

K-beauty bølgen skyller ind over os nu. De vestlige lande tager imod de asiatiske skønhedsprodukter med begejstring. Det er nyt, det er spændende, det er sjovt og opfindsomt, og så er det frem for alt god kvalitet til lave priser.

AF Nina H. Kluge

I september mødtes jeg med en stor sydkoreansk beauty-delegation i Paris. Kotra (Korea's Trade-Investment Promotion Agency), som er handelsafdelingen ved den sydkoreanske ambassade i København og hører under Ministeriet for Handel, Industri og Energi i Sydkorea, havde inviteret Fagbladet Kosmetik til K-beauty konference med deltagelse

øjefaldende og konkurrencedygtige på priserne. Grunden til, at Korea kan producere skønhedsprodukter til så lave priser, er dels den billige arbejdskraft i landet og dels billige priser på ingredienser og råvarer.

Den koreanske skønhedsindustri er netop kendt for innovation, nye og anderledes konsistenser og ingredienser

den. Ofte eksfolieres huden også. Som næste trin anvendes altid en toner (som vi på godt gammeldags "dansk" kalder *skin tonic*), og så bruges en essence (lotion), der klargør huden til at modtage de næste trin plejeprodukter. Først anvendes serum, og gerne flere af slagsen, så eventuelt en ansigtsolie og til sidst dagcreme, som fugter. Altid afsluttes med solfaktor.

De produkter, der anvendes i plejeritualer er ofte det, som koreanerne kalder *whitening* produkter, men som vi i Vesten har valgt at kalde *brightening* produkter (efter sigende besluttet i USA, da terminologien *whitening* ikke vil være politisk korrekt pga. hudfarve-

Den koreanske skønhed

af en lang række koreanske producenter og leverandører, som viste deres produkter frem for indkøbere og pressefolk fra mange europæiske lande. Og det var lærerigt og inspirerende at få mulighed for at gå direkte til kilden, altså koreanerne selv, og spørge ind til, hvad det er, der er så specielt ved K-beauty.

Vi har tidligere skrevet om K-beauty her i Kosmetik (maj/2016), og vi må konstatere, at K-beauty er begyndt at slå rødder også i dansk jord, og at de koreanske skønhedsrutiner og innovative produkter er kommet for at blive. Det er ikke så underligt, at koreanerne er godt rustet til at drage ud i verden med deres skønhedsprodukter, for de har gjort hjemmearbejdet godt. De koreanske forbrugere er nogle af verdens mest krævende - og faktisk også meget lidt mærke-loyale forbrugere - så det stiller hele tiden krav til de koreanske producenter om at være opfindsomme,

(som fx snegleslim og slangegift), sjove emballager og produktudformninger samt opfindsomme hybridprodukter som fx pudder der forvandler sig til serum, olier der bliver til skum eller fugtcremer der eksfolierer.

Mono eller multi-paradokset

De to mest markante egenskaber ved koreanske kvinders skønhedsrutiner er i sig selv modsætningsfyldte: koreanske kvinder bruger mange flere trin i rense- og pleje-rutinen, end vi er vant til i Vesten. Men samtidig er de mest tidsbesparende og effektive 2-i-1 eller multitask-produkter opfundet i Korea, hvor kvinderne også vil have et hurtigt quick-fix i et enkelt (mono) produkt. Og begge dele tager vi til os i Vesten.

Den koreanske rensrutine består både af en oliebaseeret rens, der fjerner makeuppen, og derefter af en skumbaseret rens, der renser huden i dyb-

forskelle i befolkningen). Øst og Vest kan godt blive enige om, at det er en god idé at anvende *brightening*-produkter, men det er med forskellige begrundelser: de asiatiske kvinder efterstræber en lys porcelænhud, mens de vestlige kvinder ønsker at opnå en jævn hudtone og mindske pigmentforskelle.

Maskeballet fortsætter

Masker er det helt, helt store i K-beauty, og her ser vi netop eksempler på mono-produkter, hvor mange funktioner er samlet i ét enkelt *easy-to-use* produkt, som gør det nemt og hurtigt af komme i dybden med sin hudpleje.

2017 blev maskernes år i Danmark. Både koreanske mærker og koreansk-inspirerede mærker lancerede masker i alle afskygninger. Men fælles for de fleste er, at maskerne nu adskiller sig fra tidligere tiders cremer, der skulle smøres ud over ansigtet, til nu at være

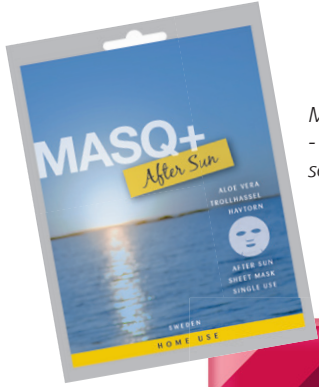


MASQ+ Bubble & Cleansing Foam og Miqura Bubble Facial Cleansing Sheet Mask. Bobler op til en skumkonsistens, når de lægges på ansigtet. Fjerner både make-up og dybderenser.

