

Pressemitteilung

NIVEA startet Mission zur Bekämpfung von sozialer Isolation und veröffentlicht weltweite Forschungsergebnisse

- Eine neue Studie von NIVEA zeigt, dass soziale Isolation ein globales Problem ist: Jede vierte befragte Person fühlte sich in den letzten zwölf Monaten immer oder oft isoliert.
- 40 % der Befragten schämen sich für ihre soziale Isolation; mehr als die Hälfte (58 %) fühlt sich hilflos bei der Suche nach Unterstützung.
- Mit der neuen sozialen Mission NIVEA CONNECT will die Hautpflegemarke soziale Isolation als eine der drängendsten Herausforderungen für die körperliche und geistige Gesundheit in der heutigen Welt bekämpfen.

Hamburg, 25. September 2024 – Heute startet Beiersdorfs Marken-Ikone NIVEA die globale Mission NIVEA CONNECT, um soziale Isolation zu bekämpfen und Menschen zu verbinden. Denn neue globale Forschungsergebnisse von NIVEA zeigen: Soziale Isolation ist in der modernen Welt eine der größten Bedrohungen für die physische und mentale Gesundheit von Menschen.

Die Studie mit 8.000 Teilnehmern aus acht Ländern beleuchtet das Ausmaß des Problems, untersucht dessen Ursachen und zeigt die Auswirkungen, wenn es nicht angegangen wird. 86 % der Studienteilnehmer*innen sind der Meinung, dass Isolation und Einsamkeit immer mehr zum Problem werden. Jede vierte befragte Person (25 %) fühlte sich in den letzten zwölf Monaten immer oder oft isoliert, jede fünfte (20 %) hat keine engen Freund*innen.

Die Auswirkungen anhaltender Isolation können verheerend sein. Einsamkeit und soziale Isolation werden mit einem um 29 % erhöhten Risiko für Herzkrankheiten in Verbindung gebracht, das Risiko für Schlaganfälle ist um 32 % erhöht. Dies ist zum Teil auf einen erhöhten Spiegel von Cortisol und anderen Stresshormonen zurückzuführen, die langfristig unsere Gesundheit schädigen können¹.

Knapp die Hälfte der Studienteilnehmer*innen (48 %), die sich von sozialer Isolation betroffen fühlten, erlebten eine Verschlechterung ihrer körperlichen Gesundheit. 53 % berichteten von einer Verschlechterung ihrer mentalen Gesundheit, was zu einem erhöhten Risiko für Depressionen und Angstzustände führte. 58 % gaben an, sich hilflos zu fühlen. 56 % erklärten, sich aus sozialen Aktivitäten zurückzuziehen, und 46 % vernachlässigten wichtige Aufgaben.

Grita Loeb sack, Global President von NIVEA, mahnt: „Genau in diesem Moment fühlt sich jemand, den wir kennen, einsam. Wenn wir wirklich begreifen, wie tief die Auswirkungen von sozialer Isolation und

¹ <https://www.uhhospitals.org/blog/articles/2023/11/how-the-loneliness-epidemic-affects-physical-and-mental-health>

Kontakt

Corporate Communications
Anke Schmidt
Tel.: +49 40 4909- 2001
E-Mail: cc@beiersdorf.com

Einsamkeit reichen, zwingt uns das zum Handeln – nicht nur aus Mitgefühl, sondern auch aus dem Verständnis heraus, dass unser Wohlbefinden eng an den Kontakt mit anderen Menschen geknüpft ist. Indem wir wertvolle Beziehungen und Inklusion fördern, können wir eine Welle positiver Veränderungen auslösen und dafür sorgen, dass niemand unter Einsamkeit leiden muss.“

Grita Loeb sack betont weiter: „NIVEA CONNECT will zwischenmenschliche Beziehungen stärken, die Menschen darüber aufklären, wie sie aktiv werden können, und ein Umfeld schaffen, in dem Menschen ohne Angst um Unterstützung bitten können. Um der zunehmenden sozialen Isolation entgegenzuwirken, bedarf es der konzertierten Anstrengung vieler Menschen rund um den Globus: Es geht darum, das Tabu zu brechen und offene Gespräche über Einsamkeit zu ermöglichen. Gemeinsam können wir gegen die Stigmatisierung angehen, ein größeres Bewusstsein schaffen und wirksame Lösungen zur Bekämpfung der sozialen Isolation umsetzen.“

Die globale soziale Mission NIVEA CONNECT

Mit NIVEA CONNECT will NIVEA soziale Isolation bekämpfen. Ziel der Initiative ist es, Gruppen, Organisationen und Einzelpersonen weltweit aufzuklären und zu unterstützen, das Stigma rund um soziale Isolation abzubauen und menschliche Kontakte zu fördern.

