


Von ELTERN empfohlen für besseren Schlaf

Best Case Pampers



Pampers®



Pampers. ☆☆
von Eltern
empfohlen



One Pager

Von ELTERN empfohlen für besseren Schlaf

Challenge

Die Kampagne sollte darauf abzielen, das Thema Babyschlaf ganzheitlich zu betrachten und aufzuzeigen, dass durch einen guten und trockenen Schlaf des Kindes auch Eltern entspannter schlafen können.

Solution

Die crossmediale Kampagne vereint die Expertise der Marken ELTERN und Pampers mit den authentischen Einblicken der Mütter Vivi Windel (ELTERN) und Maria Wedig (GZSZ).

Success

Durch die Bestandteile entsteht ein gelungener Spagat zwischen Edukation und Emotion.





01

Challenge

Babyschlaf ganzheitlich wahrnehmen

02

Solution

Expertise trifft Authentizität

03

Success

Quick Wins der Kampagne

/ Agenda



01

Challenge

Babyschlaf ganzheitlich wahrnehmen

02

Solution

Expertise trifft Authentizität

03

Success

Quick Wins der Kampagne

/ **Agenda**

01

Challenge



Bis zu **100%**
Auslaufschutz
die ganze Nacht

Expertise

- Pampers als Enabler für ruhigen Schlaf für Kind UND Eltern bekannt machen sowie Förderung einer emotionalen Bindung zur Marke

Partnerschaft

- Starke Markenverbindung mit ELTERN aufbauen

Faces

- Authentische Einblicke und Erfahrungen von "echten" Mamas zeigen

Crossmedia

- Eine verzahnte Kampagne, die die Zielgruppe direkt erreicht

Challenge





01

Challenge

Babyschlaf ganzheitlich wahrnehmen

02

Solution

Expertise trifft Authentizität

03

Success

Quick Wins der Kampagne

/ Agenda

02

Solution



Solution: Expertise trifft Authentizität



Glaubwürdige Medienmarke & authentische Expertise

ELTERN ist die Medienmarke, den Eltern vertrauen. Sie steht für authentische, relevante Inhalte und Expertise in Sachen Schwangerschaft, Kinderwunsch, Erziehung und Familienleben. Eine crossmediale Ratgebermarke mit Herz. **Vivian Windel** die authentische Stimme der Elterncommunity. Nahbar und glaubwürdig bringt sie echtes „Voice of Parent“-Feeling in die Kampagne.



RTL Sendergesicht und Influencerin

Maria Wedig ist Schauspielerin und zweifache Mutter (2 und 15), die auf Instagram mit viel Herz und Humor echte Einblicke in ihr Familienleben gibt. Der Austausch zwischen Vivian & Maria: Ein authentisches Gespräch zweier Mütter!



Marke und Qualitäts-Produkt

Die Marke **Pampers** gibt Eltern Vertrauen und Orientierung im oft unsicheren Alltag, indem sie emotionale Nähe mit wissenschaftlich fundierter Produktentwicklung verbindet. Mit ihrer langjährigen vermittelt Pampers zugleich tiefe Expertise und echtes Verständnis für die Bedürfnisse von Babys und auch Eltern.



Von ELTERN empfohlen für besseren Schlaf

Werbemittel und Touchpoints im Überblick



ANZEIGE

Wenn Babys nachts wach werden – und Eltern auch

Nichte mit Baby sind intensiv. Viele Eltern schlafen wenig, weil ihr Schlaf unruhig wird. Ein Grund dafür, den 20 % mütterlich-erziehende Mütter* doch tun, um Baby länger trocken zu halten und für erfolgreichere Nächte für alle zu sorgen?

37 % aller Eltern geben an, dass die erste Zeit mit ihrem Baby die herausforderndste Phase ihres Lebens war.*

Wann die richtigen Winkeln eingeschuldet ist? Jetzt die Antwort ab Seite 48 lesen!

