

Eine Million Euro für UNICEF: Gemeinsam mit dem FCBarcelona unterstützt Beko weltweite Programme gegen Übergewicht bei Kindern

Neu-Isenburg, 2. Mai 2018 – Die internationale Hausgerätemarke Beko möchte mit ihrer Initiative „Eat Like A Pro“ das Bewusstsein für die weltweit rapide wachsende Zahl übergewichtiger Kinder schärfen und helfen diesen Trend zu stoppen. Im Rahmen ihrer Partnerschaft mit dem FCBarcelona und dessen Stiftung sollen nun gemeinsam 1.000.000 Euro für UNICEF gesammelt werden.

Für die Spendenaktion werden Menschen auf der ganzen Welt aufgerufen, ihre gesunden Essgewohnheiten über die sozialen Medien zu teilen. Für jeden Beitrag, der unter #EatLikeAPro auf Instagram oder Twitter veröffentlicht wird, spendet Beko einen Euro an UNICEF. Mithilfe dieser Spenden werden Kinder auf der ganzen Welt an verschiedenen UNICEF-Programmen teilnehmen können, die verschiedenste Formen von Mangelernährung bei Kindern bekämpfen, einschließlich Übergewicht und Adipositas. Der FCBarcelona unterstützt diese Kampagne, weil die Förderung gesunder Essgewohnheiten ein zentraler Bestandteil der Förderprogramme der Barça Foundation ist.

Wenn der aktuelle Trend anhält, wird die Zahl der übergewichtigen Kinder bis 2025 auf 70 Millionen ansteigen. Beko möchte dem entgegenwirken und als Teil einer weltweiten Bewegung ein Bewusstsein dafür schaffen, Kinder zu einer gesunden Ernährung zu motivieren. Um die Spendenaktivitäten zu unterstützen, wird Beko während des am 6. Mai ausgetragenen El Clásico – dem Duell der beiden größten spanischen Vereine FCBarcelona und Real Madrid mit der höchsten Zuschauerzahl weltweit – auf die Sichtbarkeit seines Logos auf den Trikotärmeln der Spieler verzichten. Stattdessen wird dort das Logo der Beko Initiative für gesunde Ernährung sichtbar sein: **Eat Like A Pro**.

Das Team des FCBarcelona wird für diesen Tag eine neue Spielbekleidung präsentieren und mit dem Schriftzug der Initiative #EatLikeAPro auf dem Trikotärmel für die Kampagne eintreten. Das All-Star-Team ist eine Inspiration für Millionen von Kindern auf der ganzen Welt und die Spieler, die für so viele junge Menschen Helden sind, können einen Beitrag dazu leisten, dass Kinder gesünder essen und einen Lebensstil mit ausgewogener,

vollwertiger Ernährung sowie körperlicher Bewegung anstreben. Ziel der Kampagne [Eat Like a Pro](#) ist es, Familien die Essgewohnheiten der Top-Fußballer des spanischen Clubs näherzubringen, indem sie Eltern und Kinder auf der ganzen Welt über die Bedeutung einer gesunden Ernährung und eines ausgewogenen Lebensstils aufklären.

Mit ihrer globalen Präsenz setzt sich die Kinderhilfsorganisation UNICEF dafür ein, Hunger aus der Welt zu schaffen, den Zugang zu Grundnahrungsmitteln sicherzustellen und die Ernährung von Kindern weltweit zu verbessern. UNICEF fördert die Rechte und das Wohlbefinden aller Kinder und möchte dabei insbesondere die am meisten gefährdeten und benachteiligten Kinder erreichen. Die Spenden werden dabei helfen, die Ernährungsqualität der Kinder zu verbessern und die steigende Zahl übergewichtiger Kinder zu senken. Jeder, der seine gesunden Essgewohnheiten über soziale Medien teilt, erhält die Chance, ein unterschriebenes Trainings- und Match-Trikot des FC Barcelona aus der limitierten Kollektion der El-Clásico-Woche mit der Aufschrift #EatLikeAPro zu gewinnen. Die Barça Foundation wird diese Kampagne über ihre Medienkanäle unterstützen und ihre mehr als fünf Millionen Follower auf der ganzen Welt zur Teilnahme aufrufen.

Der CEO von Beko, Hakan Bulgurlu, erläutert: „Übergewicht bei Kindern ist ein weltweites Problem. Deshalb freuen wir uns besonders, dass drei global führende Marken - der FC Barcelona und zwei seiner wichtigsten Partner UNICEF und Beko - gemeinsam diese Herausforderung angehen. Bei Beko setzen wir uns dafür ein, dieser besorgniserregenden Entwicklung durch innovative Technologien entgegenzuwirken, die eine gesunde Ernährung erleichtern. Gleichzeitig möchten wir zusammen mit dem FC Barcelona die Menschen in den sozialen Medien zum Handeln aufrufen und mithilfe des Ärmelaufdrucks #EatLikeAPro beim diesjährigen El Clásico Aufmerksamkeit schaffen und so Spenden für UNICEF sammeln.“

Victor Aguayo, Leiter des globalen Ernährungsprogramms von UNICEF, meint: „Übergewicht bei Kindern tritt immer häufiger in armen Familien und Ländern auf, hauptsächlich aufgrund einer einseitigen Ernährung, die den Kindern nicht alle Nährstoffe bietet, die sie für ein gesundes Wachstum brauchen. Wir freuen uns über die Unterstützung unserer Partner Beko und FC Barcelona, die eng mit uns zusammenarbeiten werden, um die Situation von Kindern auf der ganzen Welt zum Positiven zu wenden.“

Jordi Cardoner, Vizepräsident des FC Barcelona und der Barça Foundation, sagt: „In allen unseren Programmen, die auf der FutbolNet-Methode basieren und 120.000 Kinder und Jugendliche auf der ganzen Welt erreichen, fördern wir körperliche Bewegung und den Wert von Respekt. In diesem Fall geht es darum, sich selbst Respekt zu erweisen und einen gesunden Lebensstil zu pflegen.“

Das Engagement von Beko wird den Ernährungsprogrammen von UNICEF in Lateinamerika zugutekommen, wo schätzungsweise 23 Prozent der Schulkinder an Übergewicht oder Adipositas leiden. Diese Epidemie betrifft immer häufiger arme Familien und Kinder. Diesem Trend möchte UNICEF mithilfe von Beko und dem FC Barcelona entgegenwirken.

