



## Dübendorferin will die Periode enttabuisieren

Mit ihrem Social Start-up Rouge lanciert Tina Frey ein Menstruationsgetränk, das Sichtbarkeit schaffen soll. **Seite 7**

## Professorin kritisiert westliche Unternehmen

Dorothee Baumann-Pauly erklärt, wieso sich ausländische Firmen aus Russland zurückziehen sollen. **Seite 27**

## Ab Sonntag ist wieder Sommerzeit

In der Nacht auf Sonntag wandert der Stundenzeiger um 2 Uhr morgens direkt auf 3 Uhr.

Service-Desk  
044 933 3333  
servicedesk@zol.ch  
AZ 8620 Wetzikon

**ZRZ**  
Zürcher Regionalzeitungen

ANZEIGE

**OUTDOORLAND**

**Spezial-Samstag**  
Speis & Trank, Wettbewerb,  
Schöffel Gewinnspiel

**HEUTE**

**15% bis 2.4.**  
auf alle neuen Frühling-  
und Sommer-Kollektionen

8617 Mönchaltorf – outdoorland.ch

### Im Interview

«Die Ukraine ist derzeit ein Vorposten dieses Krieges, der den Aggressor zurückhält.»

**Wolodimir Selenski**  
Der ukrainische Präsident  
im Interview **Seiten 20 und 21**

### Die Wahlen aktuell auf züriost.ch

**Region** Nach diesem Wochenende wird nichts mehr so sein wie vorher. Erstens stellen wir die Uhren um, und zweitens werden in der Region die Gemeindebehörden neu gewählt. Das ist nicht überall gleich spannend, aber in einigen Gemeinden sehr. Unter [zo-wahlen.ch](http://zo-wahlen.ch) bietet die Zürcher Oberland Medien AG bereits seit einiger Zeit ein Verzeichnis mit den Namen aller Kandidatinnen und Kandidaten im Oberland. Am Sonntag werden wir auf [zueiost.ch](http://zueiost.ch) alle Resultate publizieren, sobald sie ausgezählt sind. Videos, Analysen, Kommentare und weitere Beiträge werden das Angebot ergänzen. Am Montag folgen alle Berichte und Resultate in der Tageszeitung. (zo)

ANZEIGE

**Alexandra Pfister** bisher  
in die Primarschulpflege

**Verlässlichkeit wählen!**

**SVP**  
Schweizer Qualität  
Die Partei der Mitbestimmten

alexandra-pfister.ch

## Die Kinder ducken sich, wenn sie ein Flugzeug hören

**Bubikon** Von Kiew nach Bubikon: Pavlo Skuriat hat seine Heimat nach fünf Tagen Krieg mit seiner Familie verlassen. Doch er würde gerne zurückkehren.

**Tanja Hudec**

Die Sonne scheint aus einem stahlblauen Himmel, Familien bräteln Schlangensalat, auf der saftigen Wiese am Dürntner Hesenhügel spielen ausgelassene Kinder. Dass drei von ihnen eben noch in einem Luftschuttkeller übernachteten mussten, ist an die-

sem Tag kaum vorstellbar. Vor zwei Wochen hatte ihr Vater Pavlo Skuriat entschieden, mit dem Auto 2500 Kilometer weit nach Bubikon zu fliehen, wo seine Mutter lebt.

Heute nehmen sie an einem vom Wolfhauser Sozialwerk Hope organisierten Ausflug für ukrainische Flüchtlinge teil. «Das

Geschehen aus der Entfernung zu beobachten, die Bilder von toten Kindern, von Attacken auf Frauenkliniken zu sehen, zu wissen, dass meine Freunde dort sind, ist hart», sagt der 44-jährige Mann. Er versuche nun vom Oberland aus zu helfen, indem er weiterarbeite, Geld spende und die Öffentlichkeit über den

Zustand in seinem Land informiere.

