

Pressemitteilung

unseen: NIVEA CONNECT und ROSSMANN starten neuen Hub gegen Einsamkeit bei jungen Menschen

- ROSSMANN und NIVEA CONNECT starten eine weitergehende Partnerschaft, um bei jungen Menschen in Deutschland gezielt mit Präventionsmaßnahmen gegen Einsamkeit vorzugehen.
- Gemeinsam bauen sie unter www.unseen-hub.de seit dem 01.06.2026 eine neue Anlaufstelle für junge Menschen auf, die Orientierung bietet, Einsamkeit entstigmatisiert und frühzeitig unterstützt, bevor sich diese weiter verstärkt.
- NIVEA CONNECT ist die soziale Mission von NIVEA gegen Einsamkeit und soziale Isolation und engagiert sich mit Projekten in mehr als 30 Ländern weltweit; in ROSSMANN findet die Initiative einen Partner, der gesellschaftliche Verantwortung aktiv lebt und Wirkung skaliert.

Burgwedel / Hamburg, 02.06.2026 - ROSSMANN und NIVEA CONNECT gehen eine tiefgreifende Partnerschaft ein, um Einsamkeit bei jungen Menschen in Deutschland gezielt entgegenzuwirken. Kern der Zusammenarbeit ist der Hub *unseen* - eine neue, niedrighschwellige Anlaufstelle für Prävention, Aufklärung und Orientierung für die junge Generation.

Einsamkeit ist eine der größten psychosozialen Herausforderungen unserer Zeit - besonders für junge Menschen. Laut dem NIVEA CONNECT COMPASS, einer globalen Studie mit über 30.000 Teilnehmenden aus 13 Ländern zu Einsamkeit und sozialer Isolation, fühlt sich in Deutschland mehr als jede zweite Person (53 Prozent) der 16- bis 24-Jährigen einsam, viele davon oft oder immer. Gleichzeitig fehlen bislang Angebote, die frühzeitig ansetzen, entstigmatisieren und sich konsequent an der Lebensrealität junger Menschen orientieren. Genau hier setzen ROSSMANN und NIVEA CONNECT gemeinsam an: Mit *unseen* startet zum 01.06.2026 unter www.unseen-hub.de ein digitales Präventionsangebot gegen Einsamkeit für junge Menschen in Deutschland.

Der Hub schließt damit eine strukturelle Lücke, da bestehende Angebote häufig erst in akuten Krisen greifen, zu klinisch sind oder junge Zielgruppen nicht passgenau erreichen. *unseen* klärt auf, gibt Orientierung, macht Mut und zeigt Wege aus der Einsamkeit auf. Gleichzeitig entsteht ein frei zugänglicher Raum, in dem sich junge Menschen gesehen und verstanden fühlen. Konkret unterstützt *unseen* junge Menschen dabei, Einsamkeit besser einzuordnen und erste Schritte im Umgang damit zu entwickeln - mit verständlichen Erklärungen, persönlichen Perspektiven und praktischen Tipps. Ergänzend verweist der Hub gezielt auf niedrighschwellige, professionelle Hilfsangebote, anonym und passend zur jeweiligen Situation. Der Hub, das *unseen*-Branding sowie die Content-Erstellung wurden von der Agentur WYNKEN, BLYNKEN & NOD konzipiert und umgesetzt.

„Einsamkeit bei jungen Menschen ist oft unsichtbar - und genau deshalb braucht es Angebote, die frühzeitig ansetzen und niedrighschellig erreichbar sind. Mit ROSSMANN gewinnen wir für NIVEA CONNECT einen bedeutenden, strategischen Partner, der gesellschaftliche Verantwortung aktiv lebt und unser Engagement konsequent unterstützt. Die Partnerschaft ermöglicht es uns, *unseen* deutlich

größer zu denken - mit mehr Reichweite, besseren Zugängen und der gemeinsamen Ambition, nicht nur punktuell Wirkung zu erzielen, sondern strukturell und generationenübergreifend etwas zu verändern“, sagt Christian Haensch, Geschäftsführer Beiersdorf für Deutschland und die Schweiz.