ANZEIGE

53 % der deutschen Eltern denken, dass sie zu wenig Schlaf bekommen*

Pampers Baby-Dry & Night Pants

- bis zu 100% Wasserdicht
- Einfach an- und ausziehen
- High Pants: ausgiebige Pads von Pampers

Mehr Informationen unter: pampers.de



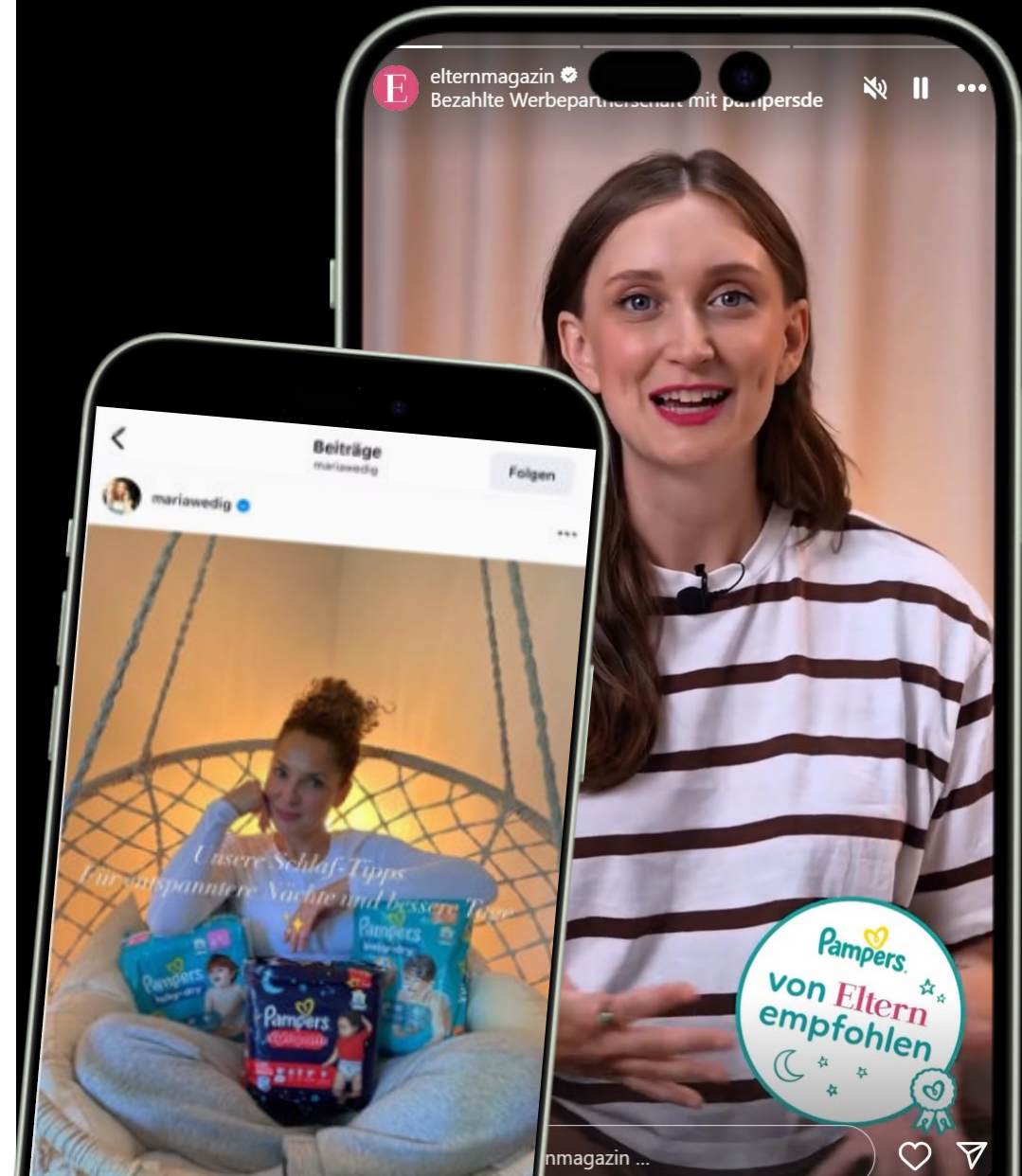
Social Media

Persönliche und authentische Ansprache

Die Kombination aus **Social Storytelling** durch ELTERN und Kampagnengesicht Vivi Windel sowie durch das **Sendergesicht und Influencerin Maria Wedig** (GZSZ) hat eine überdurchschnittliche Sichtbarkeit in der Zielgruppe geschaffen.

