



Megaboard (oben)
und Print-Advertorial
(rechts)



Ein gepflegtes Abenteuer

Wer attraktiv ist, hat Erfolg - wie die Kampagne Nivea For Men Only beweist. Die Marktzuwächse in Bulgarien, Kroatien und Slowenien waren 2007 mehr als Kosmetik.

40 Grad im Schatten. Sanddünen. Keine Straße. Allein mit dem Jeep: Manche Abenteuer sind eben „for men only“, wie der Radiospot verkündet. Aber was lässt richtige Männer in jeder Situation gut aussehen und dabei auch noch ein gutes Gefühl haben? Nivea For Men, als After Shave oder als Duschbad.

Männer in die Wüste

Mit ihrer Kampagne Nivea For Men Only haben Beiersdorf und die Werbeagentur Drafftcb Kobza 2007 bulgarische, kroatische und slowenische Männer in die Wüste geschickt. Pflegebewusste Abenteuerer konnten nämlich eine Woche Offroad-Tripp durch den Oman gewinnen. Selbst sind die Kampagnenverantwortlichen aber nicht in der Wüste stecken geblieben, ist die Kommunikation nicht im Sande verlaufen. Der Umsatz von

Nivea For Men stieg gegenüber 2006 um 14,4 %. Zwar wuchs im selben Zeitraum auch der Massenmarkt für Männerkosmetik, aber deutlich weniger stark: Um 8,2 %. Im Segment After Shave konnte Nivea For Men seine Marktführerschaft um 1,4 % auf 21,7 % Marktanteil weiter ausbauen. Im Segment Dusche stieg der Marktanteil im Länderschnitt auf 18,3 %, ein Plus von 3,9 %.

Attraktivität bringt Erfolg

Womit wieder einmal bewiesen zu sein scheint: Wer attraktiv aussieht hat auch Erfolg - ein Mann, der seine Maskulinität zu pflegen weiß genauso wie ein Plakat, ein TV-Spot oder eine Anzeige, die effiziente Werbung pflegen. ■

BEWORBENES PRODUKT:
Nivea - For Men Only



CREDITS

Auftraggeber: Beiersdorf
Kommunikationsleitung: Laila Wüster
Agentur: Drafftcb Kobza
Kontakt: Fred Reiss (Bild), Sylvia Mitgutsch, Michaela Hörl
Kreation: Partik Partl, Eva Sommeregger, Andreas Gesierich, Daniela Senitschnig, Kerstin Schudo

FACTS

Kommunikationsbudget: 538.600 Euro
Schaltzeitraum: Bulgarien: September bis Oktober, Kroatien: Oktober bis November, Slowenien: November bis Dezember
Zielgruppe: Männer, die Wert auf gepflegtes Aussehen legen
Mediamix: Print, Plakat, TV, Radio, Sales Promotion
Umsatzsteigerung 2007: 14,4 %

