Beiersdorf

Pressemitteilung

Erfolgreiche Partnerschaft geht in die Verlängerung: NIVEA MEN und Real Madrid setzen Zusammenarbeit bis 2030 fort

- Partnerschaft wird um fünf weitere Spielzeiten verlängert – bis Juni 2030
- Offizielle Vertragsunterzeichnung im legendären Santiago Bernabéu Stadion
- Erste globale NIVEA MEN x Real Madrid Limited Edition erscheint Ende 2025
- Neuer Social-Media-Film startet kommunikative Aktivierung der Partnerschaft

Hamburg/Madrid, 02.10.2025 – NIVEA MEN und Real Madrid – zwei internationale Größen in der Hautpflege und im Fußball – verlängern ihre erfolgreiche Partnerschaft um weitere fünf Spielzeiten bis Juni 2030. Damit bauen beide Marken auf eine starke globale Kooperation auf, die 2017 begann und seither ein zentraler Bestandteil der internationalen Markenstrategie von NIVEA MEN ist. Ab sofort ist auch NIVEA Deutschland Teil der globalen Partnerschaft – mit lokalen Aktivierungen, die künftig sowohl in der Kommunikation als auch in Gewinnspielaktionen sichtbar werden.

„NIVEA MEN und Real Madrid - das ist eine perfekte Verbindung zweier Ikonen", sagt Grita Loebsack, Präsidentin von NIVEA und Mitglied des Vorstands der Beiersdorf AG, bei der Vertragsunterzeichnung im berühmten Santiago Bernabéu Stadion. „Diese Partnerschaft zeigt eindrucksvoll, wie gemeinsame Werte und globale Reichweite eine bedeutende Wirkung entfalten können. Die Prinzipien von Real Madrid – Exzellenz und Leidenschaft – passen ideal zu unserer Vision bei Beiersdorf, das beste Hautpflegeunternehmen der Welt zu sein. Gemeinsam werden wir weiterhin Millionen Männer weltweit inspirieren und Hautpflege auf relevante und emotionale Weise in ihren Alltag integrieren."

In den vergangenen drei Saisons konnte Real Madrid herausragende sportliche Erfolge feiern – darunter der Gewinn des 15. UEFA Champions League-Titels – und damit seine weltweite Strahlkraft unterstreichen. Parallel dazu hat die Partnerschaft nachweislich positive Geschäftsergebnisse für NIVEA MEN erzielt: gestiegene Verkaufszahlen, gesteigerte Markenbeliebtheit und eine verbesserte Markenwahrnehmung. Inhalte von NIVEA MEN auf den digitalen Kanälen von Real Madrid erzielten mehr als 280 Millionen Impressionen und 162 Millionen Videoaufrufe – ein Beleg für die starke Resonanz der Marke bei Fußballfans weltweit.

Abseits der digitalen Reichweite hat die Zusammenarbeit auch gesellschaftlichen Mehrwert geschaffen: In den USA unterstützte NIVEA MEN Trainingscamps der Real Madrid Foundation für sozial benachteiligte Kinder und förderte so Integration durch Sport. In China motivierten Real Madrid-Turniere zu mehr Bewegung und einem gesunden Lebensstil. Zudem wurden Fans aus mehr als 20 Ländern nach Madrid eingeladen, um unvergessliche Fußballmomente zu erleben.

Ein zentraler gemeinsamer Wert ist das Miteinander – tief verankert in der DNA von NIVEA und natürlich im Teamgeist des Fußballs. Dieses Prinzip prägt viele Facetten der Marke NIVEA, darunter auch die

Kontakt
Frank Meyer, Head of External Affairs
Corporate Communications
Tel.: +49 40 4909-2001
E-Mail: cc@beiersdorf.com

soziale Mission NIVEA CONNECT, die sich zum Ziel gesetzt hat, Einsamkeit zu bekämpfen und echte menschliche Verbindungen zu fördern.

Erste globale Limited Edition

Mit der erneuerten Partnerschaft erweitert NIVEA den Umfang der Zusammenarbeit: Ende 2025 erscheint die erste globale Real Madrid Limited Edition von NIVEA MEN. Fans können Produkte mit ihren Lieblingsspielern in mehr als 40 Ländern weltweit erwerben. Erstmals umfasst die Kooperation neben NIVEA MEN auch ausgewählte Körperpflegeprodukte von NIVEA – darunter die ikonische NIVEA Creme sowie Lippenpflegeprodukte von NIVEA, Labello und Liposan. Auch in der Umkleidekabine von Real Madrid ist diese breite Produktpalette künftig zu finden.

„Wir sind stolz, unsere Partnerschaft mit NIVEA MEN um fünf weitere Spielzeiten zu verlängern", sagt Emilio Butragueño, Direktor für institutionelle Beziehungen bei Real Madrid C.F. „Die Marke teilt unsere Werte wie Innovation und Exzellenz und liefert selbst eine große globale Reichweite. Gemeinsam können wir Millionen Fans weltweit inspirieren, ihnen unseren Club näherbringen und gleichzeitig die Bedeutung von Vorbereitung und Pflege – auf und neben dem Platz – hervorheben."

