

Henkel Beauty Care Presseinformation

Schwarzkopf Looks 2015

Januar 2015

Interview Mario Testino

Düsseldorf – Gisele Bündchen, Madonna, Kate Moss und Lady Diana: Mario Testino hatte sie alle vor der Kamera. In diesem Jahr fotografierte Testino exklusiv die Looks 2015 gemeinsam mit dem Schwarzkopf Haar-Experten Armin Morbach. Mario Testino folgt damit in der Reihe Celebrity Photographer für Schwarzkopf auf Ellen von Unwerth (2011), Peter Lindbergh (2012), Patrick Demarchelier (2013) und Karl Lagerfeld (2014).

Herr Testino, wo sehen Sie die Botschaft in den Schwarzkopf Looks 2015? Gibt es ein verbindendes Element?

MARIO TESTINO: Die Message ist klar: Tu, was du willst, denn alles ist möglich. Jede Frau hat bei den Schwarzkopf Looks 2015 die Wahl, was ihr steht und was zu ihrem Style passt. Mit den neuen Looks 2015 zeigt Schwarzkopf Trends, die sich auch in der Mode widerspiegeln. Die Idee des Backcomb Grunge passt zu den kommenden Kollektionen von Gucci, Louis Vuitton oder Saint Laurent. Und gleichzeitig lässt sich Backcomb Grunge sexy und wild, aber auch lässig und entspannt stylen. Das Prinzip „Mach, was zu dir passt“ funktioniert genauso bei den Looks Micro Fringe, Pastel Story und Double Square.

Was verkörpert der Look Grunge für Sie?

MARIO TESTINO: Grunge war in den späten 90ern eine Lebenseinstellung. Wer dazugehörte, machte sich nichts aus Erfolg und Status. Grunge bedeutete Wut und Desillusionierung der Generation Y. Er zeigte sich in der Mode, der Musik und im Lifestyle. Das ist heute anders. Junge Leute sind ehrgeizig und sie wollen persönlichen Erfolg. Grunge ist immer noch da, aber heute ist Grunge eher eine Frage des Looks als des Lifestyles.

Zu welchem Frauentyp passt der Micro Fringe?

MARIO TESTINO: Für diesen Look braucht man ein ausdrucksstarkes Gesicht. Der Micro Fringe rahmt das Gesicht ein, fast wie ein Gemälde. Dadurch werden

Gesichtszüge betont und das Besondere wird hervorgehoben. Der kurze Pony und glatte Strukturen lenken den Fokus auf schöne Augen, einen besonderen Mund oder ein klassisches Profil. Dieser Look ist ein Statement. Er zeigt immer das Charakteristische an der Frau. Mit einem Micro Fringe kann sie cool wirken, geheimnisvoll, tough oder elegant.

Was macht die Pastel Story so besonders?

MARIO TESTINO: Der Look macht einfach jeden Style weicher. Die Pastel Story mit sanften Farbakzenten schmeichelt jeder Frau und jedem Haar. Ich mag diesen Look sehr! Schon wenige Farbverläufe frisken den Look auf subtile Weise auf, ohne starke Veränderungen wie ein komplett neuer Schnitt oder eine ganz neue Farbe.

Was sagen Sie zu dem Look Double Square?

MARIO TESTINO: Der Look ist auffällig und modern. Starke Kontraste, Farben, die auf den ersten Blick flächig erscheinen, sind die wesentlichen Merkmale. In der Mode spiegelt sich das in den Kollektionen von Emanuel Ungaro, Céline oder Marni wider. Fransige Spitzen und Konturen sowie Verläufe in den Farben entschärfen die starken Kontraste des Looks.

Welcher dieser Looks gefällt Ihnen am besten?

MARIO TESTINO: Ich habe nicht den einen Lieblings-Look. Ich mag Individualität und wenn der Look zur Persönlichkeit der Frau passt.

Wie gefiel Ihnen die Zusammenarbeit mit dem Schwarzkopf Haar-Experten Armin Morbach?

MARIO TESTINO: Armin arbeitet absolut professionell. Während des Shootings war er immer fokussiert, super vorbereitet und gleichzeitig entspannt und gut drauf. Wir hatten eine tolle Zeit und es hat wirklich Spaß gemacht, mit Armin zusammenzuarbeiten.

Nach welchen Kriterien suchen Sie die Models aus? Und gibt es einen Unterschied, ob Sie Fashion- oder Beauty-Fotos machen?

MARIO TESTINO: Es ist ein riesiger Unterschied, ob ich Fashion oder Beauty mache. Bei Kosmetik- und Haarproduktionen dreht sich alles um das Gesicht und die Frisur. Ich gehe viel dichter ran an die Models und jedes kleinste Detail muss perfekt sein. Wenn ich Mode fotografiere, kommt es insgesamt auf den Look an.

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