

# 3 grænseoverskridende trends

At Nina H. Kluge

**Grænseoverskridende trends skaber måske associationer til noget frækt, uartig eller uforskammet. Det kan det også være, men det handler også om at flytte grænser - faggrænser - skabe nytænkning og se på vores måde at bruge produkter på med nye øjne.**

Vi ser her på tre interessante trends, der lige nu er i sin spæde vorden, men som vi helt sikkert kommer til at se mere til i det nye år, og som vi også vil vende tilbage til her i bladet. Disse tre fokusområder har ulmet i løbet af året, og under Kosmetiks deltagelse på Helsam-messen i september, kunne vi ved selvsyn konstatere, at det er produktområder, flere og flere vil lancere nyheder på. Så hold øje med:

## 1. Tyg dig til fyldigere hår

Kosttilskudsproducenterne har de senere år for alvor fået øjnene op for skønhedsbranchens store potentiale. "Skønhed indefra" er efterhånden en fortærsket frase, men ikke desto mindre fortæller den lige præcis, hvad det handler om: at vi med kosttilskud supplerer og komplementerer vores daglige "Skønhed udefra"-rutiner. Det blev da også yderligere cementeret, at kosttilskudsmarkedet er en del af skønhedsmarkedet, da Danish Beauty Award i år for første gang introducerede kategorien "Inner Beauty", som handler om alle former for produkter, der "gør dig skønnere og sundere indefra, og som kan have indflydelse på hår, negle og hudens tilstand, sundhed og udstråling," som DBA formulerer det.

En særlig gruppe af kosttilskud ser nu dagens lys, også inden for beauty-området. Det handler om tyggevitaminer med sliklignende smag og i søde udformninger, som appellerer til både børn og voksne. En af de bedstsælgende inden for området lige nu er HairLust Hair Gummies, som er vingummi-vitaminer til håret. Vi har spurgt stifter af den danske virksomhed HairLust Group, Rasmus Serup, hvad der får kunderne til at vælge at tygge sig til fyldigere hår: "Konceptet med tyggevitaminer er anderledes og sjovt, og så smager de jo også noget skønnere end den traditionelle vitaminpille. Jeg er ret sikker på, at de færreste af vores kunder glemmer at tage deres daglige tyggevitaminer, for de giver en positiv oplevelse. Og hvis du er lidt kræsen eller har svært ved at sluge tabletter, så er det et godt alternativ til almindelige kosttilskud," fortæller Rasmus Serup.

HairLust er også andet end tyggevitaminer. Sortimentet, som indtil nu primært er solgt gennem frisørsaloner, omfat-

ter kosttilskud, der fremmer hårets vækst og kvalitet, samt specielt til mænd: modvirker hårtab. Alle med det primære fokus at give brugerne et sundere og kraftigere hår. Og serien udvides nu også med plejeprodukter. Det ligger Rasmus Serup og HairLust meget på sinde, at produkterne kan anvendes af alle, også dem der har forskellige former for intolerance, så som laktose- eller glutenintolerante samt veganere og vegetarer. "HairLust skal kunne anvendes af alle, også vegetarer og allergikere. Mange tror, at det er nødvendigt at spise kød for at få nok af de vigtige næringsstoffer, men det er ikke tilfældet. Lige som mange dyr får deres næringsstoffer fra planter, kan vi gøre det samme. HairLust tilbyder derfor tilskud i sortimentet, der udelukkende er plantebaseret. Ligeledes er HairLust Hair Gummies fri for soja, laktose og gluten," slutter Rasmus Serup.

## 2. Te som skønhedspleje

Te har altid været kendt for sine gode virkninger: "Medova ta'r trætheden", hed reklamesloganet i 70'erne, og det er bare en af de mange virkninger, vi tilskriver te. Opfriskende, beroligende, afbalancerende ... ja, bare velvære. En kop te er af samme årsag udbredt som velkomstritual hos hudplejeklinikker og i spa'er.

Teens velgørende virkning skyldes en kombination af de ingredienser, der er i teen, og så selve det ritual, teen er en del af: lige fra en timelang te-tilberedningsceremoni i Østen til en varm kop at lune hænderne på og en efterfølgende trang til at smække benene op i sofaen herhjemme i det kolde nord.

