

PRESSEMITTEILUNG

NIVEA MEN geht als globaler Sponsor von Real Madrid an den Start „Vorbereitung ist alles“

- NIVEA MEN und Real Madrid besiegeln globale Partnerschaft mit mehr als 70 Ländern.
- Internationale Studie belegt den Zusammenhang zwischen Selbstvertrauen und Vorbereitung, Sport und Pflege bei Männern.
- Mit einem Video gibt NIVEA MEN exklusive Einblicke in die Vorbereitungsrituale der Real Madrid Spieler Sergio Ramos, Marcelo, Isco und Lucas Vázquez.

Madrid, 27. November 2017 – Zwei Champions schließen sich zu einem globalen Team zusammen: NIVEA MEN, Weltmarktführer in der Männerpflege, und der weltberühmte Fußballverein Real Madrid C.F. rollen ihre Partnerschaft in über 70 Ländern aus. Zum Startschuss der globalen Kooperation stellt NIVEA MEN die Bedeutung einer guten Vorbereitung in den Mittelpunkt. Mit dem Slogan „Preparation is everything“ („Vorbereitung ist alles“) aktiviert die Marke Männer weltweit dazu, ihr volles Potenzial im täglichen Leben auszuschöpfen.

NIVEA MEN und Real Madrid sind seit 2013 erfolgreiche Partner in ausgewählten Ländern. Stefan F. Heidenreich, Vorstandsvorsitzender der Beiersdorf AG, und Florentino Pérez Rodríguez, Präsident des Clubs Real Madrid C.F., haben nun einen Fünfjahresvertrag unterzeichnet, der diese Partnerschaft global ausrollt. „Moderner Fußball und Männerpflege passen perfekt zusammen. Beides ist eng mit Werten wie Vertrauen, Zusammengehörigkeit, Leidenschaft und Perfektion verknüpft. Deshalb freuen wir uns, die Zusammenarbeit mit dem weltbekannten Fußballverein Real Madrid auf ein globales Level zu heben“, erklärt Stefan F. Heidenreich. Real Madrid zählt weltweit mehr als 500 Millionen Fans und ist der Club mit dem höchsten Markenwert (FORBES 2013-2016). „Männer auf der ganzen Welt teilen eine große Leidenschaft für Fußball“, sagt Thomas Ingelfinger, Mitglied des Vorstands bei Beiersdorf für Europa. „Die Marke NIVEA MEN und ihre Pflegeprodukte in diesem Umfeld zu platzieren, ermöglicht uns eine starke, emotionale Bindung mit unserer männlichen Zielgruppe.“ Eine internationale Studie¹ unterstreicht die Relevanz des Fußball-Teams als Botschafter für die Marke: 71 Prozent der Männer bestätigen, dass sie mehr Vertrauen in die Qualität und Wirksamkeit eines Produkts oder einer Marke haben, wenn diese von Profis verwendet wird.

Internationale Studie: Vorbereitung stärkt das Selbstvertrauen

„Gemeinsame Werte verbinden NIVEA MEN und Fußball ebenso, wie die Bedeutung einer sorgfältigen Vorbereitung. Männer fühlen sich besser in ihrer Haut, wenn sie das Gefühl haben gut vorbereitet zu sein – das stärkt ihr Selbstvertrauen“, fügt Ingelfinger hinzu. „Und das ist

¹ Online Umfrage, durchgeführt von Statista im November 2017 im Auftrag der Beiersdorf AG, je 250 Männer zwischen 18 und 69 pro Land, repräsentativ für jedes Land: Österreich, Bolivien, Chile, China, Griechenland, Ungarn, Indonesien, Korea, Malaysia, Mexiko, Paraguay, Peru, Polen, Saudi-Arabien, Südafrika, Spanien, Thailand, Vereinigte Arabische Emirate und Vietnam.



wichtig, denn Talent allein reicht nicht. Nur wer an sich selbst und an sein Team glaubt, kann das Spiel für sich entscheiden.“ Daher nutzt NIVEA MEN die globale Kooperation mit Real Madrid, um Männer zu aktivieren, sich auf die Herausforderungen ihres Alltags vorzubereiten und so ihr volles Potential auszuschöpfen. Männerpflege unterstützt dabei: 87 Prozent der in der Studie Befragten geben an, dass das Verwenden von Pflegeprodukten ihnen Selbstvertrauen verleiht.

