



Henkel Beauty Care Presseinformation

Toni Garrn repräsentiert das neue Drei Wetter Taft

Februar 2018

Drei Wetter Taft feiert eine neue Styling-Ära – mit der neuen Kampagne Style Time und Toni Garrn als neuer Markenbotschafterin

Drei Wetter Taft feiert die Style Time! 2018 präsentiert die Marke den größten Relaunch der vergangenen 10 Jahre – mit einer neuen Kommunikations-Kampagne, einem verjüngten Markenauftritt und Toni Garrn als neuer Markenbotschafterin. Mit ihrer ungezwungenen Schönheit passt das international erfolgreiche Model perfekt zu Drei Wetter Taft. Toni Garrn repräsentiert eine moderne, starke Generation von Frauen, deren Leben vielschichtiger geworden ist und stark durch Social Media und Influencer geprägt ist. Heute wünschen sich Frauen verschiedene Stylings, die zu ihren jeweiligen Lebenssituationen passen. Ein Look muss leicht umsetzbar und gut in den Alltag zu integrieren sein. Die neue Kampagne zeigt, wie schnell, einfach und unkompliziert Styling sein kann – so kann jeder Moment zur Style Time werden!

Duesseldorf – Seit der Einführung des weltweit ersten Haarsprays hat sich Drei Wetter Taft in Europa als absoluter Vorreiter im Styling-Segment etabliert. Seit über 60 Jahren ist Drei Wetter Taft führend, wenn es darum geht, ikonische Looks mit perfektem Halt zu kreieren. Seit Generationen hat Drei Wetter Taft Frauen dabei unterstützt, das Beste aus jedem Moment zu machen. Die Produkte sind absolute Klassiker im Styling-Bereich, trotzdem erfindet sich die Marke immer wieder neu. DEN ikonischen Look gibt es heute nicht mehr. Frauen wollen nach wie vor gut aussehen, jedoch glauben viele, dass Styling zu aufwändig sei. Und genau hier setzt die neue Kampagne an. ‚Style Time mit Drei Wetter Taft‘ zeigt jeder Frau, wie einfach und schnell man schöne Looks kreieren kann – mit viel Freude und tollen Ergebnissen! „Wir wollen Frauen zeigen, dass Haar-Styling einfach ist und Spaß macht. Zu einem guten Look gehört Haarspray immer dazu. Drei Wetter Taft bietet dabei jedem genau das richtige Produkt. Somit gibt es keinen Moment, der zu unwichtig ist, um sich dafür zu stylen“, erklärt Schwarzkopf Haar-Experte Armin Morbach.

Toni Garrn als neue Markenbotschafterin repräsentiert genau dieses selbstbewusste und zugleich nahbare Schönheitsideal. „Toni Garrn steht für wandelbare Looks und eine starke



schauma syoss



DIADERMINE Theramed

Generation von Frauen, die keine Kompromisse machen wollen – auch nicht in Bezug auf ihr Styling. Dabei ist Toni sehr nahbar und natürlich“, sagt Marie-Ève Schröder, Corporate Senior Vice President International Marketing Henkel Beauty Care.

„Ich freue mich sehr auf die Zusammenarbeit mit Drei Wetter Taft. Das neue Gesicht der Marke zu sein, ist eine große Ehre. Ich liebe es, mich mit den Produkten zu stylen – egal ob für den Job, für einen Abend mit Freunden oder zu Hause“, sagt Toni Garrn. Vor mehr als zehn Jahren wurde die heute 25-Jährige in Hamburg entdeckt. Mittlerweile ist sie ein international gefragtes Model, das für Marken wie Calvin Klein, Burberry, Fendi und Dior arbeitet. Zudem hat sie bereits Erfahrung als Schauspielerin gesammelt und engagiert sich mit Hingabe für soziale Projekte. Trotz ihres Erfolgs ist sie nicht abgehoben, sondern inspiriert durch ihre natürliche Art.

Der Relaunch geht Hand in Hand mit den Feierlichkeiten zum 120. Geburtstag der Marke Schwarzkopf. 2018 zelebriert Schwarzkopf eine wahre Beauty-Revolution – und rückt dabei Authentizität und Individualität in den Fokus der Marke.

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 rund 2 Milliarden Euro (Jahr 2016). 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 140-jährige Erfolgsgeschichte zurück. Im Geschäftsjahr 2016 erzielte Henkel einen Umsatz von 18,7 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von 3,2 Mrd. Euro. Allein Loctite, Schwarzkopf und Persil, die jeweiligen Top-Marken der drei Unternehmensbereiche, erzielten dabei einen Umsatz von mehr als 6 Mrd. Euro. Henkel beschäftigt weltweit mehr als 50.000 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 <http://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

Henkel AG & Co. KGaA

PR-Agentur

Ketchum Pleon GmbH

Telefon: +49 211 9541 2201

E-Mail: henkelbeautycare@ketchumpleon.com