

always

Frauen schreiben ihre eigenen Regeln – und das ist gut so!

SEIT 30 JAHREN BESTÄRKT ALWAYS FRAUEN UND MÄDCHEN IN DEUTSCHLAND
DABEI, SICH SELBSTBEWUSST UND FREI ZU FÜHLEN

Schwalbach am Taunus, März 2021 – Am 8. März 2021 feiern wir wieder den Internationalen Frauentag und alle wunderbaren Mädchen und Frauen, die unser Leben und unsere Gesellschaft bereichern. Und dennoch spüren Mädchen und Frauen jeden Alters auch in 2021 immer noch den ständigen sozialen Druck in Bezug darauf, wie sie ihr Leben leben, wie sie aussehen, sich benehmen und denken sollen. Das lässt sie an ihren eigenen Entscheidungen zweifeln und verringert ihr Selbstbewusstsein.

Seit 30 Jahren bestärkt Always Frauen und Mädchen in Deutschland in ihrem Selbstbewusstsein und ermutigt sie, ihre persönlichen Ziele und Träume zu realisieren. Deshalb macht Always mit der Kampagne #dubistdieantwort auf vorhandene gesellschaftliche Erwartungshaltungen gegenüber Frauen aufmerksam.

- 65% der Frauen zwischen 18 und 34 Jahren gaben in einer Studie von YouGov im Auftrag der Marke Always an, dass sie sich durch gesellschaftliche Erwartungen an ihre Lebensplanung unter Druck gesetzt fühlen.
- Von den befragten Frauen gab fast jede zweite Frau an, sich von Selbstzweifeln (44%) im Alltag verunsichert zu fühlen.
- Auch wenn die Verunsicherung durch Selbstzweifel im zunehmenden Alter abnimmt, gibt es für Frauen jedoch noch weitere Herausforderungen, denen sie sich stellen müssen: Geschlechtsspezifische Vorurteile (34 %) und tradierte Geschlechterrollen (27%) stehen ganz oben auf der Liste.¹

Anna Sophie Frenzel, Marketingdirektorin Damenhygiene bei Procter & Gamble erklärt: „Always glaubt, dass jedes Mädchen und jede Frau großartig ist und hat es sich deshalb nicht nur am Internationalen Frauentag, sondern jeden Tag zur Mission gemacht, Frauen zu bestärken und dabei zu helfen, gesellschaftliche Rollenbilder aufzubrechen.“

1/2

Über Procter & Gamble Procter & Gamble (P&G) bietet Verbrauchern auf der ganzen Welt eines der stärksten Portfolios mit qualitativ hochwertigen und führenden Marken wie Always®, Ambi Pur®, Ariel®, Bounty®, Braun®, Charmin®, Crest®, Dawn®, Downy®, Fairy®, Febreze®, Gain®, Gillette®, Head&Shoulders®, Lenor®, Olaz®, Oral-B®, Pampers®, Pantene®, SK-II®, Tide®, Whisper® und Wick®. P&G ist weltweit in 70 Ländern tätig. Weitere Informationen über P&G und seine Marken finden Sie unter www.pg.com und www.twitter.com/PGDeutschland.

Pressekontakt: P&G, Unternehmenskommunikation, Sulzbacher Straße 40, 65824 Schwalbach/Ts.

Sandra Ohl, Tel.: +49 6196 89 3104, E-Mail: ohl.s@pg.com



#dubistdieantwort, egal auf welche Fragen

Ganz egal ob gesellschaftliche Erwartungen, Vorurteile oder kritische Kommentare – gegen alle Einmischungen definieren Frauen selbst, was Weiblichkeit für sie bedeutet. Sie schreiben für jeden Lebensabschnitt ihre eigenen Regeln. In ihren Geschichten geht es nicht um Verluste oder Kompromisse, sondern um ihr persönliches Happy End. Always glaubt daran, dass jede Frau das Potenzial hat, ihre Träume zu erfüllen. Und wenn Frauen aufgrund von Erwartungen anderer Menschen, ihre Ziele und Träume aus den Augen verlieren, wird Always sie immer wieder daran erinnern.

Auf dem Always Youtube Profil kann der eindrückliche Kampagnenfilm zu #dubistdieantwort von Regisseurin Lucy Luscombe angeschaut werden: <https://www.youtube.com/watch?v=9swOUuCjUik>

Weltweites Engagement

In dem Bestreben Frauen und Mädchen bei einem selbstbestimmten Leben zu unterstützen, arbeitet Always weltweit bereits mit mehr als 30 Organisationen wie beispielsweise Save the Children und UN Women zusammen. Besonders die Unterstützung von jungen Mädchen steht dabei im Mittelpunkt. Im Rahmen des Always Aufklärungsprogramms für Mädchen, Lehrer und Eltern stellt Always seit über 30 Jahren kostenlose Schulmaterialien und Produktproben zur Verfügung. Ziel des Programmes ist es, Mädchen dabei zu helfen, die körperlichen Veränderungen während der Pubertät zu verstehen und mit ihnen umzugehen. Jährlich nehmen 17 Millionen Mädchen in über 70 Ländern an diesem Programm teil, das von der UNESCO unterstützt und von mehr als 500 Millionen Lehrerinnen und Lehrern genutzt wird.

¹YouGov Online Befragung 01/2020, 1.000 Frauen im Alter von 18-87 Jahren