

6. Februar 2020

## **Clearblue startet die Kampagne #Kinderwunsch, um Frauen zu bestärken offen über die Phase vor der Schwangerschaft zu sprechen.**

6. Februar 2020 (Genf, Schweiz). Clearblue hat seine „Kinderwunsch“-Kampagne, die entwickelt wurde, um Entstigmatisieren in der Phase vor der Schwangerschaft, indem Sie die Kontrolle und das Vertrauen in die Hände der Frauen in dieser wichtigen Zeit zurückgeben.

In der Gesellschaft werden Themen wie „Weiblichkeit“ und „Mutterschaft“ offen diskutiert, die heikle Phase, in der ein Paar versucht, schwanger zu werden, wird jedoch in der Diskussion vernachlässigt: Der „Kinderwunsch“ ist eine Zeit, die mit vielen Spannungen für Frauen und ihre Partner verbunden sein kann. Bis zu 90 % der Frauen möchten beispielsweise andere Lebensziele erreichen, bevor sie schwanger werden<sup>1</sup>, sodass sie verzögert mit der Familienplanung beginnen. Dementsprechend ist in den letzten 30 Jahren das Durchschnittsalter von Frauen bei ihrer ersten Schwangerschaft drastisch gestiegen und es ist allgemein bekannt, dass die Fruchtbarkeit ab Anfang 20 abnimmt. Bei einem in fünf Paaren dauert es länger als 12 Monate, bis sie schwanger werden<sup>2</sup>, und bis zu 40 % der Frauen kann es länger brauchen als erwartet, um schwanger zu werden<sup>3</sup>.

Mit der „Kinderwunsch“-Kampagne ([de.clearblue.com/kinderwunsch](https://de.clearblue.com/kinderwunsch)) möchte Clearblue die Bedeutung dieser Phase vor einer Schwangerschaft deutlich machen und stellt hierfür Fakten und persönliche Geschichten zur Verfügung. Frauen können an einer Umfrage teilnehmen, bei der es darum geht, an welchem Punkt der Kinderwunsch-Reise sie sich befinden, und ihre Ergebnisse mit denen anderer Frauen auf der ganzen Welt vergleichen. Gleichzeitig können sie sich die sehr persönlichen „Kinderwunsch“-Geschichten anderer Frauen ansehen und ihre eigenen Geschichten teilen.

Das „Kinderwunsch“-Video stellt das Herzstück der Marketingkampagne dar. In diesem Video wird von der emotionalen Achterbahnfahrt für Frauen berichtet, die versuchen, schwanger zu werden, und es wird die Einführung der „Kinderwunsch“-Kampagne als Mittel gefeiert, Frauen auf ihrem Weg zu einer Schwangerschaft zu stärken. Die Kampagne wurde von Leo Burnett Milan auf die Beine gestellt und das Video wurde in Zusammenarbeit mit dem Produktionsunternehmen Adolescent Content entwickelt, einem Unternehmen, das von dem preisgekrönten Regisseur Ramaa Mosley geleitet wird. Ramaa Mosley stellte eine Gruppe aus jungen Nachwuchs-Regisseurinnen in sieben unterschiedlichen Ländern zusammen. Die jungen Regisseurinnen leiteten und erstellten Filmaufnahmen von Frauen aus dem wahren Leben auf der ganzen Welt. Adolescent Content übernahm die Produktion sowie die Nachbearbeitung des ambitionierten Projekts. Casta Diva wurde als Executive Producer beauftragt.

Giulia Zanzi, Leiter der Marketingabteilung Fertility bei Clearblue, erklärte: „Wir sind sehr stolz auf den Start dieser Kampagne. Die reproduktive Gesundheit von Frauen verdient es, wieder im globalen Rampenlicht zu stehen. Bei den Gesprächen mit den Frauen dachten viele, dass der schwierige Teil darin besteht, sich für ein Kind zu entscheiden. Jedoch berichteten die Frauen, dass eigentlich der Weg zu einer Schwangerschaft eine unerwartete emotionale Achterbahnfahrt sein kann. Wir stellen Fakten und Geschichten von Frauen aus dem wahren Leben zur Verfügung, die bereit sind, ihre Erfahrungen zu teilen, damit andere mehr über Fruchtbarkeit erfahren und sich auf ihrer Reise nicht so alleine fühlen.“



Alice Rose, von Cat + Alice, [www.catandalice.com](http://www.catandalice.com), einer Unterstützungsinitiative bei Unfruchtbarkeit erklärt: „Diese neue Kampagne ist ein bahnbrechender und aufregender Schritt von Clearblue. Es bedeutet uns sehr viel, die riesige Community der Frauen, die Clearblue Produkte kaufen und Fruchtbarkeitsprobleme haben (einschließlich sekundäre Unfruchtbarkeit, Fehlgeburt und alle anderen Probleme auf dem Weg zu einem Kind) zu repräsentieren.