Video-Interview aus der Spielerkabine: Wie sich die Real Madrid Stars vorbereiten

Darüber hinaus sagen 79 Prozent, dass Sportprofis und ihre Vorbereitungsrituale eine wertvolle Inspirationsquelle sind, um ihre eigene Art der Vorbereitung und Leistung zu verbessern. NIVEA MEN bietet daher einen außergewöhnlichen Blick hinter die Kulissen von Real Madrid: In einem Video teilen Sergio Ramos, Marcelo, Isco und Lucas Vázquez persönliche Einblicke aus der Umkleidekabine. Fans lernen die „Männer hinter den Spielern“ kennen – ihre Rituale, ihre Motivation und ihre Vorbereitungsmethoden.

„Dank der vertrauensvollen Zusammenarbeit mit Real Madrid können wir Fußballfans diese einzigartigen Momente der Nähe ermöglichen“, sagt Ingelfinger. „Damit inspirieren wir Männer dazu, ebenfalls auf eine gute Vorbereitung zu setzen und so das Beste aus sich heraus zu holen.“ In den nächsten fünf Jahren werden die Real Madrid Spieler in einer Vielzahl an NIVEA MEN Marketingaktivitäten zu sehen sein. Neben TV- und Stadionwerbung sowie Aktionen im Handel werden vor allem digitale Kommunikationsmaßnahmen im Fokus stehen, um die Zielgruppe zu begeistern.

Download unter

<http://bit.ly/2BdgRGH>

Presse Kontakt:

Inken Hollmann-Peters

Vice President Corporate Communications & Sustainability

Tel.: +49 (0) 40 - 4909 2001

E-Mail: cc@beiersdorf.com

Über NIVEA MEN

Mit NIVEA MEN entwickelte Beiersdorf als erster Kosmetikhersteller 1986 eine übergreifende Pflegeserie für Männer und ist heute Weltmarktführer in diesem Segment. Das Sortiment umfasst Produkte aus den Bereichen Reinigung, Rasur, Aftershave, Gesichts- und Haarpflege. Neben der erfolgreichen Zusammenarbeit mit dem Weltmeister-Trainer der deutschen Fußball-Nationalmannschaft, Joachim Löw, kooperiert das Unternehmen mit dem italienischen Fußballverein AC Milan, Paris Saint-Germain und Liverpool FC. Mit dem spanischen Club Real Madrid C.F. wurde die erste globale Partnerschaft unterzeichnet – mehr als 70 Länder sind Teil des Fünfjahresvertrags.



Über Real Madrid C.F.

Real Madrid ist der erfolgreichste Fußballclub aller Zeiten. Seine 115-jährige Vereinsgeschichte umfasst eine Rekordliste von Auszeichnungen, unter anderem zwölf Europameisterschaften, zwei Weltmeisterschaften, drei Interkontinental-Pokale, vier Europäische Supercups und 33 Ligas. Die FIFA hat Real Madrid als den besten Club des 20. Jahrhunderts ausgezeichnet, und die prestigeträchtige Publikation Forbes betrachtet Real Madrid als das wertvollste Sportteam der Welt. Seine Erfolge und die Werte, die den Club als universelle Marke auszeichnen, sorgen dafür, dass Real Madrid von Millionen Anhängern auf jedem Kontinent höchste Bewunderung erfährt. Der Name steht im Zusammenhang mit dem Sponsoring großer, globaler Unternehmen, die in ihren jeweiligen Branchen führend sind und ihre Marke an die Werte des Clubs binden wollen. Der Wert der Marke in Verbindung mit dem Bestreben des Clubs, Millionen Follower zu begeistern, haben so die Entwicklung einer großen Vielfalt an Produkten, Dienstleistungen und Kommunikationskanälen gefördert, die auf ihre Follower zugeschnitten sind.

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 18.000 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 ihrer 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 2016.