

# Pressemitteilung

## **Globale Kampagne „We are not alone in feeling alone“: NIVEA gibt Einsamkeit ein Gesicht**

- Die neue Aufklärungskampagne von NIVEA macht auf die Stigmatisierung von Einsamkeit und sozialer Isolation aufmerksam und zeigt, wie wichtig menschliche Beziehungen sind.
- Im Mittelpunkt der Kampagne steht ein Kurzfilm mit einem menschenähnlichen Alien, der veranschaulicht, wie sich Einsamkeit anfühlen kann und welchen Einfluss soziale Verbindungen haben.
- Die Kampagne ist Teil der globalen Mission NIVEA CONNECT und unterstützt sozialer Isolation entgegenzuwirken und bedeutsame Verbindungen zu fördern.

**Hamburg, 14.07.2025** – NIVEA veröffentlicht heute die neue globale Aufklärungskampagne „We are not alone in feeling alone“. Sie soll das wachsende Problem der Einsamkeit aufzeigen und die Bedeutung sozialer Verbindungen in einer zunehmend zerspaltenen Welt betonen. Die Kampagne ergänzt die neue globale NIVEA CONNECT Studie über Einsamkeit und soziale Bindungen und wird von Ratgebern für unterschiedliche Zielgruppen begleitet.

Das zentrale Element der Kampagne ist ein eindrucksvoller und emotionaler Kurzfilm mit dem Titel „We are not alone“, der an unterschiedlichen Orten von Südafrika bis Japan spielt. „We are not alone“ verwendet eine überraschende und visuell einprägsame Figur – einen menschenähnlichen Alien – um die universelle, aber oft unsichtbare Erfahrung der Einsamkeit darzustellen. Der Film zeigt eine Reihe ergreifender Szenen aus aller Welt, vom Schulalltag bis zu einer Busfahrt, um zu verdeutlichen, dass Einsamkeit selbst in den belebtesten und fröhlichsten Umgebungen existieren kann. Sobald eine Figur Kontakt aufnimmt, verwandelt sich der Alien in einen Menschen, was den Einfluss von Empathie und menschlicher Nähe symbolisiert. Die Kampagne wurde in enger Zusammenarbeit mit Menschen entwickelt, die soziale Isolation erlebt haben. Produziert von Tempomedia Filmproduktion mit der kreativen VFX-Expertise von Chemistry Postproduction, wurde „We are not alone“ von Alex Feil inszeniert und durch die Vision der Lead-Agentur Publicis One Touch geprägt.

„Wir bei NIVEA sind der Überzeugung, dass menschliche Beziehungen für unser Wohlbefinden unerlässlich sind“, so Grita Loeb sack, Präsidentin von NIVEA. „Mit ‚We are not alone‘ nutzen wir die Kraft des Geschichtenerzählens, um zu zeigen, wie weit verbreitet und doch verborgen Einsamkeit sein kann. Wir möchten die Menschen daran erinnern, dass selbst die kleinste Geste der Empathie ein Leben verändern kann. Mit dieser Kampagne wollen wir eine globale Diskussion anstoßen, aktiv gegen Stigmatisierung vorgehen und Menschen ermutigen, einander zu sehen und zu unterstützen, denn niemand sollte sich in seiner Einsamkeit alleine fühlen.“

Tobias Collée, Vice President NIVEA Brand, ergänzt: „Durch echte Geschichten und vertraute Momente soll ‚We are not alone‘ zeigen, dass wir alle die Kraft haben, aufeinander zuzugehen und Verbindungen

### **Kontakt**

Corporate Communications

Tel.: +49 40 4909-2001

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

zu schaffen. Die Rückverwandlung des Aliens in einen Menschen symbolisiert, was Empathie und Integration bewirken können – sie ist filmisch, aber in echten Emotionen verwurzelt.“

Kate Stanners, Chief Creative Officer bei Publicis One Touch, fasst das Ziel der Kampagne folgendermaßen zusammen: „Wir wollten Einsamkeit ein Gesicht geben: etwas, das die Menschen sehen, erkennen und fühlen können. So ist die Idee des Aliens entstanden. Es handelt sich um eine Metapher dafür, wie es ist, sich fehl am Platz zu fühlen, selbst in einer vertrauten Umgebung.“

Vor dem Start der Kampagne „We are not alone“, veröffentlichte NIVEA auch die Ergebnisse einer [neuen globalen Studie](#) zur Einsamkeit und sozialen Verbindungen. Die Ergebnisse zeigen, dass das Gefühl der Einsamkeit weitverbreitet ist: Jede\*r Fünfte fühlt sich häufig einsam und mehr als die Hälfte der Befragten gab an, sich schon einmal isoliert gefühlt zu haben. Die Studie, die in 13 Ländern mit mehr als 30.000 Teilnehmer\*innen durchgeführt wurde, beleuchtet die tiefgreifenden emotionalen und physischen Auswirkungen der Einsamkeit. Sie macht auch deutlich, dass Scham und die Angst, eine Last zu sein, häufige Hindernisse bei der Suche nach Hilfe sind. Neben diesen Herausforderungen unterstreichen die Studienergebnisse und die Kampagne die Kraft menschlicher Verbindungen: Wer sich emotional mit anderen verbunden fühlt, ist deutlich glücklicher und fühlt sich wohler.

