



Pringles kooperiert mit Movember: Street-Graffiti richten Aufmerksamkeit auf mentale Gesundheit bei Männern

Ziel der Kooperation ist es, Männer dazu zu motivieren, über ihre mentale Gesundheit zu sprechen. Neben Spendenaktionen bringt Pringles dieses wichtige Thema durch aufmerksamkeitsstarke Street-Art-Aktionen auf die Berliner Straßen.

Hamburg, 02.11.2021 - In der Nacht vom 01. November auf den 02. November 2021 wurden aufmerksamkeitsstarke Graffiti in belebten Gegenden von Berlin, wie z.B. dem Brandenburger Tor enthüllt. Bei der sogenannten Clean Art (auch unter Clean Graffiti bekannt) werden Motive auf den Boden erstellt, indem der Straßen- bzw. Gehwegschmutz von der Oberfläche entfernt wird. Alle Graffiti enthalten eine von fünf Fragen, die zum Nachdenken über das Wohlbefinden anregen, zum Beispiel „Wie geht's dir auf einer Skala von 1 bis 10?“ Sie sollen insbesondere Männern im November das Selbstvertrauen geben, über mentale Gesundheit zu sprechen.

Männer sprechen mentale Gesundheit selten an

In einer Studie von YouGov geben 77 Prozent der Männer an, sich im vergangenen Jahr Sorgen um die psychische Gesundheit eines Freundes gemacht zu haben. Bemerkenswert ist dabei, dass 64 Prozent der Befragten Hindernisse – wie die richtigen Fragen zu stellen oder den passenden Gesprächsort auszuwählen – davon abhalten, mit ihren Freunden über ihr Wohlbefinden zu sprechen. 20 Prozent halten es sogar für unwahrscheinlich, überhaupt ein Gespräch zu beginnen. Diese Zahlen bekräftigen noch einmal, wie wichtig es ist, dem Thema mit der gemeinnützigen Initiative von Movember und einem starken Partner wie Pringles ein Gesicht zu verleihen.

„Wir freuen uns, mit Movember nun auch in Deutschland zusammenzuarbeiten und die Organisation bei ihrem Engagement für die Gesundheit von Männern auf der ganzen Welt zu unterstützen. Wir hoffen, dass die Kampagne, die wir mit Movember entwickelt haben, die Aufmerksamkeit von Männern in der Öffentlichkeit erregt und ihnen hilft, diese schwierigen, aber wichtigen Gespräche über mentales Wohlbefinden zu beginnen“, so Andreas Billker, Senior Market Activation Manager DACH.

Spendenaktion und digitale Hilfestellung

Pro verkaufter Dose Pringles im Amazon Brand Store im Zeitraum vom 01. bis 30. November, spendet Pringles einen Euro an Movember, um die wichtigen Initiativen zur Früherkennung, Diagnose und wirksamen Behandlungen von psychischen Problemen bei Männern zu unterstützen.

Movember bietet für alle, die online nach Hilfe suchen ein kostenloses interaktives digitales Tool an. Dieses wurde von einem internationalen Team von Experten für psychische Gesundheit entwickelt und soll dem Benutzer dabei helfen, ein schwieriges Gespräch zu beginnen und jemanden zu unterstützen, der Probleme hat. Zu finden unter <https://conversations.movember.com/de/>

Weitere Informationen zu Pringles finden Sie unter pringles.com/de.

Weitere Informationen über Movember finden Sie unter de.movember.com.

Über KELLOGG:

Wir bei KELLOGG verfolgen die Vision einer guten und gerechten Welt, in der die Menschen nicht nur satt, sondern erfüllt sind. Mit dem Ziel, das Leben der Menschen durch hochwertige Produkte und relevante Marken zu bereichern. Im Jahr 2020 erzielte KELLOGG mit Marken wie beispielsweise KELLOGG'S CORN FLAKES®, KELLOGG'S® MMMH... TRESOR®, KELLOGG'S® SMACKS®, KELLOGG'S® FROSTIES®, KELLOGG'S® CHOCO KRISPIES® sowie PRINGLES® einen Umsatz von 13,8 Milliarden US-Dollar. Über unsere Plattform Better Days unterstützen wir weltweit soziale Projekte und haben uns dazu verpflichtet, bis 2030 drei Milliarden Better Days mit unseren Partnern zu gestalten. Wenn Sie mehr über KELLOGG, unsere Corporate Social Responsibility-Projekte sowie unsere Unternehmensgeschichte erfahren möchten, besuchen Sie unsere Website www.kelloggs.de, www.kelloggcompany.com oder www.OpenforBreakfast.com.