Beko hat ein klares Ziel vor Augen: die Zahl der Kinder mit Übergewicht durch Prävention und Aufklärung zu verringern. Zusammen mit Beko wird UNICEF ein Programm umsetzen, das die Essgewohnheiten von 600.000 Kindern im Grundschulalter in Lateinamerika verbessern soll. Die Initiative soll darüber aufklären, wie wichtig eine gesunde Ernährung in Schulen und zu Hause für das gesunde Wachstum und die Entwicklung von Kindern ist.

Bildunterschriften

Bild: Mit einer globalen Social-Media-Kampagne setzen sich Beko und der FC Barcelona für die gesunde und ausgewogene Ernährung bei Kindern ein. Während des legendären El Clásico Spiels am 6. Mai wird zudem das Logo der Initiative „Eat Like A Pro“ auf den Trikotärmeln des FC Barcelona sichtbar sein.

Bitte geben Sie bei Verwendung der Bilder folgenden Hinweis an: ©Beko.

Bildmaterial in hochauflösender Qualität finden Sie anbei / unter [https://www.beko-
hausgeraete.de/downloads/presse/Presse_Beko_El_Clasico_2018.zip](https://www.beko-
hausgeraete.de/downloads/presse/Presse_Beko_El_Clasico_2018.zip)



Über Beko

Beko, die internationale Hausgerätemarke der Arçelik-Gruppe, gehört zu den führenden Weiße Ware-Marken in Europa. Das Unternehmen ist in mehr als 100 weiteren Ländern präsent. Beko verbindet innovative Technologien und effiziente Lösungen mit funktionellem Design. Aufgrund ihrer hervorragenden Qualität sowie exzellenter Umwelt- und Leistungsmerkmale werden Beko Produkte von führenden europäischen Verbraucherorganisationen vielfach ausgezeichnet.

Beko handelt verantwortungsbewusst. Das Unternehmen hat sich den sozialen Standards der Business Social Compliance-Initiative verpflichtet und übertrifft damit die gesetzlichen Anforderungen. Außerdem engagiert sich Beko im Breiten- und Spitzensport. Von 2009 bis 2016 war das Unternehmen in Deutschland Hauptsponsor und Namensgeber der Beko Basketball Bundesliga (Beko BBL). 2014 wurde zudem eine Partnerschaft mit dem weltbekannten spanischen Fußballclub FC Barcelona geschlossen. Seit 2018 ist Beko einer der weltweiten Hauptsponsoren der Katalanen.

www.beko-hausgeraete.de

Über den FC Barcelona

Der FC Barcelona wurde 1899 Jahr gegründet und ist in vielerlei Hinsicht einzigartig. Er befindet sich im Besitz seiner mehr als 145.000 Mitglieder und kann von sich behaupten, der erfolgreichste Fußballverein Europas der letzten zehn Jahre zu sein. In dieser Zeit konnte der Verein vier Champions League-Siege und sieben spanische Meistertitel gewinnen. Aufgrund seiner Ausnahmestellung ist Barça für viele mehr als ein Verein. Die unverwechselbare Spielweise wird auf der ganzen Welt von den besten Spielern und Trainern nachgeahmt, ebenso wie die berühmte Förderung heimischer Talente.

All dies geht einher mit dem konstanten Streben, der am meisten bewunderte und geliebte Sportverein der Welt zu werden. Dieses Ziel wird von den Kernprinzipien wie Bescheidenheit, Einsatz, Ehrgeiz, Respekt und Teamwork getragen. Der Verein ist auch bekannt für sein gesellschaftliches Engagement über die FC Barcelona Stiftung und seinen Einsatz für die Aufklärung von Kindern über die positiven Werte des Sports. Infolge des unaufhaltsamen Wachstums der letzten Jahre konnte der FC Barcelona 300 Millionen Fans auf der ganzen Welt gewinnen und hat eine weltweit führende Social-Media-Präsenz.

Über UNICEF

UNICEF ist auf der ganzen Welt unter härtesten Bedingungen im Einsatz, um die am meisten benachteiligten Kinder zu erreichen. UNICEF ist in 190 Ländern und Gebieten tätig und setzt sich überall dafür ein, die Lebensbedingungen für jedes Kind zu verbessern. Mehr Informationen über UNICEF und das Projekt unter www.unicef.org, UNICEF auf Twitter und Facebook.



Pressekontakt

Beko Deutschland GmbH
Emanuele Giuliana
Thomas-Edison-Platz 3
63263 Neu-Isenburg
Tel. 06102 / 7182-405

emanuele.giuliana@beko.com

<https://www.beko-hausgeraete.de/presse>

Klenk & Hoursch
Andrea Morlok
Uhlandstraße 2
60314 Frankfurt am Main
Tel. 069 / 719 168-162

beko@klenkhorsch.de