Gesteigerte Markenbeliebtheit und neuer Social-Media-Film

„Unsere Zusammenarbeit steigert die Markenbeliebtheit und Kaufbereitschaft in verschiedenen Märkten nachweislich", sagt Tobias Collée, Vice President NIVEA. „Mit Real Madrid nutzen wir eine Plattform, die unsere Zielgruppe emotional erreicht und unsere Markenwerte widerspiegelt. Bei NIVEA gilt: ‚WIR' ist größer als ‚Ich' – ein Wert, den wir mit dem starken Team von Real Madrid teilen. Wir möchten, dass Fans Teil dieses ‚WIR'-Gefühls werden."

Zum Start der verlängerten globalen Partnerschaft veröffentlicht NIVEA MEN heute einen neuen Social-Media-Film, der die Relevanz von Haut sichtbar macht. Die Kommunikation folgt der Idee: „Making the Invisible, Visible": Der Spot inszeniert NIVEA MEN als „unsichtbaren Partner" – nicht sichtbar, aber auf der Haut doch spürbar. Er unterstreicht die Haut als unsichtbare Uniform, die wie ein Trikot mit Stolz getragen wird, auf dem Spielfeld und im Alltag. Mit dem Film betont NIVEA die Botschaft: Sich in seiner Haut wohlzufühlen, ist entscheidend, um Bestleistungen zu erbringen – sei es beim Tore-Jagen oder beim Feiern besonderer Momente wie im Stadion. Aus Fanperspektive macht NIVEA MEN das „Invisible, Visible", indem die Marke exklusive Einblicke hinter die Kulissen von Real Madrid gewährt und besondere Erlebnisse ermöglicht, die Fans ihrem Lieblingsverein näherbringen.

Zukünftig soll die Idee, das Unsichtbare sichtbar zu machen, die Verbindung zur globalen Real Madrid-Fangemeinde weiter vertiefen und durch authentisches Storytelling das Bewusstsein für die Bedeutung von Haut stärken. Diese Botschaft unterstützt die übergeordnete Kommunikationsstrategie von NIVEA MEN. Der Social-Media-Film wurde in enger Zusammenarbeit zwischen NIVEA MEN und Publicis One Touch entwickelt, die Produktion übernahm Kiwi Film.

Kontakt
Frank Meyer, Head of External Affairs
Corporate Communications
Tel.: +49 40 4909-2001
E-Mail: cc@beiersdorf.com

Über Real Madrid

Real Madrid C.F. ist ein Sportverein mit einer über 123-jährigen Geschichte. Der Verein hält den Rekord für die meisten Europapokalsiege sowohl im Fußball (15 Titel) als auch im Basketball (11 Titel) und wurde von der FIFA als bester Verein des 20. Jahrhunderts ausgezeichnet. Mit über 650 Millionen Follower*innen auf Social-Media-Plattformen verfügt Real Madrid über eine globale Fangemeinde, die sich über alle Kontinente erstreckt. Brand Finance hat Real Madrid drei Jahre in Folge als stärkste Fußballmarke der Welt ausgezeichnet. In der Saison 2023/24 wurde der Verein laut Deloitte Football Money League als umsatzstärkster Fußballklub weltweit geführt. Weitere Informationen finden Sie unter realmadrid.com, der meistbesuchten Website eines Fußballvereins – und das bereits im siebten Jahr in Folge.

Über NIVEA

Mit über 110 Jahren Expertise ist NIVEA der Erfinder moderner Hautpflege und weltweit führender Hautpflege-Experte. Eine ikonische Marke, der Millionen Menschen vertrauen und die sie lieben. NIVEA versteht die Bedeutung gesunder, schön aussehender Haut und feiert all die positiven, freudvollen und verbindenden Erlebnisse, die damit einhergehen. Die Marke verkörpert Zusammenhalt, Positivität und verlässliche Pflege – für alle Menschen und jeden Hauttyp. Als weltweite Nr. 1 in der Hautpflege* trägt NIVEA eine Verantwortung, die über die Haut hinausgeht. Deshalb arbeitet die Marke kontinuierlich daran, die Umweltverträglichkeit ihres gesamten Sortiments zu verbessern und engagiert sich aktiv gegen soziale Isolation – mit ihrer globalen sozialen Mission NIVEA CONNECT. NIVEA ist für Haut.

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. Renommierte 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.

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

Beiersdorf HOME OF NIVEA Eucerin Hansaplast LA PRAIRIE SWITZERLAND CHANTECAILLE

LinkedIn
Instagram
YouTube

Kontakt
Frank Meyer, Head of External Affairs
Corporate Communications
Tel.: +49 40 4909-2001
E-Mail: cc@beiersdorf.com