

Presseinformation

Juni 2018

Schwarzkopf unterstützt DKMS LIFE beim Engagement für Krebspatientinnen

Schwarzkopf und DKMS LIFE luden zum Charity Ladies' Lunch 2018

Am 18. Juni 2018 luden die gemeinnützige Organisation DKMS LIFE und Schwarzkopf als Hauptsponsor zum gemeinsamen Charity Ladies' Lunch 2018 in Düsseldorf. Die Gäste erwartete im Restaurant Klee's ein sommerliches 3-Gänge-Menü und exklusiver Talk, moderiert von Schirmherrin Marina Ruperti, mit den Ehrengästen Rieke Common und Malaika Raiss – beide erfolgreiche Designerinnen ihres jeweils eigenen Labels. Ganz im Zeichen von Mode und Design bot sich den Gästen vor dem Lunch die Möglichkeit, die Ausstellung „Anni Albers“ im K20 zu erleben, die das Werk der renommierten Textilkünstlerin präsentiert.

Düsseldorf – Mehr als 60 engagierte Damen der Gesellschaft kamen zum 10. DKMS LIFE Charity Ladies' Lunch in Düsseldorf, unterstützt von Schwarzkopf, ins Restaurant Klee's. Unter den Anwesenden befanden sich prominente Frauen wie Dr. Barbara Sturm, Aleksandra Bechtel, Anna Hiltrop, Gülcan Kamps und Sigrid Spiegelburg. Als Ehrengäste nahmen Designerin Rieke Common, die ihr eigenes Modelabel „Maison Common“ führt, und Designerin Malaika Raiss, mit gleichnamigem Modelabel, teil.

Auch in diesem Jahr fand der Charity Ladies' Lunch zugunsten des DKMS LIFE *look good feel better* Patientenprogramms statt. In kostenlosen Kosmetikseminaren lernen krebskranke Mädchen und Frauen, mit den äußerlichen Veränderungen durch die Therapie umzugehen.

Die Spendensumme belief sich in diesem Jahr auf 18.000 Euro. DKMS LIFE möchte als gemeinnützige Organisation Krebspatientinnen mit ihrem Programm neues Selbstvertrauen und ein Stück Lebensqualität zurückgeben. Schwarzkopf teilt mit DKMS LIFE die Vision, Frauen auf ihrem gesamten Lebensweg zu begleiten und unterstützt mit der Wohltätigkeitsinitiative Million Chances, die in diesem Jahr erstmals mit einem Award startet, viele Hilfsprojekte weltweit.

Mit Armin Morbach, Stylist, Schwarzkopf Haar-Experte und Fotograf, konnte ein weiterer prominenter Gast begrüßt werden. Er überreichte Ruth Neri, Geschäftsführerin DKMS LIFE, eine seiner exklusiven Fotoarbeiten: Morbach hatte zum 120. Geburtstag der Marke Schwarzkopf Motive von F.C. Gundlach neu interpretiert. F.C. Gundlach avancierte in den 50er- und 60er-Jahren zu einer internationalen Ikone der Fotokunst. Armin Morbachs Bild wird im Herbst anlässlich der DKMS LIFE Charity Gala dreamball am 19.09.2018 in Berlin versteigert.

Der Erlös der Bild-Versteigerung kommt ebenfalls dem *look good feel better* Patientenprogramm von DKMS LIFE zugute. In den Kosmetikseminaren erhalten die Krebspatientinnen hilfreiche Tipps, um sich trotz Erkrankung wieder schöner und stärker zu fühlen – denn ein positives Selbstwertgefühl kann auch den Heilungsprozess fördern.



Li Links: „Charlottenburger Tor“ von F.C. Gundlach. Rechts: Neuinterpretation „Charlottenburger Tor“ von Armin Morbach.

(Bitte beachten Sie, dass das Bild von F.C. Gundlach ausschließlich als Gegenüberstellung gezeigt werden darf, nebeneinander und in der gleichen Größe. Das Bild von Armin Morbach kann dagegen als alleinstehendes Motiv abgebildet werden.)

Über Schwarzkopf

Vor 120 Jahren legte der Chemiker Hans Schwarzkopf den Grundstein für einen Namen, der für Qualität, Verlässlichkeit, Kompetenz und Innovationen steht und heute weltweit zu einem der Pioniere im Bereich Haarkosmetik gehört. Schwarzkopf ist die führende Haarpflegemarke für Farbe und Styling in Europa und die erfolgreichste Haarkosmetikmarke im chinesischen E-Commerce. Sie ist die größte Marke bei Henkel Beauty Care und erzielt mit Produkten im Markenartikel- und Friseurgeschäft in mehr als 60 Märkten weltweit einen Umsatz von über 2 Milliarden Euro (Jahr 2017). Zu der Weltmarke gehören Marken aus den Bereichen Haarfarbe wie Palette und Color Expert sowie Haarpflege und -styling wie Schauma, Gliss Kur, Taft, got2b.

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 2017 erzielte Henkel einen Umsatz von 20 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 3,5 Mrd. Euro. Allein Loctite, Schwarzkopf und Persil, die jeweiligen Top-Marken der drei Unternehmensbereiche, erzielten dabei einen Umsatz von 6,4 Mrd. Euro. Henkel beschäftigt weltweit mehr als 53.000 Mitarbeiter, 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
Telefax: +49 211 798 8518
E-Mail: nicola.surholt@henkel.com

PR-Agentur

Ketchum Pleon GmbH
Telefon: +49 211 9541 2201
E-Mail: henkelbeautycare@ketchumpleon.com

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

Henkel AG & Co. KGaA