

Presseinformation

Düsseldorf, Februar 2010

„Looks for you“ von Schwarzkopf

Es wird glamourös: die Schwarzkopf-Looks 2010

Wer sind die Stilikonen der Saison? Was gibt es Neues an Farben, Formen, Schnitten? Wie sehen die Trend-Stylings von morgen aus? Gemeinsam mit Schwarzkopf entwickelte Armin Morbach bereits zum vierten Mal die „Looks for you“, die Schwarzkopf-Looks für 2010. Neben seiner Fähigkeit, aus der Flut der Inspirationen neue Visionen zu entwickeln und diese in tragbare Looks zu übersetzen, zählt auch die kreative und professionelle Umsetzung zu seinen herausragenden Stärken. Entstanden sind vier Trend-Looks, repräsentativ für den neuen Glamour. Ungebändigte Locken, edgy Bob, üppige Wellen oder coole Hochsteckfrisur, im Vordergrund steht immer das luxuriöse Styling. Und so sind auch die Schwarzkopf-Looks 2010 edel, zeitgemäß und tragbar.

„Es gibt keine Frisur, die es nicht irgendwann schon einmal gab“, so Schwarzkopf Haar-Experte Armin Morbach, „aber man kann eine Frisur immer wieder neu erfinden.“ Und genau darin liegt Armin Morbachs Stärke. Dank seiner visionären Kreativität entstehen aus internationalen Laufstegtrends moderne, zeitgemäße Looks. Sein sicheres Gespür dafür, was Frauen tragen wollen, gehört zu seinen außergewöhnlichen Fähigkeiten: „Diese Saison möchten Frauen auf dem Kopf einfach teuer aussehen“, beschreibt Armin Morbach den Trend. Die Devise in diesem Jahr: back to Glamour! „Von Mailand bis Paris, überall war auf den Laufstegen eine neue Klassik zu sehen. Die moderne Frau ist mehr Femme fatale als grungy Girl. Der Trend geht weg von den schnellen, trashigen Looks, hin zu den großen Looks der glamourösen Welt.“

Inspiration für die vier Schwarzkopf-Looks 2010 waren die Frisuren großer Stilikonen aus Film und Musik. „Ich habe mich in diesem Jahr ganz besonders von alten Hollywoodfilmen inspirieren lassen“, erklärt Armin Morbach. „Denn auf den Bühnen Hollywoods wurden die Trends gemacht, die anschließend Millionen begeisterten. Übersetzt man die Looks großer Hollywood-Diven in die Jetztzeit, so erhält man moderne, coole aber auch glamouröse Looks. „Dazu gehört neben der richtigen Pflege eine tolle Haarfarbe und das perfekte Styling“, weiß Armin Morbach.

Die kreative Umsetzung des Looks-Shootings übernahm der amerikanische Fashion- und Beauty-Fotograf Greg Lotus. Er fotografiert für internationale Frauen- und Lifestylemagazine, schoss Werbekampagnen für international bekannte Marken und arbeitete mit zahlreichen Celebrities. Seine



Fotos zeichnen sich durch eine besondere Sensibilität aus, wenn es darum geht, weibliche Schönheit zu definieren.

Neues Gesicht für Schwarzkopf:

In ihrer neuen Funktion als Markenbotschafterin nahm auch Eva Padberg an dem Looks-Shooting für Schwarzkopf teil. Das deutsche Top-Model arbeitet in Paris, Tokio und New York unter anderem für Ralph Lauren und Calvin Klein und läuft auf vielen Prêt-a-porter-Shows. 2005 wählten die Leser der Zeitschrift FHM sie zur „Sexiest Woman of the World.“ Sie moderierte bereits zweimal die Bambi Verleihung, ist Schauspielerin und setzt sich auf der ganzen Welt als Unicef Botschafterin ein. Schwarzkopf Haar-Experte Armin Morbach schwärmt: „Ich liebe den Look von Eva Padberg. Sie ist ein moderner Frauentyp und kann sowohl einen ganz natürlichen, wie auch einen sehr stylischen Look überzeugend tragen.“

Neben Eva Padberg präsentieren Newcomerin Nana Sidikova sowie die international begehrten Top-Models Olga Sherer aus Weißrussland und die Belgierin Elise Crombez die Schwarzkopf-Looks 2010.

Die Looks for you 2010

The Combback:

Achtziger Jahre Flair trifft auf fünfziger Jahre Hair. Tippi Hedren tanzt mit Margarethe Ley und Marc Jacobs in einem New Yorker Club. Ihr Stil: Eine Mischung aus Disco Glam und Office Chic. Der Look der Business Frau mit starken Schultern, luxuriös, stark und cool. Hochsteckfrisuren sind eines der großen Themen 2010. Ein Blond, wie Eva Padberg es trägt, verleiht ihnen einen coolen achtziger Jahre Touch. Doch auch in Kombination mit anderen Haarfarben sind sie deutlich moderner, als ihr steifes Image von gestern vermuten lässt. Streng nach oben frisiert und nach vorne zu einer leichten Welle gedreht, wirken sie wie eine Mischung aus sexy Hochsteckfrisur und coolem New Wave Look. Edler interpretiert und zur kleinen Tolle frisiert bekommen Hochsteckfrisuren Diven-Flair. „Ein Look für starke, trendbewusste Frauen,“ so Schwarzkopf Haar-Experte Armin Morbach „die wichtigsten Styling-Tools: Lockenwickler und ein Haarspray für extra starken Halt.“

Produkttempfehlungen vom Schwarzkopf Haar-Experten Armin Morbach für den Look The Combback: Schwarzkopf Blonde Intensiv-Aufheller (ca. 6,99 Euro), Gliss Kur Oil Nutritive Sofort-Repair-Kur (200 ml, ca. 4,99 Euro), Drei Wetter Taft Volumen Haarspray (250 ml, ca. 1,99 Euro)

