

17 oktober 2017



Fotograf: Peter Jönsson.

Bakre raden fr. vä.: Ola Ebenhart (IT-chef), Eva Thorén Hultman (Inköp- & sortimentschef), Per Geber (Marknads- & försäljningschef), Tony Johansson (VD) Främre raden fr. vä.: Anna Möller (Chefsjurist), Maria Mårfält (Kommunikationschef), Birgitta Lange Sjöblom (Kvalitetschef), Mathias Sandh (Ekonomishef)

Apoteksgruppen tar upp Mustaschkampen

För femte året i rad är Apoteksgruppen, som enda apotekskedja, stolt huvudsponsor till Prostatacancerförbundets insamlingskampanj Mustaschkampen. Den 19 oktober skiftar därför Apoteksgruppen färg – från rosa till blått, som en del i kampanjen "Färgstarka mot cancer" som pågår under hösten.

Under hösten uppmärksammar Apoteksgruppen våra två vanligaste cancersjukdomar – bröstcancer och prostatacancer, i form av samlingskampanjen "Färgstarka mot cancer". Under perioden 21 september–18 oktober har försäljningen av BROs Rosa Band stått i fokus hos Apoteksgruppen, och nu är det dags för Mustaschkampen och försäljningen av blå mustascher att ta vid.

– Prostatacancer är Sveriges vanligaste cancerform, men det är en sjukdom som ofta tystas ner. För oss är det angeläget att bryta tabun och tala mer öppet om de besvär som sjukdomen och eventuell behandling kan orsaka, säger Maria Mårfält, kommunikationschef på Apoteksgruppen.

Apoteksgruppen består av 183 apotek från Norrbotten till Skåne. Apoteken drivs av lokala egenföretagare med en gemensam serviceorganisation. Genom att kombinera den stora kedjans skalfördelar med den lokala entreprenörens kunskap, service och kundfokus, skapas personliga och inspirerande apotek.

17 oktober 2017

Nytt för i år är att Apoteksgruppens ledning visar sitt deltagande genom att själva klä sig i blå mustascher.

– *Som enda apotekskedja känner vi ett stort ansvar som huvudsponsor till Prostatacancerförbundets insamlingskampanj Mustaschkampen. Vi ser att vi som aktörer i vårdkedjan har en särskilt viktig funktion att fylla när det gäller att uppmärksamma sjukdomen, och vi önskar att fler apotekskedjor gör det, säger Tony Johansson, VD för Apoteksgruppen.*

Insamlingen kommer att pågå under perioden 19 oktober–15 november, och på samtliga apotek kommer det att säljas blå tygmustascher och reflexer för 25 kronor styck. Alla intäkter går oavkortat till Prostatacancerförbundet, som samlar in pengar till forskning för bättre behandlings- och diagnosmetoder, samt arbetar med opinionsbildning för en bättre och jämlik vård.

Fakta om prostatacancer och Mustaschkampen:

- Prostatacancer är Sveriges vanligaste cancersjukdom, och varje år blir närmare 10 000 män i Sverige diagnostiserade med sjukdomen. *
- Prostatacancer ger i ett tidigt stadium sällan några symptom, utan det är framför allt då den spridit sig som den ger sig till känna. *
- Idag finns ingen motsvarighet till mammografi för prostatacancer. Sjukdomen kan upptäckas via ett blodprov, ett så kallat PSA-test. Det finns både för- och nackdelar med detta test, och Socialstyrelsen har gett ut en broschyr som heter "Om PSA-prov" för den intresserade som vill läsa mer.
- Ärftlighet är orsaken hos ungefär var tjugonde person som får prostatacancer. Ärftligheten finns i arvsanlagen. Men alla som ärver anlagen får inte prostatacancer. *
- Mustaschkampen är en årlig kampanj som pågår under hösten/vintern till förmån för prostatacancer och manlig hälsa. Både humor och allvar blandas i kampanjen där mustaschen, som är kampanjens signum, har blivit ett roligt inslag.
- Prostatacancerförbundet, med sina 26 patientföreningar, verkar för ökad kunskap om prostatacancer, driver påverkansarbete för en bättre vård samt stödjer forskning och utveckling genom en egen fond.
- Förra året sålde Apoteksgruppen 10 960 produkter från Prostatacancerförbundet, vilket gav 274 000 kronor till Fonden mot prostatacancer.

* Källa: 1177

För ytterligare information, kontakta:

Maria Mårfält, kommunikationschef Apoteksgruppen, maria.marfalt@apoteksgruppen.se, 070-233 48 08.