Dieser Zeitung hat Skuriat während zweier Stunden erzählt, welches Bild ihn dazu brachte, seine Heimat zu verlassen, wieso er sich überlegt, in den Krieg zurückzukehren, und weshalb sich seine Kinder vor Linienflugzeugen fürchten. **Seite 3**



Wohnen jetzt in Bubikon: Pavlo Skuriat (Dritter von links) ist mit seiner Familie aus der Ukraine ins Oberland geflüchtet. Foto: Seraina Boner

### Stadtfest Wetzikon mit einem neuen Auftritt

**Wetzikon** Während zweier Tage im Juni wird Wetzikons Zentrum in einen Festplatz verwandelt. Vom 10. bis 12. Juni findet das Stadtfest Wetzikon wieder statt, nachdem es letztes Jahr Corona-bedingt verschoben werden musste. Durch das neue OK-Komitee des Vereins Arena Wetzikon wird es einige Veränderungen geben. Mit dem neuen Look sollen wieder vermehrt junge Leute angesprochen und dazu motiviert werden, in einem Verein mitzumachen. (zo) **Seite 2**

### Mit kleinem Wassergeist das Tösstal neu entdecken

**Region** Der Plan ist ambitioniert: «Das Tösstal hat den beliebtesten Themenweg des Kantons Zürich.» Das stand am Dienstagabend auf einer Folie im Gemeindegemeinschaftssaal Fischenthal. Dort stellte die Projektgruppe Erlebnisraum Tösstal ihre Pläne vor, wie der überholte Tössweg 91 ersetzt werden könnte. Ihre Vision: Das Tösstal soll ein ganzheitlicher Erlebnisraum werden und bei den Einheimischen ein Wir-Gefühl erzeugen. Der Vorschlag beinhaltet verschiedenste Ideen.

Etwa einen Genussweg, der entlang von Restaurants und Hofläden führt. Oder einen Weg, der für Kinder und Erwachsene die Wasserkraft erlebbar macht. Als Ausgangspunkt dienen Treffpunkte mit Wiedererkennungswert und speziellen Sitzmöglichkeiten. Im ganzen Raum soll dem Besucher der kleine Wassergeist Tossa begegnen, der Geschichten über Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft erzählt. Wie die Töss hat auch er ein wechselhaftes Gemüt. (zo) **Seite 5**

### Zürcher Firmen inserieren auf Ukrainisch

**Zürich** Der Schutzstatus S macht es möglich: Geflüchtete Ukrainerinnen und Ukrainer dürfen in der Schweiz arbeiten. Beim kantonalen Amt für Wirtschaft und Arbeit treffen im Moment immer mehr Gesuche für Arbeitsbewilligungen für Personen mit dem Schutzstatus S ein. Und: Zürcher Firmen bemühen sich aktiv um Ukrainerinnen und Ukrainer. Die UBS sucht nach Personal in kyrillischer Schrift, die Spitex führt schon Gespräche mit Geflüchteten. (zo) **Seite 17**

### Noch kaum Unterstützung für Gastfamilien

**Bern** Wer aus der Ukraine geflüchtete Menschen bei sich aufnimmt, muss mit finanziellen Belastungen rechnen.

Viele Kantone haben finanzielle Hilfe für Schweizer Gastfamilien angekündigt, die Flüchtlinge aus der Ukraine bei sich unterbringen. Aber einem Sprecher der Schweizer Flüchtlingshilfe ist kein einziger Fall bekannt, wo schon Geld geflossen ist. So kann die Hilfsbereitschaft der Privaten schnell zur finanziellen Belastung werden, wie Gespräche mit mehreren Familien zeigen. Derzeit sind 1300 Ukrainerinnen und Ukrainer bei 537 Gastfamilien untergebracht. Weitere fast 30 000 Familien haben ihre Hilfsbereitschaft angemeldet.

