

Slow beauty

Bonderøven på DR2 har efterhånden en mainstreamsucces så betydelig, at han er flyttet til DR1. Samtidig vækker mormorkøkkenet begejstring, og i skønhedens verden stjæler vi fra slow food og dvæler ved slow beauty. Vi hylder langsommeligheden, vender alt i ét ryggen og gør tid – det at give sig tid – til en luksus. Olier, badesalt og marinerende masker rammer denne tendens. Molton Brown Relaxing Yuan Zhi Bath & Shower Gel, 300 ml, 230 kr. (moltonbrown.com)



Omkleedningsrum og dufte af træ

Den ene af de to stærkeste dufttendenser handler (stadig) om at skulle dufte af noget

særligt. Nichedufte, kunstnerdufte og særdugaver hjælper i jagten på individuelle dufte. Den anden tendens er træ. Kvinder vil gerne dufte af noget andet end romantiske blomster og lyserøde frugter, og her rammer træ som noget dybt og jordagtigt perfekt. Hold øje med it-noten oud, som er en arabisk, lidt røgelsesagtig parfumeolie fra Aquilaria-træet. På herresiden holder sportsduftene fast i forbrugerne, som branding-ekspert Thomas Skov Petersen fra Saatchi & Saatchi siger, så har mænd brug for ballast i et samfund, hvor kønsrollerne udvandes. Mere testosteron og mindre metro. Bond No. 9 New York Oud, 50 ml, 1200 kr. (bondno9.com)



Fresh beauty

Det begyndte bl.a. med en polsk *fashionista* ved navn Magdalena Beyer, som skabte Fridge by yDe. friskrørt serie, der med 90 dages holdbarhed og en fast plads i et arkitekttegnat køleskab hurtigt ramte Wallpaper, hvorefter mange andre – især mindre firmaer fulgte trop. De etablerede og større skønhedsudbydere har snuppet tendensen ved at tilføje aktive ingredienser, som først skal blandes i produktet ved brug. Som eksempelvis Biotherms Skin.Ergetic Serum »Energy UP Complex«, hvor broccoli-ekstrakt med en angivelig ustabil karakter først udluses i produktet via låget ved brug. Resultatet ifølge Biotherm er en anti-trætheds-serum med optimal stabilitet men dog begrænset holdbarhed (90 dage). 395 kr. (biotherm.dk)

2011 i skønhedens tegn

Elektronisk skønhedskontrol, ny naturlighed og nostalgi. Gør dig klar til nogle af de tendenser, som vi – i skønhedens tegn – vil møde i år

AF ANETTE KRISTINE POULSEN

»Sleep on it« anbefaler app'en med samme navn og en ambition om at give skønhedssovn en ekstra dimension. Som et mobilt og gratis værktøj installeret i en smart phone

kan du se, hvad der påvirker din søvn, om du snorke og ikke mindst få et praj om netop den søvnmængde, du behøver for at vågne i den bedste udgave af dig selv.

Ud over at være en tids-hypet app, rammer Sleep On It lige ned i en af årets største skønhedstendenser. Nemlig den, hvor sundhed og skønhed smelter sammen, og hvor vi vil eksilere i al form for selvmonotorering. Ifølge sociolog Eva Steensig er det ikke bare søvn, blodtryk, puls og kalorier vi vil holde øje med – men al form for apparatur, der kan forskønne og forsunde vores verden.

En klinisk tilgang udelukker dog ikke naturen, hvor en anden tendens er døbt 'The new Natural', hvor økologi så småt bliver afløst af en mindre prædikende naturlighedsbølge. Fokus flytter til, hvad der er i produkterne, frem for hvad der ikke er i. Det mener Hummel-ejer, manden bag

company karma-filosofien og jury-medlem i Danish Beauty Award Christian Stadil og tilføjer, at bæredygtighed stadig er en del af den nye naturlighed i form af reduceret emballering:

»Jeg tror, vi søger tilbage til noget solidt, noget der er til at stole på – især når det gælder effektivitet og ressourceforbrug – frem for noget hypet.«

Han peger også på The New Retro som en tendens i 2011, hvor vi i lyset af krisen ser os tilbage over skulderen mod tiden, hvor alting (som vi bilder os ind at huske den) både var bedre og en smule mindre forvirret.

»Det kommer tydeligt til udtryk i produkter med et nostalgisk strejf, via genbrug og genintroduktion af klassiske opskrifter, emballager og *re-run* af tidligere kampagner,« siger han og tilføjer, at tendensen også er tydelig indenfor andre livsstilssfærer – bl.a. i moden, hvor arbejdstøj, americana-fuldskæg og skovmandsskjorte ses på den ene side og det mere opdressede kendt fra tv-serien Mad Men på den anden.

Med input fra blandt andre Danish Beauty Award har Børsen Weekend udpeget 11 af årets stærkeste skønhedstendenser.

anette.kristine.poulsen@borsen.dk

Anette Kristine Poulsen er del af juryen i Danish Beauty Award (danishbeautyaward.dk)

Glamazon

Et af årets mest toneangivende stilfænomener er af Proctor & Gambles tendens-analytiker, Vassiliki Petrou, døbt Glamazon og handler om rå, utæmmet femininitet inspireret af stammefolk. Tøjet har dyreprint, håret pustet op med fylde og makeuppen er holdt i jord- og kobberfarver. Aveda-makeup fra 180 kr. (aveda.com og palma.dk)





Metallica

De metalliske farver holder hele 2011. Især de varme af dem som guld, kobber og bronze. MAC kalder det 70'er med en intelligent nytænkning. Honning-kinder, læber dyppet i karamelliseret lak og en strandvasket glød tyvstjålet fra ikoner som Lauren Hutton og Jane Birkin. Og looket her kan også ramme på gadeplan – eksempelvis med lidt guld eller kobberskygge i inderste øjenkrog.

