

Starke Frauen, starkes Styling – Taft feiert seinen Relaunch mit einem Remake des ikonischen Spots der 80er Jahre

Taft lässt den Geist der 80er Jahre wiederaufleben! Das Remake zum ikonischen „Das Haar sitzt – Drei Wetter Taft“ Spots bildet den filmischen Auftakt zur neuen globalen Taft-Kampagne und fokussiert dabei nicht nur das klassische Taft-Styling, sondern rückt auch die selbstbewusste Taft-Frau wieder in den Vordergrund. Mit viel Humor und Blick auf den modernen Zeitgeist steht eines ganz klar im Mittelpunkt: starke Frauen. Passend dazu steht Hanna Weig als Taft-Gesicht im Fokus des Spots. Mama, Start-Up-Investorin, Model und Schauspielerin – Hanna Weig repräsentiert eine selbstbestimmte Generation Frau, die ihre Ideen verwirklicht ohne Abstriche zu machen. Natürlich immer mit dabei: Taft als der perfekte Styling-Begleiter für starke Momente!

Starke Frauen, starkes Styling! Denn ohne geht es nicht. Zu dieser Antwort kommt das Remake des 80er Jahre Spots „Das Haar sitzt – Drei Wetter Taft“. Die selbstbewusste Taft-Frau ist immer unterwegs, am Puls der Zeit – heute Hamburg, morgen Rom. Diesmal aber ohne ihren treuen Taft-Begleiter. Das Ergebnis: Die Frisur sitzt...nicht. Humorvoll und mit einem Augenzwinkern greift Schwarzkopf hier die Kernaussagen der 80er und 90er Jahre auf und verdreht sie ins Gegenteil. Und am Ende macht die Stimme aus dem Off deutlich: Kein Styling ist auch keine Lösung! Ein optisches Plus des Remakes: Der Film greift nicht nur das Feeling der 80er auf, sondern auch seinen Look. Retro auf ganzer Linie!

Schwarzkopf hat mit Taft bereits in den 80er Jahren mit dem Klischee des erfolgreichen Businessmanns gebrochen und in seinem ikonischen Werbefilm auf ein selbstbewusstes Frauenbild gesetzt. Egal wie widrig die (Wetter-) Bedingungen waren, diese Frau und ihr Styling trotzten schon damals jeglichem Gegenwind. Und das Bild der starken Frau ist heute noch genauso relevant – wenn nicht sogar relevanter! Nur fliegen erfolgreiche Frauen jetzt nicht mehr im Privatjet um die Welt, sondern sind genau da erfolgreich, wo sie es sein möchte, egal ob in Hamburg, Berlin und Rom oder in den eigenen vier Wänden. Hauptsache selbstbewusst, authentisch und individuell –

mit der passenden Frisur dank Taft kein Problem. Denn Taft unterstützt Frauen seit jeher dabei, das Beste aus jedem Moment zu machen.

Schwarzkopf Haarexperte Armin Morbach ist ein großer Fan des Taft Remakes: „Ich liebe den Look der 80s! Glamouröse Wellen, die geföhnt, toupiert und mit Taft in Form gebracht werden, werten jeden Look auf. Eine Löwenmähne für eine Löwin eben, die als starke Frau weiß, was sie will. Und auch handwerklich gehören die 80er Styles zu meinen Favoriten. Hier können Friseure einmal so richtig Hand anlegen. Mit Taft besprüht hält der Look auf jeden Fall auch zuhause!“ Das richtige Styling, so Armin, ist einfach wichtig, wenn es darum geht, das Selbstbewusstsein zu stärken und sich in seiner Haut rundum wohlfühlen.

