

dreamday 2021: Sponsorenstimmen

Name der Veranstaltung	<i>dreamday</i> dedicated to <i>dreamball</i>
Datum	Mittwoch, 22. September 2021
Formate	<ul style="list-style-type: none">• Gelber Teppich• Digitales Presse-Event
Gastgeberin	Dr. Elke Neujahr, Geschäftsführerin DKMS LIFE Ruth Neri, Geschäftsführerin DKMS LIFE
Sponsoren	<ul style="list-style-type: none">• Hauptsponsoren: L'Oréal Paris, Gillette Venus• Co-Sponsoren: Eau Thermale Avène, Coty• Weitere Unterstützer: comma, ghd
Moderation	Barbara Schöneberger

Hauptsponsor: L'Oréal Paris

Alma Lipa, Geschäftsführerin L'Oréal Paris



„Die Partnerschaft mit der DKMS LIFE liegt L'Oréal Paris sehr am Herzen, da wir eine gemeinsame Vision teilen: Frauen zu unterstützen und Frauen zu stärken. Gerade in diesen Zeiten, ist es uns ein Anliegen den betroffenen Krebspatientinnen über digitale Wege Kraft und Mut zu schenken.“

L'Oréal Paris spendet pro verkaufter Charity-Sonderedition des Color-Riche-Lippenstiftes 1 Euro an DKMS LIFE. Zusätzlich unterstützt L'Oréal Men Expert die DKMS LIFE mit einer Anschubfinanzierung für die Mutmacher-Workshops für männliche Krebspatienten in 2021. Damit kann L'Oréal Paris in diesem Jahr die Spendensumme noch einmal erhöhen auf 150.000 Euro.

Hauptsponsor: Gillette Venus

André Hafner, Senior Director Gillette & Venus



„Uns motiviert das gemeinsame Ziel, das wir mit der DKMS LIFE teilen. Gillette Venus setzt sich mit der My Skin. My Way. Kampagne dafür ein, Frauen zu ermutigen, sich in ihrer Haut wohlfühlen. Daher ist es uns besonders wichtig, auch in diesen schwierigen Zeiten die DKMS LIFE erneut in ihrer wichtigen Arbeit zu unterstützen und so gemeinsam diesen starken Frauen zu zeigen, dass sie trotz Isolation nicht allein sind. Das

Wohlbefinden und Selbstwertgefühl der Patientinnen zu stärken und ihnen Hoffnung, Zuversicht und Lebensmut zu schenken ist für uns eine absolute Herzensangelegenheit.“

My Skin. My Way. – auch in schwierigen Zeiten: Beim Kauf einer Gillette Venus SpaBreeze DKMS LIFE Edition von Oktober 2021 bis Juni 2022 gehen 1 Euro an DKMS LIFE. Mit dieser Aktion verspricht André Hafner eine Unterstützung von 50.000 Euro.

Co-Sponsor: COTY

Elsa Touchard, Marketing Director DACH - Consumer Beauty



„Coty war vor mehr als 25 Jahren Gründungsmitglied der DKMS LIFE und bis heute liegt es uns sehr am Herzen, dass Patientinnen in ganz Deutschland mit den Kosmetikseminaren und Kampagnen der DKMS LIFE neue Zuversicht, Lebensfreude und ein Gefühl des Zusammenhalts geschenkt bekommen. Gerade in der aktuellen Zeit ist es wichtig, dass wir den betroffenen Frauen zeigen, dass sie nicht allein sind, denn die Covid-19 Pandemie hat die mit einer

Krebserkrankung verbundene Isolation noch verstärkt und zusätzliche Belastungen und Ängste mit sich gebracht. Deswegen unterstützen wir mit der Marke Max Factor die DKMS LIFE bei der Entwicklung und Umsetzung des neuen Fotografie-Workshops für Krebspatientinnen und -patienten. Damit möchten wir ein Zeichen der Solidarität setzen und wünschen der DKMS LIFE viel Erfolg für die nächsten 25 Jahre!“

Coty unterstützt mit der Marke Max Factor DKMS LIFE bei der Entwicklung und Umsetzung des neuen Fotografie-Workshops für Krebspatientinnen und -patienten.

