

## Presseinformation

Februar 2026

Neu im Sortiment: Brillance 2-in-1 Aufhellung und Farbe

### Intensive Farbe ohne Kompromisse: der Schwarzkopf Brillance Relaunch

Ab Februar 2026 erfährt die Marke Schwarzkopf Brillance eine umfassende Neuausrichtung, die professionelle Salonergebnisse für das Kolorieren zu Hause verspricht. Brillance kommt dem Wunsch nach einem intensiven und lang anhaltendem Farbergebnis mit brillantem Glanz bei gleichzeitiger Reduzierung von Haarbruch nach – dank Biotin-Komplex und Bonding HaptIQ System. Ein neues Premiumdesign und die 2-in-1-Farb-und-Aufhellungsinnovation ergänzen den Relaunch.

Das Brillance Relaunch-Portfolio ist ab Februar 2026 erhältlich.



Das Herzstück des Relaunches ist die neue, verbesserte **Brillance Intensive-Color-Creme** in 19 trendigen Farbnuancen – von „842 Kaschmirrot“ über „924 Schokobraun“ bis hin zu „891 Blauschwarz“. Die hochwirksame Formel der Creme und die pflegenden Eigenschaften des Conditioners mit Biotin-Komplex wurden entwickelt, um dem Haar lang anhaltende Farbfrische und eine spürbar glattere Oberfläche zu verleihen, die das Licht optimal reflektiert. Das Ergebnis: bis zu 50 % mehr brillanter Glanz,<sup>1</sup> eine beeindruckende Farbintensität für bis zu zwölf Wochen und 100 % Grauabdeckung. Der verbesserte Duft der neuen Formel während des Färbeprozesses unterstreicht ein angenehmes, hochwertiges Colorationserlebnis. Das innovative Bonding

<sup>1</sup> Instrumenteller Test mit und ohne Conditioner – je nach Shade.

HaptIQ System im Conditioner stärkt das Haar ergänzend dazu von innen heraus und reduziert Haarbruch um bis zu 90 %<sup>2</sup> – für ein sichtbar gesünderes Haargefühl nach jeder Coloration.

### **Schwarzkopf Brillance Intensiv-Color-Creme, 6,99 € (UVP)<sup>3</sup>**

Mit **Brillance Aufhellung & Farbe in einem Schritt** erweitert Schwarzkopf Brillance das Sortiment um eine neue Innovation: Diese einzigartige Formel kombiniert Aufheller und Farbpigmente, um das Haar in nur einem Schritt aufzuhellen und zu färben. Das Ergebnis: eine intensive Haarfarbe bis zu drei Nuancen heller in nur einem Schritt – auch bei dunklen Ausgangsfarben und ohne vorheriges Blondieren. Dabei bieten die neuen 2-in-1-Aufhellung-und-Farbe-Colorationen brillanten Glanz, intensive Farbtintensität für bis zu zwölf Wochen und perfekte Grauabdeckung. Angereichert mit dem Biotin-Komplex und mit dem Bonding HaptIQ System im Conditioner, sorgen sie außerdem für bis zu 90 % weniger Haarbruch.<sup>4</sup> Erhältlich in drei brillanten Nuancen: „L865 Honigbraun“, „L843 Leuchtendes Rot“ und „L854 Goldbraun“.



### **Schwarzkopf Brillance Aufhellung & Farbe in einem Schritt, 6,99 € (UVP)<sup>5</sup>**

<sup>2</sup> Instrumenteller Test mit vs. ohne Conditioner.

<sup>3</sup> Alleinige Preishoheit obliegt dem Handel.

<sup>4</sup> Instrumenteller Test mit vs. ohne Conditioner.

<sup>5</sup> Alleinige Preishoheit obliegt dem Handel.



Für diejenigen, die ihre Farbe zwischen Salonbesuchen auffrischen, ihre natürlichen Töne verstärken möchten oder auf der Suche nach einem schnellen Glanz-Boost sind, bleibt das **Brilliance Haar Glossing** die ideale Lösung innerhalb des umfassenden Brillance Portfolios. Die pflegende Formel der Glossings mit Bonding HaptIQ System hilft, Spliss zu reduzieren und das Haar zu stärken. Für gesünder aussehendes Haar, brillanten Glanz und ein intensives Farbergebnis bis zu sechs Haarwäschen lang.

**Brilliance Haar Glossing, 7 Farbnuancen, 150 ml, 6,99 € (UVP)<sup>6</sup>**

Auch Brillance Markenbotschafterin Nazan Eckes weiß um die transformative Kraft strahlenden Haares und das damit verbundene Gefühl der Stärke, das uns im Alltag beflügelt. Genau diese Vision verfolgt das gesamte Brillance Portfolio: Konsument:innen mit einem Haarerlebnis zu begeistern, das nicht nur sichtbar überzeugt, sondern auch Selbstbewusstsein schenkt. Nazan Eckes fasst ihre persönliche Erfahrung treffend zusammen: „Eine ausdrucksstarke Haarfarbe gibt auch mir das Gefühl, stark zu sein“, so Eckes. „Für mich zählt: Wenn ich mich schön, strahlend und gut fühle, dann fühle ich mich auch wohl und kann selbstbewusst in die Welt treten – nach dem Motto: Hier bin ich! Und genau so trete ich auch auf.“



Zusätzlich zu den Formelverbesserungen und dem neuen hochwertigen Design schafft der Relaunch dank neuem virtuellem Try-on und einem beratenden AI-Chatbot eine verbesserte Nutzererfahrung, die über einen QR-Code auf der Verpackung zugänglich ist, und ermöglicht es, den perfekten Farbton zu finden.