Jeder Kanton entscheidet selber, ob und wie er Gastfamilien entschädigt. Im Wallis sollen es 150 Franken pro Gast und Monat sein, in Basel-Stadt 250 Franken pro Haushalt. Der Kanton Zürich überlässt den Entscheid den Gemeinden. Baselland gewährt nur Hilfe, wenn die Gäste auch Sozialhilfe erhalten. Manche Gemeinden berücksichtigen, ob es einen Untermietvertrag gibt.

### Kontoeröffnung kostet

Es harzt auch bei der Sozialhilfe, die Geflüchtete erhalten können, sobald ihnen der Schutzstatus S gewährt worden ist. Der Bund zahlt pro Person und Monat 1500 Franken an die Kantone. Aber wie diese verteilt wird, bestimmen Kantone und Gemeinden. Ohne ein Schweizer Bankkonto können Geflüchtete kein Geld empfangen – und ein Konto zu eröffnen, ist nicht gratis. Auch dabei müssen Gastgeber oft einen Vorschuss leisten. Zum Glück können viele Geflüchtete ihre Bankkarten aus der Ukraine einsetzen: An der Supermarktkasse werden sie noch akzeptiert. (zo) **Seite 19**



Service-Desk  
044 933 3333; servicedesk@zol.ch  
AZ 8620 Wetzikon

**ZRZ**  
Zürcher Regionalzeitungen

### Inserate

### Rubriken

■ Immobilienmarkt	6
■ Kirchliche Anzeigen	4
■ Stellenmarkt	10
■ Todesanzeigen	8
■ Veranstaltungen	6

# Dieses Getränk soll die Menstruation im Alltag sichtbarer machen

**Dübendorf** Mit ihrem neuen Start-up Rouge will die Dübendorferin Tina Frey nicht nur menstruierende Körper mit spezifischen Nährstoffen versorgen, sondern auch Aufklärungsarbeit leisten und anhaltende Tabus rund um die Periode beseitigen.

**Laura Hertel**

Die Menstruation ist in unserer Gesellschaft – auch wenn oft das Gegenteil behauptet wird – nach wie vor ein Tabuthema. Das findet Tina Frey. Diesen Umstand möchte die Dübendorferin ändern und hat dazu das Start-up-Unternehmen Rouge gegründet.

Seit Dezember vertreiben sie und ihr mittlerweile rund fünfköpfiges Team nun ein spezielles Getränkepulver in einer charakteristischen Glasflasche. Der «Rouge-Drink» soll Frauen während ihrer Menstruation mit essenziellen Nährstoffen ausstatten und gleichzeitig das Thema Periode in unserer Gesellschaft enttabuisieren.

**Frau Frey, vor rund einem Jahr ernteten zwei Männer, die bei der Fernsehshow «Die Höhle der Löwen» ein neues Periodenprodukt lancieren wollten, einen heftigen Shitstorm. Die sogenannten Pinky Gloves – pinke Einmal-Handschuhe, mit denen Menstruierende Damenhygieneartikel «hygienisch» und «diskret» entsorgen können – kamen in der Gesellschaft gar nicht gut an. Begaben Sie sich mit Ihrem neuen «Rouge-Drink» auf ähnlich riskantes Terrain?**

**Tina Frey:** Tatsächlich hatten wir zu Beginn etwas Bedenken, dass es Widerstand geben könnte. Wir hofften wirklich, dass unsere Botschaft richtig verstanden wird. So waren wir ziemlich überrascht, auf wie viel Zuspruch und Interesse wir bisher gestossen sind. In den ersten Monaten wurden bereits weit über 1000 Probiermuster bestellt.

**Was machen Sie anders als die Erfinder der «Pinky Gloves»?**

Ich denke, bei den «Pinky Gloves» wurde auf ungeschickte Weise ein völlig verkehrter Ansatz verfolgt: Es ging wieder primär darum, die Periode zu verstecken und zu vertuschen. Implizit wird sie so als unhygienisch und unerwünscht abgetan und bleibt mit einer gewissen Scham behaftet. Bei «Rouge» wollen wir genau das Gegenteil bewirken: Wir wollen die Menstruation in ein positives Licht rücken und zeigen, dass sie ein total natürliches und normales Anzeichen eines gesunden Körpers ist.

