

Presseinformation

01. Februar 2025

NEU AB FEBRUAR: Syoss Dachmarke

„You. Intensified.“ 2025 öffnet Syoss ein neues intensives Kapitel in der Markengeschichte

Das Jahr 2025 markiert einen Neuanfang für Syoss: Basierend auf ihrem bedeutenden japanischen Erbe und ihrer über 45-jährigen Haartradition, führt die Marke ihre Verbraucher:innen in die neue, sich intensivierende Welt von Syoss ein.



Düsseldorf - Professionelle Leistung in jeder Phase der Haarroutine – das ist die Mission der Marke. Mit der über 45-jährigen Geschichte und dem Engagement für professionelle Leistung stellt der Relaunch von Syoss Verbraucher:innen in den Mittelpunkt. Dank Consumer Insights und langjähriger Erfahrung erweckt der Relaunch ein intensiveres Haarerlebnis zum Leben und ermöglicht es Verbraucher:innen, ihre Haarroutine mit größerer Intensität zu erleben. Syoss bekennt sich zu seinen japanischen Wurzeln, blickt aber gleichzeitig mutig in die Zukunft und präsentiert ein aufgefrischtes Design sowie eine aufregende Kampagne.

Intensive Produkte

Im Mittelpunkt des Marken-Relaunchs steht die professionelle Leistung von Syoss. Der Schwerpunkt liegt auf sorgfältig ausgewählten Inhaltsstoffen, die eine effektive Coloration und Pflege sowie effizientes Styling ermöglichen. Egal, ob das Haar durch nährenden Pflege, lebendige Farbe oder raffiniertes Styling verwandelt wird.

- **Farbe. Intensiviert.** Die professionellen Colorationsprodukte wurden weiterentwickelt, um dank der fortschrittlichen Farbcremeformel bis zu 100 Tage Farbtintensität und bis zu 100% Graubabdeckung zu bieten. Um den Colorationsprozess noch pflegender zu gestalten, enthält die Farbcreme jetzt Keratin, ebenso wie die Tiefenpflegemaske, um frisch gefärbtes Haar zu stärken. Und für die Zeit zwischen den Colorationen sorgt der Ansatz Retoucher mit verbessertem Sprühkopf für eine einfache Anwendung.
- **Style. Intensiviert.** Für einen couragierten, aber gepflegten Stil enthalten alle Syoss Stylingprodukte neben einer starken Stylingleistung eine pflegende und stärkende Kombination aus Niacinamid und Panthenol sowie einen verbesserten Duft für ein lang anhaltendes Dufterlebnis.
- **Pflege. Intensiviert.** Die intensive Keratin-Pflegeserie mit einem Keratin-Aufbau-Komplex, der unterschiedliche Keratin-Pflegestufen bietet, brüchiges, leicht zerbrechliches Haar repariert und es von innen heraus bis zu 20-mal stärker macht.¹ Zusätzlich decken die neuen Produkte der Linien „Intense Curls“ und „Intense Blonde“ neue Haarpflegebedürfnisse ab.



Syoss Intense Keratin Shampoo, 440 ml, 4,99 € (UVP²) – mit 5 % Keratin-Aufbau-Komplex

Syoss Intense Keratin Tiefenspülung, 250 ml, 4,99 € (UVP²) – mit 12 % Keratin-Aufbau-Komplex

Syoss Intense Keratin Haarmaske, 400 ml, 4,99 € (UVP²) – mit 15 % Keratin-Aufbau-Komplex

NEU: Syoss Intense Curls Locken Shampoo, 440 ml, 4,99 € (UVP²)

NEU: Syoss Intense Curls Tiefenspülung, 250 ml, 4,99 € (UVP²)

NEU: Syoss Intense Blonde Farbpigment Shampoo, 440 ml, 4,99 € (UVP²)

Syoss Permanente Coloration, 5,99 € (UVP²)

- 16 warme Shades
- 7 kühle Shades
- 5 Metallic Shades
- 2 Aufheller

¹ Im Vergleich zu unbehandeltem Haar.

² Preisgestaltung obliegt dem Handel.

Syoss Brow Augenbrauenfarbe, 4 Shades, 8,99 € (UVP²)

Syoss Ansatz Retoucher Auswaschbare Farbe, 4 Shades 6,99 € (UVP²)

Intensives Design

Der Relaunch versetzt Syoss in eine mystische Welt, welche die Sinne schärft, Verwandlungen willkommen heißt und sich auf die Ursprünge der Marke bezieht, denn Teil des neuen Designs ist auch eine verstärkte Verbindung zu den japanischen Wurzeln von Syoss. Das Logo – jetzt noch markanter – wird vertikal dargestellt, inspiriert von „tategaki“, einer japanischen vertikal strukturierten Schriftform, und schafft so ein einzigartiges Erscheinungsbild, das auf die Traditionen der Ursprünge der Marke verweist. Ergänzend zum Logo ist das wichtigste Designelement der Marke Syoss und ihrer Produkte vom Ensō-Pinselstrich inspiriert, der seine Wurzeln in der Zen-Kunst hat. Der handgezeichnete Kreis symbolisiert Erleuchtung, Stärke, Eleganz und das Universum. Beeinflusst von der Philosophie des Zen-Buddhismus und der japanischen Ästhetik, stehen sein Minimalismus und der unvollständige Zustand des offenen Kreises für Bewegung, Entwicklung, die Vollkommenheit aller Dinge und die Schönheit der Unvollkommenheit. Dies unterstreicht die Art und Weise, wie Syoss die Magie der Haartransformation unterstützt.



