



05.08.2016 - 10:00 Uhr

## **Eröffnung des P&G Family Home 2016 in Rio / Die Marken von P&G schaffen für Athleten, deren Mütter und Familien ein Zuhause fernab der Heimat bei den Olympischen Spielen 2016 in Rio**

*Brasilien (ots) -*

- Querverweis: Bildmaterial wird über obs versandt und ist  
abrufbar unter <http://www.presseportal.de/pm/13483/3396442> -

Pünktlich zum Start der Olympischen Spiele 2016 in Rio öffnet der weltweite Partner des Internationalen Olympischen Komitees Procter & Gamble (P&G) die Tore zum P&G Family Home, einem Zuhause fernab der Heimat. Im Rahmen der "Danke Mama"-Kampagne werden dort Marken wie Gillette, Pantene und Ariel während der Olympischen Spiele Athleten, Mütter und Familien aus aller Welt mit exklusiven Services betreuen.

Bei der feierlichen Eröffnung verwöhnte P&G die anwesenden Gäste, darunter Athleten, Mütter und Familien, mit kostenlosen Services. Mit freundlicher Unterstützung von Pantene, Aussie und Gillette wurden unter anderem Haarstylings, Maniküre und Hot Towel Rasuren angeboten. Die Gäste wurden außerdem eingeladen, die Always #LikeAGirl Bewegung zu unterstützen, indem sie in einer Videobotschaft Mädchen in aller Welt unter dem Motto "Keep Playing #LikeAGirl" zu mehr Selbstvertrauen ermutigen. Mit der Aktion will P&G Mädchen in der Pubertät vor dem Verlust von Selbstvertrauen bewahren - und das durch Sport, der nachweislich eine wichtige Quelle des Selbstwertgefühls für Mädchen ist. Zur Videobotschaft gelangen Sie über folgenden Link:  
<https://www.youtube.com/watch?v=UODRBzHQYkM&feature=youtu.be>

Bei der Veranstaltung wurde auch das neue Gillette Imagevideo Perfect Isn't Pretty gezeigt (Link: <https://www.youtube.com/watch?v=xRXfevLDZBc>), das von den harten Herausforderungen und Kämpfen erzählt, die Athleten fernab der Öffentlichkeit bei ihrem Streben nach sportlicher Perfektion bewältigen müssen.

U.S. Olympiasieger (Zehnkampf) und Gillette Botschafter Ashton Eaton, der auch darin zu sehen ist, sagte: "Perfect Isn't Pretty würdigt die harte Arbeit, die wir Athleten auf unserem Weg an die Spitze leisten, nicht nur das Endergebnis, sondern all die Mühen und Entbehrungen vom Start bis zur Zielgeraden. Ich freue mich sehr, dass P&G sich im Family Home um meine Mutter kümmert, während ich mich hier in Rio auf den Sport konzentriere."

Die Eröffnungsfeier endete mit einem Überraschungsauftritt von Olodum, einer gefeierten brasilianischen Percussion-Band, deren einzigartiger Stil im Soundtrack zu Perfect isn't pretty zu hören ist.

"Wir fühlen uns geehrt, hier in Rio im P&G Family Home zu sein, wo unsere Marken die Athleten, Mütter und Familien unterstützen und auf ihrer Reise bei den Olympischen Spielen begleiten", sagte Phil Duncan, P&G Global Design Officer. "Man kann den Familien gar nicht genug für den Beitrag danken, den sie zum Erfolg eines Athleten leisten. Das Family Home ist unsere Art, 'Danke' zu sagen. Wir tun das nicht nur durch Schönheits- und Pflegebehandlungen. Wir möchten auch den Komfort eines echten Zuhauses bieten, z. B. mit unserem Wäscheservice. Das Family Home soll ein Ort sein, an dem sich unsere Gäste entspannen und die Spiele genießen können."

Bis zur offiziellen Abschlussfeier der Olympischen Spiele 2016 in Rio wird P&G im Family Home Athleten und Mütter aus aller Welt betreuen.

Über das P&G Programm zu den Olympischen Spielen 2016 in Rio:

Die Marken von P&G geben Tag für Tag ihr Bestes für Mütter. Nicht nur für Mütter von Olympioniken, sondern für alle Mütter auf der Welt. Als weltweiter Partner des Internationalen Olympischen Komitees arbeiten P&G Marken wie Ariel, Gillette und Pampers nicht nur als Sponsoren mit den Athleten zusammen, sondern würdigen zugleich auch die Stärke und Leistung ihrer Mütter, die sie auf jedem Schritt ihres Weges begleitet haben. Zu den Olympischen Spielen 2016 in Rio werden 18 P&G Marken in mehr als 35 Ländern die P&G Kampagne im TV und digitalen Medien, im Einzelhandel und durch PR und Social Media zum Leben erwecken.

Über Procter & Gamble

Procter & Gamble (P&G) bietet Verbrauchern auf der ganzen Welt eines der stärksten Portfolios mit qualitativ hochwertigen und führenden Marken wie Always®, Ambi Pur®, Ariel®, Bounty®, Charmin®, Crest®, Dawn®, Downy®, Fairy®, Febreze®, Gain®, Gillette®, Head & Shoulders®, Lenor®, Olaz®, Oral-B®, Pampers®, Pantene®, SK-II®, Tide®, Wick® und Whisper®. P&G ist weltweit in 70 Ländern tätig. Weitere Informationen über P&G und seine Marken finden Sie unter [www.pg.com](http://www.pg.com) und [www.twitter.com/PGDeutschland](https://www.twitter.com/PGDeutschland).

Kontakt:

P&G, Markenkommunikation,  
Sulzbacher Straße 40,  
65824 Schwalbach/Ts.  
Melanie Schnitzler, Tel.: 06196 89-3872, E-Mail: [schnitzler.m@pg.com](mailto:schnitzler.m@pg.com)

Brandzeichen - Markenberatung und Kommunikation GmbH,  
Grünstraße 15, 40212 Düsseldorf  
Julia Scherger, Tel.: 0211 585886-162, Fax: 0211 585886-20,  
E-Mail: [julia.scherger@brandzeichen-pr.de](mailto:julia.scherger@brandzeichen-pr.de)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100016354/100791278> abgerufen werden.