Drei wesentliche Schritte hat NIVEA dafür definiert: Erstens wird NIVEA bis 2026 lokale NIVEA CONNECT Projekte mit Partnern in 40 Ländern umsetzen. Zweitens will die Marke ihren Einfluss und ihre globale Präsenz nutzen, um sich mit gesellschaftlichen Gruppen über das Thema auszutauschen und zu vernetzen. Und schließlich will NIVEA auf globaler Ebene mit Wissenschaftler*innen, Expert*innen und Organisationen zusammenarbeiten und deren Kampf gegen soziale Isolation unterstützen.

Durch die Bekämpfung sozialer Isolation und die Förderung sozialer Bindungen will NIVEA Brücken der Zugehörigkeit und des Vertrauens bauen. Damit schließt sich die Marke dem Engagement ihres Mutterkonzerns Beiersdorf für eine inklusivere Gesellschaft an, das in der Nachhaltigkeitsagenda CARE BEYOND SKIN verankert ist.

Die Studie im Detail: Soziale Isolation fördert Klima des Misstrauens

Die Weltgesundheitsorganisation WHO definiert soziale Isolation als Zustand, in dem eine Person nicht ausreichend soziale Kontakte hat. Einsamkeit ist laut WHO der Schmerz, sich mit niemandem verbunden zu fühlen.

Quelle: [WHO launches commission to foster social connection](#)

Die Forschung zeigt außerdem: Das Gefühl der Einsamkeit ist bei jungen Menschen zwischen 16 und 24 Jahren (38 %), bei hybrid Arbeitenden (52 %) und bei intensiven Social-Media-Nutzer*innen (34 %) am stärksten.

Betrachtet man die Gründe für das wachsende Gefühl der Isolation, geben 40 % der Befragten soziale Ängste als Schlüsselfaktor an; 30 % machen große Entfernungen zu Freund*innen und Familie verantwortlich. 27 % erleben finanzielle Engpässe als wichtiges Hindernis für Zugehörigkeit, gefolgt von Diskriminierung, Ausgrenzung und Mobbing (22 %) sowie Alter (17 %).

Kontakt

Corporate Communications
Anke Schmidt
Tel.: +49 40 4909- 2001
E-Mail: cc@beiersdorf.com

Die Ergebnisse zeigen auch, dass soziale Isolation ein Klima des Misstrauens fördert. 81 % der Befragten glauben, dass heute jede*r nur auf sich selbst schaut. Die Hälfte der Teilnehmenden fühlt sich von niemandem wirklich verstanden, und 58 % geben an, sich auch in Gesellschaft anderer Menschen einsam zu fühlen.

Das Stigma der sozialen Isolation und Einsamkeit ist nach wie vor ein großes Hindernis für die Inanspruchnahme von Hilfe und Unterstützung. 40 % gaben an, sich für ihre soziale Isolation zu schämen; mehr als die Hälfte (58 %) fühlt sich hilflos – ein Umstand, der das ohnehin schon kritische Problem weiter verschärft. Obwohl die Mehrheit der Befragten (67 %) weiß, wo sie Unterstützung bekommen können, wenn sie sich einsam fühlen, finden weit weniger (46 %) es einfach, um diese Hilfe zu bitten. Mit der Bitte um Unterstützung tun sich die Altersgruppen 16-24 und 55-74 Jahren am schwersten – also genau die Gruppen, die am anfälligsten für Isolation sind.

Die Rolle der Gemeinschaft bei der Bekämpfung sozialer Isolation

Was Menschen hilft, sich weniger einsam bzw. isoliert zu fühlen:

- Treffen/Gespräche mit engen Freunden oder der Familie: 48 %
- Selbstfürsorge: 42 %
- Ausübung von Hobbys/Liebblingsaktivitäten: 39 %
- Einen Film/eine Serie schauen oder ein Buch lesen: 38 %
- Körperlicher Kontakt: 29 %

Erfreulich ist, dass fast alle (90 %), die jemanden kennen, der isoliert ist, versucht haben zu helfen, und dass diejenigen, die nicht helfen konnten, entweder nicht wussten, wie, oder sich nicht schämen oder beschämen wollten. Auf die Frage, wer Menschen helfen sollte, die sich sozial isoliert oder einsam fühlen, sehen die meisten die Familie und Freunde in der Verantwortung (75 %), gefolgt von sozialen Einrichtungen (36 %) und den Betroffenen selbst (34 %).

