

## PRESSEMITTEILUNG

### Neue NIVEA Purpose-Initiative #CareForHumanTouch startet mit digitaler Filmpremiere von „Twins“

- NIVEA launcht den Marken-Purpose „Care for Human Touch to Inspire Togetherness“ mit einer dreiteiligen Purpose-Kampagne im Jahr 2021
- Kurzfilm „Twins“ feiert mit wahrer Geschichte die lebensrettende Kraft menschlicher Berührung
- Die digitale Plattform der NIVEA Initiative #CareForHumanTouch vereint alle Kampagneninhalte und lädt Verbraucher zur Interaktion ein

**Hamburg, 28. Januar 2021** – NIVEA launcht heute seinen Marken-Purpose „Care For Human Touch to Inspire Togetherness“. Die damit verbundene Initiative #CareForHumanTouch startet mit der Premiere des mitreißenden Kurzfilms „Twins“. Der Film, der überall in Europa über digitale Kanäle verbreitet wird, erzählt die unglaubliche Geschichte der Zwillingsschwestern Lilly und Madelaine aus Hamburg. Diese wahre Geschichte soll das Bewusstsein dafür wecken, dass menschliche Berührung der Schlüssel für ein gesundes, glückliches Leben ist und buchstäblich Leben retten kann. Im Mittelpunkt der NIVEA Initiative stehen die gesundheitlichen Vorteile menschlicher Berührung.

„Twins“ ist eine Geschichte von familiärer Bindung und der heilenden Kraft von Hautkontakt. Lilly und Madelaine wurden vor 16 Jahren geboren – neun Wochen zu früh – und die beiden Frühgeborenen waren sehr zerbrechlich. Madelaines Leben war in ernster Gefahr: Sie hatte ein Loch in ihrem Herzen und konnte nicht allein atmen. Ihre verängstigten Eltern mussten hilflos mit ansehen, wie Ärzte scheinbar vergeblich versuchten, das Unvermeidbare abzuwenden. Doch dann hatte eine Krankenschwester intuitiv die lebensrettende Idee, beide Zwillinge in denselben Inkubator zu legen, ganz nah beieinander, sodass sie Hautkontakt miteinander hatten. Obwohl nur wenige Tage alt, nahm Lilly ihre Schwester instinktiv in den Arm. Sofort verbesserte sich Madelaines Gesundheitszustand und mit der Zeit wurde sie immer stärker – dank der beruhigenden Wirkung des Hautkontakts ihrer Schwester. Lillys Berührung rettete Madelaine das Leben.

Mit ihrer Geschichte sind die Zwillinge zu einem wesentlichen Bestandteil der NIVEA Purpose-Initiative #CareForHumanTouch geworden und unterstützen das Ziel von NIVEA, die gesundheitlichen Vorteile menschlicher Berührung aufzuzeigen und die Menschen zu mehr

Zusammenhalt zu inspirieren. Durch die Konzentration auf echte Menschen und ihre Erfahrungen mit Hautkontakt bekommt die Geschichte Authentizität und weckt Emotionen. NIVEA hofft auf diese Weise die Menschen an die Bedeutung von Berührung zu erinnern. Das Konzept des Films stammt von der Kommunikationsagentur Jung von Matt SAGA, die die Dokumentation auch umgesetzt hat. Regisseur von „Twins“ ist Sergej Moya von Tempomedia Productions.

„Lillys Berührung hat ihrer Schwester wortwörtlich das Leben gerettet und die beiden sind heute noch immer genauso unzertrennlich wie zum Zeitpunkt ihrer Geburt. Es ist eine Geschichte, wie sie nur das echte Leben erzählen kann. Sie verkörpert das Ziel der NIVEA Initiative #CareForHumanTouch, die Kraft der menschlichen Berührung zu nutzen“, sagt Dörte Spengler-Ahrens, Managing Partner und CCO bei Jung von Matt SAGA.

„Die Initiative #CareForHumanTouch repräsentiert unser Engagement für ein menschliches Grundbedürfnis: miteinander in Kontakt zu sein. Dieser Kontakt ist wörtlich gemeint: im Sinne von Hautkontakt, da die Haut für uns bei NIVEA stets an erster Stelle steht. Die Geschichte von Lillys und Madelaines Geburt ist so real wie bewegend, sie bestimmt auch heute noch ihr Leben“, sagt Ralph Zimmerer, Vice President Global NIVEA Brand Identity & Brand Capability, und ergänzt: „Wir werden das Thema im Laufe des Jahres mit weiteren Kampagnenelementen immer wieder in die Diskussion bringen. Gerade jetzt, wo viele Menschen sich isoliert und einsam fühlen, ist es wichtig, Wege aufzuzeigen, wie wir trotzdem Kontakt halten können, und gleichzeitig an die heilsamen Eigenschaften der Hautberührung zu erinnern. Hoffentlich können wir Menschen uns bald auch durch Berührung wieder näherkommen.“

Im Rahmen der Initiative #CareForHumanTouch wird NIVEA Projekte unterstützen, die den Schwerpunkt auf die Themen Berührung und Hautkontakt legen – sobald dies vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie wieder möglich sein wird. Mithilfe dieser Projekte soll die Lebensqualität von Menschen verbessert werden, die ein höheres Risiko haben, Einsamkeit und die damit einhergehenden gesundheitlichen Risiken zu erfahren. Dazu gehören beispielsweise frühgeborene Babys, Menschen mit Sehbehinderung und Demenzkranke. Bis 2025 sollen 20 Millionen Euro investiert werden, um Projekte zu fördern, die Gesundheit und Wohlbefinden von mehr als 150.000 Menschen verbessern. Darüber hinaus ist es das Ziel von NIVEA, 100 Millionen Menschen über die gesundheitlichen Vorteile menschlicher Berührung aufzuklären. Ein digitaler Hub wurde von der Digitalagentur Woods aus Hamburg kreiert und führt alle Materialien und Inhalte der Initiative zusammen.

Um mehr über die NIVEA Initiative und den Film „Twins“ zu erfahren, folgen Sie dem Hashtag #CareForHumanTouch auf allen digitalen Kanälen.

## 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 20.000 Mitarbeiter und ist im deutschen Leitindex für Aktien, dem DAX, gelistet. Im Geschäftsjahr 2019 erzielte Beiersdorf einen Umsatz von über 7,6 Mrd. Euro. Das Beiersdorf-Produktportfolio zeichnet sich durch starke, international führende Haut- und Körperpflegemarken aus, zu denen u.a. NIVEA – die weltweite Nummer eins in der Hautpflege\* –, 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, Aquaphor, Florena, 8X4, Hidrofugal, arix, Maestro und Coppertone ergänzen das umfangreiche Portfolio. 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 2019.

## Kontakt:

### Beiersdorf AG

Anke Schmidt

Vice President Corporate Communications & Government Relations

Tel.: +49 40 4909-2001

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