

ESTÉE LAUDER COMPANIES

KAMPAGNE “BEWUSSTSEIN FÜR BRUSTKREBS” 2010

“BEZIEHUNGEN KNÜPFEN. BEWUSSTSEIN SCHAFFEN. BRUSTKREBS BESIEGEN.“

Fakten

Brustkrebs trifft immer mehr Frauen, aber immer weniger sterben daran. Weltweit ist Brustkrebs die zweithäufigste Krebsart. Hierzulande erkranken etwa 55.000 Frauen jährlich an einem Mammakarzinom. Damit ist Brustkrebs das häufigste Krebsleiden bei Frauen; mehr als jede vierte Krebserkrankung betrifft die Brust.

Allerdings wird Brustkrebs früher erkannt und somit behandelt, wodurch die Überlebenschancen steigen. Tatsächlich ist die Überlebensquote innerhalb der ersten 5 Jahre nach der Diagnose von 80% in den 50er Jahren auf heute 98% gestiegen.

Bereits seit 1992 engagieren sich die Estée Lauder Companies im Kampf gegen Brustkrebs. Die Kampagne „Bewusstsein für Brustkrebs“ wurde von Evelyn H. Lauder, Senior Corporate Vice President Estée Lauder Companies Inc., weltweit initiiert. Seitdem gilt die pinke Schleife als Erkennungssymbol für Brustgesundheit. Mit der pinken Schleife zeigen Sie sich solidarisch mit den Betroffenen und setzen ein Zeichen.

Kampagne 2010

Unser Motto für die „Bewusstsein für Brustkrebs“ Kampagne 2010:

**Beziehungen knüpfen. Bewusstsein schaffen. Brustkrebs besiegen.
Brustkrebs-Vorsorge ist wichtig für jede Frau.
Tragen Sie die pinke Schleife. Zeigen Sie sich solidarisch.**

Evelyn H. Lauder, Senior Corporate Vice President Estée Lauder Companies

„Das Motto hat auch eine persönliche Bedeutung für mich, denn es spiegelt ein Vermächtnis meiner Schwiegermutter Estée Lauder wieder. Sie entwickelte ihre äußerst individuelle Methode des Kundenkontaktes (anrufen, telegrafieren, ansprechen). Diese Philosophie habe ich für die Kampagne Bewusstsein für Brustkrebs umgewandelt. Jeder von uns trägt Verantwortung dafür, die Bedeutung der Brustgesundheit weiterzuvermitteln und so viele Frauen wie möglich über Früherkennung zu informieren und damit Bewusstsein zu schaffen. Ich glaube fest daran: Jeder Mensch, der die pinke Schleife trägt und jeder Dollar, der in die Brustkrebsforschung fließt, bringt uns dem endgültigen Sieg über diese Krankheit näher.“



Elizabeth Hurley, internationale Sprecherin der Kampagne

„Es gibt so viele Falschinformationen über Brustkrebs. Wir müssen jede Frau erreichen, die wir kennen – Mutter, Großmutter, Schwester, Tochter, Freundin. Wir dürfen nicht unterschätzen, wie wichtig es ist, jeder Frau zu sagen, dass sie regelmäßig zur Vorsorgeuntersuchung gehen soll. Es ist so brisant. Verschieben Sie es nicht auf nächstes Jahr.“

Beleuchtungsaktionen

Evelyn Lauders Idee der „Global Landmarks Illumination Initiative“ wurde im Jahr 2000 geboren. Durch die Beleuchtung weltweit bekannter Gebäude, Monumente und Wahrzeichen in pinkem Licht soll die Aufmerksamkeit für die Bedeutung von Brustgesundheit und Früherkennung geweckt werden. Allein im Jahr 2009 wurden über 200 Wahrzeichen weltweit beleuchtet, so z.B. die australische Oper, der JFK Flughafen in New York, die Cityhall in London oder die Niagara Fälle.

In Deutschland wird am Dienstag, 12. Oktober das Brandenburger Tor in Berlin in Pink beleuchtet. Bereits am Donnerstag, 07. Oktober erstrahlt das Karlstor in München in Pink.

Pink Botschafter

Eine weitere weltweite Initiative sind die Pink Botschafter, also Fürsprecherinnen, die für die Brustkrebsprävention eintreten. In Deutschland ist es die Schauspielerin und Moderatorin Ulrike Kriener. Es ist ihr ein großes Anliegen, das Bewusstsein der Bevölkerung wachzurütteln und damit Leben zu retten.

Estée Lauder Companies und BCRF

Die Estée Lauder Companies Inc. ist einer der führenden Hersteller und Vertreiber qualitativ hochwertiger Pflege, Makeup, Parfum- und Haarprodukte der Welt. Die Produkte der Marken werden in über 140 Ländern verkauft.

Die Breast Cancer Research Foundation (BCRF) wurde im Jahr 1993 von Evelyn H. Lauder als unabhängige, gemeinnützige Organisation zur Erforschung innovativer, klinischer und translationaler Methoden gegründet. Im Oktober 2009 konnte BCRF an die 28,5 Millionen Dollar an 173 Wissenschaftler in den USA, Lateinamerika, Europa, Australien und dem Mittleren Osten weiterleiten. BCRF investiert mehr als 85 Cent jedes gespendeten Dollars in die Forschung. Bereits im achten Folgejahr erhielt BCRF die höchste Auszeichnung von vier Sternen durch Charity Navigator und überflügelte damit 99,8% der 5.400 geprüften Wohltätigkeitsorganisationen. Gleichzeitig hat das American Institute of Philanthropy BCRF mit einem A+, der höchstmöglichen Auszeichnung, versehen. BCRF ist die einzige Brustkrebsorganisation in den USA, die diese Auszeichnung erhalten hat. Weitere Informationen über BCRF erhalten Sie unter www.bcrfcure.org

