

Interview mit Schwarzkopf Haar-Experte Armin Morbach

Wie war die Zusammenarbeit mit Bryan Adams?

ARMIN MORBACH: Ich bin mit der Musik von Bryan Adams groß geworden – jetzt mit ihm zu arbeiten, ist sehr aufregend. Er ist nicht nur ein toller Musiker, sondern auch ein bekannter Fotokünstler, der viel beachtete Projekte umsetzt.

Was schätzt Du besonders an ihm?

ARMIN MORBACH: Bryan Adams hat seine eigene Vision und ist sehr zielstrebig – ich finde ihn absolut sympathisch. Außerdem kann man ihm von Anfang an vertrauen, so etwas gibt es nicht oft.

Welcher Moment am Set ist Dir besonders in Erinnerung geblieben?

ARMIN MORBACH: Zwischen den Shootings hat Bryan immer ein bisschen gesungen, das war toll. Es herrschte eine sehr angenehme, familiäre Atmosphäre.

Was verbindet die diesjährigen Schwarzkopf Looks?

ARMIN MORBACH: Die Schwarzkopf Looks sind dieses Jahr sehr unterschiedlich. Wir haben den Frisuren ganz verschiedene Texturen verliehen – zum Beispiel mit Wellen und Styling-Produkten, die Volumen erzeugen. Es geht darum, die Individualität der Models im unterstreichen und dabei authentisch zu bleiben – eben typisch Schwarzkopf. Das ist etwas, was die Looks trotz ihrer Diversität gemeinsam haben.

Was zeichnet 80s Up besonders aus?

ARMIN MORBACH: Die Achtzigerjahre-Welle mit Ansatzvolumen und viel Struktur feiert gerade ein großes Comeback und war auf den internationalen Laufstegen immer wieder zu sehen. Diesen Trend haben wir mit 80s Up aufgegriffen. Jede Frau sieht mit Haaren im Eighties-Look spektakulär aus. Und bei diesem Styling kann sich jeder mit Föhn, Haarschaum und Spray austoben und sich dabei völlig neu erfinden – schließlich macht die Vorbereitung dieses Looks mindestens genauso viel Spaß wie das Ergebnis!

Worum geht es bei New Man?

ARMIN MORBACH: New Man verbindet weibliche und männliche Elemente zu einem sehr modernen Look. Hier trifft der klassische Power-Suit auf lange, glatte Haare. Aktuell sieht man diesen Look oft in der Front Row internationaler Fashion Shows an Redakteuren und Bloggern. Es geht um starke Frauen, die keinen Lippenstift oder Nagellack brauchen, um gut auszusehen.

Woran denkst Du bei Soft Punk und was waren die Inspirationen?

ARMIN MORBACH: Bei diesem Look geht es nicht um gerade, perfekte Linien, sondern um einen Haarschnitt, der „undone“ und etwas rockig aussieht. Daher habe ich die Haare des Models auch nicht technisch, sondern rein optisch zu einem Bob geschnitten. Der Look spielt mit Gegensätzen – wie eine Kombination aus dem klassischen Chanel-Stil und Punk-Einflüssen. Inspirationen haben vor allem die internationalen Fashion Shows geliefert: Hier waren aktuell immer wieder Models mit Bobs zu sehen. Ihre Haare wurden oft backstage kurz vor den Schauen noch gekürzt – die Frisur sah wild und ein bisschen wie vom Model selbst geschnitten aus. Dieses spontane Gefühl soll Soft Punk vermitteln. Wer langes Haar hat und sich für einen Bob entscheidet, kann damit seinen Typ in nur 15 Minuten völlig verändern.

Worum geht es bei Underground Edge und was ist das Besondere an dem Look?

ARMIN MORBACH: Underground Edge ist von den Sechziger- und Siebzigerjahren inspiriert und ein ganz easy Look. Er ist modern, frisch, sehr tragbar und wirkt auf keinen Fall zu frisiert. Das Besondere an Underground Edge ist seine Wandelbarkeit: Tagsüber kann er luftgetrocknet sehr natürlich aussehen, am Abend wird er mit etwas Trockenshampoo griffiger und erhält einen rockigen Touch. So wird es nie langweilig.

Welcher Look ist Dein Favorit?