Die Inhalte haben gezeigt, wie relevant und aufmerksamkeitsstark Inhalte rund um Babyschlaf, Routinen und zuverlässigen Schutz für die Nacht auf Plattformen wie Instagram sein können.

Maria trat authentisch und nahbar auf und konnte ihre persönlichen Erfahrungen als Mutter stimmig mit der Markenwelt von Pampers verbinden. Ein Ansatz, der bei der Zielgruppe spürbar resonierte.



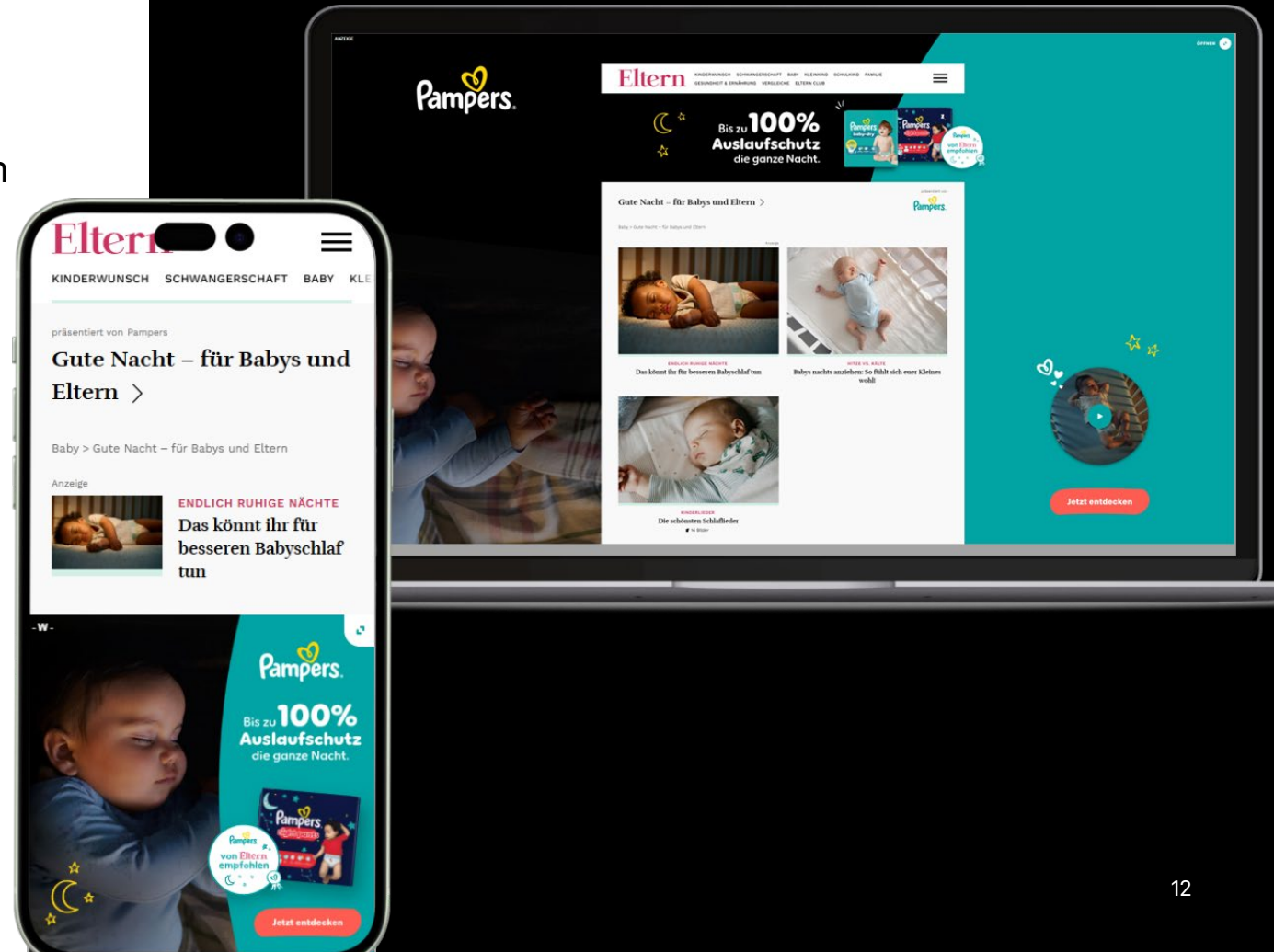


Digital

Das „Home of Sleep“ als zentrale Anlaufstelle für Eltern

Gemeinsam mit ELTERN.de schaffen wir einen umfassenden **Content-Hub**, in dem wir das Thema Schlaf umfassend beleuchten, ohne dabei die Eltern und deren Bedürfnisse aus den Augen zu verlieren. Der **Mix aus redaktionellen und Kundeninhalten** sorgt für eine Umfassende Aufklärung zum Thema Schlaf.

Ein ergänzendes **A Ad Takeover in Run of Family** Rotation unterstützt durch zusätzliches Branding und maximale Aufmerksamkeit.



Print

Der Spagat zwischen Edukation und Emotion

Native Advertorials in ELTERN Apotheken Umschau und ELTERN Erste Jahre erreichen die Zielgruppe dann, wenn sie dem Advertorial 100% ihrer Aufmerksamkeit schenken.

Wir nutzen hier die Gelegenheit im Rahmen unserer Kampagne über den Auslaufschutz, den daraus resultierenden besseren Schlaf und das gewonnene Wohlbefinden innerhalb der Familie zu berichten.

In ELTERN die ersten Jahre platzieren wir im ersten und zweiten Heftdrittel drei Eckfeldanzeigen, die Fakten aus Pampers Schlafstudie aufgreifen, um aufzuzeigen wie die Schlafsituation von Eltern und innerhalb von Familien aussieht.

Schlafen wie ein Baby: Wunsch oder Wirklichkeit?
