

Kategorie Konsumgüter Non Food



Kunde: Beiersdorf AG, Hamburg

Agentur: TBWA\ Werbeagentur GmbH, Hamburg

DAYBREAK ON THE SKIN

Die Marketing-Situation

Das Marktsegment für Körperpflegemittel wie Hautlotionen und Cremes ist in den letzten Jahren beständig gewachsen.

Dies ist einerseits auf ein verändertes und bewussteres Pflegeverhalten zurückzuführen. Andererseits ist es auch mit dem wachsenden Wettbewerb, zum Beispiel dem Eintritt des weltgrößten Beautykonzerns, L'Oréal mit seinen Marken body expertise und Jade, zu erklären.

Bedingt durch die allgemeine Wirtschaftssituation bekommen auch die Handelsmarken im Körperpflege-markt immer mehr Relevanz, da die Verbraucher spüren, dass sie weniger Geld in der Tasche haben, und daher ihr Konsumverhalten ändern.

NIVEA body hat den restlichen Wettbewerb in seine Grenzen gewiesen und ist die erste Marke im Massenmarkt, die das Beauty-Segment eröffnet – mit einer neuartigen Feuchtigkeitspflege, die Pflege und Beauty verbindet.

Die Marketing- und Werbeziele

Imageleistung:

- Verbesserung des Markenimages von NIVEA body

Marktleistung:

- Produkteinführung mit Erreichung eines Umsatzes der Seiden-

Schimmer Lotion von 5,5 Millionen Euro 2002 kumuliert.

- Trendsetter im Körperpflegemarkt

Die Kreativ-Strategie

„Sonnenaufgang auf der Haut“

Die NIVEA body Seiden-Schimmer Lotion ist eine Innovation im Massenmarkt. Viele Verbraucherinnen sind aus diesem Grund noch nicht mit dem Umgang mit Schimmerprodukten vertraut.

Daher muss die Kommunikation auf einfache und nachvollziehbare Art und Weise den Effekt der Seiden-Schimmer Lotion und ihre tägliche Anwendungsmöglichkeit erklären.

Als kreative Idee wurde der tägliche Sonnenaufgang als Metapher benutzt. Aufmerksamkeitsstark auf der Haut dramatisiert erklärt er einerseits den Effekt des Produkts und andererseits die tägliche – morgendliche – Anwendbarkeit.

Die ungewöhnliche Exekution stellt aufmerksamkeitsstark die Verbindung zwischen Pflege- und Beautyprodukt dar und definiert damit eine neue Kategorie im Lotionmarkt.

Die Media-Strategie

Als Basismedium wurde TV (20 Sekunden) eingesetzt, da die

Kampagne vor allem durch die audio-visuelle Inszenierung lebt.

Parallel zu TV und zur Verlängerung der Kampagne wurden Printanzeigen in Frauenzeitschriften geschaltet.

Die Ergebnisse

Imageleistung:

Verbesserung des Markenimages

■ Das Markenimage von NIVEA body wird durch die Seiden-Schimmer-Lotion-Kommunikation in allen relevanten Punkten positiv beeinflusst. Durchschnittlich stiegen die Imagewerte um 18,4 Prozentpunkte (Chart 1).

Marktleistung:

Erreichung eines Umsatzes von 5,5 Millionen Euro 2002 kumuliert.

■ Während der Kommunikationsphase übertraf der Verbraucher-

Abverkauf damit alle Erwartungen (Chart 2).

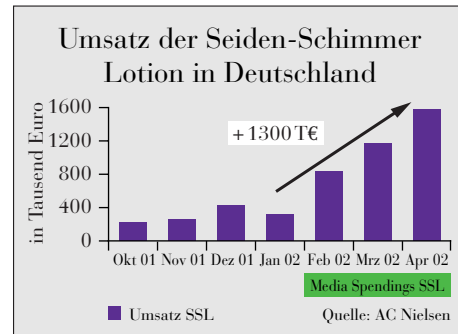


Chart 2

■ Im Jahr 2002 wurde ein Umsatz von 8 Millionen Euro erreicht. Damit wurde das gesetzte Ziel von 5,5 Millionen kumuliert weit übertraffen (Chart 3).

