

März 2023

Schwarzkopf Professional präsentiert:

Die neue Essential Looks-Kollektion 1:2023 für Frühjahr/Sommer

Ein Team der kreativsten Köpfe von Schwarzkopf Professional entwickelt und präsentiert zweimal im Jahr die Essential Looks-Kollektion: Sie dient als trendbasiertes Bildungswerkzeug, das die neuesten Bewegungen im Friseurhandwerk und in der Mode aufgreift und dazu inspiriert, Trends zum Leben zu erwecken.

Die Essential Looks 1:2023 gewähren einen Blick in die Zukunft und sind gleichzeitig eine Konstante für die Schwarzkopf Professional Community. Die kreativen Essential Looks Schöpfer:innen von Schwarzkopf Professional haben die spannendsten Lifestyle- und Modetrends aufgegriffen und in zwei Varianten visualisiert. So gibt es für jeden Trend einen „Stop and Stare“-Laufsteglook und einen „Want to Wear“-Salonlook.

Inspiziert durch die wachsende Bedeutung von Emotionen

Das international zusammengesetzte Team von Trendexpert:innen hat die 3 wichtigsten Lifestyletrends der Saison bestimmt, die auf der wachsenden Bedeutung von Emotionen beruhen. Es geht um die Definition sowohl eines individuellen als auch eines gemeinschaftlichen Verständnisses für Stil und Ästhetik. Entsprechend sind die gewählten Trends ausschlaggebend dafür, was auf dem Catwalk präsentiert wird und welche Styles auf den Straßen getragen werden, aber auch, wie wir leben und was wir essen.

Diese drei Lifestyletrends bilden die Basis der Essential Looks 1:2023:

Der Trend VIRTUAL EDEN ähnelt einem verträumten, utopischen Märchen, in dem Futurismus und Romantik durch Frisuren- und Modetrends zum Ausdruck gebracht werden.

SELFHOOD gibt einen Einblick in die offenen Strukturen und das freie Streben der neuen Generation, bei der es mehr um Wachstum als um Vollkommenheit geht.

Der dritte Trend THE MISFITS spiegelt den Abschied von den verbreiteten Normen wider und den Style derjenigen, die einen Lebensweg abseits der etablierten Pfade wählen.

Schwarzkopf Professional bietet jeder Friseurin und jedem Friseur maßgeschneiderte Unterstützung und eine breite Palette an Werkzeugen, denn ihr kreatives Schaffen steht immer im Mittelpunkt allen Handelns. Die Essential Looks sind der Startpunkt, um als „Partners in Craft“ das Jahr 2023 gemeinsam zu gestalten

Die kreativen Köpfe hinter den Essential Looks 1:2023

Die neueste Essential Looks-Kollektion wurde von einer einzigartigen Gruppe etablierter und aufstrebender Innovator:innen aus der Haar- und Farbbranche kreiert:

LESLEY JENNISON Schwarzkopf Professional, Global Ambassador

TYLER JOHNSTON Schwarzkopf Professional, Global Ambassador

GRACE DALGLEISH Schwarzkopf Professional, Authorities in Blonde

NICK IRWIN Schwarzkopf Professional, Global Styling Ambassador

JOSIE VILAY Schwarzkopf Professional, Authorities in Blonde

EMRE AYAKSZ Schwarzkopf Professional, Authorities in Blonde

BLONDME – UNÜBERTROFFEN IN BLOND

Blond ist und bleibt weltweit die gefragteste Farbdienstleistung im Salon. Das Haar blond zu färben ist mit großer Verantwortung verbunden, wie Lesley Jennison aus ihrer langjährigen Erfahrung als internationale Top-Coloristin weiß: „Die Bedürfnisse blonder Haare sind vielfältig und erfordern ein vielseitiges Produktsortiment sowie individualisierbare Techniken – für einen maßgeschneiderten Look.“

In unserer schnelllebigen, digitalen Welt waren die Erwartungen der Kund:innen noch nie so hoch und das Fachwissen von Spezialist:innen aus allen Bereichen des Friseurhandwerks noch nie so sehr gefragt. Diese Überzeugung treibt auch Josie Vilay an, die in Nordamerika zu den gefragtesten Trainerinnen zählt: „Wenn es um Colorierung geht, glaube ich wirklich daran, dass die Farbe lebendig gestaltet werden sollte. Ich möchte nicht, dass meine Kund:innen das Gefühl haben, ihre Haare sehen immer gleich aus. Daher liebe ich es, mit den Farben Rosa, Lila und Pfirsich zu spielen und sie miteinander zu mischen, um meinen Kund:innen einen ganz einzigartigen Blondlook zu verleihen.“

ESSENTIAL LOOKS TRENDS 1:2023

Trend 1 VIRTUAL EDEN

VIRTUAL EDEN ist eine Mischung aus naturalistischen und futuristischen Elementen, die zusammenkommen, um eine alternative virtuelle Welt zu erschaffen. Dies entspricht der Sehnsucht unserer modernen Gesellschaft nach Vollkommenheit und dem Aufstieg des Metaverses. Dieser Trend zeigt uns das Leben durch einen Filter, kuratiert durch Töne, die an die Schönheit und Natur erinnern. Unsere Existenz wird als utopischer Garten dargestellt, wo Schönheit und das Ideal der Vollkommenheit über allem triumphieren.

