

Presseinformation

16. Mai 2022

DKMS LIFE Ladies' Lunch

Düsseldorf – Auch in diesem Jahr luden die gemeinnützige Organisation DKMS LIFE und Hauptsponsor Schwarzkopf am 16. Mai zum jährlichen Charity Ladies' Lunch ins K21 Ständehaus nach Düsseldorf ein. Rund 80 engagierte Frauen kamen zusammen, um weitere UnterstützerInnen und Spenden für die DKMS LIFE Patientenprogramme zu gewinnen und Frauen mit Krebserkrankung zu unterstützen.

In diesem Jahr unterstützt die Schwarzkopf-Marke **Taft** Frauen, die sich nicht nur alltäglichen und gesellschaftlichen Herausforderungen stellen müssen. Denn schon seit den 80ern ist Taft Wegbereiter für emanzipierte und empowerte Frauen und setzt dieses Engagement fortlaufend fort: Nach einer Studie im letzten Jahr zum Wohlbefinden von Frauen in Deutschland, ist Taft in diesem Jahr offizieller Beauty-Partner von Frauen100 und setzt sich in diesem Rahmen erneut für Female Empowerment, Chancengleichheit und Frauensolidarität ein. Die Zusammenarbeit mit der DKMS LIFE ist für Schwarzkopf und Taft eine großartige Möglichkeit, Frauen auch in schwierigen Zeiten unterstützen zu können und ihren Bedürfnissen die Aufmerksamkeit zu geben, die sie verdienen.



V.l.n.r.: Riccardo Simonetti und Marina Ruperti, Anna und Riccardo Simonetti und Victoria Swarovski

Als Ehrengäste waren unter anderem **got2b Ambassador Riccardo Simonetti**, **Moderatorin Victoria Swarovski** und **Viktoria von Wulffen, Vorsitzende des DKMS LIFE Beirats**, vor Ort. Für den langjährigen DKMS LIFE-Botschafter und got2b Ambassador Riccardo Simonetti, der in Begleitung seiner Mutter Anna kam, war es ein ganz besonderer Lunch, der nach so langer Zeit erstmals wieder vor Ort in Düsseldorf stattfinden konnte: „Sich stark und empowered zu fühlen ist für jeden Menschen herausfordernd – besonders mit einer Krebserkrankung. Wir alle kennen Momente, in denen wir Unterstützung von unseren Mitmenschen benötigen. Für mich ist einer dieser Menschen meine Mutter und ich habe das große Glück heute gemeinsam mit ihr hier zu sein. Das großartige Engagement für Krebspatientinnen macht DKMS LIFE sinnbildlich zu diesem Menschen. Deshalb ist es mir ein wichtiges Anliegen, ihre Arbeit zu unterstützen.“

Eine Herzensangelegenheit ist die Mission der DKMS LIFE auch für Victoria Swarovski. Als starke Frau im Business weiß die Moderatorin, wie wichtig es ist, sich empowered zu fühlen und war von der Zusammenarbeit beeindruckt: „Ich hatte die Gelegenheit, das großartige Engagement für Krebspatientinnen in einem look good feel better Online-Kosmetikseminar kennenlernen zu dürfen und war gleichzeitig berührt und beeindruckt. Es war ergreifend, mitzuerleben, wie sich die Frauen gegenseitig stärken. Allein dafür ist es toll, dass es die DKMS LIFE gibt.“



V.l.n.r.: Elna-Margret Prinzessin zu Bentheim und Steinfurt und Aleksandra Bechtel, Riccardo Simonetti, Victoria von Wulffen und Victoria Swarovski, Domitila Barros, Mareike Spaleck, Ruth Neri, Nicole Staudinger und Dr. Elke Neujahr.

Unter den Gästen waren u. a. Miss Germany Domitila Barros, Aleksandra Bechtel, Gräfin Katrin von Hallwyl, Mareike Spaleck, Sigrid Spiegelburg-Hölker und Nicole Staudinger. Vieles hat sich in Zeiten von Corona verändert – Krebs nicht. Nach wie vor erkranken jährlich rund 230.000 Mädchen und Frauen an der lebensbedrohenden Krankheit. Daher brauchen Betroffene aktuell mehr denn je Unterstützung und Solidarität, um ihr Wohlbefinden und Selbstwertgefühl zu stärken und sie in ihrem Heilungsprozess zu unterstützen. Vor diesem Hintergrund hat DKMS LIFE Mitte 2020 die look good feel better Online-Kosmetikseminare für Krebspatientinnen ins Leben gerufen. Diese bieten den krebserkrankten Frauen trotz der Isolation zuhause eine willkommene Abwechslung vom Therapie-Alltag und stärken sie so im Kampf gegen den Krebs.

Für die Finanzierung und den Ausbau der Patientenprogramme ist DKMS LIFE dringend auf Spenden angewiesen. Der Spendenerlös im Rahmen des Charity Ladies' Lunches beträgt rund 23.000 €.

Über Henkel

Henkel verfügt weltweit über ein ausgewogenes und diversifiziertes Portfolio. Mit starken Marken, Innovationen und Technologien hält das Unternehmen mit seinen drei Unternehmensbereichen führende Marktpositionen – sowohl im Industrie- als auch im Konsumentengeschäft: So ist Henkel Adhesive Technologies globaler Marktführer im Klebstoffbereich. Auch mit den Unternehmensbereichen Laundry & Home Care und Beauty Care ist das Unternehmen in vielen Märkten und Kategorien führend. Henkel wurde 1876 gegründet und blickt auf eine über 140-jährige Erfolgsgeschichte zurück. Im Geschäftsjahr 2021 erzielte Henkel einen Umsatz von mehr als 20 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 2,7 Mrd. Euro. Henkel beschäftigt weltweit mehr als 52.000 Mitarbeiter:innen, die ein vielfältiges Team bilden – verbunden durch eine starke Unternehmenskultur, einen gemeinsamen Unternehmenszweck und gemeinsame Werte. Die führende Rolle von Henkel im Bereich Nachhaltigkeit wird durch viele internationale Indizes und Rankings bestätigt. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert. Weitere Informationen finden Sie unter www.henkel.de.

Fotomaterial finden Sie im Internet unter www.henkel.de/presse

Kontakt

Pressebüro bei Henkel Beauty Care

Henkel Beauty Care Markenkommunikation
Nicola Surholt
Telefon: +49 211 797 1637
E-Mail: nicola.surholt@henkel.com

PR-Agentur

BCW GmbH
Telefon: +49 178 9355366
E-Mail: henkelbeautycare@bcw-global.com

Folgen Sie uns auch auf Twitter: [@HenkelPresse](https://twitter.com/HenkelPresse)

Henkel AG & Co. KGaA