

Größte Windelinnovation seit Jahren: Verbesserte Pampers Baby-Dry Windel mit drei absorbierenden Kanälen

Bereits vor der offiziellen Einführung Mitte August, wurde die verbesserte Pampers Baby-Dry Windel mit der größten Windelinnovation seit Jahren, in 40 Verbraucherstudien weltweit von rund 10.000 Eltern an ihren Babys getestet. Auch zahlreiche Mütter und Väter in Deutschland haben die neue Pampers Baby-Dry Windel ausprobiert und 91 Prozent würden sie weiterempfehlen.* Was die Tester bestätigt haben, möchte Pampers nun auch allen anderen Eltern beweisen: Durch die innovativen drei absorbierenden Kanäle sorgt die neue Pampers Baby-Dry Windel für bis zu 12 Stunden Trockenheit und damit für überraschte Mamas und Papas am Wickeltisch, die sich fragen „Wo ist denn das Pipi hin?“. Für überraschende Ergebnisse sorgt auch die große Pampers Väter-Studie, die Papas von heute zu Wort kommen lässt.



Trockene Nächte für Tage voller Überraschungen

Pampers ist davon überzeugt, dass Babys für eine gesunde und glückliche Entwicklung vor allem Liebe, Schlaf und Spiel brauchen. Deshalb wurde der bewährte Windel-Klassiker, die Pampers Baby-Dry, mit der größten Windelinnovation seit Jahren ausgestattet. Die neuen, einzigartigen drei absorbierenden Kanäle nehmen Feuchtigkeit schnell und zuverlässig auf und helfen, diese gleichmäßig zu verteilen – für bis zu 12 Stunden Trockenheit. Denn ein schöner Tag voller Liebe, Spiel und neuen Überraschungen beginnt mit einer guten Nacht. Erholsamer Schlaf macht Babys nicht nur fröhlicher, sondern ist auch wichtig für die Gehirnentwicklung. Mit dem ersten Lebensjahr hat das Gehirn eines Babys bereits 75 Prozent seiner Größe im Erwachsenenalter erreicht und damit sind die ersten Lebensmonate entscheidend für dessen Entwicklung. Zu einer guten Nacht voll erholsamem Schlaf gehört neben einer trockenen Windel auch ein harmonisches Einschlafritual, mit Streicheleinheiten und einer schönen Gute-Nacht-Geschichte. Zur Einführung der neuen Pampers Baby-Dry Windel bekommen Käufer von zwei Jumbo+ oder Mega+ Packungen deshalb das Bestseller-Buch „Das kleine Kaninchen das so gerne einschlafen möchte“ des Autors Carl-Johann Forssén Ehrlin als Geschenk gratis dazu.**



Die verbesserten Micro Pearls™ in der Baby-Dry Windel sorgen dafür, dass die Flüssigkeit im Vergleich zum Vorgängerprodukt schneller aufgenommen und eingeschlossen wird. Durch die neue Technologie sitzt die Windel besser und hängt weniger durch – für einen kleinen Entdecker, der sich frei bewegen kann. Wie viel Forschung und spannende Innovationen in der Pampers Windel stecken, davon möchte Pampers nicht nur Mütter, sondern auch Väter überzeugen. Denn, so zeigen die Ergebnisse der Pampers Väter-Studie, auch Papas stehen längst regelmäßig am Wickeltisch.

Große Pampers-Umfrage unter Vätern: Der moderne Vater wickelt viel und wünscht sich mehr Zeit mit dem Nachwuchs



In zwei großen Umfragen hat Pampers die Väter von heute zu Wort kommen lassen, um mehr darüber zu erfahren, was sie glücklich macht und bewegt. Befragt wurden 10.444 Abonnenten des Pampers Newsletters, davon 7.625 Mütter und 2.819 Väter, sowie in Kooperation mit dem Meinungsforschungsinstitut forsa weitere 506 Väter in einer repräsentativen Studie.

Die Umfrage-Ergebnisse zeichnen ein eindeutiges Bild: Der Papa von heute geht voll in seiner Vaterrolle auf! Für 92 Prozent der Väter steht die

Familie an erster Stelle und 89 Prozent sind glücklich mit ihrer Vaterrolle. Es ist für sie eine Selbstverständlichkeit sich um ihre kleinen Lieblinge zu kümmern. So spielen 89 Prozent der Väter regelmäßig mit ihren Babys, 83 Prozent übernehmen das Wickeln und 72 Prozent bringen die Kinder ins Bett. Das Wechseln der Windeln gehört laut Ergebnissen der forsa-Umfrage sogar zum Daily Business der Papas: Die Hälfte der Väter wickeln ihren Nachwuchs mehrmals pro Tag und weitere 18 Prozent stehen einmal am Tag am Wickeltisch.

