ALLE FÜR EINE. EINE FÜR ALLE:

United Colors of Benetton feiert den Internationalen Tag der Beseitigung der Gewalt gegen Frauen mit einer neuen, auf Gleichberechtigung und Nicht-Diskriminierung ausgerichteten Kampagne und einem orangefarbenem Kleid in limitierter Auflage, dessen Erlös vollständig an UN WOMEN gespendet wird

25. November 2015. „Alle für eine. Eine für alle.“ Das ist die Botschaft der neuen Kampagne von United Colors of Benetton, die am 25. November anlässlich des von der UNO ins Leben gerufenen Internationalen Tages der Beseitigung der Gewalt gegen Frauen starten wird. Es ist eine wichtige Aussage, die auf die neue Strategie der Nachhaltigkeit der italienischen Marke hinweist, die sich auf die Emanzipation und die Stärkung der Frauen in aller Welt konzentriert.

Die Kampagne zeigt drei junge Frauen, von denen jede bereit ist, sich in unterschiedlichen Bereichen zu bestätigen – von Ärztin zu Künstlerin, von Studentin zu Athletin, von Soldatin zu Mutter, um zu zeigen, dass alle Frauen frei sein sollten, ihre Fähigkeiten während ihres Lebens bestens einsetzen zu können nach dem Prinzip der Chancengleichheit von Frauen und Männern auf der ganzen Welt.

Im Zentrum jedes Kampagnen-Motives steht eine Frau, die ein orangefarbenes Kleid trägt. Es ist ein Hinweis auf die Einigkeit im Kampf um die Gleichheit der Geschlechter und zudem eine Erinnerung an *Orange the World*, die Kampagne der UNO, die vom 25. November an sechzehn Tage lang Aktionen und Initiativen gegen Gewalt im Allgemeinen fördert.

Diese Kampagne ist nicht nur eine gute Tat. Es ist ein notwendiger Akt. Heute hat jede dritte Frau physische oder sexuelle Gewalt selbst erlitten, häufig von ihrem Partner. 700 Millionen Frauen wurden zur Heirat gezwungen als sie noch Minderjährig waren, ein Drittel davon unter fünfzehn Jahren. Mehr als 130 Millionen Mädchen und Frauen haben eine Form von genitaler Verstümmelung erlitten.

Das sind nicht nur Verletzungen der Menschenrechte, sondern die sichtbarsten Folgen einer verborgenen Art von Diskriminierung der Geschlechter, welche der Entwicklung unserer Gesellschaft entgegen steht. Die Gewalt gegen Frauen macht es in der Tat schwieriger, die Armut zu besiegen, gegen HIV/AIDS zu kämpfen und Frieden und Sicherheit zu erzielen. Die Nicht-Diskriminierung ist also der Schlüssel zur Beendigung der Gewalt.

Das orangefarbene Kleid in der Kampagne gehört zu der Kollektion „A Collection Of Us“ von Benetton und kann nur online auf der Website benetton.com ab dem 25. November gekauft werden. Der Verkaufserlös geht uneingeschränkt an UN Women, eine Institution der Vereinten Nationen, die sich für die Gleichheit der Geschlechter und die

UNITED COLORS
OF BENETTON.

WE BENETTON
WOMEN
EMPOWERMENT
PROGRAM

Emanzipation der Frauen einsetzt, und zu Gunsten welcher Benetton bereits 2014 eine Kampagne gegen die Gewalt im Allgemeinen gemacht hat.

Dieses Jahr hat die Benetton Group beschlossen, das Engagement für eine Verbesserung der Lebensumstände der Frauen mit dem Start seines Women Empowerment Program zu unterstützen. Es ist ein Programm der Nachhaltigkeit mit langem Atem, das darauf zielt, die Emanzipation und die Stärkung der Position der Frau in der ganzen Welt zu fördern, und dabei Mittel bereit zu stellen, die dazu beitragen sollen, die fünf kürzlich von der UNO festgelegten Hauptpunkte der Ziele einer Nachhaltigen Entwicklung zu unterstützen: angemessene Mittel für ein würdevolles Leben, Nicht-Diskriminierung und Chancengleichheit, Zugang zu hochwertiger Ausbildung, Gesundheitsservice und Ende aller Gewalt gegen Frauen.

Die operative Einheit von Women Empowerment Program ist UNHATE Foundation, die Benetton-Stiftung, die jede Form von Hass und Diskriminierung mit Hilfe künstlerischer Projekte bekämpft, die einen gesellschaftlichen Wandel vor allem bei den jungen Generationen zum Ziel haben.

Die Kampagne 2015 für die Orange Days wurde von Erik Ravelo entwickelt, dem Leiter der Abteilung Soziale Kampagnen von Fabrica, dem Zentrum für Design- und Kommunikationsforschung von Benetton.

Für mehr Informationen:

benettongroup.com/media-press
benetton.com
fabrica.it
unhatefoundation.org

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

Benetton Group und United Colors of Benetton Group

Die Benetton Group ist heute eines der bekanntesten Modeunternehmen der Welt und ist in den wichtigsten globalen Märkten mit einem Netz aus mehr als 5.000 Verkaufsstellen vertreten. Ein verantwortungsvoller Konzern, der in die Zukunft plant und in der Gegenwart lebt, stets mit einem aufmerksamen Blick auf die Umwelt, auf die menschliche Würde und die Veränderungen der Gesellschaft. Das Unternehmen verfügt über eine etablierte Identität, die sich aus Farbe, authentischer Mode, Qualität zu guten Preisen und Leidenschaft für die eigene Arbeit zusammensetzt: Diese Werte spiegeln sich wider im starken und dynamischen Charakter der Marken United Colors of Benetton und Sisley. Das Engagement von United Colors of Benetton gegenüber sozialen Fragen nahm schon immer einen zentralen Stellenwert ein, indem sie durch Informationskampagnen und die

Zusammenarbeit mit führenden NGOs die Öffentlichkeit dazu brachten, über soziale Fragen von großer Tragweite nachzudenken.

Fabrica

Fabrica ist ein Zentrum für Design- und 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.

Die UNHATE Foundation

Die UNHATE-Foundation, die von der Benetton Group gewünscht und gegründet wurde, hat das Ziel ihren Beitrag gegen die Kultur des Hasses zu leisten, in Übereinstimmung mit den Werten, welche die DNA der Benetton Group darstellen. Die UNHATE-Foundation basiert auf den folgenden Prinzipien: Kampf gegen Hass und Nichtakzeptanz der Andersartigkeit in allen ihren Formen. Unterstützung der neuen Generationen: Junge Menschen sind die Hauptakteure und Nutznießer von konkreten Projekten, Kommunikationskampagnen und Bildungsmaßnahmen. Die zentrale Bedeutung der sozialen Auswirkungen der Kunst als Schlüsselinstrument der Stiftung. Die UNHATE-Foundation stellt einen weiteren wichtigen Schritt in der Strategie der sozialen Verantwortung der Benetton Group dar. Ein Beitrag, der einen spürbaren Einfluss auf die internationale Gemeinschaft haben wird, vor allem auf die neuen Generationen, und Institutionen, internationale Organisationen, NROs, die öffentliche Meinung und die Zivilgesellschaft einbezieht.