



THE ESTÉE LAUDER CO.
BREAST CANCER AWARENESS CAMPAIGN
Supporting education and medical research.
Join us at BCAcampaign.com #BCAStrength



ZEICHEN SETZEN

Die Estée Lauder-Familie und ihr verantwortungsvolles Erbe

VON SANDY STRASSER

Die Beautymarke Estée Lauder vertritt die Werte eines privaten Unternehmens und besitzt gleichzeitig die finanzielle Finesse einer börsennotierten Institution. Leidenschaft und neue Ideen treiben die Geschäftsführer und die Menschen, die für die Marke arbeiten, an. Heute sind die Kinder und Enkelkinder Estée Lauders aktiv in das blühende Geschäft mit der Schönheit involviert, welches sie sorgsam über Jahrzehnte aufgebaut hat. Aber es ist weit mehr als nur ein Familienunternehmen, es ist eine Lebensart. Und diese beinhaltet auch, anderen zu helfen, beim Thema Brustkrebs beispielsweise.

Ausgestattet mit Mut und Courage hat Evelyn H. Lauder 1992 die Estée Lauder-Kampagne „Bewusstsein für Brustkrebs“ mit der Lancierung der Rosa Schleife, dem universellen Symbol für Brustgesundheit, gegründet. Für ihre Mission, den Brustkrebs zu besiegen, hat die Kampagne in den vergangenen zwei Jahrzehnten weltweit mehr als 58 Millionen Dollar für die Förderung in Sachen Forschung, Aufklärung und medizinische Einrichtungen gesammelt. Mit knapp 46 Millionen Dollar wurden in den vergangenen 21 Jahren weltweit 185 Forschungsstipendien der „Breast Cancer Research Foundation“ (BCRF) finanziert.

Die vergangene Kampagne stand unter dem Motto „We're stronger together“. Sie zelebrierte alle Aktionen, ob groß oder klein, im Kampf gegen den Brustkrebs und hatte das Ziel, Menschen auf der ganzen Welt darin zu bestärken, sich das ganze Jahr über zu engagieren. Jeder war dazu aufgerufen, der globalen und digitalen Community Estée Lauders beizutreten und anderen von ihren Maßnahmen zu erzählen, die uns einer Welt ohne Brustkrebs näher bringen. Das konnte man beispielsweise durch die Veröffentlichung eines Fotos, Videos oder einer Nachricht auf der BCA Campaign-Webseite demonstrieren. Jeder Beitrag, der vom 1. Oktober bis 31. Dezember 2015 auf der Webseite hochgeladen wurde, war relevant für das Ergebnis.

Dieses inspirierende Projekt fing so auf wunderbare Weise viele tolle Aktionen ein, die täglich rund um den Globus stattfinden, um die Krankheit zu besiegen. Das Ergebnis dieses globalen Mosaik- und Multimedia-Projekts wurde auf dem Weltkrebstag am 4. Februar 2016 präsentiert.

William P. Lauder ist Vorstandsvorsitzender der Estée Lauder Companies Inc. Seine Kampagne führt den weltweiten Kampf gegen den Brustkrebs an und ehrt so das Vermächtnis seiner Mutter. Er sagt: „In diesem Jahr konzentriert sich die ‚Bewusstsein für Brustkrebs‘-Kampagne darauf, die Wirksamkeit der Maßnahmen zu zeigen. Ein Glaube, der meiner verstorbenen Mutter, Evelyn H. Lauder, so wichtig war. Als sie vor mehr als zwei Jahrzehnten erstmals damit begann, sich mutig und in der Öffentlichkeit zu äußern, sprachen nur wenige Menschen offen oder öffentlich darüber. In der Überzeugung, dass Wissen Macht ist, hat sie hart für ihre Vision einer Welt ohne Brustkrebs gearbeitet und wurde dadurch weltweit zu einer Stimme für Frauen, Männer und Familien, die von der Krankheit betroffen sind.“

Ich habe das einzigartige Privileg, die vielfältigen Anstrengungen unserer Kollegen und Partner in aller Welt zu verfolgen und ihre Visionen für die Kampagne zu fördern. In den vergangenen 23 Jahren haben die vereinten Aktionen unseres Unternehmens mehr als 58 Millionen Dollar gesammelt, die 185 Forschungsstipendien der BCRF und anderer Brustkrebsorganisationen und -programme finanzieren. Diese Aktion hat einen signifikanten Einfluss auf Wissenschaftler und bringt sie den Lösungen, die zu einer Welt ohne die Krankheit führen können, näher.

Mit dem Start der Kampagne Ende vergangenen Jahres beginne ich zu reflektieren, wie der persönliche Einsatz meiner Mutter – ihre weltweiten Reisen, um die Botschaft der Brustgesundheit zu verbreiten, die Schaffung der Rosa Schleife oder ihre Unterstützung der unzähligen Menschen mit der Diagnose Brustkrebs – die Bewegung der Brustkrebs-Früherkennung geformt

hat und weiterhin formt. Ich sehe, wie ihre Vision zum Leben erwacht, sobald eine aufklärende Broschüre und die Rosa Schleife an unseren Tresen angeboten werden und damit ein globales Symbol als mächtige Botschaft der Hoffnung in Pink erstrahlt, oder wenn wieder ein wichtiges Forschungsprojekt mit der Unterstützung der Kampagne finanziert wird.

Wenn ich den Effekt dieser Maßnahmen sehe, komme ich nicht darum herum, darüber nachzudenken, wie stolz meine Mutter sein würde, zu wissen, dass ihre Bemühung weiterhin an Momentum gewinnt und einen wichtigen Einfluss auf das Leben der Menschen ausübt. Jedes Jahr werden wir bei Estée Lauder alle gemeinsam stärker. Jede einzelne Aktion in diesem Kampf bringt uns unserem Ziel, den Brustkrebs zu besiegen, näher.“

www.elcompanies.com
www.bcacampaign.com

WILLIAM P. LAUDER

William P. Lauder ist der Sohn von Leonard Lauder und Enkel von Estée Lauder. Seit Juli 2009 sitzt er sowohl dem Vorstand als auch dem Aufsichtsrat vor. Von Juli 2004 bis Juni 2009 war er Geschäftsführer. Während seiner fünfjährigen Amtszeit als CEO erweiterte er die internationale Präsenz und Vertriebskanäle des Unternehmens und verstärkte das Markenportfolio. 1986 fing er im Unternehmen als Marketingchef von Clinique USA für die Metropolregion New York an. 1990 leitete er die Entwicklung der Origins-Marke und ihrer innovativen Shop-in-Shop-Konzepte. Anschließend hatte William P. Lauder mehrere Führungspositionen inne; er führte die weltweiten Geschäfte für Clinique und Origins und deren eigenständige Läden und das Onlinebusiness. 2002 wurde er Chief Operating Officer und hatte somit die Aufsicht über die globalen Aktivitäten der Firma sowie neun Spezialmarken und das Einzelhandelsgeschäft.

WE TURN CONTENT INTO VALUE

CELUM Digital Asset Management hilft Ihren Content zu organisieren & zu teilen und Ihre Marke zu stärken.

Jetzt
www.celum.com
besuchen & Demo
anfordern!



Organisieren & Teilen Sie jedes File, jedes Format, jede Größe



Leistungsfähige Funktionen zur Content Orchestrierung



Nahtlos integrierbar mit WCM, PIM oder e-Commerce Systemen



Social Media Integration und Content-Erfolgsmessung



In der Cloud oder On-Premise verfügbar