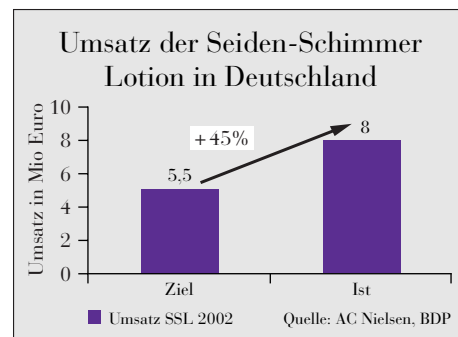


Chart 3

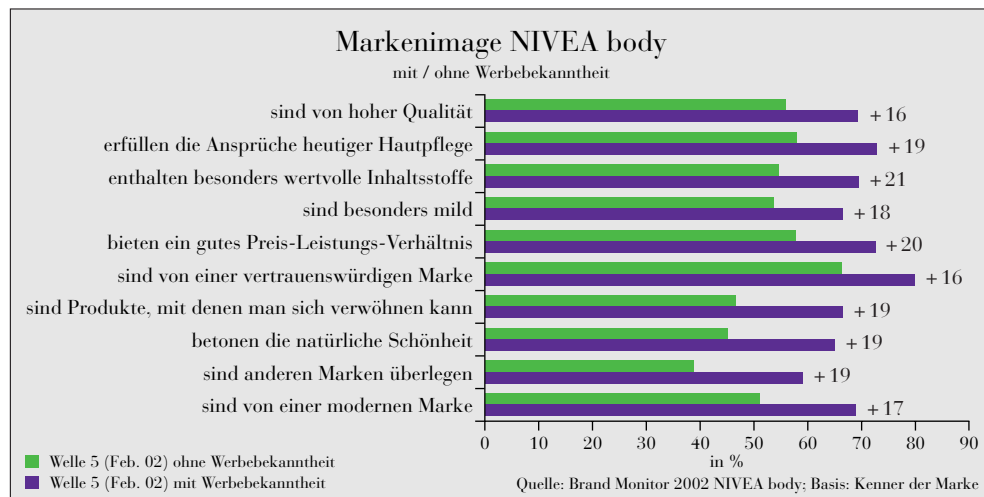


Chart 1

NIVEA body Seiden-Schimmer Lotion

Erfolgreiche Neueinführung

■ Die Seiden-Schimmer Lotion wurde mit Abstand als erfolgreichstes Produkt im Körperpflege-

Markt 2002 eingeführt. Damit wurde das Ziel, unter die Top 5 zu kommen, erreicht und sogar die Nummer-1-Position eingenommen (Chart 4).

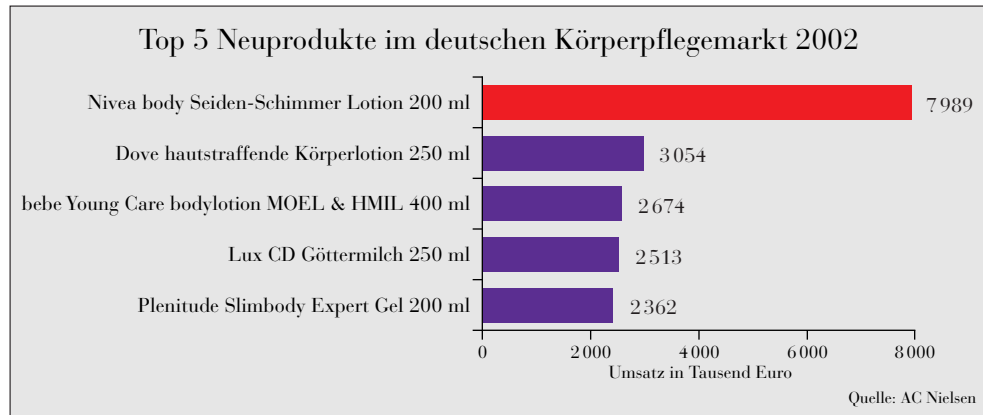


Chart 4

Effizienzerfolg im Vergleich zu den Wettbewerbern

■ Im Vergleich der Neueinführungen relevanter Wettbewerber und der Relation ihrer Mediaspendings stiegen die Marktanteile der Seiden-Schimmer Lotion überproportional an. Damit wurde das gesetzte Ziel erreicht (Chart 5).

Trendsetter im Körperpflegemarkt

„NIVEA body is recognised as the ‚initiator‘ for this product-category [Shimmer- and Glitterproducts] on the body lotion mass-market“ (Quelle: NIVEA body Shimmering Lotion Concept Test, November 2002, Hamburg).