Der Weg vom Gefühl, gesehen und geschätzt zu werden, bis hin zu einer Veränderung des gesellschaftlichen Narrativs ist so lang und hilft denjenigen, die dies durchmachen, sich getröstet, bestätigt und weniger allein zu fühlen. Wir sind sehr froh darüber, dass wir Clearblue bei seiner Kampagne unterstützt haben, und werden das Unternehmen weiterhin dabei unterstützen, Kontakt zur Community aufzubauen, zu der wir ebenfalls gehören, und geben unser Bestes Repräsentanten zu sein.“

Clearblue präsentiert: #Kinderwunsch – Lasst uns darüber reden!

## Über Clearblue

Die Clearblue Palette an diagnostischen Produkten wird von SPD Swiss Precision Diagnostics GmbH hergestellt.

Clearblue ist die Nr. 1 meistverkaufte Marke im Bereich der Schwangerschafts- und Fruchtbarkeitstests zur Heimanwendung.\* Verbraucher vertrauen der Clearblue Marke, weil sie genau die Informationen liefert, die sie benötigen. Die Clearblue Produktpalette baut auf einem starken Fundament aus Wissenschaft und Konsumentenverständnis auf. Clearblue kann auf mehr als 30 Jahre Erfahrung, Qualität und Innovation in der Diagnostik zur Heimanwendung zurückblicken. Clearblue Ovulationstests haben sich beim Nachweis des Luteinisierenden Hormon -Anstiegs zu 99 % als zuverlässig erwiesen, werden zur Identifizierung der fruchtbarsten Tage eines Zyklus verwendet und können Sie nachweislich dabei unterstützen, schwanger zu werden.<sup>4</sup>

\*Basierend auf internationalen Verkäufen, zusammengestellt unter Verwendung unabhängiger Marktforschungsdaten (Daten in den Akten).

## Über Cat + Alice

Nach fast 10 Jahren Problemen mit der Fruchtbarkeit und dem Verlust eines Kindes lernten Cat und Alice sich 2018 über Instagram kennen, wo beide mit ihren eigenen Erfahrungen andere Frauen der sehr engagierten digitalen TTC Community (Kinderwunsch-Gemeinschaft) unterstützen. Inzwischen arbeiten sie zusammen und veranstalten gut besuchte Live-Events und bieten Beratung sowie Entwicklung von Content an für Marken wie: BBC (für die aktuelle Woche zum Thema Fruchtbarkeit im BBC Radio 2 und Radio 5 Live), Ferring Pharmaceuticals, Clearblue, myLotus und Kinetic. Beide Frauen betreiben auch erfolgreiche Podcasts (Fertility Life Raft und Finally Pregnant).

**Für weitere Informationen über „Kinderwunsch“ oder Clearblue wenden Sie sich bitte an:**

Fiona Clancy ([Fiona.clancy@spdspark.com](mailto:Fiona.clancy@spdspark.com))  
Tel.: +44(0)1234 835431 | Mobil: +44(0)7971 370528

Oder besuchen Sie die Website: [de.clearblue.com/kinderwunsch](https://de.clearblue.com/kinderwunsch)



**Für Medienanfragen wenden Sie sich bitte an:**

Sophia Makki ([sophia@imcmedcom.com](mailto:sophia@imcmedcom.com)) oder Alison Whitehead ([alison@imcmedcom.com](mailto:alison@imcmedcom.com))  
Tel.: +44 7365 516193

**Referenzen:**

1. Prior E., *et al.* Human Fertility (2018): 1-8. Frauen in Australien im Alter von 18 bis 30 Jahren.
2. NICE Clinical Guideline CG146 (2013) [nice.org.uk/CG156](http://nice.org.uk/CG156)
3. Studie mit 5000 Frauen in den USA, GB, Deutschland, Spanien und China (2018)
4. Produktdaten in den Akten.