**Der «Rouge-Drink» hat eine hellrötliche Färbung und kommt in einer Glasflasche mit Blumen- und anderen Motiven daher. Periodenblut dagegen kann verschiedenste Farben und Konsistenzen annehmen und ist nicht selten von unterschiedlich starken Schmerzen begleitet. Verzerrt das ansprechende Produktdesign nicht auch gewissermassen die Realität?**

So ausgelegt ist dieser Punkt nachvollziehbar. Ich ärgere mich zum Beispiel auch darüber, dass viele Marken ihre Periodenprodukte in der Werbung mit blauer Flüssigkeit übergiessen – Periodenblut ist schliesslich nicht



Tina Frey hat im vergangenen Dezember das Social Start-up Rouge gegründet, um die Periode sichtbarer zu machen. Fotos: PD

blau. Wir haben bei «Rouge» sehr lange und mit vielen Frauen über die Farbe des Getränks und das Design der Flasche diskutiert. So haben wir beispielsweise Farben von Hellrosa bis Dunkelrot ausprobiert, bevor wir uns für einen Hellrotton entschieden haben. Die Flasche haben wir so gestaltet, dass sie ästhetisch und nicht zu stereotypisch aussieht und dennoch einen Wiedererkennungswert hat.

**Es geht also nicht um kämpferische Provokation.**

Genau. Der «Rouge-Drink» hat keinesfalls den Anspruch, echtes Periodenblut darzustellen, und wir betreiben keinen lauten und aggressiven Aktivismus. Es gibt bereits einige Künstlerinnen, die mit aufsehenerregenden Aktionen auf das Thema sensibilisieren – und solche braucht es wohl auch, bis die Periode eines Tages vollständig normalisiert ist. Mit «Rouge» verfolgen wir eine andere Strategie: Wir wollen niemanden abschrecken, sondern die Menstruation auf unaufdringliche Weise sichtbar machen. Das Ziel ist, dass das Design irgendwann erkannt wird und ein unterstützender Zusammenhalt zwischen Menschen entsteht. Dabei soll die Periode weder stigmatisiert noch beschönigt, sondern ganz einfach als Erscheinung der alltäglichen Realität präsentiert werden. So, wie sie eben ist.

**Ist die Gesellschaft in der Schweiz heute nicht bereits sehr offen dem Thema gegenüber?**

Klar hat es in der westlichen Gesellschaft in den letzten Jahrzehnten diesbezüglich massive Fortschritte gegeben: Das Thema

Menstruation ist in der Politik angekommen, einige Schulen stellen bereits gratis Periodenprodukte zur Verfügung, und es wird auch privat viel mehr darüber gesprochen.

**Wo sehen Sie noch Verbesserungspotenzial?**

Alle sagen von sich, sie seien modern und offen, und doch gehen die meisten Menstruierenden in der Öffentlichkeit mit Periodenprodukten um wie mit illegaler Schmuggelware oder würden am liebsten im Erdboden versinken, wenn mal etwas ausläuft. Heutzutage erscheint es mir so, dass die Periode zwar okay ist, aber nur, solange man sie nicht sieht. Das ist doch eigentlich völlig absurd, wie ich finde.

**Und aus diesem Gedanken heraus ist dann die Idee zum eigenen Start-up aufgekommen?**

Ja, je mehr ich mit meinen Kolleginnen über die Scheinoffenheit diskutiert habe, desto mehr wollte ich irgendwie dazu beitragen, dass dieses schräge Tabu endlich aus dem Weg geräumt wird. Auch ist mir bei den Gesprächen aufgefallen, wie schlecht viele Menschen – ich selber inklusive – eigentlich über den weiblichen Zyklus Bescheid wissen. Mit «Rouge» war die Idee geboren, eine Bewegung in Gang zu setzen, die mit Stigmata aufräumt, normalisiert und aufklärt.