---

<sup>6</sup> Alleinige Preishoheit obliegt dem Handel.

## Die wichtigsten Vorteile des Schwarzkopf Brillance Relaunches und der Portfolioerweiterung im Überblick:

- **Intensive & lang anhaltende Farbe:** bis zu zwölf Wochen intensive Farbe und 100 % Grauabdeckung für das permanente Sortiment.
- **Gestärktes Haar:** Das Bonding HaptIQ System des Conditioners reduziert Haarbruch um bis zu 90 %.<sup>7</sup>
- **Brillanter Glanz:** Die neuen Formeln liefern strahlendes, gesünder aussehendes Haar mit bis zu 50 % mehr Glanz.<sup>8</sup>
- **Verbesserte Pflege:** Brillance Haar Glossings bieten eine pflegende Formel für eine schnelle Auffrischung, die bis zu sechs Wäschen lang hält.
- **Einfach in Anwendung und Ergebnis:** Die neuen Brillance 2-in-1-Aufhellung-und-Farbe-Colorationen bieten sichtbare Ergebnisse auf dunklem Haar und bis zu drei Nuancen heller ohne vorheriges Blondieren.
- **Nachhaltigkeitsengagement:** Der Relaunch umfasst vegane Formeln,<sup>9</sup> recycelte Aluminiumtuben für die Color-Creme und recycelbare Haar-Glossing-Tuben.

### Über Schwarzkopf

Schwarzkopf ist eine Dachmarke des börsennotierten Unternehmens Henkel. Mit mehr als 120 Jahren Expertise und Know-how ist sie einer der weltweit führenden Anbieter von Haarpflegeprodukten. Fünf globale Niederlassungen, 90 Schulungszentren und ein Netzwerk von über einer halben Million Friseur:innen machen Schwarzkopf zu DEM Haarexperten. Seine Innovationen in den Bereichen Haarpflege, Haarstyling und Haarkolorierung sind wegweisend, mehr als 2,1 Millionen Verbraucher:innen verwenden täglich Produkte von Schwarzkopf: von Colorationsmarken wie Schwarzkopf Brillance oder Schwarzkopf Oleo Intense bis hin zu Schwarzkopf GLISS und Schwarzkopf taft. Die Nähe zu den Kund:innen steht dabei immer an erster Stelle – mit neun Milliarden digitalen Touchpoints, mehr als 100.000 Verbraucherinterviews und 400 Marktforschungsstudien pro Jahr. Mehr über Schwarzkopf finden Sie auf [Instagram](#), [YouTube](#) und [Facebook](#) sowie unter den Hashtags #schwarzkopf und #hairbyschwarzkopf.

---

<sup>7</sup> Instrumenteller Test mit vs. ohne Conditioner.

<sup>8</sup> Instrumenteller Test mit und ohne Conditioner – je nach Shade.

<sup>9</sup> Frei von Inhaltsstoffen tierischen Ursprungs.

## **Über Henkel**

Mit seinen Marken, Innovationen und Technologien hält Henkel weltweit führende Marktpositionen im Industrie- und Konsumentengeschäft. Mit dem Unternehmensbereich Adhesive Technologies ist Henkel globaler Marktführer bei Klebstoffen, Dichtstoffen und Beschichtungen. Mit Consumer Brands ist das Unternehmen insbesondere mit Wasch- und Reinigungsmitteln sowie im Bereich Haare weltweit in vielen Märkten und Kategorien führend. Die drei größten Marken des Unternehmens sind Loctite, Persil und Schwarzkopf. Im Geschäftsjahr 2024 erzielte Henkel einen Umsatz von rund 21,6 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 3,1 Mrd. Euro. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert. Nachhaltiges Handeln hat bei Henkel lange Tradition und das Unternehmen verfolgt eine klare Nachhaltigkeitsstrategie mit konkreten Zielen. Henkel wurde 1876 gegründet und beschäftigt heute weltweit ein vielfältiges Team von rund 47.000 Mitarbeiter:innen – verbunden durch eine starke Unternehmenskultur, gemeinsame Werte und den Unternehmenszweck: „Pioneers at heart for the good of generations“. Weitere Informationen unter [www.henkel.de](http://www.henkel.de)

**Fotomaterial finden Sie im Internet unter [www.henkel.de/presse](http://www.henkel.de/presse)**

### **Pressebüro bei Henkel Consumer Brands PR-Agentur**

Henkel Consumer Brands

Elke Schumacher

Telefon: +49 211 797 8367

E-Mail: [elke.schumacher@henkel.com](mailto:elke.schumacher@henkel.com)

Burson GmbH

Maria Sophia Bach

Telefon: +49 172 130 1958

E-Mail: [henkelconsumerbrands.hbc@bursonglobal.com](mailto:henkelconsumerbrands.hbc@bursonglobal.com)

**Folgen Sie uns auch auf Twitter: @HenkelPresse.**

Henkel AG & Co. KGaA