

## Presseinformation

2019 Schwarzkopf Looks

Januar 2019

### **Vielfältig, individuell und nahbar: Schwarzkopf präsentiert die Looks 2019**

2018 hat Schwarzkopf eine neue Beauty-Ära eingeläutet, in der Authentizität im Fokus steht. 2019 geht Schwarzkopf noch einen Schritt weiter und zelebriert Looks, die jede Menge Möglichkeiten bieten. Auch dieses Jahr geht es darum, ganz man selbst zu sein und die Haare eine ganz eigene Geschichte erzählen zu lassen. Hinter der Kamera steht dabei ein Mann, der diese Looks nicht nur fotografiert, sondern auch kreiert hat. Schwarzkopf Haar-Experte Armin Morbach legt großen Wert darauf, dass ein Look nicht perfekt, sondern authentisch sein muss. Fünf Looks mit sechs ganz unterschiedlichen Models, die beweisen, dass Haare etwas erzählen können.

Düsseldorf – Ein guter Look sollte den individuellen Stil ausdrücken und ein Gefühl von Selbstbewusstsein und Schönheit verleihen. Schwarzkopf Haar-Experte und Fotograf Armin Morbach hat fünf vielseitige, starke und sexy Looks kreiert – „Wow Volume“, „Best Braids“, „Easy Moves“, „French Glam“ und „Sleek Chic“. „Dieses Jahr feiern wir die Vielfalt. Es geht nicht um Perfektion, es geht um die kleinen Fehler, die einen Look wirklich einzigartig machen“, erklärt Armin Morbach. Für den gefeierten Friseur ist Persönlichkeit der Schlüssel zu den diesjährigen Trends. „Unser Haar ist der Spiegel unserer Persönlichkeit – und so wie es auch hier ganz viele verschiedene Facetten gibt, ist das auch bei den Looks. Es geht nicht darum, wie alt man ist, welche Haarfarbe oder -länge man hat. Es geht darum, wie man sich fühlt – und dass man selbstbewusst ausdrückt, wer man ist.“

Es ist das zweite Mal, dass Morbach die Looks nicht nur gestylt, sondern auch fotografiert hat. „Natürlich ist das eine sehr große Ehre für mich. Als Friseur ist das Haar ein ganz wichtiges Element für mich. Ich kreierte einen Look vom Anfang bis zum Ende. Von der Skizze bis zum finalen Foto“, sagt Morbach.

Diese fünf faszinierenden Inspirationen wurden in tragbare Looks verwandelt, die einfach nachgestylt werden können. Die Schritt-für-Schritt-Tutorials von Armin Morbach, die auf allen digitalen und Social Media Kanälen von Schwarzkopf veröffentlicht werden, sind leicht zu verstehen. Mit den entsprechenden Produktempfehlungen kann man also heute „Sleek Chic“, morgen „Wow Volume“ und am Tag darauf „French Glam“ rocken.

Bleib dir selbst treu – das ist der Trend für 2019. Schwarzkopf hat die Produkte, die man braucht, um ganz individuelle Kunstwerke zu erschaffen und diese auch selbstbewusst zu tragen.

### **Schwarzkopf Looks 2019 in der Übersicht:**

#### **Wow Volume (Models: Elizabeth Wood, Anna Mila Guyenz, Dani Witt)**

Der Wunsch nach extravaganterem Volumen wird hiermit erfüllt. Wilde, volle Haare schreien „Hier bin ich!“ Inspiriert von dem himmelhohen Volumen der 80er Jahre, verbindet „Wow Volume“ einen modernen Ansatz mit dramatischer Eleganz. „Wow Volume“ ist ein Style, nach dem man sich umdreht. „Keine Angst vor der Löwenmähne! Sie ist sexy, dramatisch und ein echter Booster fürs Selbstbewusstsein – jeden Tag“, sagt Armin Morbach.



