

Henkel Beauty Care Presseinformation

Schwarzkopf Looks 2015

Januar 2015

Celebrity-Fotograf Mario Testino shootet exklusiv die Schwarzkopf Looks

Er fotografierte das legendäre Diana-Foto, entdeckte Gisele Bündchen und verehrt Cara Delevingne und Kate Moss. Jede für sich ist eine Ikone, ein Star und ein Cover-Model. Für Schwarzkopf fotografierte Mario Testino jetzt die Looks 2015, die er gemeinsam mit dem Schwarzkopf Haar-Experten Armin Morbach entwickelte. „International“ lautete das Motto der beiden. Frauen aus Schweden, Frankreich, Amerika oder Japan inspirierten Mario Testino und Armin Morbach. Die Internationalität, Unterschiedlichkeit und das Besondere jeder einzelnen Frau spiegeln sich in den Looks 2015 wider: mal verspielt bei Pastel Story, dann edgy bei Micro Fringe, natürlich weiblich beim Look Backcomb Grunge und rebellisch wie bei Double Square.

Individuell und international: Die Looks 2015 geben jeder Frau die Freiheit, für sich selbst eine eigene Wahl zu treffen. Mario Testino fasst die Richtung zusammen: „Mach, was zu dir passt.“ Ob es weiblich und leicht ist oder cool und lässig. Die einzelnen Looks spiegeln sich ebenfalls in der Mode der kommenden Saison. Die Kollektionen von Gucci, Louis Vuitton oder Saint Laurent zeigen einen Fashion-Trend, der ideal zu dem Look Backcomb Grunge passt. Wie auch in der Mode gilt für die Looks: Style es sexy bis wild oder lässig bis entspannt. Für Frauen bedeutet das: Die Looks lassen sich ideal auf ihren Typ oder die Situation abstimmen.

„Jede Frau kann ihren Cover-Moment haben“, sagt der Schwarzkopf Haar-Experte Armin Morbach über die Looks 2015. „Das wollten wir in diesem Jahr auch mit den Fotos zeigen. Deshalb wurde für die Looks immer ein ähnlicher Anschnitt gewählt“, sagt er über die Zusammenarbeit mit dem Celebrity-Fotografen Mario Testino. Armin Morbach ist sich sicher: „Der ganz große Auftritt gelingt auch im echten Leben! Ich stelle mir eine Frau mit dem Look Double Square vor, die abends in ein Restaurant geht. Wenn sie den Look trägt, wird jeder zu ihr hinsehen.“

Das Alter spielt kaum eine Rolle, der Schnitt dafür umso mehr. „Die Looks stehen allen Frauen. Auch eine 60-Jährige kann den Double Square oder Backcomb Grunge tragen“, sagt Schwarzkopf Haar-Experte Armin Morbach. Es geht eher darum, was zum eigenen Typ passt. Allerdings tritt jetzt wieder der Schnitt in den Vordergrund. „Auch das wollten wir mit den Looks 2015 zeigen. Denn eins ist klar, auch die beste Farbe wirkt nur, wenn der Schnitt optimal darauf abgestimmt ist“, sagt der Schwarzkopf Haar-Experte.

Die Schwarzkopf Looks 2015

Micro Fringe (Models: Betty Adewole, Katlin Aas)

Urban, modern, ein klares Statement – der Look Micro Fringe passt in die Metropolen von heute. Ob New York, London, Sydney oder Tokio: Starke Frauen setzen damit ein Zeichen. „Genau das soll der Micro Fringe aussagen“, sagt Schwarzkopf Haar-Experte Armin Morbach, „er passt zu kreativen Frauen, die sich zeigen wollen.“ Klare, glatte Strukturen und ein extrem kurzer Pony rahmen das Gesicht förmlich ein. „Der Micro Fringe verlangt deshalb auch nach einer dunklen Farbe, die noch durch einen Schimmer wie Schwarz-Violett oder Blau-Schwarz akzentuiert wird“, sagt Morbach. Die starken Farben und regelmäßig geschnittene Konturen machen den Micro Fringe aus. „Das Wichtigste am Micro Fringe ist der knallkurze Pony, die Haarlänge insgesamt kann variiert werden“, erklärt Armin Morbach. Besonders gut kommt der Look bei gesund glänzendem, glattem Haar raus.

Produkte: BRILLANCE 891 Blau-Schwarz, Schauma Spiegelglanz 24h Glanz-Treu Shampoo, Spülung und Tägliche Glanz-Pflege (ab Februar 2015), styliste ULTÎME AMINO-Q HOLD Haarspray und styliste ULTÎME AMINO-Q HOLD Mousse (ab Februar 2015)

Backcomb Grunge (Model: Nastya Kusakina)

Süß oder sexy? Der Look Backcomb Grunge lässt allen Frauen jederzeit die Option, sich genau so zu stylen, wie sie sich fühlen. „Gerade bei diesem Look passt das Motto ‚Mach, was zu dir passt‘“, erklärt der Celebrity-Fotograf Mario Testino. „Wenn der Look in Blond getragen wird, sollte die Farbe wirklich hell sein, ein schönes Weißblond, ein typisches Claudia Schiffer-Blond ist perfekt“, sagt Schwarzkopf Haar-Experte Armin Morbach. Die Haare sollten mindestens schulterlang sein und werden am Hinterkopf zu einem lockeren Pferdeschwanz zusammengebunden. Ob Mittel- oder Seitenscheitel, entscheidet jede Frau selbst – Hauptsache, die Haare liegen am Gesicht eher flach an. Armin Morbach empfiehlt für den Look stark pflegende

Produkte, damit die Struktur der Haare schön gesund und gepflegt wirkt. Sein Extra-Tipp: die Haare mit der Bürste toupieren, weil sie dadurch weniger strapaziert werden.

