Presseinformation

Pampers und UNICEF – seit zehn Jahren gemeinsam gegen Tetanus bei Neugeborenen

Umfangreichste Partnerschaft in der Firmengeschichte von Procter & Gamble – Aktion „1 Packung = 1 lebensrettende Impfdosis*“ hat seit Beginn dazu beigetragen, das Leben von 500.000** Neugeborenen zu retten

Schwalbach am Taunus, Oktober 2015. Seit zehn Jahren unterstützt die weltweit führende Babypflege-Marke Pampers von Procter & Gamble mit der Aktion „1 Packung = 1 lebensrettende Impfdosis*“ das UN-Kinderhilfswerk UNICEF. Die langjährigen Partner vereint ein gemeinsamer Wunsch: Tetanus bei Müttern und Neugeborenen weltweit zu besiegen. Dafür arbeiten sie seit 2006 auf globaler Ebene mit vereinten Kräften und setzen ihre gemeinsame Größe, logistischen Unterbau sowie strukturelle Stärken mit strategischer Zielsetzung ein – eine Erfolgsgeschichte, die Millionen Mütter und ihre Neugeborenen vor Tetanus geschützt hat.

Beiden Partnern liegt die gesunde und glückliche Entwicklung von Babys und Kindern weltweit am Herzen. Pampers gibt deshalb jährlich von Oktober bis Dezember mit jedem Kauf einer Packung Windeln oder Feuchttücher mit dem UNICEF-Logo den Gegenwert einer lebensrettenden Impfdosis gegen Tetanus an UNICEF. *„Wir sind dankbar und stolz, dass wir mit Procter & Gamble einen starken Partner an unserer Seite haben, der langfristig unsere Ziele unterstützt. UNICEF wählt seine Partner sorgfältig aus und legt Wert auf glaubwürdige und nachhaltige Kooperationen. Die Partnerschaft leistet einen wichtigen Beitrag und verbessert die Gesundheitssituation von Kindern weltweit*“, so Christian Schneider, Geschäftsführer UNICEF Deutschland.

Seit Beginn der Partnerschaft von Pampers und UNICEF hat Pampers den Gegenwert von 300 Millionen Impfdosen bereit gestellt und damit geholfen, das Leben von 100 Millionen Müttern und ihren Babys vor Tetanus zu schützen. UNICEF stellt Impfstoffe und Kühlboxen für den Transport in entlegene Gebiete bereit, bildet Hebammen aus und informiert Mütter zum Beispiel mit Postern darüber, wie sie sich und ihre Kinder dauerhaft schützen können. Die gemeinsame Initiative hat mit dazu beigetragen, dass die Krankheit in 17*** Ländern besiegt werden konnte – ein großer Meilenstein zum 10. Jubiläum.

Vor allem die gestiegene Aufmerksamkeit und das Bewusstsein für Tetanus bei Neugeborenen helfen, die Partnerschaft nachhaltig zu stärken und die Geldmittel für die Programme in den betroffenen Ländern zu beschaffen. Viele prominente Aktionsbotschafter unterstützen gemeinsam mit Eltern weltweit den Kampf gegen die Krankheit.

Das Engagement von Pampers gemeinsam mit UNICEF geht weiter: Noch immer sind 71 Millionen Frauen und ihre Neugeborenen in entlegenen und schwer zugänglichen Regionen von Tetanus bedroht. Alle elf Minuten stirbt ein Neugeborenes an der schrecklichen Krankheit. Deshalb werden auch weiterhin 20**** Länder unterstützt, in denen Tetanus bei Neugeborenen eine Bedrohung darstellt. Gabriele Hässig, Leiterin Unternehmenskommunikation und Nachhaltigkeit erklärt: *„Unser Ziel ist es, Babys weltweit vor dieser tödlichen Krankheit zu schützen. Gleichzeitig wollen wir dafür Sorge tragen, dass alle Kinder einen gesunden Start ins Leben haben. In der Partnerschaft mit UNICEF setzen wir alles daran, Tetanus bei Neugeborenen weltweit zu besiegen.“*

* Mit jedem Kauf einer Packung Pampers mit UNICEF-Logo, für jede Teilnahme an der Geburtstagsaktion (Einsendeschluss des Teilnahmeformulars und Kassenbons am 31.01.2016) und für jeden digitalen Beitrag (Videoaufruf, geteiltes Video und ein Wunsch-Upload), der bis zum 31.12.2015 über www.pampers.de, www.facebook.com/PampersDeutschland und http://www.youtube.com/user/PampersDeutschland geleistet wird (bis zu insgesamt 500.000 digitale Beiträgen), unterstützt P&G UNICEF im Kampf gegen Tetanus bei Neugeborenen mit € 0,056 [bzw. 0,068 CHF]. Dieser Betrag entspricht z.B. den Kosten für eine Tetanus-Impfdosis oder unterstützt ihre Verteilung. Weitere Informationen auf www.pampers.de oder www.unicef.de. UNICEF bevorzugt keine Marken oder Produkte.

** Die Zahl basiert auf Schätzungen der WHO und UNICEF für Todesfälle von Neugeborenen im Zeitraum der Partnerschaft.

*** Burkina Faso, Elfenbeinküste, Gabun, Ghana, Guinea Bissau, Kambodscha, Kamerun, Laos, Liberia, Madagaskar, Mauretanien, Myanmar, Osttimor, Senegal, Sierra Leone, Tansania, Uganda

**** Afghanistan, Angola, Äthiopien, Demokratische Republik Kongo, Guinea, Haiti, Indonesien, Jemen, Kenia, Mali, Niger, Nigeria, Pakistan, Papua-Neuguinea, Philippinen, Somalia, Sudan, Süd Sudan, Tschad, Zentralafrikanische Republik



Foto: Quelle „Pampers“ / Bildrechte bis Februar 2016

Über Procter & Gamble

Procter & Gamble (P&G) bietet Verbrauchern auf der ganzen Welt eines der stärksten Portfolios mit qualitativ hochwertigen und führende Marken wie Always®, Ambi Pur®, Ariel®, Bounty®, Charmin®, Crest®, Dawn®, Downy®, Fairy®, Febreze®, Gain®, Gillette®, Head & Shoulders®, Lenor®, Olaz®, Oral-B®, Pampers®, Pantene®, SK-II®, Tide®, Vicks®, and Whisper®. 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.

Kontakt:

Procter & Gamble Germany GmbH & Co Operations oHG
Unternehmenskommunikation
Gabriele Hässig
Sulzbacher Straße 40
65824 Schwalbach am Taunus
Tel. +49 6196 89 6647
E-Mail: haessig.g@pg.com

Procter & Gamble Germany GmbH
Markenkommunikation
Sandra Broich
Sulzbacher Straße 40
65824 Schwalbach am Taunus
Tel. +49 6196 89 3102
E-Mail: broich.s@pg.com

RPM – revolutions per minute
Gesellschaft für Kommunikation mbH
Alexandra Samoleit
In der Lokfabrik, Chausseestraße 8/E
10115 Berlin
Tel. +49 30 4000 66 77
E-Mail: alexandra.samoleit@rpm-berlin.com