

tick tack

DAS MAGAZIN FÜR BEWUSSTES LEBEN
SCHUTZGEBÜHR 4 EURO, AUSGABE 2 – HERBST 2011 | WWW.PINKRIBBON-MAGAZINE.DE

EINE SCHLEIFE, DIE VERBINDET
Einsatz für die Brustkrebs-Vorsorge

URLAUB OHNE SPUREN
Nachhaltig verreisen

DAS EIGENE ICH IM MITTELPUNKT
Balance im Alltag finden

DAS GEHEIMNIS DER KÜGELCHEN
Was ist dran an der Homöopathie?

MAMMOGRAPHIE – NUTZEN UND RISIKEN
Die Hintergründe des Screenings

inhalt



Franziska Knuppe, Model
c/o www.model-management.de
fotografiert von Esther Haase,
www.estherhaase.de



ENTDECKEN

- 6 Entspannung Deluxe**
Sich wohlfühlen und den Stress abbauen
- 8 Mehr als fair**
Nachhaltige Mode von Fair Trade Cashmere
- 9 Im Einklang mit der Natur**
Kosmetik aus dem Regenwald
- 10 Ein echter Unternehmens-Wert**
C&A unterstützt Pink Ribbon Deutschland
- 12 Erinnerungen als Inspiration**
Schmuckhersteller Pandora fördert den Gedankenaustausch der Kundinnen
- 14 Aus Liebe zur Weiblichkeit**
Die Dessous-Marke Marie Jo setzt auf Qualität
- 16 Einsatz für Pink Ribbon**
Aktionen im Zeichen der Schleife
- 18 Eine Schleife, die verbindet**
Mehr Brustkrebs-Sensibilisierung in Deutschland

ERLEBEN

- 22 Lesen, hören, chillen**
Neues zum Erleben
- 24 Urlaub ohne Spuren**
Nachhaltig verreisen
- 25 Eine Kur nur für Mama**
Abstand dank dem Müttergenesungswerk
- 26 Der Sonne entgegen**
Tipps zum Überwintern
- 28 Hauptsache Radicchio**
Sternkoch Heinz Winkler erklärt gesunde Ernährung
- 30 Mit Geschmack**
Das Geheimnis der Tee-Lagerung
- 31 Körperbewusst statt kopfgesteuert**
Das neue Fitness-Konzept Nia
- 32 Dem Ruf der Gänse folgen**
Wandern durch Naturschutzgebiete



GESTALTEN

- 34 Das Leben gestalten**
Neues zu den Themen Familie und Beruf
- 35 Sprich mit mir**
Richtig miteinander reden
- 36 Das eigene Ich im Mittelpunkt**
Balance im Alltag finden
- 38 Bewältigung mit Kamera**
Schauspielerin Kathrin Spielvogel dokumentierte ihre Krebserkrankung
- 40 Krankheit als Chance**
Anke Arndt zog Bilanz und wagte Veränderungen
- 42 Spiegel der Persönlichkeit**
Sensibler Umgang mit dem Thema Haarersatz

WAHRNEHMEN

- 44 Den Körper wahrnehmen**
Neues zu den Themen Vorsorge und Medizin
- 46 Forschung für die Stillförderung**
Medela fördert das Stillen und ist Hauptsponsor von Pink Ribbon Deutschland
- 48 Das Geheimnis der Kügelchen**
Auf der Suche nach der Kraft der Homöopathie
- 50 Aspirin zur Krebsvorbeugung?**
Umstrittene Schmerztabletten
- 52 Mammographie – Nutzen und Risiken**
Die Hintergründe des Screenings

ORIENTIEREN

- 54 Der richtige Arzt für mich**
Qualitätsmerkmale eines guten Gynäkologen
- 56 Service und Orientierung**
Adressen für weitere Informationen
- 57 Impressum, Hersteller und Contributors**
- 58 Kolumne – Meine Diagnose**
Das Wort „Krebs“ ändert alles





Fotos: Aveda



Aveda Headquarter

IM EINKLANG MIT DER NATUR

Das Wort „Aveda“ ist abgeleitet von der ayurvedischen Heiltradition in Indien. Frei übersetzt bedeutet es so viel wie „Wissen vom Leben“ – das Unternehmen Aveda stellt hochwertige Kosmetik- und Pflegeprodukte auf Naturbasis her. Ohne Tierversuche und im Einklang mit der Umwelt.