Co-Sponsor: EAU THERMALE Avène

Christian Mies-Mäkelä, Director Marketing und Digital Pierre Fabre Dermo-Kosmetik GmbH



„Jedes Mal, wenn wir für einen einzelnen Menschen sorgen, machen wir die Welt zu einem besseren Ort. Unser Auftrag hat eine große Bedeutung für uns – es ist wichtig, dass wir uns um die Menschen kümmern, die unsere Produkte verwenden oder unsere Produkte dringend benötigen. Schon der Gründer der Marke Pierre Fabre selbst wollte mit seinem Unternehmen einen Beitrag für die Gesellschaft leisten und aktiv im Kampf gegen

den Krebs unterstützen. Diese Vision motiviert uns Krebspatienten zu unterstützen und ihnen zur Seite zu stehen, ganz nach dem Motto: Krebs kann nicht warten.“

Über eine Spendenaktion im Rahmen der Weihnachtskampagne #pflegewasduliebst kündigt EAU THERMALE in diesem Jahr eine Spendensumme von 75.000 Euro zu Gunsten der DKMS LIFE an.

Unterstützer: ghd

Jens Ciliax, Managing Director ghd Deutschland GmbH



„ghd hat sich als Ziel gesetzt, alle Frauen weltweit schöner und damit stärker und glücklicher zu machen, ihnen jeden Tag einen ‚good hair day‘ zu schenken. Frauen, die besondere Kämpfe führen müssen, benötigen besondere Unterstützung. Hierzu zählen vor allem Frauen und Mädchen, die eine Krebsdiagnose erhalten und meist einen langen Genesungsweg vor sich haben. Eine Pandemie belastet Krebspatientinnen zusätzlich, daher möchten wir in diesem Jahr noch stärker unsere Solidarität zeigen und DKMS LIFE weiterhin bei ihrer wertvollen Arbeit unterstützen.“

Mit der limitierten pink Collection möchte ghd unter dem Motto „Take Control Now 2.0“ für die Brustkrebsvorsorge sensibilisieren. Pro verkauftem Tool der Kollektion gehen 10 Euro an DKMS LIFE. Insgesamt ist eine Spendensumme von 80.000 Euro angekündigt.

Unterstützer: comma

Francisco Droege, Global Business Director comma & comma casual identity



„comma for women – unser Engagement, Frauen in aller Welt darin zu bestärken, selbstbewusst ihren eigenen Weg zu gehen, erreichte mit der diesjährigen Charity Capsule Collection unter dem Motto „NOTHING MORE, NOTHING LESS. ONLY US. STRONG WOMEN“ zugunsten der DKMS LIFE ein neues Level. Ich bin sehr stolz, dass wir mit comma die Patientenprogramme von DKMS LIFE unterstützen und damit Frauen helfen, stark und selbstbewusst den Kampf gegen eine Krebserkrankung zu führen.“

Anlässlich des Weltfrauentages brachte comma eine Charity Capsule Collection zugunsten des *look good feel better* Patientenprogramms der DKMS LIFE in den Handel. 72.000 Euro Spendenerlös kamen dabei zusammen.



Spendenkonto

DKMS LIFE gemeinnützige GmbH
Deutsche Bank AG Reutlingen
IBAN: DE29 6407 0085 0130 5705 00
BIC: DEUTDESS640
Stichwort: *dreamday* Spende
www.dkms-life.de/spenden

Pressekontakt

Catherin Freier und Anja Lottritz
Telefon: 0221 940582 – 4125
E-Mail: presse@dkms-life.de
Website: www.dkms-life.de | www.krebsmachtkeinepause.org