

Nivea Visage Expert Lift

Nivea Visage ist sehr stolz darauf, den Prix de Beauté mit unserer Anti-Age-Pflegeserie Nivea Visage Expert Lift gewonnen zu haben. Das Produkt erfüllt mit einer innovativen, leistungsfähigen Wirkstoffkombination aus Hyaluronsäure und BioxiLIFT nicht nur gezielt die speziellen Bedürfnisse der Haut von Frauen ab 50, sondern auch das, was Frauen in diesem Alter von ihrer Gesichtspflege erwarten: „Ich will sofort sehen und spüren, dass sie wirkt – und nicht erst, wenn ich sie einige Wochen verwendet habe!“



Diesen Anspruch konnten unsere Nivea-Forscherteams mehr als erfüllen: Die zukunftsweisende Formel von Expert Lift lässt erschlaffte und nachlassende Gesichtspartien bereits kurz nach dem Auftragen straffer wirken und sorgt langfristig bei regelmäßiger Anwendung für remodellierte Konturen. Damit positioniert sich Nivea Visage mit einem neuen, attraktiven Produkt für die Zielgruppe Frauen 50plus. Denn Frauen über 50 können endlich mehr an sich selbst denken. Ihre Kinder sind groß, vielleicht schon aus dem Haus. Sie haben wieder Zeit, um Reisen und Hobbys mit dem Partner oder Freundinnen zu genießen. Die Jahre zwischen 50 und 60 stecken heute voller Energie, Lebensfreude und weiblichem Selbstbewusstsein, wie die rührende Kinokomödie *Was das Herz begehrt* skizziert. Dabei haben Frauen ab 50 heute ebenso mit den altersbedingten Veränderungen ihres Körpers zu kämpfen wie schon Generationen vor ihnen. Durch den sinkenden Östrogen-Spiegel und UV-Licht-Einfluss verliert die Haut zunehmend an Straffheit. Das Bindegewebe wird schwächer, die Gesichtskonturen lassen nach. Alles ganz natürlich. Doch in der eigenen Wahrnehmung fühlen sich die heute 50- bis 60-jährigen viel jünger – wie 35 oder 40. Sie sind vielleicht schon Großmutter, aber behaupten sich gleichzeitig auf einem sich ständig verjüngenden Arbeitsmarkt. Kein Wunder also, dass Frauen 50plus nicht älter aussehen möchten, als sie sich fühlen.

Das neue Pflegesystem enthält eine einzigartige Kombination von zwei hocheffektiven Wirkstoffen mit besonderer Qualität: Hyaluronsäure – ein bioaktiver Feuchtigkeitsspender – polstert die Haut auf und sorgt so sofort für ihr glatteres Aussehen. Durch einen innovativen Veredelungsprozess gelang es, Hyaluronsäure in kleineren Wirkstoff-Fragmenten herzustellen. Diese werden leichter von der Haut aufgenommen und gelangen schneller in die Gesichtshaut. So kann die veredelte Hyaluronsäure dort besonders gut aktiv werden, wo sie am meisten gebraucht wird: in den unteren Hautschichten. Der bioaktive Feuchtigkeitsspender kann sehr große Mengen Wasser binden – bis zu sechs Liter pro Gramm. Gleichzeitig ist er in der Lage, dem Wasser eine „feste Struktur“ zu geben. Wie Tests beweisen, zeigt sich dieser sofortige „Lifting-Effekt“ bereits kurz nach dem Auftragen. Die hauteigene Synthese von Hyaluronsäure in den tieferen Hautzellen wird ebenfalls aktiviert. Sie trägt auf natürlichem Weg von innen heraus langfristig zu einer strafferen, redefinierten Haut bei – zusammen mit BioxiLIFT.

