

Henkel Beauty Care Presseinformation

Armin Morbach x F.C. Gundlach

Februar 2018

Tradition trifft Moderne: Für Schwarzkopf interpretiert Armin Morbach die Fotografien F.C. Gundlachs neu

Zum 120. Geburtstag der Marke Schwarzkopf hat Markenbotschafter Armin Morbach 17 von F.C. Gundlachs bekanntesten Bildern neu interpretiert. In den 50er und 60er Jahren wurde F.C. Gundlach zu einer internationalen Ikone der Fotokunst. Seine Arbeit beeinflusst die Fashion Szene bis heute. Einige seiner ersten Fotografien wurden in Berlin aufgenommen – vor bedeutenden Gebäuden wie dem Schiller Theater oder der Alten Nationalgalerie. Auch die Reise von Schwarzkopf begann in Berlin.

Düsseldorf/ Berlin – 1898 eröffnete Hans Schwarzkopf in der Hauptstadt seine Drogerie – und legte damit den Grundstein für eines der namhaftesten Unternehmen für Haarkosmetik weltweit. Auch bei den Feierlichkeiten zum 120. Geburtstag von Schwarzkopf spielt Berlin eine Schlüsselrolle: Der internationale Markenbotschafter Armin Morbach hat 17 der bekanntesten Modeaufnahmen F.C. Gundlachs in der Metropole neu interpretiert. „Ich spiele gern mit Übertreibung und zeige Models in extremen Silhouetten, etwa mit überdimensionierten Schulterpolstern oder im Spitztüten-BH“, sagt Morbach. Dieses Flair spiegelt sich auch in seinen Neuinterpretationen wider und passt damit wunderbar zu Berlin. Die Kleider der Models kommen von Designerin Marina Hoermanseder, die Berlins berühmten edgy und alternativen Style auf perfekte Weise repräsentiert. Eine Hommage an kreative, ausdrucksstarke Haarstyles und Schwarzkopfs Einsatz für fortschrittliche Wertvorstellungen.



F.C. Gundlach war einer der ersten Modefotografen der Nachkriegszeit in Berlin. Seine Schwarz-Weiß-Aufnahmen machten ihn zu einer Ikone, und die Models, die er fotografierte, waren prägende Figuren ihrer Zeit – oder wurden es durch ihn und seine Aufnahmen.

Mit dem Mauerbau 1961 verlor die Berliner Modeszene jedoch stark an Bedeutung – Gundlach zog es nach Paris und New York. Mittlerweile kann sich die Hauptstadt wieder Fashion-Metropole nennen und wird international für die vielen Möglichkeiten, Individualität auszuleben, gefeiert. Mehr denn je steht diese im Fokus. 2018 gibt es keine Regeln, keine Grenzen, keine aufgezwungenen Schönheitsideale. Authentische Looks von authentischen Menschen sind das, was zählt – genauso, wie es Armin Morbach mit seinen neu interpretierten Fotos zeigt. Es geht darum, sich von einem bestimmten Look wegzubewegen hin zu reiner Individualität und Authentizität. Alles ist erlaubt. Nicht nur in der Mode – auch auf dem Kopf.

Über Schwarzkopf

Vor 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 und erzielt mit Produkten im Markenartikel- und Friseurgeschäft in mehr als 60 Märkten weltweit einen Umsatz von rund 2 Milliarden Euro (Jahr 2016). Zu der Weltmarke gehören Marken aus den Bereichen Haarfarbe wie Palette und Color Expert sowie Haarpflege und -styling wie Schauma, Gliss Kur, Taft, 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 2016 erzielte Henkel einen Umsatz von 18,7 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von 3,2 Mrd. Euro. Allein Loctite, Schwarzkopf und Persil, die jeweiligen Top-Marken der drei Unternehmensbereiche, erzielten dabei einen Umsatz von mehr als 6 Mrd. Euro. Henkel beschäftigt weltweit mehr als 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: +49 211 797 1637

Telefax: +49 211 798 8518

E-Mail: nicola.surholt@henkel.com

Henkel AG & Co. KGaA

PR-Agentur

Ketchum Pleon GmbH

Telefon: +49 211 9541 2201

E-Mail: henkelbeautycare@ketchumpleon.com