

Presseinformation

Mai 2021

Nazan Eckes repräsentiert Brillance

Brillance setzt ein Statement und feiert die selbstbewusste Frau mit Nazan Eckes als Markenbotschafterin

Düsseldorf, Mai 2021 – Selbstbewusst, stark, empathisch und elegant: Für die moderne Frau von heute schließen sich Sanftheit und Power nicht mehr aus – ganz im Gegenteil! Durchsetzungsvermögen und Stärke gehen mittlerweile Hand in Hand mit Warmherzigkeit und zeigen: Frauen mit den verschiedensten Eigenschaften sind stark. Und was das genau heißt, definiert jede Frau, jeden Tag, für sich selbst neu. Dafür steht auch Brillance als Marke und feiert mit seiner neuen Markenbotschafterin Nazan Eckes eine Generation von Frauen, deren Leben facettenreicher geworden ist. Heute wünschen sich Frauen eine Coloration, die sich an ihre Bedürfnisse anpasst und das Beste aus ihnen und ihren Haaren herausholt – für Selbstbewusstsein, das man sieht!



Stetig im Wandel: Die Bedürfnisse der Frauen ändern sich und mit ihnen auch die Einstellung zu gelernten Beauty-Standards. Die moderne Frau will nicht mehr einem bestimmten Schönheitsideal entsprechen, sondern das Beste aus sich machen und ihre Persönlichkeit in Szene setzen. Dabei rückt der Fokus weg vom Außen: die neue Weiblichkeit inszeniert sich individuell und nach eigenem Gusto. Brillance steht dieser Generation Frauen als Colorationspartner zur Seite und unterstützt sie darin, ganz sie selbst zu sein – für Selbstbewusstsein, das keine Bestätigung mehr braucht!

Nazan Eckes als Markenbotschafterin repräsentiert genau diesen Typ Frauen. Die zweifache Mama und Moderatorin weiß, wer sie ist und was sie sich für ihr Leben wünscht. Dabei gelingt ihr der Spagat zwischen Familienalltag und Business dank guter Struktur, Durchsetzungsvermögen und einem positiven Mindset. Nazan weiß, wie wichtig die Balance zwischen Sanftheit und Stärke ist und ist stolz auf ihre Weiblichkeit und Mamarolle. Als Markenbotschafterin für Brillance vor der Kamera zu stehen, hat sie also direkt begeistert: „Brillance unterstützt Frauen darin, sie selbst zu sein und mit ihrer Haarfarbe ein Statement dafür zu setzen. Gerade als Working Mum kann ich Termine beim Friseur nur schlecht timen. Trotzdem möchte ich mich schön und elegant fühlen – vor der Kamera und im Familienalltag. Brillance macht es mir möglich, mich zuhause flexibel für eine Haarfarbe zu entscheiden und das ganz ohne Termindruck!“ Nazan hat für ihre erste Heimcoloration die Brillance Intensiv-Color-Creme in Rehbraun (Nummer 864) ausgewählt und liebt die neue Farbe: „Ich habe mich für einen hellen, warmen Branton mit goldenem Glanz entschieden, der meinem Hutton schmeichelt, meine Haare strahlen lässt und mit dem ich mich rundum wohl fühle.“

Satte Brauntöne, tolles Kupfer, glänzende Blond-Shades und moderne Trend-Colors: Die Brillance Intensiv-Color-Creme bietet atemberaubende, intensive Fashion-Farben in 28 individuellen Nuancen. Die hochleistungsfähige Formel der Coloration sorgt für langanhaltende Farbtintensität bis zu zehn Wochen mit 100 % Grauabdeckung. Der reichhaltige Diamant-Glanz-Pflege-Conditioner mit wertvollem kaltgepresstem Öl umschließt die Farbpigmente und bietet extra Schutz für starkes, gesund aussehendes Haar mit Diamant-Glanz-Effekt. Für unwiderstehliche Brillance-Farben, die ein Statement setzen!

Nazan Eckes Brillance-Favorit:



Brillance Intensiv-Color-Creme Rehbraun (864), 5,99 € (UVP)

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 2020 erzielte Henkel einen Umsatz von über 19 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 2,6 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

E-Mail: nicola.surholt@henkel.com

PR-Agentur

BCW GmbH

Telefon: +49 178 9355392

E-Mail: henkelbeautycare@bcw-global.com

Folgen Sie uns auch auf Twitter: @HenkelPresse

Henkel AG & Co. KGaA