

Gillette Brasil

26.11.2022 - 01:28 Uhr

TORHÜTER ALISSON BECKER LÄSST SICH ZUR UNTERSTÜTZUNG der MOVEMBER-KAMPAGNE VON GILLETTE EINEN SCHNURRBART WACHSEN

SÃO Paulo (ots/PRNewswire) -

Die Aktion ist Teil der „Mustaches for Men's Health“-Kampagne von Gillette, die bekräftigt, dass im November jeder Schnurrbart ein Synonym für die Einstellung zur Gesundheitsversorgung ist.

Gillette, die weltweit führende Marke für Klingen und Rasierer von P&G, stellt ihre Unterstützung für die Movember-Kampagne zum dritten Mal in Folge vor. Seit 2020 konsolidiert die Marke den Schnurrbart als Symbol für die Gesundheit von Männern in Brasilien, fördert das Bewusstsein für Krankheiten wie Prostatakrebs und ermutigt alle Männer, sich um ihre körperliche und geistige Gesundheit zu kümmern.

Im Mittelpunkt der Kampagne steht **Alisson Becker**, beliebtester Torhüter von Liverpool und Botschafter des guten Willens für die Weltgesundheitsorganisation (WHO), der das Feld als „**Mustache that plays for everyone**“ (Schnurrbart, der für jeden spielt) betreten wird. Er trat dem Team von Gillette bei, indem er sein Aussehen änderte und sich zur Unterstützung der Sache einen Schnurrbart wachsen ließ. Die Aktion ist Teil der „**Mustaches for Men's Health**“-Kampagne, die von der Agentur Grey Brazil entwickelt wurde und darauf abzielt, das Bewusstsein für Gesundheitsvorsorge durch den Schnurrbart, ein weltweit anerkanntes Symbol der Movember-Kampagne, zu schärfen. Das veränderte Aussehen des Spielers stärkt den positiven Trend von Gillette durch den Hashtag **#MustacheCares** und ermutigt alle Fans auf der ganzen Welt, sich im November einen Schnurrbart wachsen zu lassen und damit zu demonstrieren, dass sie handeln und sich um ihre Gesundheit kümmern.

Alisson hat Wert darauf gelegt, an der gesamten Sensibilisierungsmaßnahme teilzunehmen, da es seiner Meinung nach von entscheidender Bedeutung ist, Leitlinien über die Bedeutung von Gesundheitsmaßnahmen zu teilen. „Für mich ist es eine große Ehre und eine große Verantwortung, an einer so ernsthaften und wichtigen Kampagne wie dieser von Gillette teilnehmen zu können. Heute haben sich Wissenschaft und Medizin viel weiter entwickelt, und wir haben Zugang zu vielen Informationen. Wir wissen, wie wichtig es für uns Männer ist, zum Arzt zu gehen und alle Tests häufiger durchzuführen. Wenn die gesamte Bevölkerung von der Pflege zur Früherkennung von Problemen Kenntnis erhält, ist es möglich, die Entdeckung schwerer Krankheiten in einem fortgeschrittenen Stadium zu vermeiden. Mir ist mein Einfluss gegenüber Sportfans im Allgemeinen bewusst und es war mir wichtig, diese Botschaft mit aller Ernsthaftigkeit zu vermitteln, dass sie diskutiert werden muss“, erklärte der Spieler.

Die Präsenz von Alisson Becker bei der Kampagne von Gillette geht über seine Position als Meinungsführer hinaus, berücksichtigt aber auch seine lange Geschichte der Unterstützung von gesundheitsfördernden Initiativen. „Gillette sucht immer das Beste für Männer und versteht seine Rolle als Marke in der Gesellschaft. Aus diesem Grund fördern wir Aktionen zugunsten der körperlichen und geistigen Gesundheit von Männern durch unsere Kampagnen und Botschafter. Wir freuen uns sehr, dass Alisson die Blue-November-Kampagne unterstützt und damit die Botschaft auf der ganzen Welt unterstreicht, dass ein Schnurrbart die Macht hat, viele Leben zu retten“, erklärt Luis Siqueira, Senior Director of Marketing bei Gillette Brasil.

Um weiterhin positive Auswirkungen zu erzielen, spendet Gillette zur Unterstützung des Kampfes gegen Krebs. Die Marke hat sich mit dem A.C Camargo Cancer Center zusammengetan, einer Organisation, die sie seit 2021 unterstützt, indem sie Ressourcen für ein Projekt zur Ausbildung von Ärzten in der Einrichtung spendet, um so zur Förderung der medizinischen Weiterentwicklung in Brasilien beizutragen.

Folgen Sie im Monatsverlauf all diesen Aktionen zur Unterstützung des Movember auf den Kanälen von Gillette und schließen Sie sich dieser Bewegung an. Denken Sie daran: Im November ist jeder Schnurrbart ein Synonym für die Einstellung zur Gesundheitsversorgung.

Informationen zu Gillette®

Seit mehr als 120 Jahren liefert Gillette Präzisionstechnologie und Produkte mit unvergleichlicher Leistung und verbessert das Leben von mehr als 800 Millionen Männern weltweit. Von Rasur- und Körperprodukten bis hin zu Hautbehandlungen und Deodorants bietet Gillette eine große Auswahl an Produkten. Weitere Informationen und die neuesten Nachrichten über Gillette finden Sie auf der [Website](#).

Foto – <https://mma.prnewswire.com/media/1955122/1.jpg>

View original content: <https://www.prnewswire.com/news-releases/torhuter-alisson-becker-lasst-sich-zur-unterstutzung-der-movember-kampagne-von-gillette-einen-schnurrbart-wachsen-301687397.html>

Pressekontakt:

Ketchum - Gillette Press Office; Nathalia Braga Tavanti - nathalia.tavanti@ketchum.com.br

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100093258/100899222> abgerufen werden.