



Foto: Rituals

Af journalist Anne Jydby Absalonsen

**Magasins mandeunivers taler et tydeligt, men ikke entydigt maskulint sprog: Smagfuldt, enkelt og holdt i sort, grå og creme-toner tiltaler det en mere klinisk, mindre romantisk, del af forbrugerne. Men der skal mere end stilfulde, kønsneutrale emballager til at skabe et godt herrebrand, og det ved Magasin alt om. Læs med her, og find ud af, hvordan y-kromosomer ytrer sig i kosmetik lige nu.**

Lige så længe, vi har skrevet om skønhedstrends, lige så længe har vi udråbt "makeup til mænd" som den nye store trend. Forskellen fra for 20 år siden og til nu er bare, at nu er det mere end en trend, det er et faktum, der både kan ses især på de sociale medier og mærkes på salgshallene. Alligevel ser denne retning måske lidt anderledes ud end vi havde forventet.

Måske husker du

en af de sjoveste scener i sitcom-serien "Venner", hvor skuespilleren Joey kun nødtvunget indrømmer, at han medvirker i en reklame for blå læbestift til mænd. Alle griner! I dag vil man nærmere undre sig, hvis en makeup-stjerne som Jeffree Star (16 millioner abonnenter på YouTube) ikke har blå læbestift eller glimmerøjenskygge eller tydelig contour på, der fremhæver hans elegante og ganske androgyne træk. Så hvad er det, der har rykket sig – er det mændenes behov eller vores opfattelse af, hvordan en mand skal se ud?

### Vi starter i Magasin

"Influencers og bloggers, særligt på YouTube og TikTok, har været med til at gøre makeup og hudpleje mere kønsneutralt, mere legalt for mænd", siger Mariette Gram, Head of Home & Cosmetics hos Magasin og dermed den, der både kigger ind i, hvad vi gerne vil se på hylderne (også de virtuelle), og hvordan det, der er på hylderne, så lander i vores indkøbskurv. Hun fortsætter:

"Når fx Victoria Beckham (30 millioner følgere på Instagram) viser sin mand, David, der bruger hudplejeprodukter fra hendes serie Victoria Beckham Beauty, eller når Jeffree Star viser makeup-looks på YouTube, så bliver både hudpleje og makeup til mænd legalt. Kodeordet i hele kommunikationen omkring makeup til mænd er netop "legalt". At både

hudpleje og makeup skal være til alle, er supervigtigt for os i Magasin. At mænd og alle i det hele taget føler sig tilpas hos os og oplever et inkluderende univers, der er forholdsvis omnichannel, så online og de fysiske butikker har en ens tone, er vigtigt. Men det skal først og fremmest være inkluderende".

I herreuniverset på magasin.dk er indpakningen generelt kønsneutral og uden fx glimmer eller pink. M.A.C, Sisley og Clinique's stilrene, enkle design passer godt ind her. Produkter i krydsfeltet mellem hudpleje og makeup, som fx selvbruner eller concealer med pleje i, taler også ind i en kundekreds, der ikke er så kønnet.

Ser man på underkategorierne i menuen er BB/CC-cream, concealer, bronzer, foundation og bryn selvstændige kategorier, og farverne i makeup er naturlige og neutrale på samme måde, som de længe har været til no-makeup-trenden, og som vel i sidste ende afspejler de farvetoner, der hyppigst langes over disken.

"Helt generelt er der efterspørgsel og vækst på markedet for mænd, det er lidt en målgruppe, der har sneget sig ind fra højre, men mænd og makeup og hudpleje generelt er blevet et stærkt strategisk punkt for os. Vi arbejder med fremsynethed, og det er det, vi ser, også hos vores kolleger i udlandet. Samtidig er millennials en målgruppe, vi gerne vil have mere fat i, og da vi har en lidt yngre målgruppe end de udenlandske department stores, vi måler os imod, er mandesiden en del af den strategi også. Og vi oplever efterspørgslen alle steder, både online og i vores fysiske butikker", fortæller Mariette Gram, der har været i Magasin i ti år og aldrig har set en tilsvarende inkluderende udvikling før:

"Mode og beauty har været med til at sparke døren ind til hele dette inkluderende univers, som vi gerne vil repræsentere, og som vi er gået all-in på, når vi fx fører Steve Madden sko og støvler helt op i traditionelle herrestørrelser. Jeg kan huske dengang M.A.C kom til, og alle blev lidt overrasket, men de har bare været forud for tiden. Lige nu ser vi en kæmpe vækst i den helt almindelige mand, han vil også være med på fx skægprodukter, solpleje og hudpleje. Men det må ikke tage for lang tid, det er helt klart en parameter for "den almindelige mand".

