

BENETTON FÖRDMT DEN BEVÖLKERUNGSFONDS DER VEREINTEN NATIONEN MIT EINER WELTWEITEN KAMPAGNE ZUR FAMILIENPLANUNG

Auf dem Londoner Gipfeltreffen zur Familienplanung, der von der britischen Regierung, der UNFPA und der Stiftung Bill & Melinda Gates organisiert wurde, lancieren die UNFPA zusammen mit United Colours of Benetton die weltweite Kampagne [Power Her Choices](#), um Frauen zu schützen, die ungeplant schwanger wurden.

London, 11. Juli 2017 - Alle Mädchen und Frauen haben das Recht zu entscheiden, ob und wann sie schwanger werden. Dies ist die grundlegende Botschaft, die United Colors of Benetton und UNFPA, der Bevölkerungsfonds der Vereinten Nationen, der Welt anlässlich des Londoner Gipfels zur Familienplanung vermitteln möchten.

Mehr als 214 Millionen Frauen wird immer noch der Zugang zur sicheren Familienplanung verweigert. Im Jahr 2016 gebaren 770.000 Mädchen - einige von ihnen gerade mal zehn Jahre alt - Kinder und gefährdeten damit ernsthaft ihre Gesundheit und auch ihre Zukunft. Ein Beispiel ist Afrika, südlich der Sahara: 25 Prozent der jungen Frauen verlassen wegen einer ungewollten Schwangerschaft die Schule.

Der Londoner Gipfel für Familienplanung versammelt, zusammen mit UNFPA und der Bill & Melinda Gates Foundation, Institutionen und Interessenvertreter mit dem Ziel, ein gemeinsames Interesse zu fördern, und zwar sollen bis zum Jahr 2020 120 Millionen Frauen mehr Zugang zu modernen Verhütungsmethoden bekommen.

„Millionen von Frauen und jungen Menschen haben keinen Zugang zu modernen Verhütungsmethoden“, sagt Dr. Natalia Kanem, Executive Interim Director von UNFPA, „In den vergangenen fünf Jahren haben wir dank der Initiative Family Planning 2020 weitere dreißig Millionen Frauen erreicht, aber wir müssen uns noch mehr anstrengen, Partnerschaften und Reichweite zu vergrößern, damit niemand zurückgelassen wird“.

Das neueste Produkt einer langjährigen Partnerschaft zwischen UNFPA und Benetton, die [Power Her Choices - Unterstützt ihre Wahlen](#) soll mehr Bewusstsein für Familienplanung entwickeln und neue Partner und Interessenvertreter für diese weltweite Herausforderung finden. In der Fabrik, dem Forschungszentrum für Kommunikation der Benetton Group entstand das Hauptbild der Kampagne, das eine Glühbirne in Form einer Gebärmutter zeigt.

„Es ist eine Metapher dafür, wie die Arbeit von UNFPA helfen kann, den jungen Frauen in der ganzen Welt ein neues Bewusstsein zu vermitteln“ kommentiert Carlo Tunioli, Geschäftsführer von Fabrica: „Viele Mädchen, vor allem in den Entwicklungsländern, müssen in die Lage versetzt werden, über ihr eigenes Leben entscheiden zu können und Zugang zu Verhütungsmitteln bekommen“.



UNITED COLORS
OF BENETTON.

Die Kampagne umfasst auch eine Installation, in der sich einige Glühbirnen anschalten, um einen Satz zu formen, der den Geist der Kampagne erfasst. Einer davon lautet: I am pregnant (Ich bin schwanger), aber wenn der Betrachter sich nähert, beginnen andere Glühbirnen der Installation zu flackern, schalten sich an und enthüllen neue Wörter und den wirklichen Sinn des Kunstwerks: I am not ready to be pregnant (ich bin noch nicht bereit für eine Schwangerschaft). Die Installation besteht aus mehreren Sätzen und wird auch als Video und eine Reihe von GIF-Bildern in den Social Media zu sehen sein.

Weitere Informationen: benetton.com/news-events/power-her-choices

we.benetton.com
benettongroup.com/media-press
benettongroup.com/sustainability

facebook.com/benetton
twitter.com/benetton
youtube.com/benetton

Für weitere Informationen über UNFPA: unfpa.org

Jeffrey Bates
Tel.: [+ 1 212 297 5208](tel:+12122975208)
E-mail: bates@unfpa.org

UNFPA

UNFPA ist die führende UN-Agentur, die sich für eine Welt einsetzt, in der jede Schwangerschaft gewollt ist, jedes Kind in einer sicheren Umgebung geboren werden kann und alle Jugendlichen ihr Potential umsetzen können. UNFPA arbeitet in mehr als 150 Ländern und Gebieten mit dem Ziel, die Möglichkeiten von Frauen und Jugendlichen, ein gesundes und produktives Leben zu führen, zu verbessern.

Benetton Group und United Colors of Benetton

Die Benetton Group gehört zu den weltweit bekanntesten Modeunternehmen und ist in den wichtigsten Märkten der Welt mit einem Netzwerk von etwa 5.000 Geschäften vertreten. Das Unternehmen setzt verantwortungsbewusst auf die Zukunft und agiert im Geist der Zeit, aufmerksam für ökologische Belange, Menschenwürde und gesellschaftlichen Wandel.

Das Unternehmen hat eine gefestigte Identität in Bezug auf Farbe, authentische Mode, Qualität zu kundenfreundlichen Preisen und Leidenschaft: Werte, die sich in der starken und dynamischen Persönlichkeit der Marken *United Colors of Benetton* und *Sisley* widerspiegeln.

Fabrica

Fabrica ist ein Zentrum für Kommunikationsforschung. Es befindet sich in Treviso und ist ein integraler Bestandteil der Benetton Group. Fabrica wurde 1994 gegründet und bietet einer sehr heterogenen Gruppe von Forschern aus der ganzen Welt ein Jahresstipendium, Unterkunft sowie die Hin- und Rückreise nach Italien. Das Spektrum von Disziplinen ist ausgesprochen vielfältig und umfasst Design, Grafik, Fotografie, Video-Interaktion, Musik und Journalismus. Fabrica ist in einer von dem japanischen Architekten Tadao Ando restaurierten und deutlich erweiterten Villa aus dem 17. Jahrhundert untergebracht.