

## Presseinformation

04. März 2025

Henkels Haarkosmetikgeschäft: Forschung, Entwicklung und Friseurexpertise unter einem Dach

### **Henkel eröffnet „House of Hair“ in Hamburg – neuer Innovations-Hub für das Haarkosmetikgeschäft**

- Neuer Innovations-Hub von Henkel bündelt erstmals ausschließlich Bereiche des Haarkosmetikgeschäfts von Henkel an einem Standort
- Investition unterstreicht die Bedeutung des Standorts Hamburg für die Haarkategorie
- Unternehmensweit größter Testsalon im „House of Hair“

Hamburg – Henkel eröffnet das „House of Hair“ – den neuen Innovations-Hub für das Haarkosmetikgeschäft des Unternehmens in Hamburg. Nach dem Umzug von den ehemaligen Standorten in der Stadt sind hier nun die Bereiche der Haarkategorie mit besonderem Fokus auf das Friseurgeschäft unter einem Dach vereint – von der Ideenentwicklung über den Verkauf bis zu den Anwendungstests. Auf sechs Etagen und rund 9.400 Quadratmetern stehen Haarcolorations-, -styling- und -pflegemarken wie Schwarzkopf Professional, Schwarzkopf, Indola, Authentic Beauty Concept oder STMNT für Friseur:innen und Konsument:innen im Vordergrund. Rund 320 Expert:innen aus Forschung und Entwicklung, Sales und Marketing sowie dem unternehmenseigenen Testsalon und der Academy of Hair für Friseur:innen werden nun im House of Hair in Hamburg-Altona gemeinsam an neuen Innovationen arbeiten.

#### **Innovation durch Kollaboration: Das „House of Hair“ als globaler Blueprint**

„Innovationen entstehen durch Austausch und Zusammenarbeit – intern wie extern. Deshalb ist es für uns entscheidend, nicht nur auf moderne Technologien, starke Marken sowie jahrzehntelange Erfahrung und Expertise zurückzugreifen. Mindestens genauso wichtig ist es, wertvolle Einblicke aus der engen Zusammenarbeit mit Friseur:innen, Start-ups und Trendsettern zu erhalten. All das vereint das ‚House of Hair‘ – der Ort, an dem Ideen lebendig werden, Kreativität Raum bekommt und Trends für die Zukunft der Haarindustrie gesetzt werden“, sagt Lars Hennemann, Leiter der globalen Haarkategorie und des Friseurgeschäfts bei Henkel. Dabei endet die Vision nicht in Hamburg: „Mit dem ‚House of Hair‘ in Hamburg als

zentralen Innovations-Hub für das Haarkosmetikgeschäft haben wir einen Blueprint geschaffen, den wir weltweit in allen Regionen weiter ausrollen wollen“, ergänzt Hennemann.

### **Nachhaltigkeit im Fokus**

Neben Innovationskraft spielt auch Nachhaltigkeit eine zentrale Rolle. Für die Forschungseinheiten im „House of Hair“ hat Henkel die renommierte „My Green Lab“-Zertifizierung erhalten. Das Zertifizierungsprogramm zielt darauf ab, nachhaltige Standards im Forschungsbetrieb naturwissenschaftlicher Labore zu etablieren.

### **Produktentwicklung und enge Zusammenarbeit mit Friseur:innen**

Im „House of Hair“ ist auch Henkels größter Haar-Testsalon entstanden – einer von insgesamt sechs weltweit. Hier werden Haarkosmetikprodukte aus aller Welt mit standardisierten Messmethoden getestet und ausgewertet. Für die Produkttests greift Henkel unter anderem auf einen internen Modelpool mit ca. 1.800 Personen zurück, damit die Produkte an verschiedenen Haartypen getestet werden können. Zudem fließen die Erfahrungen der Friseur:innen direkt in den Entwicklungsprozess ein, um neben Konsumentenprodukten auch Produkte für das Friseurgeschäft zu entwickeln.

### **Aus- und Weiterbildung für die Branche**

Auch die unternehmenseigene Academy of Hair fördert den engen Austausch zwischen Henkel und Friseur:innen. Jährlich werden hier durchschnittlich 2.000 Friseur:innen aus- und weitergebildet – darunter auch Teilnehmer:innen der Schwarzkopf-Initiative [Shaping Futures](#). Dieses Programm vermittelt sozial benachteiligten jungen Erwachsenen das Friseurhandwerk, um ihre Zukunftsperspektiven zu verbessern.

### **Schwarzkopf in Hamburg: Tradition und Innovation**

Schwarzkopf ist seit fast 80 Jahren in Hamburg ansässig und gehört seit der Übernahme im Jahr 1995 zu dem globalen Henkel-Konzern, dessen Hauptsitz in Düsseldorf ist. Durch die Akquisition verdoppelte sich der Umsatz des damaligen Unternehmensbereichs Beauty Care, der nun Teil von Henkel Consumer Brands ist. Heute ist Schwarzkopf die größte Marke in der Haarkategorie und zählt zu den führenden Haarkosmetikmarken weltweit.

## **Über Henkel**

Mit seinen Marken, Innovationen und Technologien hält Henkel weltweit führende Marktpositionen im Industrie- und Konsumentengeschäft. Mit dem Unternehmensbereich Adhesive Technologies ist Henkel globaler Marktführer bei Klebstoffen, Dichtstoffen und funktionalen Beschichtungen. Mit Consumer Brands ist das Unternehmen insbesondere mit Wasch- und Reinigungsmitteln sowie im Bereich Haare weltweit in vielen Märkten und Kategorien führend. Die drei größten Marken des Unternehmens sind Loctite, Persil und Schwarzkopf. Im Geschäftsjahr 2023 erzielte Henkel einen Umsatz von mehr als 21,5 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 2,6 Mrd. Euro. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert. Nachhaltiges Handeln hat bei Henkel lange Tradition und das Unternehmen verfolgt eine klare Nachhaltigkeitsstrategie mit konkreten Zielen. Henkel wurde 1876 gegründet und beschäftigt heute weltweit ein vielfältiges Team von rund 48.000 Mitarbeiter:innen – verbunden durch eine starke Unternehmenskultur, gemeinsame Werte und den Unternehmenszweck: „Pioneers at heart for the good of generations“. Weitere Informationen unter [www.henkel.de](http://www.henkel.de)

**Fotomaterial finden Sie im Internet unter [www.henkel.de/presse](http://www.henkel.de/presse)**

Kontakt	Kathrin Brokmeier	Hanna Philipps
Telefon	+49 211-797-8605	+49 211-797-3626
E-Mail	<a href="mailto:kathrin.brokmeier@henkel.com">kathrin.brokmeier@henkel.com</a>	<a href="mailto:hanna.philipps@henkel.com">hanna.philipps@henkel.com</a>

Henkel AG & Co. KGaA