Noget der har ry for at kunne skjule søvnmangel.

FOTO: MAC

Wellthy

Et godt helbred er lige så vigtigt som de mest luksuriøse statussymboler. Vi vælger i stigende grad produkter, som kan forbedre en sund livskvalitet og et attraktivt ydre. Sundhedsfronten er langt fremme med knapt 17.000 helserelaterede apps i slutningen af 2010 ifølge Research2Guidance og trendwatching.com, hvor der i fremtiden vil ske en overlapning mellem skønhed, velvære og sundhed. Når sundheden bliver forbrugerorienteret, vil vi se os om efter produkter med helsebringende og »feel good-bonusser,« som både er tilgængelige, sjove og måske endda smagfulde. Tendensen her rummer alt fra skønhedsslik til personlige udgaver de måleapparater, som vi normalt kun er omkring hos hudlæger og kosmetologer.

Autenticitet som luksus

Kunderne bliver mere og mere professionelle. Ikke bare involverede, men direkte deltagende på blogs, twitter og andre sandhedsfora. Nærhed er den store kunst, og de der kan levere den sammen med ægt-hed vinder på fremtidens skønhedsmarked. Hvad enten det gælder økologi, basisprodukter eller højteknologi. Kiehl's har været i gang siden 1851 – her med den legendariske Creme de Corps, 125 ml, 180 kr. Set hos Magasin.



Lakkeri

Lækre lakker er blandt de mest hippe og samtidig mest tilgængelige *fashion statements*, der kan laves i 2011. Antallet af negleblogs eksploderer og kendere ved præcis, hvilken farve og hvilken tekstur, der skal lande på fingerspidserne. Vi skal vænne os til nye ord som shellak, neglefolie, neglekunst og bestemt ikke blive overrasket ved synet af 10 forskellige farver på det samme par hænder. Lakkerne fra Lauders kreative makeupekspert, Tom Pecheux, lander i butikkerne til marts. 175 kr. (esteelauder.com)



Holy beauty

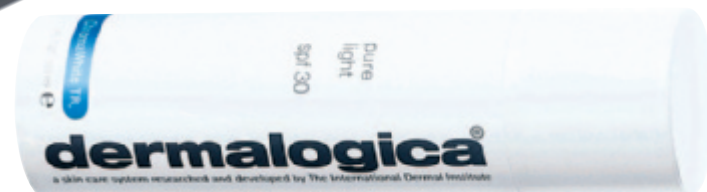
Det spirituelle får skønhedsbetydning, når medicinmænd bringes i spil sammen med hellige planter og en søgen efter noget, der rækker ud over egen næsetip. Sociolog Emilia Van Hauen forklarer, at alt andet ville være mærkeligt, eftersom den gode karma har ramt alt fra kærlighed, madlavning og børneopdragelse til ledelsesstil. Spiritualitet bidrager med noget mentalt og anti-materialistisk, som matcher tidens fællesskabsfølelse og gør skønhed til noget, der ikke bare er for egen vindings skyld. Noget den danske duft-terapeut Julia Kim praktiserer med sin ansigtsbehandling Goddess Facelift Healing, som er en blanding af yoga for ansigtet, healing og opløftende akupressur (små tryk) – tilsat duft, som blandes individuelt. Behandlingen koster 900 kr. kongarthur.dk og juliakim.dk).



More is more

Højt hår og luft under lokkerne. Den store »Up-Do«-tendens er inspireret fra tv-serien Mad Men og kræver fylde i håret, toupering, lak og masser af hårpudder.

Sebastian Volupt Spray, 150 ml., 250 kr. (sebastianprofessional.com)



Grown-ups

Det er okay at være voksen. På den realistiske facon, hvor både attitude og forventninger er direkte og uden slinger.

»Jeg er 45, sover for lidt og har fire børn, så jo, jeg vil gerne købe mig til ekstra skønhed. Men ingen skal prøve at bilde mig ind, at jeg bliver 10 år yngre. Jeg føler mig skam primetime, men langt mindre naiv end tidligere,« siger AD'er Lisa Grut fra Bah-Bu Art Direction. Hun lader sig påvirke af gode ingredienser og den gode historie, ligesom hun konkret sørger for at have fugtmættende serummer og produkter med høj solbeskyttelsesfaktor på badeværelseshylden. Pure Light SPF 30 fra dermalogica, 50 ml, 470 kr. (dermalogica.dk)

Boffi åbner flagship store i Bredgade
SPAR 40 - 60% PÅ Udstillingskøkkener og Bad
 Besøg Gl. Køge Landevej 22, Valby

INTERSTUDIO

Gl. Køge Landevej 22
 DK-2500 Valby
 phone: +45 3526 3100
 fax: +45 3525 0805
 www.interstudio.dk

Boffi
 boffi.com