**Wieso ausgerechnet ein Getränk als Enttabuisierungsmedium?**

Wir stellten fest, dass wir im Alltag täglich irgendwelchen funktionalen Getränken für jeden erdenklichen körperlichen Zustand begegnen: isotonischen Drinks für Leistungssportler, Brausetä-

bletten gegen Erschöpfung und vielem mehr. Nur für Menschen, die ihre Tage haben, fanden wir keine spezifisch darauf ausgerichteten Getränke. Hierfür gibt es lediglich ein paar Tees gegen «Frauenbeschwerden», die für mich irgendwie langweilig wirken und einen bemitleidenswerten Eindruck vermitteln. So entschieden wir uns, ein Getränk auf den Markt zu bringen, das die Periode nicht automatisch mit physischem Leiden in Verbindung setzt, sondern einen liebevollen Umgang mit dem Körper und Selbstbewusstsein ausstrahlt.

**Können Frauen bei Menstruationsschmerzen künftig einfach «Rouge» trinken, statt sich mit Schmerzmitteln zu betäuben und mit Wärmeflasche im Bett zu krümmen?**

Wir wurden schon mehrfach gefragt, ob «Rouge» beispielsweise gegen Endometriose hilft. Uns ist es aber wichtig, klarzustellen, dass der Drink kein Schmerzmittel ist und nie ein Medikament oder einen Arztbesuch ersetzt. Dennoch kann er aber auch bei starken Schmerzen unterstützend wirken.

**Inwiefern?**

Das Getränk enthält verschiedene Vitamine, krampflösende Pflanzenextrakte und Mineralstoffe, die der Körper während der Menstruation ganz besonders braucht. So zum Beispiel Eisen, an welchem es durch den Blutverlust häufig mangelt, Mönchspfeffer, der die Hormonregulation fördert, oder Granatapfel, der entzündungshemmend wirkt.

**Das tönt alles sehr gesund. Schmeckt das Getränk denn auch?**

weniger Wasser angemischt wird.

**Ist ein solches Pulvergetränk im Alltag praktikabel?**

Allgemein war es unser Ziel, den «Rouge-Drink» so unkompliziert zu gestalten wie möglich, aber PET-Flaschen und damit verbundene Transporte zu vermeiden. Das Pulver ist portionsweise in platzsparenden Papiersächts verpackt und kann überall in kaltem oder warmem Wasser in jeder Flasche aufgelöst werden.

**Bis vor wenigen Jahren waren Menstruationsprodukte in der Schweiz noch mit einem sehr hohen Mehrwertsteuersatz besteuert und wurden als «Luxusartikel» gehandelt. Wie viel Luxus steckt in «Rouge»?**

Den Preis haben wir so knapp kalkuliert, wie es die qualitativ hochwertige Herstellung in der Schweiz und der Vertrieb ermöglichen. So kostet der «Rouge-Drink» ungefähr gleich viel wie Cola oder ein Energy Drink im Lebensmittelladen und ist somit auf jeden Fall alltagstauglich. Teile des Erlöses gehen ausserdem ans Mädchenhaus Zürich und an die Cho Ngafor Foundation, eine Berner Organisation, die Mädchen in Kamerun mit waschbaren und wiederverwendbaren Stoffbinden dabei hilft, ihre Menstruation in Würde zu handhaben. Auf diese Weise soll «Rouge» auch auf anderen Teilen der Welt kleine Schritte in Richtung Enttabuisierung und Normalisierung der Periode bewirken.

**Die «Rouge-Flasche», die Pulvermischung sowie eine kostenlose Probierportion können bestellt werden unter <https://rouge-welt.ch>.**