



Bart ab. Mund auf. Pringles® und Movember schaffen Awareness für das Thema Männergesundheit

- Pringles® kooperiert auch in 2022 mit der gemeinnützigen Organisation Movember
- Gemeinsam wollen sie Männer ermutigen, mehr über die eigene mentale Gesundheit zu sprechen
- Große Social Media- und Influencer-Aktion mit Kartenset "Gesprächsstarter mit Mr. P"

Hamburg, 01.11.2022 - Auch in diesem Jahr haben sich Pringles® und Movember zusammengetan, um gemeinsam auf die mentale Gesundheit von Männern aufmerksam zu machen. Mit dem Kartenset „Gesprächsstarter mit Mr. P“ sollen über eine Social-Media und einer Influencer-Aktivierung insbesondere Männer ermutigt werden, offen über ihre mentale Gesundheit zu sprechen und überholte Klischees und Stigmata über „Männlichkeit“ aufmerksamkeitsstark zu hinterfragen und zu überwinden.

Im Jahr 2020 starben in Deutschland durchschnittlich über 25 Menschen pro Tag durch Selbstmord - davon rund dreimal so viele Männer wie Frauen.¹ Diese Zahlen bekräftigen, wie wichtig es ist, dem Thema Männergesundheit ein Gesicht zu verleihen – mit Movember, der führenden Wohltätigkeitsorganisation zur Förderung der Männergesundheit, und Pringles® als starkem Partner.

Es kann oftmals schwierig sein, mit seinem Partner, Freund oder Bruder ein Gespräch über seine mentale Gesundheit zu beginnen. Doch es ist wichtig, dass darüber gesprochen wird. Daher hat Movember das Gesprächsstarter-Tool „Movember Gespräche“ entwickelt. Ein kostenloses, interaktives Tool, das von einem internationalen Team von Experten für psychische Gesundheit entwickelt wurde. Es soll den Nutzer:innen dabei helfen, ein schwieriges Gespräch anzufangen und so jemanden zu unterstützen, der mentale Probleme hat oder gerade eine schwierige Zeit durchmacht.

"Gesprächsstarter mit Mr. P": Mehr über Gefühle reden!

Daran angelehnt hat Pringles® ein Set mit Mental Health Awareness Cards entwickelt: Fragekarten, die als Anregung für Gedanken und Gespräche dienen können. Das „Gesprächsstarter mit Mr. P“-Kartenset wird diesen November in einer exklusiven Movember-Edition Pringles®-Dose an Influencer für eine Social-Media-Aktion gesendet und an die Community verlost. Die Aktivierung kreiert Aufmerksamkeit gegenüber der mentalen Gesundheit von Männern und schafft Sensibilität und Offenheit für ein längst überholtes Stigmata: Männer müssen sich nicht länger hinter ihrem Bart verstecken, sondern können offen über ihre Gefühle und mentale Gesundheit sprechen.

¹ Quelle: Statistisches Bundesamt "Im Jahr 2020 starben in Deutschland insgesamt 9 206 Personen durch Suizid – das waren über 25 Personen pro Tag. Männer nahmen sich deutlich häufiger das Leben als Frauen, rund 75 % der Selbsttötungen wurden von Männern begangen.

„Wir freuen uns, dass wir auch in diesem Jahr in Deutschland mit Movember zusammenarbeiten und die Organisation bei ihrem Engagement für die Gesundheit von Männern unterstützen. Wir hoffen, dass wir mit dem “Gesprächsstarter mit Mr. P” Kartenset die Aufmerksamkeit auf das wichtige Thema lenken und Menschen dazu bewegen können, mehr über Männergesundheit zu sprechen.“, so Andreas Billker, Senior Market Activation Manager Pringles® DACH.

Pringles® Spendenaktion im November

Im Aktionszeitraum vom 7. November bis 11. November wird Pringles® Deutschland pro verkaufter Pringles® Dose bei Kaufland², 5 Cent³ an Movember spenden, um wichtige Initiativen zur Früherkennung, Diagnose und wirksamen Behandlung von psychischen Problemen bei Männern zu unterstützen.

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 das Ziel, weltweit eine gute und gerechte Welt zu schaffen in der jeder einen Platz am Tisch erhält. Im Jahr 2021 erzielte KELLOGG mit Marken wie beispielsweise KELLOGG'S® CORN FLAKES, KELLOGG'S® MÜSLI, KELLOGG'S® TOPPAS®, KELLOGG'S® FROSTIES®, KELLOGG'S® CHOCO KRISPIES®, KELLOGG'S® TRESOR® sowie PRINGLES® einen Umsatz von 14,2 Milliarden US-Dollar. Über unsere Plattform [Kellogg's® Better Days](https://www.kellogg.com/betterdays) setzen wir positive Initiativen in den Bereichen Ernährung, Natur und Gesellschaft um, unterstützen 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.

² In allen teilnehmenden Märkten

³ Bis zu einem Höchstbetrag von 50.000 EUR