Produkte: Diadem Seiden-Color-Creme Braun Nuancen, Diadem Blonde Sensation, Schwarzkopf Blonde Platin Aufheller L100 (Eisblond), essence ULTÎME OMEGA REPAIR Instant Repair Serum (ab Februar 2015), GLISS KUR Pflegeserie SERUM DEEP-REPAIR (ab Februar 2015), styliste ULTÎME SEA SALT BEACH LOOK Texture Spray (ab Februar 2015), styliste ULTÎME BIOTIN+ VOLUME Haarspray (ab Februar 2015)

Pastel Story (Models: Charlene Högger, Tian Yi, Nastya Kusakina)

Soft, easy und relaxed – so fasst Schwarzkopf Haar-Experte Armin Morbach den Look Pastel Story zusammen. Helles Haar mit pastellfarbenen Strähnen lässt jede Frau sofort frisch und jung aussehen. „Für den Look Pastel Story braucht es nur eine subtile Veränderung. Ein Hauch von Farbe verschafft langem, hellem Haar den besonderen Twist.“ Inspirieren ließen sich Morbach und Testino von den schrill gefärbten Haaren der Bloggerinnen. „Wir wollten diesen Look aber deutlich absoften, deshalb wählten wir Pastelltöne“, erklärt Armin Morbach. Das Besondere an Pastel Story: „Je nach Styling erzeugt der Look eine komplett andere Ausstrahlung. Mit schlichtem Outfit wirkt er mädchenhaft, mit Turnschuhen und Leggings rockig und mit einem bunten Mantel wird er zum echten Hingucker“, sagt Morbach. Wichtig für diesen Look: Das Haar darf nie zu stark glänzen. Morbach: „Die Struktur der ganzen Frisur sollte eher rau sein. Das bekommt man gut mit Haarpuder hin.“

Produkte: essence ULTÎME CITRUS OIL BLONDE DELUXE Aufhellendes Shampoo, Aufhellende Spülung und Anti-Gelbstich Maske (ab Februar 2015), got2b FÖHN-OMENAL quick shape MOUSSE (ab Februar 2015), taft ULTIMATE Schaumfestiger (ab Februar 2015), styliste ULTÎME SEA SALT BEACH LOOK Texture Powder (ab Februar 2015)

Double Square (Models: Tian Yi, Magdalena Jasek, Betty Adewole)

Ein wenig Rebellion, etwas aufmüpfig, ein bisschen was aus den Achtzigern: Frauen, die Double Square tragen, fallen auf. „Eine Jeanne d’Arc von der Straße“ – das ist Armin Morbachs Assoziation zum Look Double Square. „Vor allem passt er zu emanzipierten Frauen“, sagt der Schwarzkopf Haar-Experte. Bei Double Square sind Schnitt und Farbe gleichberechtigt. Starke Kontraste wie Rot und Schwarz zeichnen Double Square genauso aus wie fransige Konturen. Armin Morbach: „Bei diesem Look gibt es keine wirkliche Schnittkante. Alles ist gepointet oder fransig.“

Unterstrichen wird der Look durch wachsige Strukturen. „Es darf nicht ordentlich aussehen, sondern eher wie der Bob vom Vortag“, sagt Armin Morbach. „Double Square steht für klare Linien, die dadurch gebrochen werden, dass der Look so fransig ist.“ Ein schwarzer Anzug oder ein rotes Abendkleid machen Double Square zum Fashion-Statement. Klare Linien sind bei diesem Look auch in puncto Make-up angesagt: Stark umrandete Augen und ein tiefroter Lippenstift unterstreichen die Aussage.

Produkte: BRILLANCE oder million color, Schwarzkopf LIVE COLOR XXL, got2b FÖHN-OMENAL quick shape MOUSSE und fast finish HAARSPRAY (ab Februar 2015), taft ULTIMATE Haarlack und Schaumfestiger (ab Februar 2015), Pflegeserie GLISS KUR Oil Nutritive (Relaunch Februar 2015)

Weitere Informationen zu den Schwarzkopf Looks 2015 finden Sie auf www.schwarzkopf.de.

Über Henkel

Henkel ist weltweit mit führenden Marken und Technologien in den drei Geschäftsfeldern Laundry & Home Care, Beauty Care und Adhesive Technologies tätig. Das 1876 gegründete Unternehmen hält mit rund 47.000 Mitarbeitern und bekannten Marken wie Persil, Schwarzkopf oder Loctite global führende Marktpositionen im Konsumenten- und im Industriegeschäft. Im Geschäftsjahr 2013 erzielte Henkel einen Umsatz von 16,4 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von 2,5 Mrd. Euro. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert.

Fotomaterial finden Sie im Internet unter www.henkel.de/presse.

Kontakt

Pressebüro bei Henkel Beauty Care:

Henkel Beauty Care Markenkommunikation
Annamaria Englebert
Telefon: 0211/797-1637
Telefax: 0211/798-3640
E-Mail: annamaria.englebert@henkel.com
Henkel AG & Co. KGaA

PR-Agentur:

achtung! GmbH
Anna Glombitza-Oelsner
Telefon: 040/450210-740
Telefax: 040/450210-999
E-Mail: henkelbeautycare@achtung.de