

PRESSEINFORMATION

„Art meets Beauty“ – innovative Design-Kooperation von NIVEA und JUNIQE

- Exklusives Verpackungsdesign gestaltet von Künstlerin LEEMO
- YouTuberin Barbara Sofie als Produktbotschafterin
- Mizellen-Reinigungstücher Design-Edition ab August 2017 erhältlich

Hamburg, 24. Juli 2017 – NIVEA geht neue Wege: Unter dem Motto „Art meets Beauty“ kooperiert die Pflegemarke erstmalig mit der Berliner Lifestylemarke JUNIQE sowie der erfolgreichen YouTuberin Barbara Sofie. So entstand ein exklusives Verpackungsdesign, das mit dem Trendmotiv Flamingo in angesagten Pastelltönen perfekt zum Lebensgefühl und zum Lifestyle junger Frauen passt.

„Diese Kooperation bietet eine tolle Möglichkeit, auf einmalige Art Trends aus Hautpflege, Design und Social Media zusammenzubringen“, erläutert Nadine Bartenschlager, Marketing-Managerin Face & Deo Deutschland, den Hintergrund des Projekts. „Schließlich zählen Reinigungstücher zu den beliebtesten Gesichtsreinigungsprodukten in der Zielgruppe zwischen 14 und 29 Jahren. Umso wichtiger war es uns, ein Produkt anbieten zu können, das sich von der Masse abhebt.“ So ziert nun ein Flamingo, das Trendtier des Jahres, in zartrosa Pastelltönen die Verpackung, während der Inhalt in vertrauter Qualität von der beliebtesten Hautpflegemarke kommt und auf die neuesten Trends in Sachen Gesichtsreinigung setzt: Die Reinigungstücher mit Mizellen-Technologie entfernen Make-up und sogar wasserfeste Mascara besonders gründlich, sind aber gleichzeitig sanft zur Haut. Damit sind sie der optimale Begleiter für unterwegs.

Perfekte Kombination von Kooperationspartnern

Junge Frauen achten nicht nur darauf, dass das, was sie bei sich tragen, optisch überzeugt und im Trend liegt – idealerweise lässt sich auch in Social-Media-Kanälen darüber schreiben. So entstand die Idee, für das Produktdesign der neuen Mizellen-Reinigungstücher mit dem jungen Berliner Unternehmen JUNIQE zusammenzuarbeiten. Die Lifestylemarke kuratiert spannende Arbeiten von authentischen Künstlern. Aus über 600 JUNIQE-Künstlern wurde die junge Designerin Djaheda Hosain alias LEEMO ausgewählt. Sie überzeugte mit ihren ausdrucksstarken Arbeiten: Inspiriert von sommerlichen Farben und angesagten Trends kreierte sie verschiedene Designs, die das Lebensgefühl der Zielgruppe widerspiegeln. Das exklusive finale Motiv wählte die erfolgreiche YouTuberin Barbara Sofie aus, die mit ihrer aufgeschlossenen und natürlichen Art perfekt zu NIVEA passt und ein sicheres Gespür für angesagte Produkte und Trends mitbringt.

Als Produktbotschafterin wird sie die Reinigungstücher im Sommer auf verschiedenen Events wie Festivals testen und als Wegbegleiter in jeder Situation vorstellen.

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