In der Mode interpretiert VIRTUAL EDEN die Schönheit der Natur auf futuristische Art und Weise neu. Romantisch geprägte Silhouetten werden durch den geschickten Einsatz von Stoffen und Formen neu definiert, die sich an den Körper anschmiegen und dennoch ein schwereloses Gefühl vermitteln. Die Stränge, die VIRTUAL EDEN verbinden, sind überall zu finden, von Nina Ricci bis hin zum digitalen Metaverse.

Bei den Haarschnitten und -texturen bezieht sich der Trend auf das zunehmende Streben der Gesellschaft nach Vollkommenheit, nach unerreichbarer Schönheit. Das spiegelt sich in der grenzenlosen Beschaffenheit der Haare wider. Das Haar ist ätherisch und anmutig; es bewegt sich und fließt wie Wasser mit einer spiegelnden Oberfläche. Endlos lang, unglaublich glänzend und nichts dazwischen. Weiche Kanten und natürliche Konturen tragen dazu bei, das Gefühl einer traumhaften Utopie zu erzeugen, wobei die sanften Pastellfarben die Verbindung zur Natur und die Schönheit der Morgendämmerung hervorrufen.

„Der Laufsteglook erinnert an die unerreichbare Schönheit des Modetrends“, so Nick Irwin. Bei Schnitt und Styling setzt er auf endlos wirkende Haarverlängerungen, makellos kombiniert für langes, ätherisch wirkendes Haar. Für den Farbservice werden zarte, perlmuttartige Violetttöne gewählt, die diesem Look eine utopische Verträumtheit verleihen. Der Salonlook hingegen betont die natürlichen Konturen der Haare, was diesem Look echte Kraft und Geschmeidigkeit verleiht. Dafür wird das Haar graduiert statt gestuft und die oberen Abschnitte intensiv gefärbt, um die hellste Grundlage für einen Balayage-Service in verspielten Pfirsichtönen zu schaffen.

Trend 2 SELFHOOD

Der Trend SELFHOOD wird von einer sorglosen, positiven Haltung dominiert. Denn das Leben ist zum Leben und zum ständigen Wachsen da. Diese Einstellung schafft die Freiheit, die eigene Einzigartigkeit nicht nur zu akzeptieren, sondern hervorzuheben und zu feiern. Die Kleidung und die Frisur sind Instrumente, um die ganz eigene Geschichte zu erzählen. Dabei werden individuelle Referenzen aus einem vielfältigen Sortiment an Genres, Stilen und Farben zu einem Gesamtlook kuratiert, der sich lebendig und einzigartig anfühlt.

Individualität bestimmt die Leidenschaft der heutigen Jugend für die Y2K-Ästhetik, inspiriert von der Popkultur und dem Ultra-Konsumismus der späten 90er- und frühen 00er-Jahre – von Baggy-Hosen mit engen Oberteilen bis hin zu bunten Farben und auffälligen Fluortönen. Stile können sich über Silhouetten hinwegsetzen und Grenzen überschreiten, indem sie etablierte Vorurteile und Denkweisen immer wieder infrage stellen. Die individuelle Mode wurde vor allem kreiert, um ein eindeutiges Statement zu setzen.

Im Bereich Hairstyling geht es bei SELFHOOD vor allem um Textur. Um die Essenz dieser Veränderung spüren zu können, muss das Haar immer eine gewisse Leichtigkeit, eine gewisse Freiheit behalten. Die natürliche Nuance und Textur des Haares werden hervorgehoben. Es geht darum, das Haar als Medium zu nutzen, um eine ganz individuelle Geschichte zu erzählen. Dabei kann das Haar alles sein, von einer einfachen, unbeschwerten Textur bis hin zu etwas völlig Ausgefallenem, von der Betonung des natürlichen Farbtons bis hin zur Verwendung von Farbe, um den gesamten Look neu zu gestalten.

Der Catwalklook setzt voll auf Individualität. Die Regeln existieren nur im eigenen Kopf, was dem Look etwas Ungezwungenes, Müheloses und damit Einzigartiges verleiht. Beim Schnitt wird das Haar mit einer Freihandtechnik bearbeitet, um die perfekte Silhouette zu kreieren. Durch den Farbservice werden die natürlichen Strukturen aufgegriffen und aufgewertet, statt

sie zu verändern. Beim Salonlook steht für Emre Ayaksz Blond im Fokus: „Diese Farbe trifft wirklich den Geist des Trends, sie schafft ein Lebensgefühl.“ Der Schnitt wird mit den Händen statt mit Bürsten in Form gebracht, um eine lockere, feine Textur zu erschaffen.

