

PRESSEINFORMATION

„Ein Teil von Dir“ – NIVEA Kampagne zum Vatertag

- **Nach Teil 1 für die Mamas, jetzt Teil 2:
Papa, der Held des kleinen Erzählers im Babybauch und warum man einen Sportwagen gegen einen Kinderwagen tauscht**
- **57-Sekünder startet am 18. Mai 2017 auf Facebook, YouTube und NIVEA Website**

Hamburg, 17. Mai 2017 – Vergangenes Jahr berührte sie zum Muttertag Millionen von Herzen. Jetzt geht die NIVEA Kampagne „**Für Immer ein Teil von Dir**“ zum nahenden Vatertag in die nächste Runde. Einfühlsam, humorvoll und charmant erzählt der zweite Teil die Geschichte vom Zauber der Schwangerschaft weiter und stimmt auf die Freude des gemeinsamen Familienlebens ein. Im Mittelpunkt der Fortsetzung: die Sicht des ungeborenen Babys und ein aufgeregter werdender Vater.

Der 57 Sekunden lange, neue Spot von NIVEA nimmt erneut die außergewöhnliche Perspektive eines ungeborenen Kindes ein. Es entführt die Zuschauer in seine sensible und einzigartige Gefühlswelt. Denn schon vor der Geburt erlebt das heranwachsende Baby seinen Papa. Dessen liebevolle Berührungen des Babybauchs der Mutter. Sein vertrautes Schnarchen, das der Mama nachts manchmal den Schlaf raubt. Es ist so gespannt, wie der Papa wohl sein wird. Sanft lächelnd malt es sich aus, wie sich die Prioritäten des werdenden Vaters verschieben und wie sein „Daddy Cool“ da draußen zwischen Unsicherheit und Vorfreude schwankt. Für das Kleine steht bereits im Mutterleib fest: „Papa, ich bin für immer ein Teil von Dir!“. Ein überwältigender Moment, als der Vater dann endlich das schönste Geschenk der Welt in seinen Armen halten kann und die beiden sich kennenlernen.

„Den Markenkern von NIVEA prägen starke Familienwerte wie Geborgenheit und Vertrauen“, erläutert Beiersdorfs Marketingdirektor Ingo Tanger die Idee hinter den NIVEA Spots. „Unser Vatertagsspot beschreibt die entstehende Beziehung zwischen Vater und ungeborenem Kind“, so Tanger. „Diese ist wichtig, weil beide Elternteile auf ihre ganz spezielle Art und Weise Hauptrollen im Leben der Kinder einnehmen. So ist unsere NIVEA Familie und ihre Geschichte komplett.“

Film ab – Clip startet digital!

Der Vatertagsfilm geht ab 18. Mai 2017 auf der Website NIVEA.de sowie auf Facebook und YouTube an den Start. Vorab machte ein 10 Sekunden langer Teaser-Clip neugierig auf die Kampagne.

Für NIVEA aus der Wiege gehoben

Kreation: MAYD.

Produktion: Wanda Germany GmbH.

Regie: Humbi Entress.

Animation: DONDON Kähler Pelzer GbR.

Musik: ZWEI Music GbR

Über die Beiersdorf AG

Die Beiersdorf AG ist ein führender Anbieter innovativer und hochwertiger Hautpflegeprodukte und verfügt über mehr als 130 Jahre Erfahrung in diesem Marktsegment. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Hamburg beschäftigt weltweit über 17.000 Mitarbeiter und ist im deutschen Leitindex für Aktien, dem DAX, gelistet. Im Geschäftsjahr 2016 erzielte Beiersdorf einen Umsatz von 6,8 Mrd. Euro. Die weltweit größte Hautpflegemarke* NIVEA ist das Herzstück des Markenportfolios, zu dem darüber hinaus Marken wie Eucerin, La Prairie, Labello und Hansaplast zählen. Die hundertprozentige Tochtergesellschaft tesa SE, ein ebenfalls weltweit führender Hersteller in seiner Branche, versorgt Industrie, Gewerbe und Verbraucher mit selbstklebenden Produkt- und Systemlösungen.

** Quelle: Euromonitor International Limited; NIVEA als Dachmarke in den Kategorien Gesichts-, Körper- und Handpflege; Handelsumsatz 2015.*

Kontakt:

Beiersdorf AG

Inken Hollmann-Peters

Vice President Corporate Communications & Sustainability

Tel: +49 40 4909-2001

E-Mail: cc@beiersdorf.com