De nye mænd

Hvad kendetegner et godt herreprodukt?

"At det lever op til forbrugerløftet, det er superafgørende! Hvis det siger, at det strammer op eller fugter, så skal det leve op til det. Ellers er det ud! Udseendet er faktisk også ret vigtigt. Clinique, der har været veletableret i mange år, er et godt eksempel på et brand, der passer godt til herresegmentet, fordi det er en grå og neutral emballage, og der ikke er duft i. Emballager og navne skal være nemme at afkode og forstå. De unge, bevidste derimod ved jo allerede, at de vil have den eller den concealer fra netop dét brand, eller at det skal være øko, eller at det er hypet på TikTok. Mænd er generelt ikke så prisfølsomme, er der noget, de vil have, vil de også gerne betale for det, også inden for dufte", siger Mariette Gram.

Samme spørgsmål stiller jeg også til PR-ansvarlig Charlotte Rotbøll fra IdHAIR Company, der producerer hårprodukter til både kvinder og mænd, og derfor sidder med, når nye produkter udtænkes og formuleres:

“Ud fra mine egne og vores teknikeres erfaringer og holdninger ved vi, at herreprodukter gerne skal være enkle og funktionelle. Mænd er til de hurtige løsninger, når det gælder beauty og hårprodukter. Derfor er vores totalshampoo et stort hit. Og så er det primært duften, der adskiller herre- og dame-produkter. Mænd er til frisk og mere maskulin duft. Men også ingredienser i shampoo til mænd er lidt anderledes, da der ikke findes så mange forskellige plejetyper, idet herrehår sjældnere indeholder farve eller krøl, hvorimod kvindeshampoo fås i mange forskellige varianter, alt efter hvilken kemi der fx er på håret. Endelig har emballagen også noget at sige – produkterne må gerne have et cool og mandigt udtryk,” slutter Charlotte Rotbøll.



### Nyt herrebrand udfordrer stereotyperne

BARK™ DNA er en ny dansk serie til mænd med foreløbig fire produkter: Cleansing Pads, pH-Balancing Toner, Hero Complexion Cream samt 24H Face Cream er fugt, opstramning og bedre udstråling. Fire meget velvalgte og gennemtænkte produkter, og BARK™ DNA udtaler, at de vil bidrage til en mere åben og nuanceret maskulinitetskultur, der afspejler nutiden og rummer alle, og at de vil hjælpe den næste generation af mænd med at eje deres tilstedeværelse.



### Herreværelset

By Men's Room – Shave Cleanser er blevet relanceret, og skummet af sæbeurterne er stabilt og tæt, så det giver endnu bedre beskyttelse af huden, mens den barberes. Sandel- og cedertre giver en totaloplevelse og virker samtidig antibakterielt, så skummet kan bruges både til barbering, men også til rens af både hud og skæg. Beroliger, heler og fugter, og supplerer de andre produkter i serien fra den legendariske hudplejeklinik godt.

### Blå mænd

Blåt associeres stadig med det maskuline aspekt, men også med Biotherm Homme Force Supreme Blue Serum, en ny version af det ikoniske produkt med en endnu mere effektiv formulering og i innovativ øko-glasflakon. Allerede fra første anvendelse lover Force Supreme Blue Serum synlig effekt, mens den fulde effekt opnås efter en måned takket være bl.a. ekstrakt af blå alger, probiotisk ekstrakt af plankton og proretinol.



“Det er spændene at møde brands og lære om de nye produkter og trends på markedet. Jeg går altid derfra inspireret.”