„NIVEA und ROSSMANN verbindet eine jahrzehntelange Partnerschaft im Handel. Wir teilen aber mehr als nur Regalmeter - wir teilen die Überzeugung, dass Gemeinschaft entscheidend ist. In unseren sozialen Initiativen sehen wir täglich, wie wichtig stabile soziale Netze sind: Wir stärken das Miteinander an Schulen, geben durch persönliche Patenschaften Halt und setzen dort an, wo die seelische Not am größten ist - etwa bei der Unterstützung von Kindern und Jugendlichen in der Psychiatrie. Gleichzeitig wächst das Problem der Einsamkeit schneller, als einzelne Projekte es auffangen können. Deshalb ist es für uns als Familienunternehmen nur konsequent, unsere Kräfte mit NIVEA CONNECT zu bündeln. Wir nutzen unsere gemeinsame Reichweite, um mit *unseen* eine zeitgemäße Lösung für junge Menschen zu schaffen - bevor die Stille zur Krise wird“, sagt Raoul Roßmann, Sprecher der Geschäftsführung ROSSMANN.

Flankierend zum Start von *unseen* wird die Initiative durch eine nationale Awareness-Kampagne mit einem [Video](#) unterstützt. Ziel ist es, Einsamkeit stärker ins öffentliche Bewusstsein zu rücken, das Thema zu enttabuisieren und junge Menschen gezielt auf das Unterstützungsangebot des Hubs aufmerksam zu machen. Die crossmediale Auspielung erfolgt unter anderem über Streaming- und Online-Video-Plattformen sowie Social-Media-Kanäle wie TikTok und Meta. Die Kampagne läuft über einen Zeitraum von drei Wochen und trägt dazu bei, insbesondere junge Zielgruppen zu erreichen und zur Nutzung des Angebots zu aktivieren. Ergänzend ist eine Spendenaktion zugunsten der Organisation *krisenchat* Teil der Kampagne.

NIVEA CONNECT: Gesellschaftliches Engagement mit globaler Reichweite

NIVEA war schon immer mehr als nur eine Hautpflegemarke. Seit Generationen setzt sich die Marke nicht nur für gesunde Haut ein, sondern auch für ein starkes Miteinander. Um dem weltweiten Problem von Einsamkeit zu begegnen, startete NIVEA im September 2024 seine globale soziale Mission NIVEA CONNECT. Übergeordnetes Ziel der Initiative ist die globale Aufklärung und Unterstützung von Gemeinden, Organisationen und Einzelpersonen sowie die Entstigmatisierung von Einsamkeit und sozialer Isolation. NIVEA CONNECT ist heute in mehr als 30 Ländern aktiv und Ausdruck eines Markenverständnisses, das seit Generationen für Nähe, Verbundenheit und ein starkes Miteinander steht.

In Deutschland verfolgt die Initiative einen ganzheitlichen Ansatz, der an unterschiedlichen Punkten ansetzt. In akuten Belastungssituationen unterstützt NIVEA junge Menschen durch die Zusammenarbeit mit *krisenchat* und ermöglicht kostenfreie, anonyme digitale Beratung rund um die Uhr. Gleichzeitig investiert die Initiative gezielt in Prävention: Mit dem Aufbau des *unseen*-Hubs entsteht eine frühe Anlaufstelle gegen Einsamkeit, die Orientierung bietet und junge Menschen stärkt, bevor Isolation zur Krise wird. *score4impact* begleitet diese Kooperation als strategischer Wirkungspartner, um das soziale Engagement konsequent an den tatsächlichen Bedürfnissen junger Menschen auszurichten.

ROSSMANN: Langfristiges Engagement für ein starkes Miteinander

Für ROSSMANN als Familienunternehmen gehört gesellschaftliches Engagement zum festen Selbstverständnis. Die Verantwortung gilt dem Miteinander in der gesamten Gesellschaft. Besonders am Herzen liegt dem Unternehmen dabei die junge Generation – sei es, um Isolation vorzubeugen, persönliche Bindungen zu stärken oder in schwierigen Lebensphasen Halt zu geben.