Man nehme Reisstärke, Sojaöl, Vitamin C und E und Samen der Uruku-Palme. Alles gut gemischt, ohne schädliche Zusatzstoffe, ergeben sie das neue Make-up von Aveda. „Die Stämme des Amazonas verwenden diese Farbpigmente schon seit vielen Jahren für ihre traditionelle Gesichts- und Körperbemalung“, sagt Silvia Tekielak, PR-Managerin bei Aveda. Das ist ein gutes Beispiel für die Unternehmensphilosophie: Zum einen stehen die Gesundheit und das Wohlfühl der Menschen im Vordergrund, zum anderen der verantwortungsvolle Umgang mit der Natur. Ganz gleich, ob Haar- oder Gesichtspflege, ob für Frauen oder für Männer – die Produkte entstehen ausschließlich aus natürlichen Inhaltsstoffen. Dazu gehören es, auch auf tierische Bestandteile zu verzichten. Selbst die Pinsel von Aveda seien frei von Tierhaaren. Zudem stammten 89 Prozent der pflanzlichen Rohstoffe und 90 Prozent der ätherischen Öle aus kontrolliert biologischem Anbau. „Unser Forschungs- und Entwicklungsteam ist immer auf der Suche nach neuen Pflanzen und Herstellungsverfahren. Dabei legen wir großen Wert auf die Herkunft, Integrität und Qualität“, sagt Silvia Te-

kielak. Das gilt sogar für die Verpackung. Das Unternehmen tüfelt ständig daran, Gewicht und Größe zu reduzieren, und verwendet ausschließlich recycelte und recycelbare Stoffe.

Farben aus dem Regenwald

Zurück zum neuen Puder: Die Uruku-Pflanze wächst im brasilianischen Regenwald. Dort lebt der Yawanawa-Stamm. Die Mitglieder des Stammes verwenden das orangefarbene Pigment der Früchte seit vielen Jahren für die Gesichts- und Körperbemalung. Für die Yawanawa ist diese Pflanze etwas Besonderes: Sie glauben, dass Uruku den Weg in spirituelle Sphären öffnet, vor Bösem schützt und Körper und Geist reinigt. Außerdem gilt die Pflanze als Zeichen von Gesundheit und Schönheit. „Die Yawanawa leben im Einklang mit der Natur. Sie liefern uns einen wichtigen Rohstoff, ohne dass das Ökosystem Regenwald Schaden nimmt“, sagt Tekielak.

NR

www.aveda.de

URLAUB OHNE SPUREN

Mit dem Auto, per Zug, im Flugzeug – der Deutsche an sich ist bekanntlich seit Jahren der unangefochtene Reiseweltmeister. Aber jede Reise bedeutet: mehr klimaschädliches Kohlendioxid. Und auch die Bedingungen vor Ort sind nicht immer umweltfreundlich. Doch es geht auch anders.

Nachhaltig reisen heißt nicht zwingend Nordsee statt Nordamerika. Vielmehr sollten Sie sich im Vorfeld der Urlaubsplanung Gedanken über Wünsche, Komfort, Luxus und deren Auswirkungen auf die einheimische Bevölkerung und die Natur zu machen. Bewusster reisen lautet die Devise. Die Entfernung sollte beispielsweise im Verhältnis zur Dauer der Reise stehen. Wochenendtrips oder Shopping-Reisen nach London oder New York bringen sicher viel Spaß, belasten aber auch extrem die Umwelt.

Sanfter Tourismus vor Ort

Im nächsten Schritt sollten Sie sich bei der Urlaubsplanung einige Fragen stellen: Fügt sich das Hotel oder die Appartementsanlage ins Landschaftsbild ein? Wurde dafür kein intaktes Ökosystem angegriffen? Verarbeitet das Küchenpersonal Produkte aus der Region? Stammen sie zusätzlich aus biologischem Anbau? Wird die örtliche Infrastruktur genutzt – ohne, dass sie von außen erweitert wurde? Passen die Freizeitangebote zu den Bedingungen vor Ort? Ein riesiger Golfplatz in der Wüste, der regelmäßig bewässert werden muss, passt sicher nicht dazu.

Einige Reiseveranstalter fördern zudem lokale Naturprojekte, unterstützen die Wirtschaft, sorgen für zusätzliche Arbeits- und Ausbildungsplätze und achten Kultur, Umwelt und Ressourcen vor Ort. Diesem nachhaltigen Tourismus haben sich zum Beispiel 130 Reiseveranstalter verpflichtet und im „forum anders reisen e.V.“ zusammengeschlossen. Sie bieten ausschließlich Ziele an, die nicht durch Massentourismus beeinträchtigt sind, und beschränken die Anzahl ihrer Urlaubsgäste. Dadurch bleiben traumhafte Plätze noch für viele Generationen erhalten.