ARMIN MORBACH: Eindeutig 80s Up, denn ich liebe Volumen und experimentiere gern mit Produkten, wie zum Beispiel einem tollen Haarschaum. Er kann Haaren einen ganz anderen Look verleihen und sie dramatischer und wilder aussehen lassen. Außerdem bin ich in den Achtzigerjahren aufgewachsen und habe ganz besondere Erinnerungen an diese Zeit.

Was ist für Dich der größte Haartrend für das kommende Jahr?

ARMIN MORBACH: Für mich geht es 2017 vor allem um Individualität. Jeder hat die Möglichkeit, jeden Tag zu entscheiden, wie er aussehen möchte – von kurzen blonden Haaren bis zum strengen schwarzen Bob. Mein Tipp: Sei jemand anderes und überrasche mit einem ganz neuen Look – schließlich wachsen Haare wieder nach und sind zum Experimentieren da. Das sollte man beim Styling nie vergessen.

Was sind für Dich die ikonischsten Frisuren aller Zeiten?

ARMIN MORBACH: Da gibt es einige. Zum Beispiel der Look von Brigitte Bardot mit toupiertem Haar. Oder auch Marilyn Monroes einzigartige blonde Locken und die eleganten Wellen von Sophia Loren. Die Einflüsse der großen Hollywoodstars kann man noch heute bei den internationalen Fashion Shows spüren. Letztendlich orientiert sich jeder an ihnen und interpretiert diese ikonischen Looks auf moderne Art und Weise neu.

Über Schwarzkopf

Vor 118 Jahren legte der Chemiker Hans Schwarzkopf den Grundstein für einen Namen, der für Qualität, Verlässlichkeit, Kompetenz und Innovationen steht und heute zu einer der weltweit führenden Haarpflegemarken gehört. Schwarzkopf ist die größte Marke bei Henkel Beauty Care und erzielt mit Produkten im Markenartikel- und Friseurgeschäft in mehr als 60 Märkten weltweit einen Umsatz von rund 2 Milliarden Euro (Jahr 2015). Zu der Weltmarke gehören Produkte aus den Bereichen Haarfarbe wie Brillance und Diadem sowie Haarpflege und -styling wie Schauma, Drei Wetter Taft, Gliss Kur und got2b.

Über Henkel

Henkel verfügt weltweit über ein ausgewogenes und diversifiziertes Portfolio. Mit starken Marken, Innovationen und Technologien hält das Unternehmen mit seinen drei Unternehmensbereichen führende Marktpositionen – sowohl im Industrie- als auch im Konsumentengeschäft: So ist Henkel Adhesive Technologies globaler Marktführer im Klebstoffbereich. Auch mit den Unternehmensbereichen Laundry & Home Care und Beauty Care ist das Unternehmen in vielen Märkten und Kategorien führend. Henkel wurde 1876 gegründet und blickt auf eine 140-jährige Erfolgsgeschichte zurück. Im Geschäftsjahr 2015 erzielte Henkel einen Umsatz von 18,1 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von 2,9 Mrd. Euro. Allein die drei Top-Marken Persil, Schwarzkopf und Loctite erzielen dabei einen Umsatz von mehr als 6 Mrd. Euro. Henkel beschäftigt weltweit rund 50.000 Mitarbeiter, die ein vielfältiges Team bilden – verbunden durch eine starke Unternehmenskultur, einen gemeinsamen Unternehmenszweck und gemeinsame Werte. Die führende Rolle von Henkel im Bereich Nachhaltigkeit wird durch viele internationale Indizes und Rankings bestätigt. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert. Weitere Informationen finden Sie unter www.henkel.de

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

Kontakt

Pressebüro bei Henkel Beauty Care

Henkel Beauty Care Markenkommunikation
Nicola Surholt
Telefon: 0211-797-1637
Telefax: 0211-798-8518
E-Mail: nicola.surholt@henkel.com

PR-Agentur

achtung! GmbH
Sabrina Seidl-Zinke
Telefon: 040-450210-710
Telefax: 040-450210-999
E-Mail: henkelbeautycare@achtung.de

Folgen Sie uns auch auf Twitter: [@HenkelPresse](https://twitter.com/HenkelPresse)

Henkel AG & Co. KGaA