



PRESSEMITTEILUNG

Sperrfrist: 12. Mai 2014

NIVEA MEN zieht „Jogis Joker für Rio“

- **NIVEA MEN ruft mit Bundestrainer zur Unterstützung der Nationalmannschaft auf**
- **Emotionsgeladener TV-Spot sorgt für Gänsehautmomente**

Hamburg, im Mai 2014 – NIVEA MEN ruft zusammen mit Bundestrainer Joachim Löw auch 2014 wieder zur WM-Offensive auf. Am 12. Mai ist Anpfiff zur Kampagne „Jogis Joker für Rio“. Im Fokus der Kampagne steht die Unterstützung der deutschen Nationalelf in Brasilien durch ihre Fans. Denn die Fans sorgen nicht nur für gute Stimmung, sie machen bei der WM 2014 den entscheidenden Unterschied! Als Joker geben sie Löw und der Mannschaft das kleine Stück Extramotivation, die es braucht, um erfolgreich zu sein. Und damit jeder seine Zugehörigkeit zeigen kann, kleidet NIVEA MEN Fußballbegeisterte wieder in die offiziellen DFB-Fan-Shirts.

Endlich ist es wieder so weit: Die besten Mannschaften aus der ganzen Welt kämpfen um den Titel „Fußballweltmeister 2014“ – dieses Mal in Brasilien. Die temperamentvolle Leidenschaft der Südamerikaner heizt das WM-Fieber gerade in diesem Jahr besonders an. Rund um den Globus wird mitgefiebert, gebangt und gefeiert. Dass die Stimmung der Fans und deren Unterstützung insbesondere aus Deutschland alles entscheidend für den Erfolg der Nationalelf sind, zeigt **NIVEA MEN** in der emotionalen Kampagne „Jogis Joker für Rio“.

NIVEA MEN kleidet Jogis Joker ein

Das Symbol der Unterstützung ist auch bei dieser WM wieder das offizielle DFB-Fan-Shirt mit dem Adler auf der Brust. Vom 12. Mai bis 7. Juni 2014 bekommt jeder Verbraucher beim Kauf von **NIVEA MEN** Produkten im Wert von mindestens 12 Euro das offizielle DFB-Fan-Shirt ganz einfach durch das Einsenden des Kassenbons gratis zugesandt. Alternativ kann während des Aktionszeitraums im Handel oder im NIVEA Webshop unter www.Nivea.de/shop die exklusive Jogis DFB-Fan-Shirt Box erworben werden, in der neben dem **NIVEA MEN Deo Invisible for Black & White** und der **NIVEA MEN Gesichtspflege Creme Q10** bereits ein Fan-Shirt enthalten ist. Integrale Bestandteile der Kampagne sind neben prominent platzierten Aktionsflächen mit lebensgroßen Displays und Dekomaterialien Onlinekommunikation, die Integration in alle Direktmarketingkanäle und nationale PR-Maßnahmen. Als Dach der Kommunikation dient der neue emotionale TV-Spot.



Neuer TV-Spot mit dem Bundestrainer

Am 12. Mai 2014 startet **NIVEA MENS** WM-Offensive mit dem neuen TV-Spot, der auf allen relevanten Medienkanälen sowohl im TV als auch online zu sehen sein wird. Durch emotionale Gänsehautmomente in deutschen Wohnzimmern, an außergewöhnlichen Arbeitsplätzen und am Flughafen zeigt der 25-Sekünder, dass die WM nicht nur in Brasilien, sondern auch überall in Deutschland hautnah miterlebt und leidenschaftlich gefeiert wird. Die Unterstützung der Fans ist eine zusätzliche Motivation für die deutsche Elf, den Titel nach Hause zu holen. Bundestrainer Joachim Löw erlebt im Spot die Kraft von „Jogis Joker“ bereits am Flughafen auf dem Weg nach Brasilien. „**NIVEA MEN** ist eine Marke für den gepflegten, modernen Mann. Fußball spielt im Leben vieler Männer eine wichtige Rolle und steht wie kein anderer Sport für Emotionen, Leistung und Identifikation mit seiner Mannschaft. Diese Elemente verbinden wir in unserem neuen Spot mit starken, emotionalen Bildern. Mit der neuen Kampagne ‚Jogis Joker für Rio‘ zeigen wir, wie wichtig die Unterstützung der Fans für den Erfolg des Bundestrainers und der Nationalmannschaft ist. Mit der Jogis DFB-Fan-Shirt Box erhalten unsere Verbraucher **NIVEA MEN** Pflegeprodukte inklusive des hochwertigen DFB-Fan-Shirts. Die perfekte Vorbereitung für die WM“, erklärt Ingo Tanger, Marketingdirektor von Beiersdorf Deutschland.

Über die Beiersdorf AG

Die Beiersdorf AG zählt weltweit zu den führenden Anbietern innovativer und hochwertiger Hautpflegeprodukte und verfügt über mehr als 130 Jahre Erfahrung in diesem Marktsegment. Das Hautpflegeunternehmen mit Hauptsitz in Hamburg beschäftigt rund um den Globus über 16.500 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2013 erzielte Beiersdorf einen Umsatz von 6,1 Mrd. Euro und ist seit Dezember 2008 im deutschen Leitindex für Aktien, dem DAX, gelistet. Die weltweit größte Hautpflegemarke* NIVEA ist das Herzstück des international erfolgreichen Markenportfolios der Beiersdorf AG, zu dem darüber hinaus die Erfolgsmarken Eucerin, La Prairie, Labello, 8x4 und Hansaplast zählen. Über die Tochtergesellschaft tesa SE, einem ebenfalls weltweit führenden Hersteller in seiner Branche, versorgt Beiersdorf zudem Industrie, Gewerbetreibende und Konsumenten mit selbstklebenden Produkt- und Systemlösungen.

** Quelle: Euromonitor International Limited; nach Dachmarken in den Kategorien Gesichts-, Körper- und Handpflege; Einzelhandelsumsatz 2012.*



Kontakt:

Beiersdorf AG

Cora von Meysenbug
Head of Corporate Communications Brands & Supply Chain
Tel: +49 40 4909-2001
E-Mail: cc@beiersdorf.com

Beiersdorf AG

NIVEA Brand PR
Tina Wolf
Telefon +49 40 4909-5003
E-Mail tina.wolf@beiersdorf.com

Diese Informationen dürfen erst ab dem 12. Mai 2014 veröffentlicht werden.