

Presseinformation

Launch GLISS KUR INFLUENCER LIMITED EDITIONS

August 2018

Get inspired by GLISS KUR – mit den GLISS KUR Influencer Limited Editions

Was sind eigentlich die Beauty-Must-Haves von Germany's Next Topmodel-Kandidatin Anna Maria Damm, GZSZ-Star Valentina Pahde oder Influencerin Yvonne Pferrer? Genau diese Frage beantwortet GLISS KURS erste Influencer Limited Edition – drei Kurenwunder, inspiriert von drei Mädels, die täglich tausende Follower auf Instagram und Co. begeistern.

Die GLISS KUR INFLUENCER LIMITED EDITIONS sind seit August 2018 im Handel erhältlich.

Düsseldorf – Schwarzkopf erfindet mit der GLISS KUR Influencer Limited Edition drei Pflegeprodukte der beliebtesten GLISS KUR Haarpflege Linien neu, in Kooperation mit drei deutschlandweit bekannten Influencerinnen. Die GLISS KUR Influencer Limited Edition lässt die Herzen tausender Follower höherschlagen, da nun auch sie die Beauty-Must-Haves ihrer Lieblings-Influencer testen können.

So wie wir uns alle voneinander unterscheiden, tun es auch die Bedürfnisse unserer Haare – unterschiedliche Haartypen benötigen unterschiedliche Pflege. Genau diese Tatsache spiegelt auch die GLISS KUR Influencer Limited Edition wider: Exklusiv von den drei Influencern mitentworfen, reflektieren die Produkt-Designs den individuellen Style der Mädels. Mit ihrem persönlichen Lebensmotto versehen, wird so jedes Produkt zum neuen Pflegeliebling der Follower von Anna Maria, Valentina, Yvonne und natürlich allen GLISS KUR Fans.

So wird die INTENSIVKUR, die GLISS KUR zusammen mit Influencerin Yvonne Pferrer designt hat, zum Geheimtipp für verführerisch langes Haar – von Blüten und der sinnlichen Message „Live with Passion“ geziert. Yvones persönlicher Slogan lautet: „Meine verwöhnende Pflege für langes Haar“. Doch nicht nur der leuchtend pinkfarbene Look von außen überzeugt, sondern auch der Inhalt verzaubert Beauty-Heerden: Keratin und Mikro-Repair-Lipide fügen besonders langen Haaren wieder die Bausteine hinzu, die durch jahrelanges Färben und häufiges Stylen entzogen wurden. Für #Longhairlovers!

Fans von Haarpflege, die nicht mehr ausgespült werden muss und das Haar vor den alltäglichen Strapazen, wie Frisieren und Stylen schützt, dürfen sich freuen: Die GLISS KUR EXPRESS-SPÜLUNG, mit Keratin-Serum und Aprikosenkern-Öl, deren Style von GZSZ-Star Valentina Pahde inspiriert ist, sorgt für starken Schutz für das Haar. Cool und selbstbewusst ist auch die Message auf dem Produkt: „Sei mutig dich zu verändern“. Valentina selbst beschreibt ihr neues GLISS KUR Produkt als ihren „Must-Have-Schutz vor täglichen Haarstrapazen.“

„Life is too short to wait.“ Dieses Motto steht für die GLISS KUR 1-MIN-KUR. Germany's Next Topmodel-Kandidatin Anna Maria Damm liebt das Haarpflegeprodukt, das wenig Zeit kostet, aber in puncto Pflegeeffekt keine Wünsche offen lässt: „Meine Express-Lösung gegen geschädigtes Haar.“ Die Rezeptur mit Keratin-Serum ummantelt die Haarfasern, sodass sie ihre Widerstandskraft zurückgewinnen. Gepaart mit dem floralen Design wird Anna Maria Damms neues GLISS KUR Produkt zum wahren Eyecatcher.

GLISS KURS INFLUENCER LIMITED EDITION im Überblick

GLISS KUR HAIR REPAIR 1-MIN-KUR by Anna Maria Damm, 200ml, 3,99 Euro (UVP)

„Meine Express-Lösung gegen geschädigtes Haar.“



GLISS KUR EXPRESS-SPÜLUNG by Valentina Pahde, 200ml, 2,99 Euro (UVP)
„Mein Must-Have-Schutz vor täglichen Haarstrapazen.“



GLISS KUR INTENSIVKUR by Yvonne Pferrer, 4,99 Euro (UVP)
„Meine verwöhnende Pflege für langes Haar“.



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