Gemeinsam mit der globalen Studie ist die Kampagne „We are not alone“ ein wesentlicher Bestandteil von NIVEA CONNECT, einer globalen sozialen Mission, die darauf abzielt, dem weltweiten Problem von Einsamkeit zu begegnen. NIVEA CONNECT wurde im September 2024 ins Leben gerufen, mit dem übergeordneten Ziel, die Aufklärung und Unterstützung von Gemeinden, Organisationen und Einzelpersonen weltweit zu fördern sowie zur Entstigmatisierung von Einsamkeit und sozialer Isolation beizutragen. In weniger als einem Jahr hat NIVEA in mehr als 30 Ländern NIVEA CONNECT Projekte mit lokalen Organisationen ins Leben gerufen, um Gemeinden bei dieser Angelegenheit zu unterstützen. Ziel der Marke ist es, NIVEA CONNECT Projekte bis 2026 in 40 Ländern umzusetzen und so Menschen auf der ganzen Welt zu unterstützen. In Deutschland arbeitet die Initiative etwa eng mit der gemeinnützigen Organisation krisenchat zusammen, um Jugendlichen und junge Erwachsene per Chat-Beratung einen Weg aus der Einsamkeit zu zeigen. Diese Mission von NIVEA CONNECT steht im Einklang mit der Nachhaltigkeitsagenda des Mutterkonzerns Beiersdorf „Care Beyond Skin“ und unterstreicht das gemeinsame Engagement für eine inklusivere Gesellschaft als Teil der Unternehmensstrategie „Win with Care“. Das Kampagnen-Video steht [hier](#) zur Verfügung.

## Über NIVEA CONNECT

NIVEA CONNECT ist eine soziale Mission, die NIVEA im September 2024 ins Leben gerufen hat. Die Marke setzt sich dafür ein, soziale Isolation zu bekämpfen und Menschen zu verbinden. NIVEA reagiert damit auf die globale Ausbreitung von sozialer Isolation und Einsamkeit, die die Gesundheit und das Wohlbefinden von Menschen aller Altersgruppen, sozioökonomischer Hintergründe und Kulturen beeinträchtigt. NIVEA ist überzeugt: Gemeinsam können wir viel dafür tun, dass sich weniger Menschen isoliert oder ausgegrenzt fühlen – indem wir für echte menschliche Verbindungen sorgen, alle Menschen einbeziehen, psychische Gesundheit fördern und Individuen stärken.

## Kontakt

Corporate Communications

Tel.: +49 40 4909-2001

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

## Über die Beiersdorf AG

Beiersdorf steht seit über 140 Jahren für innovative Hautpflege und wegweisende Hautforschung. Das Unternehmen mit Sitz in Hamburg beschäftigt weltweit mehr als 22.000 Mitarbeitende. Im Geschäftsjahr 2024 generierte Beiersdorf einen Umsatz von 9,9 Mrd. € und ein operatives Ergebnis (EBIT ohne Sondereffekte) von 1,4 Mrd. €. Führende internationale Marken wie NIVEA - die weltweite Nummer 1 in der Hautpflege\* -, Eucerin, La Prairie und Hansaplast werden von Millionen Menschen rund um den Globus jeden Tag geschätzt. Renommiertere Marken wie Aquaphor, Coppertone und Chantecaille ergänzen das umfassende Portfolio im Unternehmensbereich Consumer. Über die hundertprozentige Tochtergesellschaft tesa SE ist Beiersdorf als einer der weltweit führenden Hersteller technischer Klebebänder und selbstklebender Systemlösungen für Industrie, Gewerbe und Endverbraucher\*innen aktiv. Geleitet vom Purpose „Care Beyond Skin“ verfolgt Beiersdorf eine ambitionierte Nachhaltigkeitsagenda mit dem Ziel, bis 2045 Netto-Null-Emissionen zu erreichen. Ebenso setzt sich das Unternehmen für eine inklusive Gesellschaft ein.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.beiersdorf.de](http://www.beiersdorf.de).

*\*Quelle: Euromonitor International Limited; NIVEA als Dachmarke in den Kategorien Gesichts-, Körper- und Handpflege; Handelsumsatz 2024.*



[LinkedIn](#)

[Instagram](#)

[YouTube](#)

## Beiersdorf

### Kontakt

Corporate Communications

Tel.: +49 40 4909-2001

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