

## PRESSEMITTEILUNG

### **NIVEA – das „digitale Genie“ im deutschen FMCG-Sektor**

**Hamburg, (21.03.2018) – Das kürzlich veröffentlichte Ranking für die digitale Performance von FMCG-Marken eines der führenden digitalen Bewertungsunternehmens L2\* ernennt NIVEA zum deutschlandweiten Marktführer und einzigem „Digital Genius“ der Branche. So kann sich Beiersdorf mit NIVEA in der Studie mit einem digitalen IQ von 157 an die Spitze des Rankings setzen – eine Verbesserung um drei Plätze zum Vorjahr. Weiterhin zählt NIVEA MEN zu den Gewinnern der Gesamterhebung.**

L2 vergibt im Rahmen der jährlichen Digital-Studie in den Bereichen „Website und E-Commerce“, „Digitales Marketing“, „Soziale Medien“ und „Mobile“ Punkte, die in fünf Abstufungen klassifiziert werden. NIVEA konnte in dem daraus resultierenden Ranking die höchste Punktzahl erzielen und wurde gleichzeitig als einzige Marke mit dem bestmöglichen Prädikat „Genie“ ausgezeichnet. Für L2 sind „digitale Genies“ Marken, die ihre Konsumenten über eine Vielzahl von Endgeräten und über verschiedene Kanäle erreichen. NIVEA kann sich damit im Ranking gegen 74 andere Marken wie Pampers, L'Oréal oder Philips durchsetzen.

„Das Ergebnis des L2 Digital IQ Index freut uns und bestätigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind“, sagt Ralph Gusko, Markenvorstand der Beiersdorf AG. „Wir wollen unseren Verbrauchern über alle Kanäle hinweg ein exzellentes Markenerlebnis bieten. Wir konzentrieren uns daher auf digitale Lösungen, die einen echten Mehrwert bieten.“ Digitale Kompetenz sei ein entscheidender Faktor für die Wettbewerbsfähigkeit. Neben einem smarten Mix an eigenen Plattformen und der Verknüpfung mit anderen Kanälen setze Beiersdorf bei NIVEA vor allem auf relevante Inhalte und Services, die über das Produkt hinausgehen. Außerdem investiere das Unternehmen in strategische, globale Partnerschaften mit Amazon, JD.com oder Alibaba und arbeite an innovativen digitalen Lösungen mit zahlreichen Start-ups zusammen. „Unsere digitale Strategie in Deutschland orientiert sich konsequent an den Erwartungen unserer Verbraucher an eine digitale Markenführung“, ergänzt Thorsten Schapmann, Leiter digitales Marketing NIVEA Deutschland. „Wir freuen uns daher, dass die Richtigkeit unserer Strategie durch die renommierte L2 Studie eindrucksvoll belegt worden ist.“

L2 lobt besonders die umfangreichen Produktseiten und die hohe Sichtbarkeit bei Internet-Händlern wie Amazon. Auch im Bereich digitales Marketing konnte NIVEA durch den gekonnten Einsatz von Email-Marketing und Desktop-Display-Werbung überzeugen. Zusätzliche Punkte sammelte NIVEA durch den innovativen Live-Chat für Kunden. Im Bereich Social Media ist NIVEA wie kaum eine andere Marke in der Lage, bemerkenswerte Reichweiten und Interaktionsraten zu erzeugen. Betrachtet wurden YouTube, Instagram und Facebook.

Auf allen drei Plattformen pflegt NIVEA einen engen Austausch mit den Konsumenten und stärkt die Markenbindung.

*\* Über das digitale Bewertungsunternehmen L2*

*L2 ist ein mitgliedsbasierter Informationsdienst, der die digitale Kompetenz von Marken bewertet und seinen Mitgliedern durch eigene Untersuchungen datengetriebene Einblicke zur Verfügung stellt. Sein IQ Index ist globaler Maßstab für das digitale Abschneiden von Prestige-Marken. Weitere Informationen über L2 finden Sie [hier](#).*

## Über die Beiersdorf AG

Die Beiersdorf AG ist ein führender Anbieter innovativer und hochwertiger Hautpflegeprodukte und verfügt über mehr als 135 Jahre Erfahrung in diesem Marktsegment. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Hamburg beschäftigt weltweit rund 19.000 Mitarbeiter und ist im deutschen Leitindex für Aktien, dem DAX, gelistet. Im Geschäftsjahr 2017 erzielte Beiersdorf einen Umsatz von 7,1 Mrd. Euro. Das Beiersdorf Produktportfolio zeichnet sich durch starke, international führende Haut- und Körperpflegemarken aus, zu denen u.a. NIVEA – die weltweit größte Hautpflegemarke\*\* – Eucerin, Hansaplast und La Prairie gehören. Mit ihren innovativen und hochwertigen Produkten überzeugen sie Tag für Tag Millionen von Menschen weltweit. Weitere namhafte Marken wie Labello, Florena, 8x4, Hidrofugal, arix, Aquaphor, SLEK and Maestro ergänzen das umfangreiche Portfolio. 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.

## Kontakt:

### Beiersdorf AG

Inken Hollmann-Peters

Vice President Corporate Communications & Sustainability

Tel: +49 40 4909-2001

E-Mail: [cc@beiersdorf.com](mailto:cc@beiersdorf.com)