Die Redewendung klingt nach Ruhe und Idylle, fast zu schön, um wahr zu sein – und genau das ist sie für viele Eltern auch. 37 % empfinden die erste Zeit als herausfordernd, mehr als die Hälfte schlafen dauerhaft zu wenig.* Das können wir jetzt tun!

Natürlich gibt es Gründe, die sich nicht vermeiden lassen – Hunger, Nähebedürfnis oder kleine Entwicklungsprünge gehören einfach dazu. Doch jeder fünfte Elternteil nennt auslaufende Windeln als eine Ursache für unruhige Nächte. Genau hier setzen die Pampers Baby-Dry hier: Sie bieten bis zu 100 % Auslaufschutz und Komfort – die ganze Nacht. Das innovative Stop & Schutz Taschen verhindert, dass Flüssigkeit am Rücken austritt. Gleichzeitig sorgt das besonders weiche Comfort Touch

Wenn Babys nachts wach werden – und Eltern auch
Nächte mit Baby sind intensiv: Viele Eltern schlafen wenig, weil ihr Schatz unruhig wird. Ein Grund dafür, den 20 % nennen – auslaufende Windeln.* Doch was tun, um Babys länger trocken zu halten und für erholeramere Nächte für alle zu sorgen?

53% der deutschen Eltern denken, dass sie zu wenig Schlaf bekommen*

37% aller Eltern in Deutschland geben an, dass die erste Zeit mit ihrem Baby die herausforderndste Phase ihres Lebens war.*

53% der Eltern berichten, dass sie zu wenig Schlaf bekommen, und gehen davon aus, den Schlaf ihres Babys nicht kontrollieren zu können.*

20% der Eltern nennen auslaufende Windeln als einen Grund dafür, warum ihr Baby nachts aufwacht und sie selbst dadurch zu wenig Schlaf bekommen.*

Warum die richtige Windel entscheidend ist? Jetzt die Antwort ab Seite 48 lesen!