NR

Spenden fürs Klima

Eine Möglichkeit, für seine Flugreisen eine Art Entschädigung für die Umwelt zu leisten, bietet „atmosfair“. Das gemeinnützige Unternehmen unterstützt Klimaprojekte. Ein Emissionsrechner zeigt, wie viel CO₂ der nächste Flug verursacht. Ein Beispiel: Der Flug von Frankfurt am Main nach New York belastet die Umwelt mit 4.120 Kilogramm CO₂. Dafür errechnet atmosfair 96 Euro als Spende. Sie könnte zum Beispiel Biogas-Projekte in Kenia oder effiziente Bewässerungspumpen in Indien unterstützen.

www.carbonfootprint.com
www.vertraeglich-reisen.de

www.forumandersreisen.de
www.atmosfair.de



Foto: Anders reisen

VIELEN DANK!

Die umfangreiche Kommunikation der Pink Ribbon Deutschland Kampagne 2011 und das vorliegende Magazin der Kampagne, das zweimal im Jahr in Freiverteilung erscheint, wird durch die Unterstützung folgender Unternehmen ermöglicht:

Medela
www.medela.de

Marie Jo
www.mariejo.com

Pandora
www.pandora.net

C&A
www.cundo.de

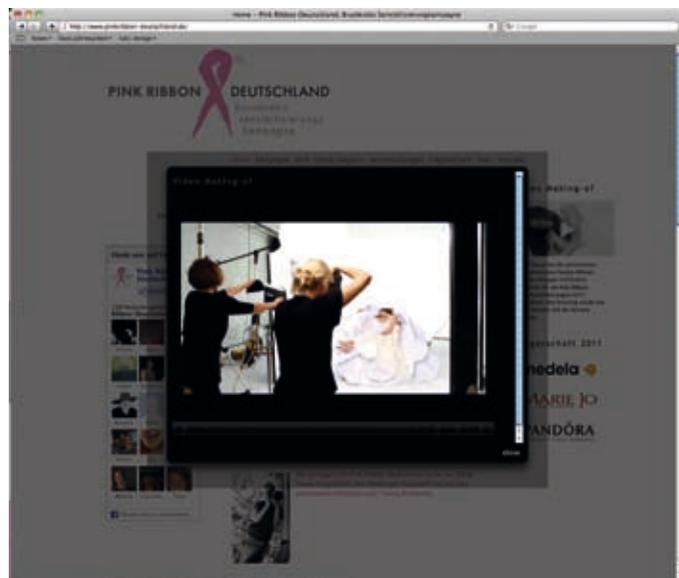


St. Emile – www.st-emile.de
YU Feelwear – www.yu-feelwear.de

Briese Studios – www.briese-studios.de
Degesta – www.degesta.de

Mit besonderem Dank

an Maike Ullmann, deren Making-of-Video zur Kampagne online zu sehen ist.



IMPRESSUM

Chefredaktion (v.i.S.d.P.)

Nicole Lücke (NL)

Redaktion

Isabel Armenat (IA), Julia Klinskusch (JK), Robert Lücke (RL),
Maike Mühel (MM), Nina Richter (NR), Franziska Tholema (FT),
Thea Wittmann (TW)

Mitarbeiter dieser Ausgabe

Ingo Peters

Bei Fragen zur Pink Ribbon Deutschland Kampagne

senden Sie uns bitte eine E-Mail an:
contact@pinkribbon-deutschland.de

Bei Fragen an die TickTack-Redaktion

senden Sie uns bitte eine E-Mail an:
redaktion@pinkribbon-magazine.de

Artdirektion und Bildredaktion

Joachim Lutz, jl@m-stern-wuerzburg.de

Technische Umsetzung Online

Wolfgang Maschke

Fotografie (Kampagne)

Esther Haase, www.estherhaase.de

Bildbearbeitung (Kampagne)

Annalena Rumlner * Creative Retouching

Mit herzlichem Dank

an Marei Schweitzer für die Papierskulpturen der Kampagne.

Gedruckt auf

Profisilk holzfrei matt vollgestrichen 250 g/m² (Umschlag)
und Furioso holzfrei Bilderdruck weiß matt 115 g/m² (Inhalt)

Anzeigen (verantwortlich)

m-stern GmbH & Co. KG, Telefon 0931.3040.8480
E-Mail anzeigen@pinkribbon-magazine.de

Distribution

m-stern GmbH & Co. KG

Herausgeber

marken und menschen
m-stern GmbH & Co. KG
Mittlerer Dallenberg 5A
D-97082 Würzburg
Telefon 0931.3040.8480
Telefax 0931.3040.8488
www.marken-und-menschen.de

www.pinkribbon-deutschland.de
www.pinkribbon-magazine.de

Es gelten die Anzeigenkonditionen 2011. Alle Rechte vorbehalten.
Das Magazin und alle enthaltenen Beiträge sind urheberrechtlich
geschützt. Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine
Verwertung, auch auszugsweise, ohne Einwilligung des Herausgebers
nicht gestattet. Für unverlangt eingesandtes Text- und Bildmaterial
wird keine Haftung übernommen.