Rodial Snake Oxygenating & Cleansing Bubble Deep Cleansing Charcoal Sheet Mask, Skin Republic Bubble Purifying & Charcoal Face Sheet Mask samt Montagne Jeunesse Charcoal Peel-Off Cleansing & Detoxifying Mask. Trækul er en typisk K-beauty ingrediens og ses nu i flere og flere produkter verden over.

Det koreanske mærke Kocostar er netop landet i Danmark og byder på lækkerbiskener af sheet masks med jordbær, æble og meget andet godt.





MASQ+ After Sun - nu også after sun som sheet mask.



M2 Beauté Ultra Pure Solutions Hybrid Second Skin Brown Alga Mask og Helena Rubinstein Age Recovery Face Wrap. Tørre masker, der fugtes og aktiveres ved brug.

K-beauty har også sneget sig ind blandt Matas' striber med lanceringen af Matas' nye sheet masks, som i øvrigt er produceret i Korea.



Hybrid: Masker som afrensning. Rens som hudpleje. Specialprodukter.

Masker til enhver tid og enhver lejlighed.



er kommet for at blive

sheet masks, altså masker, der leveres i færdige - ansigtsformede - ark indeholdende serum med de ingredienser, som behøves til det ønskede hudplejeformål. Øst og Vest har i den grad taget de nemme, ja nærmest idiotsikre, masker til sig, og den store hype om sheet masks skyldes til dels også, at de er så velegnede til fotonoviteter på de sociale medier, at både bloggere, kendisser og andet godfolk flasher sig selv med masker i stor stil.

Innovationer og indpakning

Fra Korea stammer bl.a. BB- og CC-cremer, cushion compacts og sheet masks. Men også på emballagesiden er koreanerne meget opfindsomme og har en legende tilgang til skønhedsprodukterne. Netop derfor appellerer produkterne også meget til helt unge mennesker. Gennemgående temaer i de koreanske produkter er meget stærke farver, dyreteamaer og mad! Udseendet på mange produkter minder om noget man køber i fødevarer-afdelingen i supermarkedet, men også ingredienserne er oftest baseret på spiselige eller drikkelige ingredienser.

Vi integrerer

Vesten har for alvor taget den koreanske tilgang til beauty til sig nu. Dels har flere store vestlige producenter nu

Korea tilpasser sig, og Vesten opruster

De koreanske producenter ved godt, hvad der skal til for at komme ind på det europæiske marked. På Kotra-konferencen fortalte mange, at de producerer produkter i overensstemmelse med EU-regler, ligesom de ikke arbejder med dyreforsøg, de producerer efter "fri for-princippet", mange produkter er økologiske, og nogle koreanske firmaer bliver Ecocert-certificeret.

At Vesten tager K-beauty alvorligt ses bl.a. af, at den amerikanske CVS-deailkæde har åbnet en decideret K-beauty butik i New York. Også Sephora har mange K-beauty mærker - det kan vi se i et helt område dedikeret til K-beauty i vores lokale Sephora i Købmagergade. Globalt har Unilever annonceret, at de opkøber Carver Korea for 2,7 mia. USD og nu satser stærkt på plejeprodukter med særligt fokus på K-beauty.

produktionsanlæg i Korea, og dels bliver K-beauty tankegangen integreret i de vestlige mærkers portefølje, hvilket især ses med det store udbud af sheet-masker. Nye lanceringer lige p.t. er fx Rodial, Masq+, Skin Republic, Miqura, Kokostar, og vores egen Matas har også lanceret sheet masks. Endvidere har Helena Rubinstein taget sheet mask-tankegangen til sig i den nyeste lancering af en "sheet mask med et twist", hvor

man starter med at fugte den medfølgende papirmaske, derefter fordele maskecremen i ansigtet og til slut lægger den fugtede papirmaske over gelécremen, som således bliver til en sheet mask. M2 Beauté leverer i deres version af sheet masks en tør maske og en fugtende basisk vand, der sprayes på og aktiverer maskens ingredienser. Og det er helt sikkert ikke det sidste, vi har set til K-beauty inspirerede masker. ■

Mad som tilgang til pleje og rens, fx budding, te, kager.

