

## 360-Grad-Kampagne von Eucerin Schweiz und Merkle: Wenn Hautpflege Leben verändert

**Genf, 15. Februar 2022 – Die neue Kampagne von Eucerin Schweiz und [Merkle – a dentsu company](#), eine datengetriebene Fullservice-Agentur für Customer Experience Management (CXM), zeigt in emotionalen Videos die Geschichten ihrer Protagonisten und wie die passende Hautpflege Leben verändern kann.**

Pickel, Unreinheiten, Mittesser – rund zwei Drittel aller Menschen leiden auch nach der Pubertät in ihren 20igern mindestens an leichter Akne. Eucerin hat mit der DermoPure-Linie daher ein Pflegekonzept entwickelt, das für eine reine Haut sorgt und Leben von Menschen mit unreiner Haut nachhaltig verändert.

Im Mittelpunkt der digitalen Kampagne von Eucerin Schweiz und Merkle stehen die drei Ambassadors Patricia, Joya und Kevin. Sie alle haben ihre eigenen Erfahrungen mit unreiner Haut gemacht – sei es die Unsicherheit im Job, das Verstecken hinter Make-up oder das Meiden von sozialen Kontakten. Dank regelmässiger Anwendung von DermoPure konnten sie ihr Hautbild verbessern und dadurch neues Selbstvertrauen gewinnen – ihr Leben hat sich wahrhaftig verändert. Und genau diese emotionalen Geschichten sind das Herzstück der Kampagne:

- [Patricia](#)
- [Kevin](#)
- [Joya](#)

Ausgespielt wurden die Videos auf der gesamten Klaviatur der digitalen Möglichkeiten: von Youtube über Facebook bis hin zu Instagram. Begleitend dazu schalteten die Marketing-Spezialist\*innen Kurzversionen der Videos und statische Varianten. Um auch die jüngere Zielgruppe abzuholen, kamen zudem eigens produzierte TikTok-Videos zum Zuge.

**Michèle Stöcklin-Ferrier, Marketing Managerin bei Eucerin Schweiz, sagt:** *"Unsere DermoPure-Kampagne ist echt – es sprechen authentische junge Menschen aus der Schweiz. Wir freuen uns, gemeinsam mit Merkle ihre emotionalen Geschichten erzählen und teilen zu können, um anderen Menschen Mut und Hoffnung zu machen. Mit unseren Produkten verbessern wir nicht nur das Hautbild, sondern verändern Leben von Menschen mit unreiner Haut zum Besseren – so auch die zentrale Botschaft unserer Kampagne."*

Die Kampagne ging am 1. Februar live und ist insgesamt vier Wochen auf allen digitalen Kanälen zu sehen. Begleitet wird sie von einer Aktion in teilnehmenden Apotheken und Drogerien: Den gesamten Februar erhalten Kund\*innen DermoPure-Produkte 10 Prozent günstiger. Zudem rücken auffällige Ausstellungen die Produkte in den Mittelpunkt und in Arztpraxen sowie am Point of Sale werden Muster abgegeben. Abgerundet wird die 360-Grad-Digital Kampagne mit einer Schulungsoffensive für das Apotheken- und Drogeriepersonal inklusive Schulungsvideos sowie Newsletter-Marketing.

-ENDS-

Verantwortlich bei Eucerin: Michèle Stöcklin (Marketing Mangerin), Laura Ille (Brand Mangerin);  
Verantwortlich bei Merkle: Fabienne Schmid (Beratung), Antonio Häfeli (Storyboards), Philip Gyga  
(Design) und Sharon Gertsch (Design);  
Video- und Fotoproduktion: Filmldodge;  
Media: Carat.



*BU: Patricia, Joya und Kevin sind die echten Gesichter der DermoPure-Kampagne und erzählen ihre ganz persönliche Geschichte (Bild: Eucerin)*

**Pressekontakt:**

Sabrina Schöttler  
Senior Corporate Communication Manager  
[sabrina.schoettler@emea.merkleinc.com](mailto:sabrina.schoettler@emea.merkleinc.com)  
Office: +49 89 649 13 680

## Über Merkle

Merkle ist eine führende, datengetriebene Digitalagentur für Customer Experience Management (CXM) und darauf spezialisiert, einzigartige personalisierte und kanalübergreifende Kundenerlebnisse zu entwickeln. Mit langjähriger Erfahrung in Datennutzung, Technologie und Analytics ermittelt Merkle die Bedürfnisse der Kund\*innen und erstellt darauf basierend hyperpersonalisierte Marketingstrategien und -Kampagnen.

Mehr als 12.000 Mitarbeiter\*innen weltweit – davon 1.200 in der DACH-Region – optimieren Marketing-Erfolge und erzielen Wettbewerbsvorteile für die Top-500-Unternehmen in der gesamten Region sowie in Osteuropa. Unsere Digital-Enthusiasten vereinen Expertise in den Bereichen Digital Transformation Strategy, MarTech-Plattformen, Kreation, User Experience (UX), Customer Relationship Management (CRM), Data, Commerce, Mobile und Content Management Systemen (CMS). Gemeinsam inspirieren wir die digitale Transformation. We dream, we do, we deliver.

Durch die Zusammenführung von Namics und Isobar Schweiz und Österreich entsteht im DACH-Raum ein führender Akteur im Bereich Customer Experience Management, datengetriebener Kreativität und Marketing-Technologie. Merkle verfügt über Niederlassungen in der Schweiz, Deutschland und Österreich sowie über Standorte in Tschechien, Serbien und Portugal. Im Jahr 2016 schloss sich Merkle dem dentsu-Netzwerk an und ist seither die größte Marke innerhalb der Gruppe. Für weitere Informationen besuchen Sie uns auf <https://merkleinc.de/> und folgen Sie uns auf [LinkedIn](#).

## Über dentsu

Dentsu international ist Teil von dentsu und besteht aus 6 führenden Marken weltweit - Carat, dentsu X, iProspect, Isobar, dentsumcgarrybowen, Merkle und seinen weiteren spezialisierten Agenturmarken. Dentsu international unterstützt seine Kunden, die Beziehungen zu ihren Konsumenten auszubauen und einen nachhaltigen Fortschritt für ihr Unternehmen zu erzielen. Mit exzellenten Dienstleistungen und Lösungen in den Bereichen Media, CXM und Creative ist dentsu international in über 145 Märkten weltweit mit mehr als 45.000 engagierten Spezialisten tätig. In der DACH Region bietet dentsu mit seinen Agenturen die komplette Wertschöpfungskette der Marketing-Services an und ist an 18 Standorten mit einem Team von über 3.000 Mitarbeitern präsent. <http://www.dentsu.com>