Trend 3 THE MISFITS

THE MISFITS wirft ein Licht auf diejenigen, die im Schatten leben – diejenigen, die ihren eigenen Weg finden wollen, sich gegen den Konsumwahn und die Gier der modernen Gesellschaft lehnen. Dieser dritte Trend ist eine Hommage an alle, die die Nichtkonformität erkunden, die sich nicht an die gängigen Normen und Erwartungen halten und sich außerhalb der festgelegten Grenzen bewegen. THE MISFITS spiegelt eine dystopische Grundstimmung wider, die diese Subkultur kennzeichnet.

Elegant, minimalistisch und dezent, aber mit einer dunklen Komponente und Attitüde, dies umschreibt die Mode zu diesem Trend perfekt. Die monochrome Farbpalette verstärkt dies und sorgt dafür, dass der Schlüssel im Detail steckt. Ohne Anspielungen auf die Populärkultur setzt THE MISFITS auf langgezogene Schnitte, Texturen und Cutouts, um Interesse und Spannung zu erzeugen, ohne dabei aufdringlich zu wirken. Zurückhaltend und düster vermitteln die Farbtöne und Formen eine andere Lebensweise.

Bei den Haarschnitten ist dieser Trend durch ein visierähnliches Stirnmotiv charakterisiert; schwer, stumpf und abgerundet. Das schafft eine sofortige Trennung, eine Barriere zwischen dem/r Träger:in und der Welt um ihn oder sie herum, was den Zeitgeist des Trends perfekt widerspiegelt. Die kühle, aschige Farbpalette, die deutlich stimmungsvoll wirkt, verstärkt die Ästhetik zusätzlich. „Arbeite immer kreativ mit den Farbtönen, damit Du etwas kreierst, das die Norm übertrifft“, empfiehlt Grace Dagleish, die den Look zusammen mit Tyler Johnston kreiert hat. Das Haar kann alles sein, von strukturiert bis glatt, aber es muss hochglänzend, fast seidig sein, damit der Minimalismus des Trends mit seinen grafischen Formen die maximale Wirkung erzielen kann. Beim Laufsteglook ist das ein auf allen Ebenen perfekter Haarschnitt – vom Undercut bis zum stumpfen Visier-Stirnmotiv. Beim Salonlook verleihen strukturierte und gebrochene Kanten dem ausdrucksvollen Stirnmotiv eine andere Dimension.

Essential Looks eMagazin

Die Essential Looks-Kollektion von Schwarzkopf Professional wird auf essentiallooks.com präsentiert – einer leicht zugänglichen, benutzerfreundlichen Plattform, auf der Sie alle Inspirationen und kreativen Prozesse an einem Ort finden. Wir freuen uns, wenn Sie @schwarzkopfpro in den sozialen Medien folgen und mit den Hashtags #schwarzkopfpro und #essentiallooks über Essential Looks auf dem Laufenden bleiben.

Die Essential Looks 1:2023-Kollektion von Schwarzkopf Professional ist ab März 2023 erhältlich.

Entdecken Sie eine Fülle von Inspirationen auf den Social-Media-Kanälen von Schwarzkopf Professional (@schwarzkopfpro) und erkunden Sie die transformativen Ergebnisse einer vollständigen Anpassung unter den Hashtags #schwarzkopfpro und #FibreClinix.

Weitere Informationen unter Fotomaterial finden Sie im Internet unter <http://news.henkel.at>.

Die Osteuropa-Zentrale von Henkel befindet sich in Wien. Das Unternehmen hält in der Region eine führende Marktposition in den Geschäftsbereichen Consumer Brands und Adhesive Technologies. In Österreich gibt es Henkel-Produkte seit über 130 Jahren. Am Standort Wien wird seit 1927 produziert. Zu den Top-Marken von Henkel in Österreich zählen Blue Star, Cimsec, Fa, Loctite, Pattex, Persil, Schwarzkopf, Somat und Syoss.

Mit seinen Marken, Innovationen und Technologien hält Henkel weltweit führende Marktpositionen im Industrie- und Konsumentengeschäft. Mit dem Unternehmensbereich Adhesive Technologies ist Henkel globaler Marktführer bei Klebstoffen, Dichtstoffen und funktionalen Beschichtungen. Mit Consumer Brands ist das Unternehmen insbesondere mit Wasch- und Reinigungsmitteln sowie Haarpflege weltweit in vielen Märkten und Kategorien führend. Die drei größten Marken des Unternehmens sind Loctite, Persil und Schwarzkopf. Im Geschäftsjahr 2021 erzielte Henkel einen Umsatz von mehr als 20 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 2,7 Mrd. Euro. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert. Nachhaltiges Handeln hat bei Henkel lange Tradition und das Unternehmen verfolgt eine klare Nachhaltigkeitsstrategie mit konkreten Zielen. Henkel wurde 1876 gegründet und beschäftigt heute weltweit ein vielfältiges Team von über 50.000 Mitarbeiter:innen – verbunden durch eine starke Unternehmenskultur, gemeinsame Werte und den Unternehmenszweck: „Pioneers at heart fort he good of generations“.

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