FAGBLADET KOSMETIK APS



16-17 NOVEMBER 2022  
MalmöMässan Sweden

DEN ESSENTIELLE  
ERHVERSMESSE  
FOR ØKOLOGISKE  
OG BÆREDYGTIGE  
PRODUKTER

BOOK  
DIN GRATIS  
MESSEBILLET

SCAN HER



INKLUSIVE:

natural health SHOW

free from TRAIL

plant based SHOW



## Men in Black

Endnu en ny, dansk mandeserie: IdHAIR Black Xclusive for Men er i et stilrent design og naturligvis med alle de gode ingredienser, vi kender fra andre serier fra IdHAIR. Godkendt til Grøn Salon (fås nemlig også i salonstørrelser) og produceret så CO<sub>2</sub>-neutralt og med så meget genbrugsplast som muligt. Ud over All-in-one shampoo, der kan bruges til både hår, krop og barbering, er der to typer voks, en saltvandspray, en skægolie og en kraftig hårspray med ekstra hold. Pakket stilrent ind i en sort flaske gør den det for alvor legalt at sætte lokkerne med lak.



## Sundhed frem for hårtab

Kérastase Genesis Homme er en dobbeltvirkende sundhedsfokuseret serie, der mindsker hårfald. Alle produkter i serien sigter mod at styrke, give fylde og sikre, at der ikke falder flere hår ud end højst nødvendigt. Det handler derfor mest om sundhed, og der er tænkt over, at det skal være nemt, hvilket vil sige vask med en ultramild shampoo, derefter en aktiverings-serum der skal masseres ind i hovedbunden, og som både sikrer vækst, og at der ikke kommer skæl. Slut af med hårspray eller voks i samme serie.



## Hvad vi taler om, når vi taler om gender

Når vi i øjeblikket kan læse om flere køn, om flydende køn og om transkønnede, der identificerer sig via det pronominen, de anvender om dem selv (han, hun, de eller hen), skyldes det en række akademiske teorier og diskussioner, der har kørt på universiteter verden over siden begyndelsen af 70'erne. Mens den klassiske, binære kønsopfattelse af kvinde og mand baserer sig på et biologisk køn, defineres *gender* af, hvordan man selv opfatter sig, eller hvad man identificerer sig som. Gender åbner for nye fortolkninger af både det maskuline og det feminine og for et helt spektrum af kønsidentiteter. Gender defineres også som "socialt køn".



## Stribede mænd

Matas Men udvider serien med en Body Lotion til normal + til sensitiv hud, der også kan bruges i ansigtet, hvis det lige skal gå lidt stærkt, for hellere en mild bodylotion i ansigtet end slet ingen pleje. Uden parfume, men med nærende stoffer som aloe vera og provitamin B5, der plejer og beskytter huden.



## Det er ikke en stavefejl

Nivea Men Sensitive Pro **Menmalist**-serie er et godt bud på at lave minimalistisk hudpleje til mænd med sart hud. Vi ved nemlig, at de fleste mænd lægger vægt på, at deres hudpleje kan klares med få produkter, og på kort tid. Der er en Face-cream, Face and Beard Wash samt en Liquid Shave. Frauke Ulrich, Senior Scientist Formula Development Nivea Men, der har været med til at skabe serien, understreger, at det er vigtigt for Nivea at lave produkter, der er effektive, men uden mikroplast eller silikoneolie. Mænd er nemlig lige så optaget af sundhed og miljø som kvinder.



## Bilen skal også dufte!

Det her er sjovt: Rituals Homme Collection + Sport Collection lancerer også en duft til bilen! Tal lige om klassisk kønsstereotypi, men da Rituals jo er aromaterapibaseret, giver det egentlig meget god mening at udvide duftuniverset til bilen. Duften af moskus og ambra holder i op til 6-8 uger og aktiveres af luftstrømmen fra blæseren. Ud over det kommer Homme Collection hele vejen rundt med et helt program til bad, stort udvalg til skægpleje og barbering samt naturligvis hudpleje, alt sammen stilrent og præsentabelt indpakket, så indpakningen også bliver en del af totaloplevelsen. ■