Innovative Wirkstoffkombination

Der Wirkstoff BioxiLIFT ist besonders reich an Oligopeptiden. Sie werden aus Proteinen der Anisfrucht mittels enzymatischer Hydrolyse gewonnen. Bei diesem Verfahren spalten Enzyme die Proteine in Fragmente,



ULRIKE VOLLMOELLER,
Marketingdirektorin Food & Drug,
Beiersdorf AG.

in so genannte Oligopeptide, die besser von der Haut aufgenommen werden. Dank dieser Tiefenwirkung kann der 100-prozentig natürliche Wirkstoff BioxiLIFT gleich zwei Aufgaben übernehmen: er kurbelt aktiv die Collagenproduktion der Zellen an, er verbessert die Fähigkeit der Zellen, das Collagennetzwerk zusammenzuhalten. Dies ist so immens wichtig, weil zwischen 50 und 55 jährlich durchschnittlich sechs Prozent Collagenfasern in der Haut abgebaut werden und ihre intakten, das heißt für die Hautstraffheit verantwortlichen Kontaktstellen zu den Zellen verloren gehen. Dadurch kann das ehemals dichte und feste Netzwerk nur noch lose zusammengehalten werden. BioxiLIFT stärkt das bestehende Netzwerk und remodelliert nachhaltig die nachlassenden Konturen für einen langfristigen „Lifting-Effekt“ von innen heraus.

von Ulrike Vollmoeller

KLEINE NIVEA-HISTORY

Dr. Oscar Tropolowitz hatte 1890 die Firma Beiersdorf in Hamburg vom Gründer Paul C. Beiersdorf übernommen. Bis zur Entstehung der NIVEA Creme entwickelte Tropolowitz bereits erfolgreich erste technische Kleb- bänder sowie medizinische Pflaster und erste Kautschuk-Heftpflaster. Sein wissenschaftlicher Berater Prof. Paul Gerson Unna besaß auch einen sicheren Blick für Entwicklung und Fortschritt. Er machte Dr. Tropolowitz auf das revolutionäre Forschungsergebnis, die Entdeckung des Emulgators „Eucerit“ aufmerksam – den Wirkstoff der NIVEA Creme.

1911 ist das „Geburtsjahr“ der NIVEA Creme. Ihre Entwicklung verdankt sie dem Inhaltsstoff „Eucerit“. Nach jahrzehntelanger Forschung entdeckte Dr. Isaac Lifschütz diesen völlig neuartigen

Emulgator. Auf dem Gebiet der Medizin eine Revolution! Denn nun besaß man einen Wirkstoff, der Fett und Wasser zu einer stabilen Salbengrundlage vereinigen konnte. Der äußerst kreative Oscar Tropolowitz nutzte das ursprünglich für die Medizin entdeckte Eucerit als Basisstoff für eine völlig neue kosmetische Creme: die NIVEA Creme.

Schon kurz nach der Entwicklung, im Dezember 1911, wurde die Creme in einer kleinen gelben Dose verkauft. Mit den verspielten grünen Ranken-Ornamenten orientierte man sich an einer beliebten Kunstrichtung der Epoche, dem Jugendstil. Gemäß den in der Pharmazie gebräuchlichen lateinischen Benennungen gab Dr. Tropolowitz seiner schneeweißen Creme den Namen „NIVEA“, abgeleitet vom lateinischen Wort *nix, nivis* – der Schnee. Als Kernprodukt der NIVEA-Familie

hat sich die Formel der NIVEA Creme seit damals nur minimal verändert.

Im Jahre 1924 wurde für NIVEA ein völlig neuer Werbestil entwickelt. Im Europa der zwanziger Jahre waren die Menschen lebenshungrig. Man wollte das Leben extrem spüren und genießen. Die Marke NIVEA, die schon zuvor aktive Menschen ansprach, wurde sowohl in Bezug auf die Verpackung als auch auf die Werbung vollkommen umgestaltet. Blau und weiß wurden zu den Farben, die die Marke repräsentieren. Anstatt elegante Damen und deren häusliche Boudoirs zu zeigen, wurden fitte Frauen draußen in der Sonne zum Hauptthema. Die verspielte Jugendstilromantik der Verpackung wurde durch eine wesentlich prägnantere Optik abgelöst: Die blaue Dose mit dem weißem NIVEA-Schriftzug feierte 1925 ihre Premiere. Im Laufe der Zeit veränderte sich die NIVEA-Creme-Dose nur minimal und wurde so zu einem zeitlosen Design-Klassiker.

