

## **Erfolgreicher Start der WOCHE DER WÄSCHE: Eine Branche macht sich stark und zeigt soziales Engagement für Brustkrebs Deutschland e.V.**

Die WOCHE DER WÄSCHE ist eine gemeinschaftliche, bundesweite Branchenoffensive von Herstellern und Händlern. Ziel ist es, das Bewusstsein der Verbraucher für die Beratungskompetenz des Fachhandels zu stärken. Genauso wichtig sind die Attribute von Markenwäsche: Qualität, Passform und modisches Design. Die WOCHE DER WÄSCHE wurde durch gezielte Kommunikation in Fach- und Publikumsmedien beworben. Mit pinkfarbener Dekoration sowie attraktiven Events machte der Fachhandel im Rahmen der WOCHE DER WÄSCHE bundesweit auf sich aufmerksam.

Für die erste Aktionswoche der Initiative war die Resonanz seitens des Handels hervorragend. Mehr als 100 Händler nahmen teil und profitierten von den umfangreichen Kommunikationspaketen.

So zum Beispiel La Satinelle in Berlin: Die Ladies only- Night war sehr erfreulich, 25 Leute waren in unserem kleinen Laden, der mit Stehtischen dekoriert war. Stilgerecht haben wir rosa Prosecco serviert

Auch Marita Bey von der Lingerie Bey in Eschweiler ist mit ihrer Veranstaltung im Rahmen der WOCHE DER WÄSCHE vollauf zufrieden: Zu unserer Veranstaltung kamen 85 Gäste, was für uns als großer Erfolg gewertet wird.

So bleibt nun fast ein Jahr, die Initiative bei Kundinnen und Kunden weiter zu etablieren, sodass das Bewusstsein für gut sitzende Wäsche und ihre Bedeutung für ein positives Körpergefühl kontinuierlich gestärkt wird.

Wir und der Handel mit uns sind fest davon überzeugt, dass die einheitliche Kommunikation der WOCHE DER WÄSCHE dazu führt, Kundinnen und Kunden auf engagierte Händler aufmerksam zu machen, erklärt Julia von Wrede, Projektmanagerin der WOCHE DER WÄSCHE. Unser Ziel ist es, dass die Kundinnen und Kunden ihr Wäschegeschäft mit der Initiative assoziieren und den nächsten Einkauf mit der Erwartungshaltung einer profunden und kompetenten Beratung tätigen. So glauben wir langfristig positiv auf das Bewusstsein für gut sitzende Wäsche einwirken zu können. Je mehr Händler sich an der WOCHE DER WÄSCHE beteiligen werden, desto größer wird unsere Wirkung sein. Im Sinne der Kunden und des Handels. Uns ging es darum, die Verbraucher für das Thema Wäsche neu zu sensibilisieren und insbesondere auf die Beratungskompetenz des Fachhandels zu verweisen. Diese Beratungskompetenz steht in direktem Zusammenhang zu einer verbesserten Körperwahrnehmung unter Frauen. Und eben diese ist auch wichtige Voraussetzung für die Früherkennung von Brustkrebs. Aus diesem Grund wurde die WOCHE DER WÄSCHE von einer Charity-Aktion zugunsten von Brustkrebs Deutschland e.V. begleitet.

Renate Haidinger, Vorsitzende des Brustkrebs Deutschland e.V. begrüßt die Initiative sehr, denn kaum ein Produkt ist besser geeignet, die Sensibilität der Frauen auf ihren Körper und somit auf ein Bewusstsein für etwaige Veränderungen zu lenken. Brustkrebs Deutschland e.V. freut sich über das gemeinsame Engagement, welches die Bodywear-Branche mit der WOCHE DER WÄSCHE beweist

Mit der Verbindung der Aktion zu einem Engagement für Brustkrebs Deutschland e.V. zeigt die Branche soziale Verantwortung. Der Claim Aus Liebe zu Deinem Körper stärkt das Bewusstsein für ein positives Körpergefühl und ruft Frauen dazu auf, mehr auf ihren Körper zu achten.

Weitere Informationen unter [www.wochederwaesche.de](http://www.wochederwaesche.de).