Warum die richtige Windel entscheidend ist? Jetzt die Antwort ab Seite 48 lesen!

Warum die richtige Windel entscheidend ist? Jetzt die Antwort ab Seite 48 lesen!

Warum die richtige Windel entscheidend ist? Jetzt die Antwort ab Seite 48 lesen!



Timeline



Social & Digital

Content Special auf ELTERN.de & Digital Ad Special (06.10. - 28.12.)

Digital Ad Special RoC (06.10. - 28.12.)

Forum-Sponsoring auf URBIA.de (03.11. - 30.11.)

Social Media | Sleepy Monday auf ELTERN & Content durch Content Creators (06.10. - 22.12.)



Print

ELTERN | Apotheken Umschau #11

ELTERN Die ersten Jahre #02



01

Challenge

Babyschlaf ganzheitlich wahrnehmen

02

Solution

Expertise trifft Authentizität

03

Success

Quick Wins der Kampagne

/ Agenda

03

Success

Success

- 1** Kollaborationen mit Content Creatoren und starken Redaktionen - wie Marie Wedig, Vivi Windel und ELTERN - zeigen Wirkung, sind authentisch, nahbar und glaubwürdig und werden in der Zielgruppe auch als solches empfunden.
- 2** Auf ratgeberorientierten Sites wie ELTERN.de funktionieren entsprechende praktische Inhalte sehr gut und werden als Mehrwert empfunden.
- 3** Pampers wird als kompetenter Partner rund um Babyschlaf wahrgenommen.
- 4** Das kanalübergreifende Co-Branding schafft einen hohen Wiedererkennungswert der Kampagne und eine starke Verbindung der Marken.





Ansprechpartnerinnen



Christina Langwagen

Conception Managerin

Christina.Langwagen@ad-alliance.de



Viktoria Richter

Conception Managerin

Viktoria.Richter@ad-alliance.de



Wichtige Hinweise

Die vorgestellten Ideenansätze sind nicht im Detail abgestimmt und verstehen sich vorbehaltlich aller Zustimmungen der jeweiligen Sender, Titel bzw. Plattformbetreiber der einzelnen Vermarkter.

Nutzungsrechte

Das in dieser Präsentation gezeigte Material und sein gesamter Inhalt sind gemäß den geltenden Urheberrechtsgesetzen geistiges Eigentum des Vermarkters Ad Alliance GmbH.

Jede teilweise oder vollständige Nutzung, Nachahmung oder Weitergabe von geschützten Inhalten bedarf der vorherigen schriftlichen Genehmigung des Rechteinhabers.

Sofern Teile des durch Ad Alliance geschuldeten Leistungsumfanges auch die technische Veranstaltung eines Gewinnspiels oder die Durchführung eines Events ist, ist der Vertragspartner dazu berechtigt, diesen Teil der Leistung unter Beachtung der Vertragsbedingungen Gewinnspiele der Ad Alliance GmbH (abrufbar unter www.ad-alliance.de/agb) an Dritte weiterzuverkaufen.

Es gelten die Vertragsbedingungen Gewinnspiele und die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH (abrufbar unter www.ad-alliance.de/agb).

Der Vermarkter Ad Alliance GmbH behält sich vor, die Verletzung von Urheberrechten zivil- und strafrechtlich zu verfolgen.

© Ad Alliance GmbH | 2025



AdAlliance

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH,
abrufbar unter www.ad-alliance.de/agb.

Für den Vermarkter Media Impact GmbH & Co. KG handelt die Ad Alliance GmbH als Dienstleister:
Für Media Impact agiert die Ad Alliance GmbH im Namen und für Rechnung der Media Impact GmbH &
Co. KG.

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen von der Media Impact GmbH & Co. KG, abrufbar
unter: www.mediaimpact.de/de/agb, es sei denn es ist anders gekennzeichnet.