



Partnerschaft von o.b.[®] und Fortuna Düsseldorf stärkt junge Frauen auf und neben dem Fußballplatz

Die Marke o.b.[®] ist ab sofort offizieller Partner von Fortuna Düsseldorf. Priorität der Zusammenarbeit ist es, die Frauen des Düsseldorfer Traditionsfußballvereins zu unterstützen, ihre Ziele zu erreichen – sowohl im Sport als auch im Alltag. Dabei fördert die Partnerschaft das sogenannte *Equal Play* und verbessert die strukturellen Voraussetzungen insbesondere in der Breite des Sports. Dafür setzen beide Partner auf die Vorbildwirkung von Sportlerinnen, die noch nicht im Rampenlicht stehen und mit denen sich junge Frauen leicht identifizieren können – so wie auch die Mitbegründerin von o.b.[®] mit ihrem Schaffen Vorbild für Generationen von Frauen war. Die bekannte Tamponmarke, mit Sitz in der Region (Neuss/Wuppertal), hat sich auch aufgrund der lokalen Nähe für eine Kooperation mit dem Düsseldorfer Verein entschieden – kurze Wege ermöglichen eine enge Zusammenarbeit, deren Erfolg aus nächster Nähe mitzuerleben sein wird.

Vielfältige Förderung für selbstbewusste weibliche Vorbilder

o.b.[®] baut die bisherigen Maßnahmen von Fortuna Düsseldorf weiter aus und setzt dort an, wo die strukturellen Unterschiede für Mädchen und Frauen im Fußball beginnen, beispielsweise bei den Trainingsbedingungen. So wird die Marke gemeinsam mit der Fortuna den Umbau der Kabine von Frauen- und Mädchenmannschaften im Nachwuchsleistungszentrum des Düsseldorfer Vereins vorantreiben. Darüber hinaus werden die Partner gemeinsam das o.b.[®] Engagement für die Enttabuisierung der weiblichen Periode vorantreiben und mithilfe gemeinsamer Schul- und Vereinsinitiativen an die bereits erfolgreich umgesetzte #LetsTalkPeriods-Initiative auf lokaler Ebene anknüpfen. Denn Daten legen dar, dass drei von vier befragten Athletinnen nie mit Trainer:innen über zyklusbedingte Einschränkungen¹ sprechen – eine Situation, die o.b.[®] gemeinsam mit der Fortuna ändern möchte, um Frauen zu unterstützen, selbstbewusst ihr volles Potenzial zu entfalten.

„Der Ursprungsgedanke des o.b.[®] Tampons geht auf eine leidenschaftliche Schwimmerin zurück, die ihr sportliches Potenzial zu jeder Zeit ihres Menstruationszyklus voll ausschöpfen wollte. Als Partner von Fortuna Düsseldorf unterstreichen wir unsere ureigene Mission, Sportlerinnen zu stärken und ihnen Chancengleichheit zu bieten. Indem wir strukturelle Veränderungen im Verein begleiten und neue weibliche Vorbilder schaffen, motivieren wir junge Mädchen und Frauen am Beginn ihrer Sportkarriere. Wir freuen uns auch darauf, diese Plattform als Mittel zur Aufklärung und Entstigmatisierung des Themas Menstruation im Sport zu nutzen“,

William Twomey, Head of Marketing Central Europe, Kenvue.

¹ <https://www.zeitschrift-sportmedizin.de/zusammenhang-von-menstruationszyklus-leistung-und-verletzungsrisiko/>



Mangelnde Gleichbehandlung auch im Sport

Welche Bedeutung dieser Einsatz hat, zeigen Fakten zu den Auswirkungen der fehlenden Gleichbehandlung: So tragen mangelnde Investitionen in die Mädchenförderung und soziale Erwartungen dazu bei, dass Mädchen schon im Jugendalter doppelt so häufig eine Sportart aufgeben wie Jungen, so eine Umfrage von UN Women in Deutschland.² Dies hängt auch mit den verschiedenen physischen Voraussetzungen beider Geschlechter zusammen. In einer internationalen Studie zur Menstruation gaben 75 Prozent der befragten Menstruierenden an, wegen Unwohlseins Sport und andere soziale Aktivitäten während der Periode abzusagen. Für jede zweite Befragte ist eine Absage aufgrund der Periode mit Scham verbunden.³ Zudem wünschen sich Sportlerinnen aus 21 verschiedenen Disziplinen, die im Rahmen der Initiative Athleten Deutschland e.V. befragt wurden, mehr Bewusstsein bei Trainerstäben für die Menstruation sowie zyklusbasierte Trainings.⁴ Auch geringe öffentliche Aufmerksamkeit verstärkt die Benachteiligungen: Nur 16 Prozent der medialen Sportberichterstattung im Jahr 2022 betraf Frauensport, obwohl 70 Prozent der Befragten grundsätzlich an einer Berichterstattung interessiert wären.⁵ Die Partnerschaft von o.b.[®] und Fortuna Düsseldorf greift dieses Missverhältnis aktiv auf und will den Athletinnen der beliebtesten Sportart in Deutschland⁶ mehr Aufmerksamkeit verleihen.

