



NIVEA #abinsblaue

Das Ziel: Junge Konsumenten authentisch ansprechen

Zielgruppe
Männer und
Frauen 18-30
mit Affinität zu
Reisen

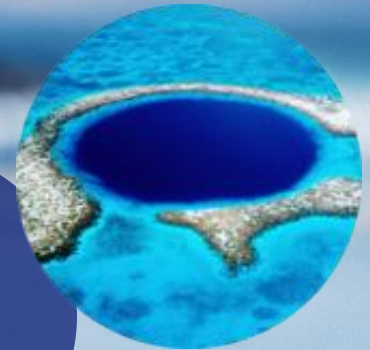
Awareness
weiter stärken
und
Likeability
erhöhen

Insight Reisen

Freiheit, Aufbruch,
Abenteuer - das ist
Reisen!

Die Kampagne
#abinsblaue verbindet
dies perfekt mit der
Markenwelt von Nivea

2 glückliche
Fans reisen
zum **Great
Blue Hole** in
Belize



#AB INS BLAUE
DAS ABENTEUER EURES LEBENS



**JETZT SCHON
EINCHECKEN**
auf NIVEA.AT/abinsblaue

PASSAGIERE

DU & _____



ABFLUG
2015

FLUG VON

VIE / AUSTRIA



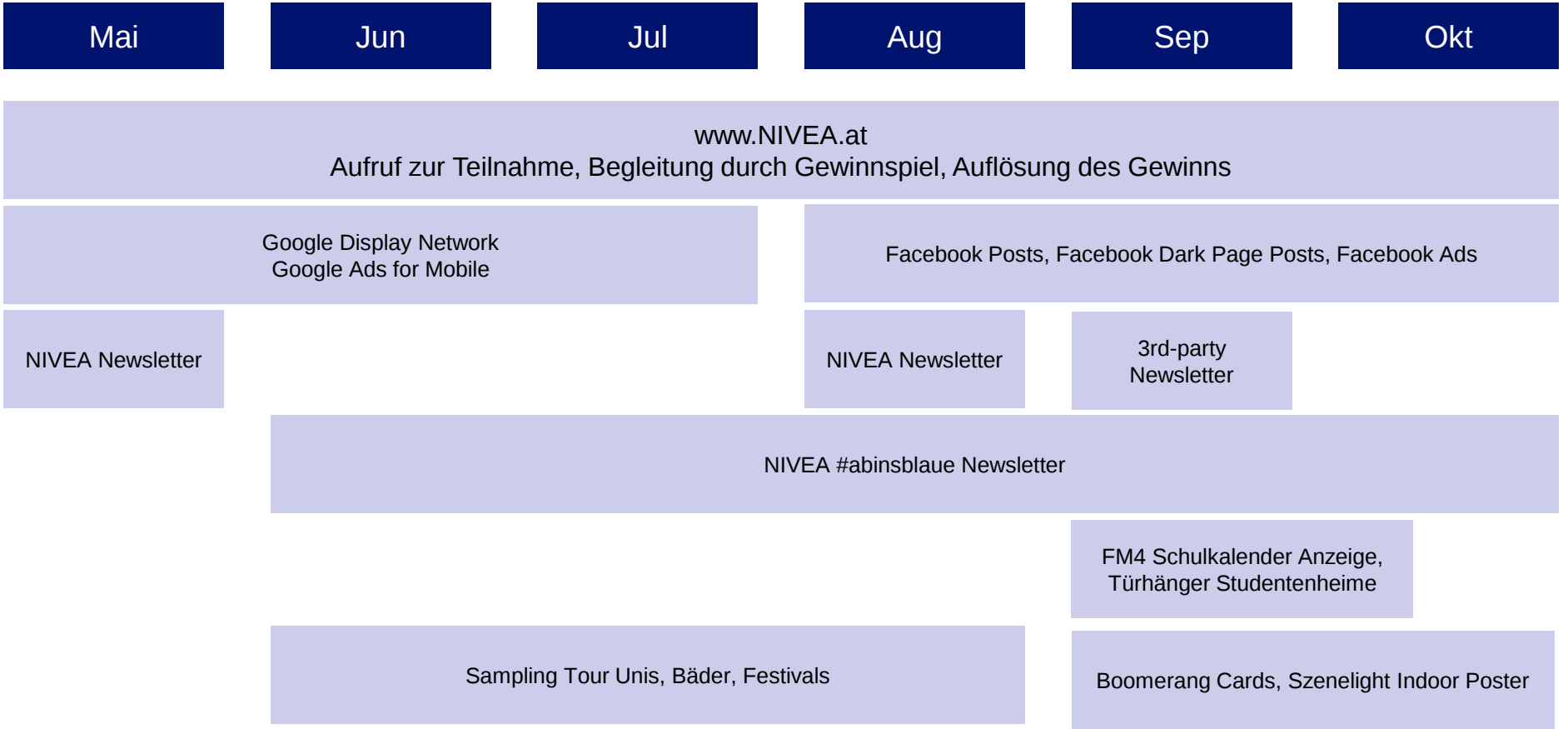
NACH

INS BLAUE



Impressum: Eigentümer und Herausgeber: Beliersdorf GmbH, Luxemburgerstraße 151, 1100 Wien, Tel.: 08000 54 54 54,
E-Mail: info@nivea.at, Internet: www.beliersdorf.com, Grafik: R12, 1120 Wien, Druck: Stiepan & Partner Druck GmbH, 2500 Baden.

Die Strategie: best-of-young Mediamix



Die Botschaft: Werbung zum Wegträumen ...

BE MY
Reiseabschnitts-
partner

#ABINSBLAUE

#ABINS BLAUE
DAS ABENTEUER EURES LEBENS

JETZT EINCHECKEN
GIB NIVEA AUF NIVEA.BLAUE

PASSAGIERE
DU & _____

ABFLUG
2015

FLUG VON
VIE / AUSTRIA

NACH
INS BLAUE

QR CODE

ICH HASSE SELFIES.
Kommst du mit?

#ABINSBLAUE



UNSER
LIEBLINGSFACH:
Reisen.

#ABINS BLAUE
DAS ABENTEUER EURES LEBENS

JETZT EINCHECKEN UND GEWINNEN
GIB NIVEA AUF NIVEA.BLAUE

PASSAGIERE
DU & _____

ABFLUG
2015

FLUG VON
VIE / AUSTRIA

NACH
INS BLAUE

QR CODE

REISEN MACHT DIE
Timeline schön.

