



THINK PINK

ESTÉE LAUDER COMPANIES STARTEN BEWUSSTSEIN FÜR BRUSTKREBS-KAMPAGNE 2011 MIT BELEUCHTUNG DES BRANDENBURGER TORS IN BERLIN

Brustkrebs ist weltweit die zweithäufigste Krebsart - rund 1,3 Millionen neue Erkrankungen werden laut American Cancer Society jährlich festgestellt.* Das will die Kampagne „Bewusstsein für Brustkrebs“ ändern, die 1992 von Evelyn Lauder, Senior Corporate Vice President Estée Lauder Companies Inc., initiiert wurde. Sie findet alljährlich im Oktober statt und soll weltweit durch gezielte Aktionen und die symbolische pinkfarbene Schleife für mehr Bewusstsein für die Krankheit und ihre Heilungschancen durch Früherkennung werben. Am 11. Oktober wird Evelyn H. Lauder das Brandenburger Tor in Berlin pink illuminieren und damit die Kampagne 2011 in Deutschland offiziell starten. Auch Schauspielerin Ulrike Kriener, zweifache Gewinnerin des Deutschen Fernsehpreises, wirbt an diesem Tag als Botschafterin für eine Zukunft ohne Brustkrebs. Das Motto lautet diesmal: „Gemeinsam Bewusstsein schaffen. Brustkrebs besiegen. Für eine Zukunft ohne Brustkrebs.“ Das Visual stammt von Star-Fotograf Michael Thompson, der diesmal drei Models als Sinnbild für jede Frau in Szene setzte.

Evelyn Lauder unterstreicht: „Gemeinsam sind wir stärker. Gemeinsam können wir mehr erreichen. Gemeinsam können wir einen Weg finden, Brustkrebs zu heilen. Unsere Kampagne soll Menschen überzeugen Familie und Freunde beim Kampf gegen diese schreckliche Krankheit zu unterstützen.“

Brustkrebs ist weltweit 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 heute früher erkannt und behandelt, wodurch die Überlebenschancen steigen. Tatsächlich ist die Überlebensquote innerhalb der ersten fünf Jahre nach der Diagnose von 80 Prozent in den 50er Jahren deutlich gestiegen: Wird Brustkrebs in einem frühen Stadium diagnostiziert, überleben 90 Prozent der Betroffenen mehr als fünf Jahre.*

* American Cancer Society (www.cancer.org), Fakten/Zahlen: 2010/2011



EINE STIFTUNG, DIE LEBEN RETTET

Seit der Gründung im Jahr 1993 hat die, ebenfalls von Evelyn H. Lauder initiierte, „**Breast Cancer Research Foundation**“ (BCR) bereits über **315 Millionen Dollar an Spendengeldern** durch die Initiative erhalten. Die Gelder gehen an die profiliertesten Krebsforscher großer medizinischer Einrichtungen weltweit. Dank dieser Unterstützung konnte unter anderem festgestellt werden, dass Brustkrebs genetisch bedingt sein kann. Darüber hinaus konnten maßgeschneiderte Therapien entwickelt und über die Existenz der Brustkrebs-Stammzellen aufgeklärt werden. Derzeit gehen mehr als 90 Cent jedes gespendeten Dollars an die Forschung und das Präventionsprogramm. Die Stiftung wurde vom American Institute of Philanthropy erneut mit der höchstmöglichen Bewertung **A+** ausgezeichnet.

ES WERDE (PINKFARBENES) LICHT

Im Oktober 2011 werden außerdem rund 200 Wahrzeichen weltweit pink illuminiert, um auf die Kampagne aufmerksam zu machen. „Wir wollen mit dieser Aktion Frauen die Wichtigkeit von Früherkennung bei Brustkrebs verdeutlichen“, erklärt Evelyn Lauder. „Seit dem Jahr 2000 haben wir bereits über 600 Gebäude in pinkfarbenes Licht gehüllt und damit sogar einen Eintrag in das Guinness Buch der Rekorde bekommen.“ In Deutschland werden in diesem Jahr am 11. Oktober das Brandenburger Tor in Berlin und am 19. Oktober einer der schönsten Plätze Deutschlands, das Münchener Platzl, beleuchtet.

Wie jedes Jahr wird Evelyn Lauder von **Kampagnenbotschafterin Elizabeth Hurley** bei der Aktion **unterstützt**. „Ein Bewusstsein für die Krankheit und die entsprechende Vorsorge sind, zusammen mit den Geldern die wir sammeln, die Grundpfeiler für unseren Kampf gegen die Krankheit“, sagt die Britin. „Gemeinsam haben wir einen starken Einfluss, können mehr Leben retten und noch mehr Spenden sammeln. Informieren Sie jeden, den Sie kennen, über die Möglichkeiten der Vorsorge und die Wichtigkeit einer regelmäßigen Mammografie bei Frauen über 40. Helfen Sie uns, mit Ihren Spenden eine Methode zur Heilung dieser Krankheit zu finden. Ich freue mich auf eine Zukunft ohne Brustkrebs.“

Zusätzliche Spenden werden auch durch limitierte Editionen von Produkten der Estée Lauder Companies Marken Aveda, Bobbi Brown, Bumble and Bumble*, Clinique, Estée Lauder, Ojon*, Origins und Jo Malone erzielt, die im Oktober weltweit Online und an den Countern der Marken verkauft werden. Durch den Produktverkauf und weitere Aktionen konnten im **Oktober 2010 insgesamt mehr als 40.000,- Euro an Spendengeldern** generiert werden, die an den gemeinnützigen Verein **Brustkrebs Deutschland e.V.** sowie die Institution **DKMS LIFE** weitergegeben wurden. Weitere Informationen unter www.welt-ohne-brustkrebs.de

Die Estée Lauder Companies Inc. gehören weltweit zu den führenden Herstellern von Hautpflege, Make-up, Duft und Haarpflege. Ihre Produkte werden in über 150 Ländern unter den bekannten Markennamen Estée Lauder, Aramis, Clinique, Prescriptives, Origins, Lab Series, M·A·C, Bobbi Brown, Tommy Hilfiger, Kiton, La Mer, Donna Karan, Aveda, Jo Malone, Bumble and Bumble, Darphin, Michael Kors, American Beauty, Flirt!, Good Skin Labs™, Grassroots Research Labs, Sean John, Missoni, Daisy Fuentes, Tom Ford, Coach, Ojon und Smashbox vertrieben.

Weitere Informationen bei:
Estée Lauder Public Relations Tania Miglietti
Tel: 089 / 236 86 172, -271
Fax: 089 / 236 86 240
Mail: tania.miglietti@de.estee.com



* nur in den USA erhältlich