#### **Best Braids (Models: Elizabeth Wood, Kiana Alexis, Anna Mila Guyenz)**

Einfach, verspielt oder ausgefallen, es gibt so viele Möglichkeiten, geflochtenes Haar in Szene zu setzen. Dieser Trend vergeht nicht – das glaubt auch Armin Morbach. „Die Zöpfe, die ich zeigen wollte, sind durch die afrikanische, asiatische und sogar europäische Kultur beeinflusst“, sagt er. Durch die unendlichen Möglichkeiten, diesen Look zu variieren, wird er bis weit nach 2019 im Mittelpunkt stehen.



#### **Easy Moves (Models: Nadja Auermann, Dani Witt, Alain-Fabien Delon)**

Mit sanften Wellen, die das Gesicht umschmeicheln, ist dieser Look für jeden Tag geeignet – nicht nur für besondere Anlässe. Armin Morbach erklärt: „Ein Alltagslook, der trotzdem sexy ist. Es ist das Ungemachte, das dem Look einen Extra-Kick verleiht.“ Perfekt unperfekt, bei „Easy Moves“ dreht sich alles um Komfort und Vielseitigkeit. Der Look ist für langes, kurzes oder mittellanges Haar geeignet und der mühelose Look unterstreicht den individuellen Stil.



### **Sleek Chic (Models: Dani Witt, Alain-Fabien Delon, Nadja Auermann)**

Androgyn, stark, einzigartig: Mit „Sleek Chic“ liegt der Fokus auf dem Gesicht. „Es ist eine Art tragbares Revival der 90er Jahre“, sagt Armin Morbach. Die zurückgegelten Haare, die von den Filmstars und wagemutigen Fashionistas der 90er Jahre geprägt wurden, erleben zwei Jahrzehnte später ein rebellisches Wiedererwachen. „Sleek Chic“ lässt dem Gesicht Raum. „Frauen müssen nicht immer voluminöse Frisuren tragen, um stark auszusehen. Ich liebe die Kombination aus zurückgelegtem Haar, einer schönen Bluse und dem passenden Lippenstift – super sexy und ein starker Look“, erklärt er.



### **French Glam (Models: Anna Mila Guyenz, Kiana Alexis, Nadja Auermann)**

Bei „French Glam“ geht es um Vielseitigkeit und lässige Eleganz – inspiriert von Ikonen wie Catherine Deneuve, Brigitte Bardot oder Marion Cotillard. Genauso wie zur Hochzeit oder zum Festival, befreit sich dieser Look aus den Ketten der Perfektion und bringt so das gewisse Extra in den Alltag. „French Glam“ ist die neue Version des niedlichen Dutts. „Früher musste man die Haare einen Tag nach dem Stylen waschen. Ich finde aber, man sollte genau diesen Tag nutzen, um etwas Großartiges zu kreieren, das noch besser ist als die Frisur vom Tag davor“, sagt Armin Morbach. Diese Version des Chignons ist ein wenig „zerstört“, um einen krassen, weiblichen Style zu zeigen, der mit Kreativität spielt und sich ganz leicht von casual zu super elegant ändern lässt.



## 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 und erzielt mit Produkten im Markenartikel- und Friseurgeschäft in mehr als 60 Märkten weltweit einen Umsatz von über 2 Milliarden Euro (Jahr 2017). 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 2017 erzielte Henkel einen Umsatz von 20 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 3,5 Mrd. Euro. Allein Loctite, Schwarzkopf und Persil, die jeweiligen Top-Marken der drei Unternehmensbereiche, erzielten dabei einen Umsatz von 6,4 Mrd. Euro. Henkel beschäftigt weltweit mehr als 53.000 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](http://www.henkel.de).

Fotomaterial finden Sie im Internet unter [www.henkel.de/presse](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](mailto:nicola.surholt@henkel.com)

### PR-Agentur

Ketchum Pleon GmbH  
Telefon: +49 211 9541 2201  
E-Mail: [henkelbeautycare@ketchumpleon.com](mailto:henkelbeautycare@ketchumpleon.com)

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

Henkel AG & Co. KGaA