillende pratende personen in het midden van de visual. Hiermee wilden ze aantonen dat het praten over menstruatie en menstruatietoestand niet alleen voor vrouwen is, maar ook voor personen met andere genderidentiteiten zoals non-binaire personen en mannen.



Poster gemaakt door begeleider van de infosessie

### Effect van studentenparticipatie

Twee studenten Sociaal Werk werkten de infosessies uit en begeleidden deze. Hierbij waardeerden deze twee studenten het eigenaarschap dat ze kregen bij dit project. Daarnaast toonde dit het vertrouwen in hen en konden ze zelf bijleren door het uitwerken van de infosessies.

De begeleiders van de infosessie dachten dat het een invloed had dat ze zelf studenten zijn op het succes van het project. Dit kwam doordat ze in de leefwereld van de deelnemers leven. Daarnaast was er geen machtspositie tussen de deelnemers en de begeleiders van de infosessie. Ook zorgde dit dat de begeleiders eigen verhalen en ervaringen konden delen en dat de sessies op een informele manier konden doorgaan.

### Kostprijs

Bij de infosessies werden testpakketten uitgedeeld aan de deelnemers. In elk testpakket zaten duurzame inlegkruisjes, inlegkruisjes in biokatoen voor in een string, duurzame maandverbanden, een duurzaam nachtverband, een menstruatiecup, een wasbaar billendoekje, een menstruatietoestandonderbroek en een wet/dry zakje. Deze producten werden allemaal besteld via de website van Tante Rosa. In volgend tabel kan u de specifieke producten met de kostprijs ervan terugvinden.



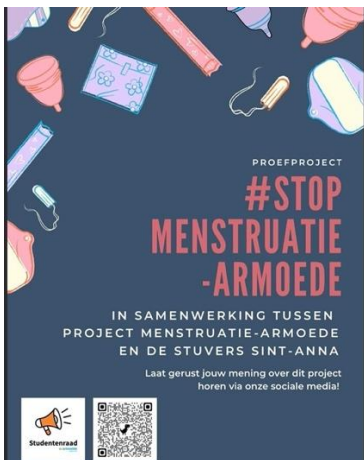
Product	Prijs per product (op datum van de bestelling)	Hoeveelheid aan producten	Totale prijs per product
<u>Set van 2 duurzame inlegkruisjes</u>	€ 4,90	60	€ 294,00
<u>Set van 3 inlegkruisjes in biokatoen voor in een string</u>	€ 17,95	5	€ 89,75
<u>Set van 3 duurzame maandverbanden</u>	€ 9,50	100	€ 950,00
<u>Duurzaam nachtverband</u>	€ 9,75	60	€ 585,00
<u>Menstruatiecup</u>	€ 15,90	Maat S: 30 stuks Maat M: 30 stuks Maat L: 30 stuks Maat XL: 30 stuks Totaal: 120 stuks	€ 1908,00
<u>Wet/dry bag</u>	€ 5,00	60	€ 300,00
<u>Set van 25 wasbare billendoekjes</u>	€ 19,50	5	€ 97,50
<u>Absorberende slip</u>	€ 14,95	Maat 34-36: 10 stuks Maat 36-38: 10 stuks Maat 38-40: 10 stuks Maat 40-42: 10 stuks Maat 42-44: 10 stuks Maat 44-46: 10 stuks Totaal: 60 stuks	€897,00



Arteveldehogeschool kocht dus 470 producten aan, wat een verkoopwaarde van 5.121,25 euro is. Bijna alle producten werden uitgedeeld aan de deelnemers van de infosessies, namelijk ongeveer 70 personen.

#### Andere projecten binnen Arteveldehogeschool Campus Sint-Anna

Naast de infosessies waren er nog twee andere projecten acties in de periode van het interview. Het eerste project is in samenwerking met de Buitengewoon onderwijs IVIO Binnenhof en het Meisjeshuis van Vzw Jong. Hierbij wordt een educatief pakket op maat uitgewerkt. Daarnaast was er een tweede project die verdeelpunten op Arteveldehogeschool Campus Sint-Anna voorzag. In deze verdeelpunten werden maandverbanden en tampons aangeboden. Op onderstaande foto's ziet u een verdeelpunt en de affiche die bij de verdeelpunten hangt.



Foto's door Sociaal Werk Arteveldehogeschool (2022)



## Meer informatie

Naast deze projecten bestaan tal van andere initiatieven rondom menstruatiearmoede en menstruatiewelzijn. Hieronder lijsten we verschillende bronnen waar meer informatie over initiatieven te vinden zijn:

- [menstruatiewelzijn.be](https://menstruatiewelzijn.be): Deze website is een initiatief van BruZelle, Caritas Vlaanderen, CGSO, CM, deMens.nu, Rebelle en de Vrouwenraad om informatie rond menstruatiewelzijn te bundelen.
- [Gelijkekansengemeente.be](https://gelijkekansengemeente.be): op deze website toont de Vrouwenraad verschillende initiatieven van lokale besturen over gelijke kansen.
- [Praktijkbank VVSG](https://praktijkbank.vvsg.be): VVSG bundelt verschillende good practices van lokale besturen. Hierbij staan verschillende initiatieven rond menstruatiewelzijn.
- [Period Justice](https://periodjustice.org)
- [Period Action](https://periodaction.org)