Aber der Großteil der Papas sind immer noch „Wochenendväter“. 75 Prozent der Väter verbringen unter der Woche weniger als vier Stunden mit den Kindern, wobei 93 Prozent gerne mehr gemeinsame Zeit mit ihrem Nachwuchs hätten. Deshalb wünschen sich 28 Prozent familienfreundlichere Arbeitszeiten und 26 Prozent fordern individuellere Betreuungsangebote.

Auch das Thema Elternzeit spielt für Väter eine immer größere Rolle: Über die Hälfte der Papas haben Elternzeit genommen, davon allerdings nur 11 Prozent mehr als drei Monate. 66 Prozent wären gerne länger zuhause geblieben, jedoch konnte die Familie auf das Einkommen des Hauptverdieners langfristig nicht verzichten. Diese Tatsache führt unter anderem dazu, dass in den meisten Familien immer noch die traditionelle Rollenverteilung gelebt wird – 78 Prozent der Väter sehen sich immer noch in der Rolle des Ernährers.

Wie die forsa-Umfrage zeigt, ist für 30 Prozent der Papas das Schönste am Vatersein die Entwicklung ihres kleinen Sonnenscheins begleiten zu dürfen. „Mitzuerleben wie mein Kind aufwächst und sich dabei zu einer eigenständigen Persönlichkeit entwickelt“ empfindet ein Vater als besonders erfüllend.

Als besonders herausfordernd empfinden es 36 Prozent der Väter, Familie und Beruf unter einen Hut zu bekommen „Genügend Freiraum und Zeit für das Kind zu haben – also die Arbeit so zu gestalten, dass man sich auch unter der Woche mit den Kind beschäftigen kann“, beschreibt ein Vater seine größte Herausforderung.

Auch Pampers Expertin und Hebamme Anja Constance Gaca bestätigt das neue Väter-Bild aus ihren eigenen Erfahrungen mit werdenden und frischgebackenen Eltern: „Die Generation unserer Väter, die wir von früher kennen, war oft viel weniger präsent als die Väter der heutigen Zeit. Das Tolle an den Papas heutzutage ist, dass es – außer dem Stillen – nichts gibt, was sie mit ihren Kleinen nicht machen können. Mama und Papa sind gleichberechtigt und teilen sich die unterschiedlichen Aufgaben ganz selbstverständlich untereinander auf. Daher ist es auch keine Seltenheit mehr, dass sich der moderne Papa von heute ein Babytragetuch umschnallt, die Kleinen wickelt oder mit ihnen zum Spielplatz geht.“

Daddy-Blogger als Botschafter der Väter von heute

Mit Kai Bösel von daddylicious.de, einem der bekanntesten Daddy-Blogger Deutschlands, hat sich Pampers einen erfahrenen Vater als Botschafter der modernen Papas an die Seite geholt. Er bestätigt die Ergebnisse der Pampers-Studie: „Früher waren die Väter eher in der Rolle als Ernährer der Familie akzeptiert, als strenges und oft zu den Kindern distanzierteres Oberhaupt. Es gab nur wenige Väter, die ihre Kinder gewickelt haben, mit ihnen im Kinderwagen allein unterwegs waren, zum Elternabend auf den kleinen Stühlen im Kindergarten saßen oder gar Elternzeit genommen haben. Wie die Ergebnisse der aktuellen Pampers Umfrage zeigen, definieren sich die Männer heute auch immer mehr durch ihre Rolle als Vater“. Sein Appell an alle Väter: „Jeder Mann, der Vater wird, hat unterschiedliche Wünsche, Erwartungen und auch zeitliche Möglichkeiten, um sich um sein Kind zu kümmern. Die Tiefe der Beziehung hängt nicht allein von der Dauer der gemeinsamen Zeit ab, sondern sehr von der Intensität. Daher empfehle ich allen Papas, sich sehr bewusst Zeit für Ihre Kinder zu nehmen und schöne Dinge gemeinsam zu erleben. Damit kommt man dem „neuen Vaterbild“ schon einen großen Schritt näher“.

* Basis: 341 befragte Eltern-Leser, Februar 2016

** Angebot gilt nur bei teilnehmenden Händlern und solange Vorrat reicht

Über Procter & Gamble

Procter & Gamble (P&G) bietet Verbrauchern auf der ganzen Welt eines der stärksten Portfolios mit qualitativ hochwertigen und führende 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®, Vicks®, and Whisper®. P&G ist weltweit in 70 Ländern tätig.

Weitere Informationen über P&G und seine Marken finden Sie unter www.pg.com und www.twitter.com/PGDeutschland.

KONTAKT:

Procter & Gamble Germany GmbH
& Co Operations oHG, Pressestelle
Sandra Broich
Sulzbacher Str. 40
65824 Schwalbach am Taunus
Tel. +49 6196 89 31 02
E-Mail: broich.s@pg.com

RPM – revolutions per minute
Gesellschaft für Kommunikation mbH
Dorothea Loritz
In der Lokfabrik, Chausseestraße 8/E
10115 Berlin
Tel. +49 30 4000 66 34
E-Mail: dorothea.loritz@rpm-berlin.com