Auch das Gesicht des Spots, Hanna Weig, weiß, wie wichtig es ist, selbstbewusst durchs Leben zu gehen und dabei selbstbestimmt und erfolgreich die eigenen Träume zu verwirklichen. Die Kampagne hat sie direkt begeistert: „Das Bild der taffen Taft-Frau hat mich schon als Kind fasziniert. Umso begeisterter war ich, Teil dieses humorvollen und künstlerischen Remakes zu sein.“ Als Start-Up Investorin ist Hanna immer am Puls der Zeit und weiß, wo der nächste Hype entsteht. Das ist der Power-Frau aber noch nicht genug. Sie ist auch als Model und Schauspielerin erfolgreich und dabei Vorbild für eine ganze Generation von jungen Frauen und Mädchen – inklusive ihrer kleinen Tochter. Die nächste Taft-Generation bereitet sich also auch schon auf ihren Auftritt vor.

Das Remake bildet den Auftakt zur neuen globalen Taft Kampagne. Im Mittelpunkt stehen dabei immer starke Frauen, die Herausforderungen im Berufs- und Privatleben mit Taft an ihrer Seite meistern. Auch das Taft Relaunch-Portfolio ist ab sofort im Handel erhältlich.

Taft. Für starke Momente!

Die Schwarzkopf-Marke Taft präsentiert ab sofort ihren Relaunch. Ein hohes Pflegelevel aller Produkte – frei von tierischen Inhaltsstoffen und Silikonen – sorgt für ein angenehmes Haargefühl und ein optimales Styling-Erlebnis. Neue Formeln und ein neues Produktdesign begleiten den Relaunch und gehen noch effektiver auf die Wünsche der Konsumenten ein.

Die neuen Taft Schaumfestiger auf Basis von Kartoffelstärke kommen dabei völlig ohne rein synthetische Polymere aus. Die in den Taft Schaumfestigern enthaltene Kartoffelstärke wird in erster Linie aus einer industriellen Kartoffelsorte gewonnen. Das Besondere an den neuen Formeln ist, dass rein synthetische, nicht abbaubare Polymere durch biologisch abbaubare Ersatzstoffe natürlichen Ursprungs ersetzt werden konnten – ohne Einbußen bei der Performance der Produkte. Für noch mehr Nachhaltigkeit und starke Momente!

Doch nicht nur Formeln wurden adaptiert, sondern das komplette Design wurde überarbeitet. Dabei wurde sich konsequent an den Bedürfnissen der Kunden orientiert: Ein neues Logo, eine klarere, farbgestützte Linienstruktur, eine leicht verständliche Darstellung des Haltegrads und eine sofort erkennbare Produktleistung erleichtern den Griff zum individuell passenden Taft-Produkt. Durch den matten Look, die modernen Farben und das simple Design wird der Taft, der Klassiker im Stylingregal, in einen zeitgemäßen Look übersetzt – Neuer Look, aber derselbe unglaubliche Halt!

Das Taft Relaunch-Portfolio ist ab sofort im Handel erhältlich.

- Neuer Look: Alle Taft-Linien ab sofort mit klarer, farbgestützter Linienstruktur
- Leicht verständliche Darstellung des Haltegrads
- Neue Formeln: Pflegende Schaumfestiger auf Basis von Kartoffelstärke ohne rein synthetische Polymere

Über Schwarzkopf

Vor über 120 Jahren legte der Chemiker Hans Schwarzkopf den Grundstein für einen Namen, der für Qualität, Verlässlichkeit, Kompetenz und Innovationen steht und heute weltweit zu einem der Pioniere im Bereich Haarkosmetik gehört. Schwarzkopf ist die führende Haarpflegemarke für Farbe und Styling in Europa und die erfolgreichste Haarkosmetikmarke im chinesischen E-Commerce. Sie ist die größte Marke bei Henkel Beauty Care. Zu der Weltmarke gehören Marken aus den Bereichen Haarfarbe wie Palette und Color Expert sowie Haarpflege und -styling wie Schauma, Gliss Kur, Taft 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 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.

Kontakt	Mag. Michael Sgiarovello	Daniela Sykora
Telefon	+43 (0)1 711 04-2744	+43 (0)1 711 04-2254
E-Mail	michael.sgiarovello@henkel.com	daniela.sykora@henkel.com