#ABINSBLAUE



... und Inhalte zum Verlieben



SO SIEHT DER PERFEKTE REISEBEGLEITER FÜR DICH AUS

Gegensätze ziehen sich an – das mag vielleicht in der Liebe so sein, aber nicht beim platonischen Reisen zu zweit. Wenn du eine gute Zeit in der Ferne haben willst, musst du aufpassen, mit wem du Freude, Sorge und Hosteltzimmer teilst. Denn von einem kannst du ausgehen: Auf Reisen lernst du deinen Reisepartner so richtig kennen.

Damit das auch gut geht, haben wir ein paar Anhaltspunkte zum Abhaken für dich.

WELCHE ERWARTUNGEN HABT IHR?

Entspannung oder Action? Strand oder Stadt? Back to the Roots oder „Ohne warme Dusche gehe ich nicht ins Bett“? Ganz wichtig ist es mal abzuklären, was ihr eigentlich wollt. Wenn der eine am liebsten den ganzen Tag am Strand chillt während die andere schon nach einer Stunde kribbelige Füße bekommt, dann könnte es schwierig werden. Wenn du schon bei zwei Mal Hupen aus der Haut fährst weil du die Natur vermisst und dein Reisepartner sich im Wirrwarr und den Zerstreuungen der Großstadt erst so richtig lebendig fühlt, könnte es zu Spannungen kommen. Redet offen über Erwartungen, Vorlieben und Abneigungen.



DU HAST MEHR ALS NUR URLAUB IM KOPF? BEWEIS ES!
DAS HIGHLIGHT Eurer REISE ERINNERT VERDAMMT AN DIE NIVEA CREME. WAS KANN ES SEIN?

85% GREAT BLUE HOLE
15% HALF MOON CAYE

SAND, MEER, NATUR:
WARUM DU BELIZE LIEBEN WIRST
JETZT ENTDECKEN

RUND WIE DIE WELT

JETZT ENTDECKEN

NIVEA
Creme

HOL DIR EINEN ORIGINAL
NIVEA CREME
-AUTOMATEN!