Dieser Ansatz zeigt sich in zahlreichen, langfristig angelegten Initiativen. Mit der Haltungskampagne „Lass dein Kind nicht allein im digitalen Raum!“ fördert das Unternehmen einen bewussten Medienumgang, um Freiräume für echte soziale Interaktion zu schaffen und beugt digitaler Isolation vor. Dieses Engagement für ein gesundes Aufwachsen beginnt bereits bei den Jüngsten: Projekte wie „Klasse 0“ stärken gezielt das soziale Miteinander beim Übergang vom Kindergarten in die Schule und legen so einen wichtigen Grundstein.

Wo aus einem „Ich“ ein „Wir“ werden soll, sind persönliche Beziehungen der stärkste Anker. Langjährige Partnerschaften wie „MENTOR – Die Leselernhelfer“ und „Balu und Du“ sind hierfür gelebte Beispiele: Sie stiften wertvolle 1:1-Beziehungen, schenken Kindern und Jugendlichen ungeteilte Aufmerksamkeit und schaffen einen verlässlichen Halt außerhalb von Familie und Schule.

Und wo seelische Not am größten ist, leistet ROSSMANN intensive, direkte Hilfe. Dies reicht von niedrigschwelliger digitaler Beratung durch eine finanzielle Förderung für *krisenchat* in Höhe von 500.000 Euro bis zur intensiven Unterstützung vor Ort in Hannover, wo das Unternehmen verwurzelt ist: Nachdem ROSSMANN bereits die Neugestaltung der „Teen Spirit Island“ für suchterkrankte Jugendliche ermöglichte, folgt nun mit 1,4 Millionen Euro die umfassende Modernisierung mehrerer Stationen der Kinder- und Jugendpsychiatrie (KJP) AUF DER BULT. Die neue Partnerschaft mit NIVEA und der Aufbau von *unseen* sind daher die konsequente Fortführung dieses Weges, um das Engagement für junge Menschen gezielt zu vertiefen, sich neuen Herausforderungen in der digitalen Welt zu stellen und dem Thema Einsamkeit gemeinsam eine noch größere Bühne zu geben.

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 2025 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 Nr. 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.

Ihr Ansprechpartner für weitere Informationen:

Frank Meyer
Head of Media Relations
Corporate Communications
Telefon: +49 40 4909-2001
media@beiersdorf.com

**Quelle: Euromonitor International Limited; NIVEA als Dachmarke in den Kategorien Gesichts-, Körper- und Handpflege; Handelsumsatz 2025.*

Über ROSSMANN

Als Erfinder des Drogeriemarktes in Deutschland eröffnete Dirk Roßmann 1972 den ersten „Markt für Drogeriewaren“ in Hannover. Heute zählt ROSSMANN (Firmensitz in Burgwedel bei Hannover) mit 67.700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Europa und 5.209 Filialen, davon 2.342 in Deutschland, zu den größten Drogerieketten Europas (Stand 1/2026). Mit 23.000 Drogerieartikeln, davon 5.500 der 28 Eigenmarken, präsentiert ROSSMANN ein besonders umfangreiches Angebot, das sämtliche Bereiche des täglichen Lebens abdeckt. Seit 1999 ist das vielfältige Sortiment auch online zu finden. Das beliebte Angebot im Onlineshop bietet neben 5.000 Exklusivartikeln Informationen zu unterschiedlichsten Themen. Des Weiteren legt ROSSMANN großen Wert auf das Thema Nachhaltigkeit. So arbeitet das Unternehmen kontinuierlich daran, seine Produkte und Verpackungen nachhaltiger zu gestalten. Das ökologische und soziale Engagement wird in allen Unternehmensbereichen stetig ausgebaut. Umsatz 2025: 16,6 Milliarden Euro (Deutschland 10,5 Milliarden Euro).

Ihr Ansprechpartner für weitere Informationen:

Dirk Rossmann GmbH
Telefon: 05139/898 -4444
dialog@rossmann.de
rossmann.de/unternehmen/presse

Beiersdorf

[LinkedIn](#)
[Instagram](#)
[YouTube](#)

HOME OF



Eucerin®

Hansaplast

LA PRAIRIE
SWITZERLAND

CHANTECAILLE

ROSSMANN

[LinkedIn](#)
[Instagram](#)
[YouTube](#)