
PRESSEMITTEILUNG

NIVEA gibt Peter Schmidt Group als neue Lead Design Agentur bekannt

- Die Peter Schmidt Group wird von Beiersdorf als neue, globale Lead Design Agentur für NIVEA ausgewählt
- Im Rahmen eines neuen Designagentur-Modells wird NIVEA mit einem Lead-Partner für Strategie und Markenidentität und einem Pool von Challenger-Agenturen für Verpackungsdesign mit Fokus auf Kategorien und Regionen zusammenarbeiten
- Die Zusammenarbeit zwischen Beiersdorf und der Peter Schmidt Group startet im März 2021

Hamburg, 18. März 2021 – Die ikonische Hautpflegemarke NIVEA arbeitet mit einer neuen strategischen Lead Design Agentur zusammen: Die Peter Schmidt Group wurde als neuer globaler Lead-Partner für den Bereich Brand Identity ausgewählt. Im Rahmen eines neu entwickelten Designagentur-Modells plant NIVEA, künftig mit der Peter Schmidt Group und einem Pool aus Verpackungsdesign-Agenturen mit Fokus auf Kategorien und Regionen zusammenzuarbeiten. Die Peter Schmidt Group bildet hierfür an ihrem Hamburger Standort mit Studio Blue eine eigenständige Unit, die NIVEA exklusiv betreut.

Basierend auf der Markenstrategie wird die Peter Schmidt Group als Lead-Design-Partner das Markenbild entlang der Consumer Journey definieren. Innerhalb dieses kreativen Prozesses steht das Verpackungsdesign im Zentrum der Aufmerksamkeit, denn unter allen Touchpoints ist sie dem Verbraucher am nächsten – ob im Handel oder zu Hause im Badezimmer. Beiersdorf und die Peter Schmidt Group starten ihre Zusammenarbeit im März 2021. Als Team aus Design- und Markenexperten ist die Peter Schmidt Group eine hervorragende Ergänzung zu Publicis OneTouch, der kundenspezifischen neuen Kommunikationsagentur von NIVEA.

Corinna Asmus, Global Head of NIVEA Brand Identity: „Die Peter Schmidt Group passt als strategische Lead-Agentur hervorragend in unser neues Modell und wir freuen uns auf eine starke Partnerschaft, die die Konsistenz und Kohärenz der Marke NIVEA weltweit steuert und stärkt. Die Kombination aus exzellentem Know-how im Markenmanagement und Verpackungsdesign-Expertise der Agentur wird uns helfen, die NIVEA-Markenidentität über alle Touchpoints hinweg klar und effizient zu definieren. Unser Ziel ist es, die Marke NIVEA in den Köpfen der Verbraucher*innen zu verankern und so langfristig den Markenwert zu steigern.“ Ralph Zimmerer, Vice President NIVEA Brand Identity & Capability, unterstreicht: „Die Peter Schmidt Group wird uns bei der Weiterentwicklung des Markenauftritts und dessen Umsetzung entlang der Consumer Journey unterstützen. Gemeinsam werden wir das NIVEA Design auf ein neues, zeitgemäßes Level heben und gleichzeitig den ikonischen, vertrauten und positiven Markenkern bewahren. Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit Peter Schmidt Group im Rahmen unseres neuen Agenturmodells.“

Ruediger Goetz, Managing Director der Peter Schmidt Group: „Mit NIVEA gewinnen wir eine ganz besondere Markenikone aus Deutschland, die international herausragende Strahlkraft besitzt. Wir sind mehr als stolz und freuen uns auf die Zusammenarbeit mit einem Team auf Kundenseite, das wir im Pitchprozess der vergangenen Monate immer als äußerst konstruktiv und motivierend erlebt haben.“

Die Abteilungen Brand Identity und Global Procurement Marketing von Beiersdorf führten gemeinsam einen maßgeschneiderten Agentur-Auswahlprozess durch, der zur übergreifenden Geschäftsstrategie beitrug. Der nächste Schritt beim Aufbau des neuen NIVEA Designagentur-Modells besteht in der Auswahl von drei bis fünf Verpackungsdesign-Agenturen, die als Sparringspartner fungieren und mit regionalen Insights und Kenntnissen der Kategorien die Markenidentität von NIVEA für die Zukunft prägen werden.

Bei der Auswahl wurde Beiersdorf von „cherrypicker“, einer der Top-Agenturmanagementberatungen in Europa und bekannt als Experte für Designagenturen, unterstützt.

Über die Beiersdorf AG

Beiersdorf steht seit über 135 Jahren für innovative, hochwertige Haut- und Körperpflege sowie wegweisende Hautforschung. International führende Marken wie NIVEA – die weltweite Nummer 1 in der Hautpflege* –, EUCERIN (Dermokosmetik), LA PRAIRIE (Selektivkosmetik) und HANSAPLAST (Pflaster- und Wundversorgung) überzeugen Tag für Tag Millionen Menschen auf der ganzen Welt. Weitere namhafte Marken wie LABELLO, AQUAPHOR, FLORENA, 8X4, HIDROFUGAL, GAMMON, COPPERTONE, MAESTRO, CHAUL und STOP THE WATER WHILE USING ME! ergänzen das umfangreiche Portfolio. Über die hundertprozentige Tochtergesellschaft tesa SE ist Beiersdorf auch als einer der weltweit führenden Hersteller technischer Klebebänder und selbstklebender Systemlösungen für Industrie, Gewerbe und Endverbraucher*innen aktiv.

Das Unternehmen mit Hauptsitz in Hamburg erzielte im Geschäftsjahr 2020 einen Umsatz von 7.025 Mio. Euro sowie ein betriebliches Ergebnis (EBIT) von 828 Mio. Euro. Beiersdorf beschäftigt weltweit über 20.000 Mitarbeiter*innen, die durch gemeinsame Werte, eine starke Unternehmenskultur und den Beiersdorf Purpose „Care Beyond Skin“ verbunden sind. Mit der Strategie C.A.R.E.+ verfolgt das Unternehmen ein mehrjähriges Investitionsprogramm, das auf wettbewerbsfähiges, nachhaltiges Wachstum zielt. Das Programm steht im Einklang mit der ambitionierten Nachhaltigkeitsagenda, mit der Beiersdorf einen klaren Mehrwert für Verbraucher*innen, die Gesellschaft und die Umwelt schafft.

* Quelle: Euromonitor International Limited; NIVEA als Dachmarke in den Kategorien Gesichts-, Körper- und Handpflege; Handelsumsatz 2019.

Weitere Informationen finden Sie unter www.beiersdorf.de.

Kontakt:

Beiersdorf AG

Anke Schmidt

Vice President Corporate Communications & Government Relations

Tel: +49 40 4909-2001

E-Mail: cc@beiersdorf.com