

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/24435/1490412/dove-nimmt-stellung-zur-aktuellen-debatte-um-schoenheitsideale-die-koerperpflagemarke-dove> abgerufen werden.

Unilever Deutschland GmbH

Dove nimmt Stellung zur aktuellen Debatte um Schönheitsideale /
Die Körperpflagemarke Dove gratuliert der "Brigitte" zu ihrer Entscheidung in Zukunft
nicht mehr mit Models zusammenzuarbeiten

09.10.2009 - 09:58 Uhr, Unilever Deutschland GmbH

Hamburg (ots) - Die Entscheidung der Brigitte ist das Thema der Woche in der deutschen Medienlandschaft. "Wir begrüßen diese Entscheidung und gratulieren zu diesem mutigen und wegweisenden Schritt! Wir glauben, dass dies den Frauenzeitschriftenmarkt nachhaltig verändern wird", kommentiert Tanja Kindler, Markenverantwortliche für Dove in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Schon seit 2004 stellt Dove aktuelle Schönheitsideale infrage und rüttelt nachhaltig an der gängigen Definition von Schönheit.

Die Werbung mit echten Frauen ist für Dove nicht neu. Die Idee, ausschließlich mit ganz normalen Frauen statt mit Models zu werben, entstand bereits 2004. Ergebnisse einer globalen Studie aus demselben Jahr machen die Dringlichkeit deutlich, die engen Schönheitsideale in der Gesellschaft zu hinterfragen und eine Alternative dazu anzubieten. Denn 67% aller Frauen sind der Meinung, dass Medien und Werbung einen unrealistischen Schönheitsstandard setzen, der für die meisten Frauen unerreichbar ist. Drei Viertel der befragten Frauen wünschen sich, dass in der Werbung häufiger natürlichere Frauen und vor allem unterschiedliche Frauentypen gezeigt werden. Diesem Wunsch ist Dove gerne nachgekommen.

Umso erfreulicher, dass mit der Brigitte dieser Wunsch der Frauen nun auch in der Medienbranche aufgegriffen wird. "Wir sind uns sicher, dass die Leserinnen der Brigitte diese Änderung sehr positiv aufnehmen und den Mut der Brigitte belohnen werden", glaubt Tanja Kindler. Wie relevant das Thema für Frauen ist, beweisen die Reaktionen auf die Dove Kampagnen in den vergangenen Jahren. "Wir sprechen vielen Frauen aus der Seele. Das zeigt der enorme Zuspruch, den wir für unsere Kampagnen erfahren haben. Es besteht bei den Frauen ein starkes Bedürfnis nach realistischen Schönheitsbildern und nach mehr Authentizität. Individualität und Vielfältigkeit von Schönheit sind zukunftsweisende Themen - keine kurzlebigen Trends. Und das zeigt sich immer deutlicher - unter dem Stichwort Street Style eben auch im Modebereich", erklärt Kindler.

Dove weiß um den Druck, den das eng definierte Schönheitsideal auf Mädchen und Frauen ausübt: "In der weltweiten Dove-Studie* haben wir damals herausgefunden, dass sich nur 2 % aller Frauen als "schön" empfinden. Deswegen setzen wir uns schon seit einigen Jahren dafür ein, dass sich immer mehr Mädchen und Frauen schön fühlen können - sowohl mit unseren Kampagnen als auch mit unserer "Dove Aktion für mehr Selbstwertgefühl", so Kindler. Die "Dove Aktion für mehr Selbstwertgefühl" unterstützt weltweit pädagogische Programme, die das Selbstwertgefühl von Kindern und Jugendlichen stärken sollen. Dies geschieht in enger Zusammenarbeit mit Organisationen gegen Ess-Störungen, wie z. B. dem Frankfurter Zentrum für Ess-Störungen, der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, der Ärztlichen Gesellschaft zur Gesundheitsförderung der Frau und der Aktion "Leben hat Gewicht" des Bundesgesundheitsministeriums.

Dass die Debatte um Schönheitsideale in der Gesellschaft regelmäßig die Medien beherrscht, ist ein deutliches Signal dafür, dass eine Veränderung notwendig und von den Frauen gewünscht ist. Daher ist es auch so wichtig, dass diese Debatte in Bewegung bleibt. Tanja Kindler dazu: "Unsere Erfahrung hat gezeigt, dass starke Partnerschaften wichtig sind, wenn man Veränderungen durchsetzen will. Die Entscheidung eines so einflussreichen Mediums wie der Brigitte ist daher ein enorm wichtiger Schritt für eine gesellschaftliche Veränderung. Wir wünschen der Brigitte viel Erfolg mit ihrem neuen Konzept und freuen uns auf Heft 2."

Pressekontakt:

Weitere Informationen und Bildmaterial erhalten Sie bei:
Edelman GmbH
Yasmin Gouhari
yasmin.gouhari@edelman.com
040-37479836

Originaltext:	Unilever Deutschland GmbH
ISIN:	NL0000009348
Pressemappe:	http://www.presseportal.de/pm/24435/unilever-deutschland-gmbh

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_24435.rss2