



© isobar/jerk/films

Nivea unterstützt bereits seit 20 Jahren die SOS-Kinderdörfer in Österreich – ganz im Sinne der Kinder.

Kindertraums schon mit dem Kauf eines Loses beitragen.

„Die Partnerschaft mit dem SOS-Kinderdorf ist seit vielen Jahren integraler Bestandteil der Marke Nivea. Wir haben uns bereits 1997 dazu entschlossen, das SOS-Kinderdorf zu unterstützen. Mit der Geschichte von Lukas hat isobar dieses Engagement mit einer wunderbaren Geschichte erzählt“, so Ann-Christine Stjepandic, Beiersdorf Österreich Marketing Managerin.

Noch nie am Meer?

isobar konzipiert die neue Kommunikationskampagne für Nivea – im Sinne von SOS Kinderdorf-Kindern.

WIEN. Im Rahmen von Niveas weltweiter Kinder- & Family-Initiative „nivea cares for family“ unterstützt Nivea Österreich bereits seit 20 Jahren SOS-Kinderdorf. Die neue Kommunikationskampagne für das CSR-Programm von Nivea konzipierte die Kreativagentur isobar.

Jedes dritte SOS-Kinderdorf-Kind aus Österreich war noch nie am Meer. Deshalb entwickelte Nivea ein Programm, mit

dem diesen Kindern ein solcher Urlaub ermöglicht wird. Konsumenten können mithelfen, indem sie die Nivea Familienfeste besuchen und dort ein Spendenlos erwerben.

Kommuniziert wird die integrierte Kampagne dazu mittels TV, Online-Werbemitteln, Social Media, CRM, Native Advertising und Video Seeding.

Die Kampagnenidee: Was sich Kinder wünschen, stellen sie sich

gern vor. Diese Vorstellung und die Sehnsucht nach dem Meer inszenierte das Kreativteam von isobar mit einem emotionalen Video – und Klängen, die der Begriff Meer im Kopf auslöst. Aufgelöst wird das Video mit dem Slogan „Lukas sieht bald mehr – Lukas sieht bald Meer“ und der Aufforderung, die Aktion mit dem Besuch des Nivea Familienfests zu unterstützen; dort kann man zur Erfüllung eines großen

isobar: CSR-Aktivitäten

„Ohne Firmen und Marken wie Nivea, die uns schon seit 20 Jahren unterstützen, könnten wir unsere Arbeit für Kinder und Familien nicht in diesem Umfang leisten, wäre vieles nicht möglich. Wir freuen uns ganz besonders über die Unterstützung für unser neues Projekt“, so Christian Moser, GF SOS-Kinderdorf Österreich.

Helmut Kosa, CEO isobar: „Nivea ist ein jahrelanger Unterstützer von SOS-Kinderdorf. Wir machen nun die CSR-Aktivitäten von Nivea bekannter und stärken die Familien-Positionierung der Marke.“ (fej)



| Auf dem schnellsten Weg zur passenden Agentur

Druckbranche: Leichtes Plus

Jahresbericht des Verband Druck & Medientechnik.

WIEN. Die heimische Druckbranche hat in den ersten drei Monaten des heurigen Jahres einen Umsatz von 398,5 Mio. € und damit ein leichtes Plus von 0,7 Prozent verzeichnet. Dies sei ein Signal für die Erholung der Branche, so der Verband Druck & Medientechnik in einer Aussendung am Dienstag und ortet bei Agenturen, Druckereien und Unternehmen ein Bekenntnis zu

Gedrucktem. Ein Großteil der Leser würde bei ausführlichen Informationen wie Jahres- oder Nachhaltigkeitsberichten die gedruckte Version bevorzugen, so der Verband zur aktuellen Stimmung in der Branche. „Je kurzlebiger eine Information, desto stärker ist online im Vorteil.“ Aber: Jüngere lesen auch lange Texte vorwiegend am Bildschirm. (fej)



© Verband Druck & Medientechnik

Wachstum

Gerald Watzal (Präsident Verband Druck & Medientechnik), Sabine Huber (Presse-sprecherin Gmund Papier).