Teile das Gewinnspiel mit deinen Freunden und schnapp dir einen Original NIVEA Creme-Automaten plus ein buntes NIVEA Produktpackage!



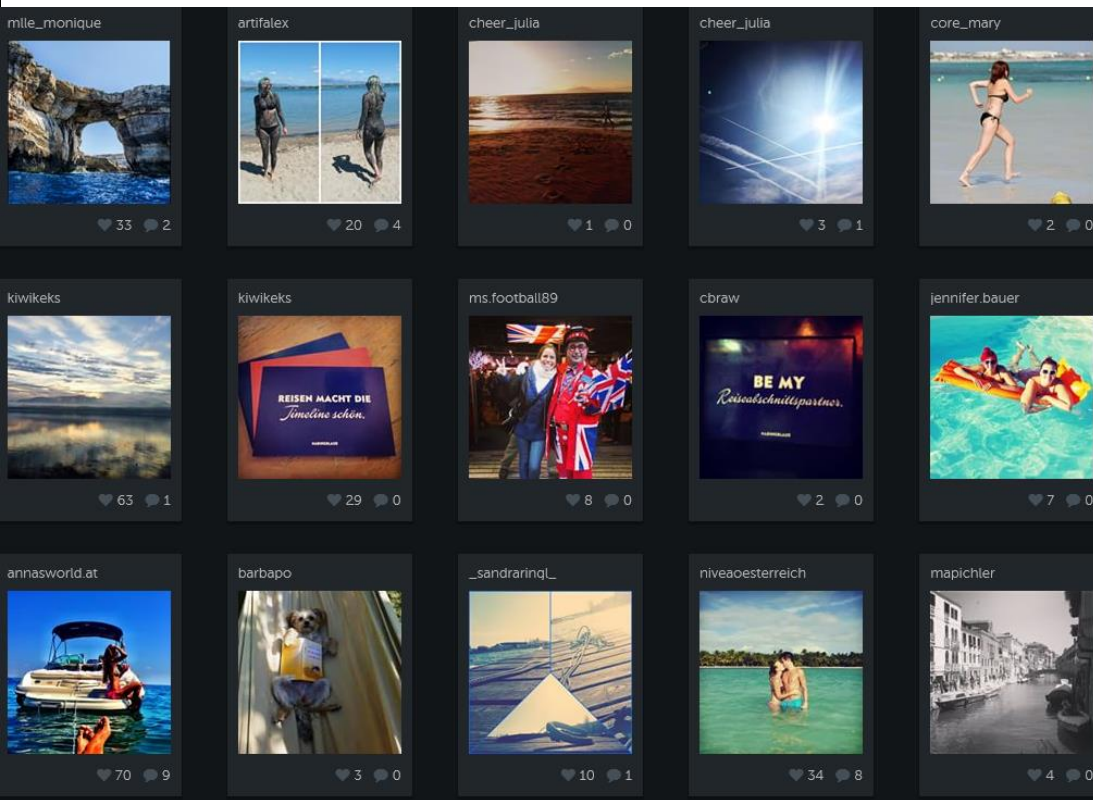
TEILEN & GEWINNEN!

Teilen Twittern 302



Beiersdorf

Der Effekt: Hohes Engagement in und über die ZG hinaus



Liana Ak @liana_ak · Oct 21

Mit NIVEA **#abinsblaue** - Einchecken und Reise gewinnen:
abinsblaue.nivea.at/#.VEbATuCGUow....



Mel @absatzzeilen · 26. Sep.

Solche Werbung wollen wir! \o/ **#abinsblaue** #nivea



Sometimes all you need to do is a little redecorating to feel cosy again...

Das Resultat: Business-Ziele übertroffen

15.000 Teilnehmer (=neu generierte CRM-Profile in der

Zielgruppe 18-30)

24 Mio. Bruttkontakte

1 Mio. organische Impressions

30.000 gesampelte Reisemini-Sets

3% Scan-Rate *der offline Boarding-Pässe mit QR-Code*

1.000 #abinsblaue Instagram-Erwähnungen

300.000 Website Views

Nur 20% Absprungrate

3 min. Verweildauer