Intensive Expertise

Kiyoko Odo, Syoss Hair Creative Director und Session-Hairstylistin, unterstützt die Marke mit ihrer professionellen Expertise, um eine unverwechselbare Haarsprache zu schaffen. Zu diesem Zweck lässt sie sich von Trends in den Bereichen Haarstyling, Mode und Lifestyle inspirieren und bleibt gleichzeitig dem Erbe der Marke treu, das in japanischen Praktiken und einem professionellen Ansatz verwurzelt ist. Sie haucht ihrer Vision von Haar für Syoss Leben ein: ein intensives Haarerlebnis zu schaffen, welches das Leben mit einem magischen Touch belebt und zusätzliches Selbstvertrauen verleiht, damit jeder Moment intensiv gelebt werden kann.

Kiyoko Odo sagt: „Dem Syoss Team beizutreten, war eine sehr emotionale Erfahrung für mich, da es Erinnerungen an meine Kindheit in Japan weckte. Mit dem Relaunch der Marke spüre ich mehr denn je eine tiefe Verbundenheit mit unserem gemeinsamen Erbe und unserem professionellen Ansatz. Ich bin begeistert, Teil dieses neuen Kapitels zu sein, und ich freue mich darauf, mit Syoss zusammenzuarbeiten, um das Leben unserer Kund:innen durch ihr Haar zu intensivieren.“

Das neue Syoss. Intensiviert.

Mit dem Relaunch hat Syoss die drei Werte neu definiert, die den Kern der Marke ausmachen und den Ton für 2025 und die Zukunft angeben:

- **Professionalität:** „Wir werden von der Kraft des Wissens angetrieben! Mit mehr als 45 Jahren Erfahrung im Haarbusiness verfügen wir über das Wissen und die Erfahrung, um innovative Formeln zu entwickeln, die unsere Konsument:innen von ihrer professionellen Leistung überzeugen. Aus diesem Grund arbeiten wir in jeder Phase mit Expert:innen zusammen, die wissen, welche Kraft in schönem Haar liegt.“

- **Intensität:** „Wir entfachen das Leben durch Magie! Ein erfülltes Leben zu leben, bedeutet, jeden Moment mit Intensität zu genießen. Deshalb entwickeln wir unsere Produktformulierungen so, dass sie ein intensives Erlebnis bieten und Inhaltsstoffe enthalten, welche die Gesamtwirkung verstärken. Unser Ziel ist es, den Konsument:innen ein intensives sensorisches Erlebnis zu bieten, das es ihnen ermöglicht, die Reichhaltigkeit und die Intensität in ihrem Haar zu spüren, und sie mit der kühnen Essenz unserer Markenwelt zu inspirieren.“
- **Selbstvertrauen:** „Wir sind immer auf der Suche nach dem gewissen Extra! Es gibt immer einen Grund, schönes Haar zu haben, und selbst wenn es keinen gibt – wir sind alle bereit dafür. Und warum? Weil wir Vertrauen in unsere Produkte haben, in ihre Qualität, ihre Leistung und vor allem in das Gefühl, das sie unseren Kund:innen vermitteln. Wir werden niemandem zu etwas machen, das er oder sie nicht ist. Stattdessen ergänzen wir ihr Selbstvertrauen und verwandeln sie mit dem Zauber von Syoss, wann immer sie es möchten.“

Über Henkel

Mit seinen Marken, Innovationen und Technologien hält Henkel weltweit führende Marktpositionen im Industrie- und Konsumentengeschäft. Mit dem Unternehmensbereich Adhesive Technologies ist Henkel globaler Marktführer bei Klebstoffen, Dichtstoffen und funktionalen Beschichtungen. Mit Consumer Brands ist das Unternehmen insbesondere mit Wasch- und Reinigungsmitteln sowie im Bereich Haare weltweit in vielen Märkten und Kategorien führend. Die drei größten Marken des Unternehmens sind Loctite, Persil und Schwarzkopf. Im Geschäftsjahr 2023 erzielte Henkel einen Umsatz von mehr als 21,5 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 2,6 Mrd. Euro. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert. Nachhaltiges Handeln hat bei Henkel lange Tradition und das Unternehmen verfolgt eine klare Nachhaltigkeitsstrategie mit konkreten Zielen. Henkel wurde 1876 gegründet und beschäftigt heute weltweit ein vielfältiges Team von rund 48.000 Mitarbeiter:innen – verbunden durch eine starke Unternehmenskultur, gemeinsame Werte und den Unternehmenszweck: „Pioneers at heart for the good of generations“. Weitere Informationen unter www.henkel.de

Fotomaterial finden Sie im Internet unter www.henkel.de/presse

Kontakt	Elke Schumacher	Marlen Krieger / Burson GmbH
Telefon	+49 211 797 8367	+49 172 130 1958
E-Mail	elke.schumacher@henkel.com	henkelconsumerbrands.hbc@bcw-global.com

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

Henkel AG & Co. KGaA