Men te-producenterne tager skridtet videre for tiden. Vi ser decideret skønhedste og sundhedste med specifikke virkninger - på linje med "skønhed indefra"-produkterne i andre kategorier. Te er nu blevet en del af vores skønhedspleje, en lise for krop og sjæl iblandet ingredienser med fysisk påvirkning af krop og hud.





Beautyteer og specielle kvindeteer ser vi blandt andet hos Pukka, YogiTea, Te-ministeriet og som nyeste skud på stammen: English Tea Shop.

### 3. Intimområdet som nyt plejefokus

Vi plejer og passer vores hår, ansigt, décolleté, hænder, fødder, og kroppen får også en omgang rens og pleje i vores daglige skønhedsrutine. Men ét område er vi særligt hårde men ikke særligt nænsomme ved: vi vasker, skraber, barberer og gemmer det væk fra lys og luft. Ja, vi taler naturligvis om intimområdet, de ædlere dele, nu også kaldet V-området. Men taler om det, nej, det gør vi faktisk ikke så gerne. Det er noget vi har for os selv, og de problemer, der måtte opstå som følge af den hårdhændede behandling, vi ofte byder dette område, døjer vi med i stilhed. Men det ændrer sig nu. Mest markant i år er nok lanceringen af The Perfect V, en hel plejeserie til V-området, som på fineste vis gør en æstetisk dyd ud af at tale om skønhedsprodukter til "the V". The Perfect V's grundlægger, Avonda Urban, siger: "The V er et smukt område, men i modsætning til andre smukke kropsdele, får the V absolut ikke den forkælelse og pleje, som det fortjener. Mange firmaer har et stort forretningsområde for hårfjerningsprodukter og ser kun bikiniområdet som et sted, der skal fjernes hår - ikke et sted, der skal forskønnes og plejes."

The Perfect V er en kollektion af skønhedsprodukter, der behandler V-området med samme værdighed og respekt som ansigtet. Serien omfatter blandt andet forskønnende creme,

opstrammende serum og sågar en VV-Creme i kølvandet på de seneste års BB- og CC-cremer. Også mist-bølgen er The Perfect V med på med en VV Beauty Mist. Og for at fremme udstråling og glød i V-området er lanceret Shades of V Luminizer med lysreflekterende partikler. Med lanceringen af produkterne følger også The Vanicure, en særlig skønhedsbehandling af V-området udført hos udvalgte klinikker.

I samme boldgade lancerer Bioidea Paris en intimmaske: Bioidea Mirage 24 Original Intimate Mask er en sheetmaske, der påføres intimområdet og skal virke i 15 minutter. Serummet i masken har en blødgørende, foryngende og opstrammende virkning og anbefales efter hårfjerning eller før en date.

Med til forskønnelse af vores intime områder hører også håndteringen af svedproblemer. Her byder serien Fresh Body ind med bl.a. Fresh Breasts, som er udviklet til kvinder, der døjer med sved ved bryster og i kavalergangen. Og til mændene har serien produktet med det sigende navn: Fresh Balls, som er udviklet til at håndtere svedproblemer hos mænd i deres "mande-regioner", som der står på produktet.

Og sidst men ikke mindst må vi lige nævne lanceringen tidligere på året, som gik lige på og var meget direkte i sin sprogbrug: Klunke Voks - So good for your balls! "Giver dig simpelthen bare bløde, lugtfri og mindre svedende klunker. Klunke Voks er dine klunkers after shave, deodorant og blødgørende creme," skriver distributøren, Peter Østersø, i sin pressemeddelelse. Og til Kosmetik fortæller Peter Østersø: "Tænk hvor mange deodoranter, cremer osv., der findes på markedet, og så er der alligevel ikke noget til det problem, som halvdelen af befolkningen bøvler med hver dag: kløende, svedende, irriterede og bakteriefyldte ...ja, klunker. Intimbarbering er ikke længere kun for kvinder, mænd vil også tage sig godt ud syd for bæltstedet. Og derfor har der været enorm interesse for vores Klunke Voks. Men også cykelryttere bruger det som buksefedt, og løbere og andre sportsfolk bruger det mod slidsår. Hvor det i starten var det nye sjove produkt, hvis navn alle lå flade på jorden af grin over, så er det nu gået hen og blevet hver mands øje. Og så er det jo bare verdens sjoveste produkt at markedsføre." Og disse tips er hermed videregivet til alle mænd ...og kvinder.

Så grænseoverskridende eller ej, skønhedsmarkedet er altfavnende og i rivende udvikling. ■

