

Presseinformation

Januar 2021

Schwarzkopf und die MBFW 2021

Haartrends 2021: Schwarzkopf kreiert die Looks der Mercedes-Benz Fashion Week

Düsseldorf, 26. Januar 2021 – Schwarzkopf meets Fashion – Vom 18. bis 20. Januar präsentierten deutsche Modedesigner und international renommierte Nachwuchstalente in neuen Show-Formaten ihre Kollektionen für den Herbst/Winter 2021 digital und für jeden zugänglich aufgezeichnet im Kraftwerk Berlin. Mit dabei war auch in diesem Jahr Schwarzkopf als offizieller Haarpartner der MBFW 2021. Armin Morbach und sein Team setzten die neusten Haartrends der Saison für alle Designer der Mercedes-Benz Fashion Week um. Im Vordergrund: Looks inspiriert durch den aktuellen Zeitgeist und Einflüssen der 80er und 90er Jahre.

Schwarzkopf entwarf als offizieller Partner die Haar-Looks der Mercedes-Benz Fashion Week 2021 in Berlin. Das kleine Team rund um Armin Morbach übernahm in enger Zusammenarbeit mit den Designern und unter Berücksichtigung aller relevanter Hygienevorschriften das Styling für die MBFW „Uns war es wichtig, den Geist der Zeit zu treffen und zu zeigen, wie wesentlich es gerade jetzt ist, kreativ zu sein und sich auszuprobieren: Das gilt sowohl bei der Aufzeichnung der Schauen und in der Kreation der Schwarzkopf Looks, aber auch für jeden zuhause,“ verriet Armin Morbach. In diesem Jahr war besondere Kreativität gefragt, um den Designern*innen einen adäquaten Rahmen für die digitalen Präsentationen zu ermöglichen. Das Ergebnis: Neue digitale Show-Formate und Inszenierungen gaben das Rahmenprogramm der diesjährigen MBFW vor und machten die Modewoche zu einem individuellen Erlebnis. Und das nicht nur für ein ausgewähltes Publikum, sondern für jeden Modeliebhaber in der virtuellen Frontrow – stay at home & enjoy the show.

Die Schwarzkopf Key Looks: Danny Reinke und Lana Müller – International Wet Look im 90s Style, Kilian Kerner – 90s Nostalgie mit gezacktem Haarreif, Tom van



Wet Look bei Danny Reinke. Nachgestylt von Armin Morbach an Kim Riekenberg.

Eingedrehte Dutch Braids bei Elias Rumelis. Nachgestylt von Armin Morbach an Wioleta Psiuk.

der Borght – Goldene Pigmente, Elias Rumelis – eingedrehte Dutch Braids, Rebekka Ruétz – Undone Bun.

Die Looks wurden pandemie-konform bereits vor der digitalen MBFW geshootet – mit prominenter Besetzung. Riccardo Simonetti, Kim Riekenberg und Wioleta Psiuk wurden von Armin Morbach und seinem Team gestylt und setzten die Key Looks bereits vor dem Start der Modewoche perfekt in Szene.

Auch auf dem Laufsteg punktete Schwarzkopf mit den perfekt gestylten Looks für Designer wie Kilian Kerner, Elias Rumelis und Tom van der Borght. Dabei setzte Armin Morbach auch in diesem Jahr wieder auf Natürlichkeit und Individualität – mit einer kleinen Prise Extravaganz und ganz viel Flair der 80er und 90er Jahre.



90s Nostalgie bei Kilian Kerner. Nachgestylt von Armin Morbach an Kim Riekenberg und Riccardo Simonetti.

Für Kilian Kerners Jubiläumsshow entschied sich Armin Morbach für ein 90s Revival: „Der gezackte Haarreif á la David Beckham kombiniert mit glattem Haar im Wet Look unterstreicht die Designs perfekt und lässt sich auch zuhause einfach nachstylen!“. Aufwendiger wurde es bei Lana Müller. „Hier haben wir die Haare wie kleine Tentakel im Wet Look ins Gesicht gelegt. Mit dem neuen Taft fixiert wird der Look zum Wet Look 2.0 und lässt die frühen 90s wieder aufleben“.



Wet Look bei Lana Müller. Nachgestylt von Armin Morbach an Wioleta Psiuk.



Goldene Pigmente bei Tom van der Borgh. Nachgestylt von Armin Morbach an Angie Vargas.

Richtig extravagant war das Haar-Styling bei Tom van der Borgh. Armin Morbachs Favorit der diesjährigen MBFW-Looks glänzte durch Goldpigmente, die auf das Haar gesetzt wurden. Dieser Look unterstrich auf besondere Weise den Performance-Charakter der Show und gab ihr das gewisse Extra. Und auch die Einflüsse der Pandemie fanden sich in den Schwarzkopf Looks für den vorproduzierten Content von Rebekka Ruétz wieder: „Jeder kennt ihn aus dem Home Office: Der klassische Chignon ist aus keinem Zoom Call mehr wegzudenken und wurde für Rebekka Ruétz in der Undone Variante und kegelförmig zum Bun umgestylt – für einen besonderen Twist. Perfekt für den Alltag!“



Undone Bun bei Rebekka Ruétz. Nachgestylt von Armin Morbach an Angie Vargas.

Nicht nur die Mercedes-Benz Fashion Week feierte in diesem Jahr Premiere als digitale Modewoche, auch das neue Taft – mit minimalistischem Look und neuen Formeln – hatte seinen ersten Auftritt und fand direkt Anwendungen in allen von Armin Morbach gestylten Looks. Ab März 2021 im Handel erhältlich.

(###BITTE BEACHTEN: SPERRFRIST BIS ZUM 1. MÄRZ 2021 FÜR DAS NEUE TAFT###)



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 über 140-jährige Erfolgsgeschichte zurück. Im Geschäftsjahr 2019 erzielte Henkel einen Umsatz von über 20 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 3,2 Mrd. Euro. Henkel beschäftigt weltweit mehr als 52.000 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 www.henkel.de/presse

Kontakt

Pressebüro bei Henkel Beauty Care

Henkel Beauty Care Markenkommunikation

Nicola Surholt

Telefon: +49 211 797 1637

E-Mail: nicola.surholt@henkel.com

PR-Agentur

BCW GmbH

Telefon: +49 178 9355392

E-Mail: henkelbeautycare@bcw-global.com

Folgen Sie uns auch auf Twitter: @HenkelPresse

Henkel AG & Co. KGaA