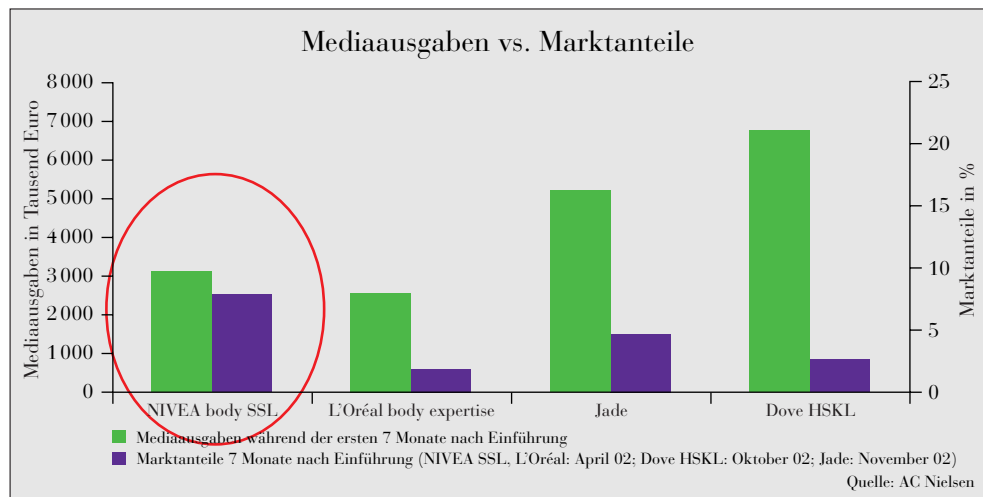


Chart 5

for every
Beiersdorf

**ZAUBERN SIE SCHIMMER
AUF IHRE HAUT.**

NEU

NIVEA
body

Seiden-Schimmer
Lotion

Reflection
Reflec

Die erste Body Lotion, die Ihre Haut nicht nur pflegt, sondern sie auch zum Schimmern bringt. Licht-reflektierende Pigmente geben ihr einen seidigen Glanz und einen wunderbar gleichmäßigen Teint. Jeden Tag.

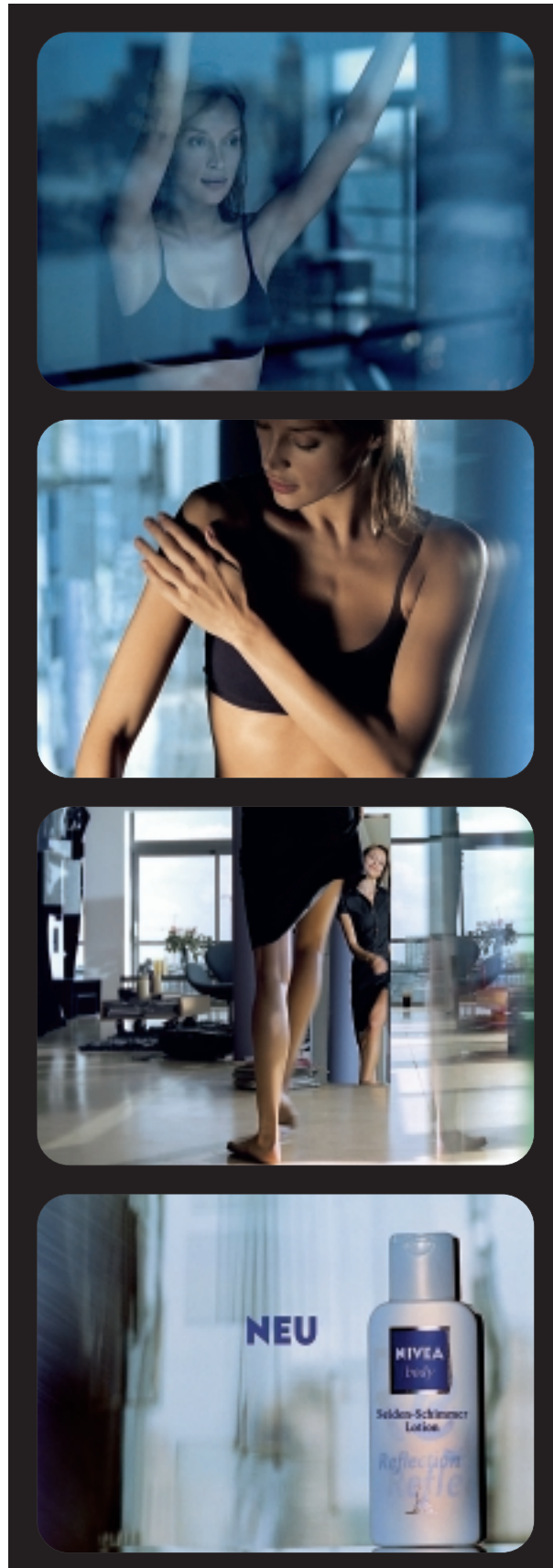
Alles über Pflege, die die Haut zum Schimmern bringt, finden Sie unter www.NIVEA.de

Wie bestellen Sie gerne: www.NIVEA.de oder 01805 7 60 50 40 (kostenlos)

The advertisement features a woman with blonde hair, wearing a dark blue tank top and shorts, sitting and smiling. She is holding a bottle of Nivea Reflection Seiden-Schimmer Lotion. The bottle is white with a blue cap and has the Nivea logo and product name on it. The background is a solid blue color. The text 'ZAUBERN SIE SCHIMMER AUF IHRE HAUT.' is prominently displayed in white. The word 'NEU' is in a blue box. The Nivea logo and product name are on the bottle. At the bottom, there is a paragraph of text and a website URL.

1/1 Publikumszeitschriften

NIVEA body Seiden-Schimmer Lotion



TV-Spot „Sonnenaufgang auf der Haut“