Auf der Webseite <https://nivea.com/nivea-connect> finden Sie weitere Informationen über NIVEA CONNECT, die Projekte im Rahmen der Initiative sowie über Partner*innen und den Kampf gegen soziale Isolation – ebenso wie Informationen über Möglichkeiten, sich zu engagieren.

Über NIVEA CONNECT

NIVEA CONNECT ist eine soziale Mission, die NIVEA im September 2024 ins Leben gerufen hat. Die Marke setzt sich dafür ein, soziale Isolation zu bekämpfen und Menschen zu verbinden. NIVEA reagiert damit auf die globale Ausbreitung von sozialer Isolation und Einsamkeit, die die Gesundheit und das Wohlbefinden von Menschen aller Altersgruppen, sozioökonomischer Hintergründe und Kulturen beeinträchtigt. NIVEA ist überzeugt: Gemeinsam können wir viel dafür tun, dass sich weniger Menschen isoliert oder ausgegrenzt fühlen – indem wir für echte menschliche Verbindungen sorgen, alle Menschen einbeziehen, psychische Gesundheit fördern und Individuen stärken.

Kontakt

Corporate Communications
Anke Schmidt
Tel.: +49 40 4909- 2001
E-Mail: cc@beiersdorf.com

Forschungsmethodik

Im Auftrag von NIVEA hat das globale Markt- und Meinungsforschungsunternehmen Ipsos computerunterstützte Online-Interviews (CAWIs) mit 8.000 Personen in acht Ländern durchgeführt (1.000 Interviews pro Land): Brasilien, China, Frankreich, Deutschland, Philippinen, Südafrika, Großbritannien und USA. Die Befragten waren zwischen 16 und 74 Jahre alt und hatten Zugang zum Internet. Die Studie wurde vom 3. bis 16. Januar 2024 durchgeführt. Die quantitative Forschung wurde durch eine qualitative Studie mit Teilnehmenden in fünf Ländern (Brasilien, Kanada, Südafrika, Großbritannien und USA) ergänzt, für die das Forschungsteam Online-Tagebucheinträge, Einzelinterviews und Mini-Gruppendiskussionen auswertete. Die qualitative Forschung wurde zwischen dem 2. Februar und dem 6. März 2024 durchgeführt.

Über die Beiersdorf AG

Beiersdorf steht seit 140 Jahren für innovative Hautpflege und wegweisende Hautforschung. Das Unternehmen mit Sitz in Hamburg beschäftigt weltweit über 22.000 Mitarbeitende. Im Geschäftsjahr 2023 generierte Beiersdorf einen Umsatz von 9,5 Mrd. € und ein operatives Ergebnis (EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte) von 1,2 Mrd. €. Führende internationale Marken wie NIVEA – die weltweite Nummer 1 in der Hautpflege* –, Eucerin, La Prairie und Hansaplast werden von Millionen Menschen rund um den Globus jeden Tag geschätzt. Renommierte Marken wie Aquaphor, Coppertone und Chantecaille ergänzen das umfassende Portfolio im Unternehmensbereich Consumer. Über die hundertprozentige Tochtergesellschaft tesa SE ist Beiersdorf als einer der weltweit führenden Hersteller technischer Klebebänder und selbstklebender Systemlösungen für Industrie, Gewerbe und Endverbraucher*innen aktiv. Geleitet vom Purpose „Care Beyond Skin“ verfolgt Beiersdorf eine ambitionierte Nachhaltigkeitsagenda mit dem Ziel, ab 2045 klimaneutral zu sein.

Weitere Informationen finden Sie unter www.beiersdorf.de.

**Quelle: Euromonitor International Limited; NIVEA als Dachmarke in den Kategorien Gesichts-, Körper- und Handpflege; Handelsumsatz 2023.*



[LinkedIn](#)

[Instagram](#)

[YouTube](#)

Kontakt

Corporate Communications
Anke Schmidt
Tel.: +49 40 4909- 2001
E-Mail: cc@beiersdorf.com