



Jessa <sup>dm</sup> ×

READY FOR  
RED®

13.11.2024 12:15 CET

## Jessa x READY FOR RED: Kostenlose Menstruationsaufklärung für Schulen und Jugendorganisationen

Karlsruhe, 13. November 2024. Seit September dieses Jahres engagiert sich die dm-Marke [Jessa](#) zusammen mit der vom Sozialunternehmen erdbeerwoche entwickelten Lernplattform READY FOR RED für eine umfassende Aufklärung von Jugendlichen zwischen 10 und 17 Jahren über die weibliche Menstruation.

READY FOR RED kombiniert eine digitale **Lernplattform mit der dazugehörigen Lernbox** als wertvolle Ressource für die Bildungsarbeit. Dieses

Lernangebot richtet sich insbesondere an Schulen und Jugendorganisationen. Jährlich werden mehr als 400 Boxen **kostenfrei** bereitgestellt, die sich ideal für den Einsatz im Unterricht und in der pädagogischen Arbeit zu den Themen **Menstruation, Zyklus und Pubertät** eignen.

Im Rahmen der Kooperation unterstützt Jessa READY FOR RED bei der **Bereitstellung der kostenfreien Zugänge** zur Plattform und stattet die READY FOR RED-Lernbox zudem mit verschiedenen Periodenprodukten als Lehr- und Anschauungsmaterial aus. So wird jeder erreichten Einrichtung die Möglichkeit gegeben, eine **fundierte und zeitgemäße Aufklärung** für Jugendliche anzubieten.

„Mädchen verspüren oft Scham und Unsicherheit, wenn sie über ihren Körper sprechen und auch bei Jungen braucht es mehr Verständnis für dieses Thema. Wir bei dm sehen die Enttabuisierung der Menstruation als einen wichtigen Schritt für einen offeneren Umgang mit der weiblichen Gesundheit und letztendlich für mehr Verständnis in der Gesellschaft. Das Team der dm-Marke Jessa hat es sich zur Aufgabe gemacht, jede Frau während ihres Zyklus zu unterstützen. Mit READY FOR RED haben wir einen engagierten Partner gefunden und können Jugendlichen sowohl praktischen als auch pädagogischen Support bieten“, sagt Kerstin Erbe, als dm-Geschäftsführerin verantwortlich für die dm-Marken.

Im Januar 2025 verlost Jessa über READY FOR RED **Periodenproduktspender an Schulen** in ganz Deutschland. Damit möchte Jessa neben der Aufklärungsarbeit gezielt Periodenarmut entgegenwirken.

„Mit READY FOR RED bieten wir Jugendlichen hochwertige Aufklärung zur Menstruation – und das so, wie Jugendliche gerne lernen: interaktiv, altersgerecht und humorvoll. Unsere Vision ist es, allen Jugendlichen in Deutschland und Österreich diese Form von Aufklärung zu ermöglichen, um das Tabu rund um Menstruation zu brechen und Wissenslücken zu schließen. Daher freuen wir uns ganz besonders über die Kooperation mit Jessa, wodurch noch mehr Schulen in Deutschland Zugang zur READY FOR RED-Plattform und damit zu Aufklärungsmaterial erhalten“, erklärt Bettina Steinbrugger, Gründerin und Geschäftsführerin der erdbeerwoche.

„Eine Kollegin und ich haben gemeinsam mit unseren Schülerinnen und Schülern die Lernplattform über den kostenlosen Zugang getestet und durchweg positives Feedback erhalten. Die Plattform ist sehr gut strukturiert und bietet eine großartige Vielfalt an Medien, wie Texte, Spiele und Videos. Wäre ich jünger und weniger erfahren, würde ich diese Website sehr zu

schätzen wissen. Unsere Schülerinnen und Schüler haben uns das gleiche positive Feedback gegeben und betonen, dass alles äußerst verständlich und einfach erklärt ist“, berichtet ein Lehrer einer Mittelschule in Graz über seine Erfahrungen.

Weitere Informationen zur Kooperation finden Sie unter: [www.dm.de/ready-for-red](http://www.dm.de/ready-for-red)

**Zu READY FOR RED** Die Lernplattform [READY FOR RED](#) wurde vom Sozialunternehmen [erdbeerwoche](#) in Kooperation mit über 500 Jugendlichen und Expertinnen und Experten entwickelt, darunter (Sexual-)Pädagoginnen und Pädagogen sowie Gynäkologinnen und Gynäkologen. Sie vermittelt Mädchen und Jungen im Alter von 10 bis 17 Jahren alles Wissenswerte rund um das Thema Menstruation. Digitale Spiele, Videos und Übungen führen Jugendliche auf anschauliche und moderne Weise näher an wichtige Informationen über den Zyklus, die Hygiene sowie die körperlichen und emotionalen Aspekte der Periode heran. Die Plattform richtet sich gezielt nicht nur an Mädchen, sondern auch an Jungen, um beide Geschlechter gleichermaßen aufzuklären. RREADY FOR RED bietet Schulen und Jugendorganisationen kostenlosen Zugang zu ihren digitalen Lerninhalten sowie zu ihrer Lernbox mit physischem Anschauungs- und Lehrmaterial. Privatpersonen haben die Möglichkeit, die Lernbox sowie den Zugang bei READY FOR RED erwerben.

---

## **Zu dm-drogerie markt**

Bei dm-drogerie markt arbeiten europaweit rund 80.000 Menschen in mehr als 4.000 Märkten. In den derzeit 14 europäischen Ländern konnte dm im Geschäftsjahr 2022/2023 einen Umsatz von 15,9 Milliarden Euro erzielen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr erwirtschafteten rund 51.000 dm-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Deutschland einen Umsatz von 11,4 Milliarden Euro. 2024 wählten Kundinnen und Kunden bei der Verbraucherumfrage [Kundenmonitor](#) dm erneut zum beliebtesten Drogeriemarkt. In der bundesweiten Mitarbeiterbefragung zu „Deutschlands Top-Arbeitgeber 2024“ wurde dm zur Nummer eins gewählt. dm arbeitet stetig daran, der Verantwortung für nachhaltige Entwicklungen gerecht zu werden. Dieses Engagement wurde 2023 mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis in der Kategorie „Unternehmen: Konsumgüter

Einzelhandel 2024“ mit dem ersten Platz ausgezeichnet. Einen Einblick in die vielfältigen Nachhaltigkeitsaktivitäten in den unterschiedlichen Bereichen erhalten Sie in unserem „Bericht zur Zukunftsfähigkeit“ auf [www.dm.de/Nachhaltigkeitsbericht](http://www.dm.de/Nachhaltigkeitsbericht).

## Kontaktpersonen



### **So erreichen Sie das dm-Presseteam**

Pressekontakt

[dm-pressestelle@arthen-kommunikation.de](mailto:dm-pressestelle@arthen-kommunikation.de)

+49 721 5592 1195

### **Herbert Arthen**

Pressekontakt

Pressesprecher

[herbert.arthen@dm.de](mailto:herbert.arthen@dm.de)

+49 721 5592 1195