Bloom Intense:

Bloom Intense ist ein romantischer, unschuldiger aber auch geheimnisvoller Look, perfekt verkörpert von einer jungen Jennifer Lopez und Megan Fox. Siebziger Jahre Power trifft auf Blümchenmuster. Eine erwachsene Lolita, die in kurzem, unschuldigem und dennoch sexy Blumenlook oder in langem fließendem Gewand daherkommt. Ihr Haar ist sanft gestuft, über die Schultern fließend, mittellang bis lang. Die Farben: hell- bis dunkelbraun mit einigen Highlights, um die natürlichen Nuancen lebendiger erscheinen zu lassen. Der Dauerwellenlook der siebziger Jahre wird zeitgemäß interpretiert und Locken erhalten eine ganz neue Dimension. Voll umrahmen sie das Gesicht und fallen groß und ungebündelt über die Schultern. In der kürzeren Variante wird das Haar antoupiert. So entsteht zusammen mit Smokey Eyes und Nude Make-up ein urbaner, junger Look mit unkonventionellem Touch.

Produkttempfehlungen vom Schwarzkopf Haar-Experten Armin Morbach für den Look Bloom Intense: Diadem Seiden-Color-Creme (ca. 6,99 Euro), Schauma Push-Up Volumen Shampoo (400 ml, ca. 1,99 Euro), got2b löwenmähne big volume mousse (250 ml, ca. 4,99 Euro)

Eastbeat:

2010: John Lennon trifft Yoko Ono in den Straßen von London. Eastbeat ist ein junger, unabhängiger Streetlook, rockig und etwas aufsässig zugleich. Der Beat der sechziger Jahre, der androgyne Look der jungen Beatles. Es lebe der Schnitt! Die Avantgarde trägt den Bob im neuen Stil, weniger brav, eher edgy. Am besten wirkt der Schnitt mit dem langen Pony in dunkelbraunem bis schwarzem Haar. „Föhn, Rundbürste und ein Glanzspray sind die ultimativen Tools für diesen Look“, so Schwarzkopf Haar-Experte Armin Morbach. „Durch die weichen Übergänge am Hinterkopf wirkt der Look weniger streng und akkurat als in früheren Versionen“. Fransige Alternativen variieren den Schnitt.

Produkttempfehlungen vom Schwarzkopf Haar-Experten Armin Morbach für den Look Eastbeat:

Coloriste 10min. Coloration (ca. 8 Euro), Gliss Kur Shea Cashmere Shampoo (250 ml, ca. 2,79 Euro), got2b gefühlsecht modellierende Pomade (100 ml, ca. 5,49 Euro)

Hollyred:

Es lebe der Glamour: In Zeiten wirtschaftlicher Unsicherheiten etabliert sich ein internationaler "Recession Chic" als Gegenbewegung. Die Signalfarbe Rot verbindet sich mit dem Wasserwellen-Look der zwanziger Jahre zu einer aufregenden Kombination. Glamouröse Wellen, viel Volumen, glänzend und mysteriös, das ist Haar à la Hollywood. Wäre Model Lily Cole eine amerikanische Schauspielerin und die beste Freundin von Rita Hayworth, Hollyred wäre ihr Look. Langes Haar ohne Pony in einem intensiven Rot ergießt sich in großzügigen, glänzenden Wellen bis über die Schultern. Eine Seite wird streng hinter das Ohr frisiert. Aufgelöster und unterstützt von einem Make-up in Nude-Tönen und mit Fokus auf den Augen zeigt Hollyred seine romantische, weiche Seite.

Produkttempfehlungen vom Schwarzkopf Haar-Experten Armin Morbach für den Look Hollyred:

Brillance Intense Couleur Creme (ca. 6,99 Euro), Gliss Kur Color Glanz & Schutz Farbglanzkur (200 ml, ca. 5,99 Euro), got2b schutzengel Hitzeschutz-Lotion (200 ml, ca. 5,99 Euro)

Fotomaterial finden Sie im Internet unter: <http://www.henkel.de/presse>

Seit mehr als 130 Jahren ist Henkel führend mit Marken und Technologien, die das Leben der Menschen leichter, besser und schöner machen. Das Haarkosmetikgeschäft von Henkel, das unter der Marke Schwarzkopf international bekannt und erfolgreich ist, steht für professionelle Haarkompetenz in zwei Bereichen: das Markenartikelgeschäft von Schwarzkopf mit Marken wie Drei Wetter Taft, Schauma, Gliss Kur oder Brillance und das internationale Friseurgeschäft Schwarzkopf Professional. Im Geschäftsjahr 2008 erzielte Henkel einen Umsatz von 14 131 Mio. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von 1460 Mio. Euro. Weltweit engagieren sich über 52 000 Mitarbeiter dafür, das Leitmotiv des Unternehmens, „A Brand like a Friend“, umzusetzen und sicherzustellen, dass Menschen in über 125 Ländern der Welt den innovativen Marken und Technologien von Henkel vertrauen können.

Kontakt

Pressebüro bei Henkel:

Henkel Kosmetik Markenkommunikation
Annamaria Englebert
Telefon: 0211 – 797-1637
Telefax: 0211 – 798-3640
E-Mail: annamaria.englebert@henkel.com

PR Agentur:

NICOLE WEBER communications
Stefanie Bröcker
Telefon: 040 – 41 49 48-31
Telefax: 040 – 41 49 48-70
E-Mail: s.broecker@nicoleweber.de

Henkel AG & Co. KGaA