„Mit ‚Fortuna für alle‘ haben wir die Bedeutung für den Nachwuchs und damit auch den Frauenfußball in unserem Verein unterstrichen. Wir freuen uns sehr, mit o.b.[®] einen neuen Partner gefunden zu haben, der uns bei dieser Entwicklung aktiv unterstützt. Zudem ist die langfristig vereinbarte Zusammenarbeit ein starkes Zeichen auf unserem Weg, zukünftige Einnahmen von Partnern bewusst auch im Nachwuchs einzusetzen“,

sagt **Alexander Jobst**, Vorstandsvorsitzender, Fortuna Düsseldorf.

Langjähriger Einsatz für die Lebensqualität von Mädchen und Frauen

Mit der neuen Partnerschaft knüpft die Marke o.b.[®] an ihr seit über 70 Jahren bestehendes, ganzheitliches gesellschaftliches Engagement für mehr Lebensqualität, Freiheit und Selbstbewusstsein von Frauen an. Der Frauensport spielt dabei von Beginn an eine bedeutende Rolle, da Dr. Judith Esser Mittag, Mitbegründerin von o.b.[®] und Gynäkologin, auch leidenschaftliche Schwimmerin war. Mit der Einführung der o.b.[®] Tampons, die als erste Tampons überhaupt auf dem deutschen Markt erhältlich waren, verlieh sie damals Millionen von Menschen eine neue Form der Unabhängigkeit. Ihre Bemühungen halfen, den gesellschaftlichen Umgang mit dem Thema Menstruation zu verändern und ermutigten weltweit.

² <https://unwomen.de/frauen-und-maedchen-im-sport/>

³ [Menstruationsumfrage](#) von PLAN International und WASH United, Seite 7, September – Oktober 2021

⁴ [Umfrage](#) von Athleten Deutschland e.V. – Oktober 2020 .

⁵ <https://unwomen.de/frauen-und-maedchen-im-sport/>

⁶ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/171072/umfrage/sportarten-fuer-die-besonderes-interesse-besteht/>



Über o.b.®

o.b.® ist eine Marke von Kenvue (Johnson & Johnson GmbH). o.b.® wurde im Jahre 1950 gegründet und ist deutscher Marktführer im Tamponbereich. Mit ihren vier Sublinien Original, ProComfort, ExtraProtect und Organic hat die Marke über die Jahrzehnte hinweg kontinuierlich Produktinnovationen mit patentierten Technologien lanciert, die auf die unterschiedlichen Bedürfnisse der Menstruierenden eingehen und ihnen somit zu mehr Freiheit und Flexibilität im Alltag verhelfen. Zudem hat die Marke mit dem o.b.® Periodenslip ihr Sortiment um eine zweite Kategorie innerhalb der Menstruationsprodukte inzwischen erweitert. Allein in Deutschland werden jährlich rund 1 Milliarde o.b.® Tampons verkauft, und der Hauptproduktionsstandort in Wuppertal beliefert mehr als 40 Märkte in EMEA und Asien und ist somit einer der weltweit größten Tamponproduzenten. Darüber hinaus leistet o.b.® durch Programme in Schulen und andere soziale Aufklärungskampagnen einen wichtigen Beitrag zur Aufklärung über Menstruation und Sexualität im Allgemeinen.

Mehr zu o.b.® unter:

www.ob.de
www.facebook.com/TamponsOB
www.instagram.com/o.b._deutschland
www.youtube.com/c/obdeutschland/featured

Für mehr Informationen und Bildmaterial zu o.b.® besuchen Sie auch gerne unseren [Newsroom](#).

Sie haben Fragen?

Wir helfen Ihnen gerne weiter:

Pressebüro Kenvue Brands
c/o Ogilvy Public Relations GmbH
Loretta Käch
Völklinger Straße 33
40221 Düsseldorf
E-Mail: kenvue-brands-press@ogilvy.com