

Sweet 16

Kannst Du Dich
an das Leben vor ghd erinnern?
Nein? Wir auch nicht.

Im Jahr 2001 legten drei Männer aus Yorkshire, UK, ein revolutionäres, neues, Haarstyling-Produkt in die Hände von britischen Frauen. Durch die Weiterempfehlung einer landesweiten Schar an Stylisten ist aus dem monatlichen Salonbesuch nicht länger der einzige 'good hair day' geworden - **jeder Tag hat das Potenzial, ein 'good hair day' zu sein und für Millionen Frauen änderte sich dadurch alles.**

Dieser bahnbrechende Moment für die Beauty-Branche startete einen weltweiten Kult, und 16 Jahre später ist ghd zu einem essenziellen Teil des täglichen Lebens von Frauen überall geworden.

Die britische Kultmarke **verkauft heute 4 Styler jede Minute weltweit**, hat über 100 Beauty-Preise um den Globus gewonnen und zählt Celebrities wie Victoria Beckham, Millie Mackintosh, Little Mix, Ella Eyre und Jessica Alba zu ihren Fans.

Nicht nur, dass ghd die technisch fortschrittlichsten Haarstyler der Welt entwickelt - der ghd platinum® Styler reduziert nachweislich Haarbruch um 50%*, erhöht den Glanz um 20%** -, ghd hat sein Sortiment über die Jahre hinweg diversifiziert und bietet eine vollständige Kollektion mit state-of-the-art Haartrocknern, Lockenstäben, Bürsten und Stylingprodukten. Was noch? Alle ghd Styler haben heute einen Schlafmodus, der sich automatisch nach 30 Minuten Nichtnutzung einschaltet, um Dir Deine Sorgen zu nehmen.

SCHÖNHEIT IST DAS HERZ UNSERES GESCHÄFTS

Wir befinden uns auf einer Mission, jede Frau stark zu machen, überall. Sie bei der Erreichung ihrer Ziele zu unterstützen, um ihre Augen funkeln zu sehen. Ihr die Tools zu geben, die sie benötigt. Sicherzustellen, dass sie schön aussieht und sich schön fühlt. So schön wie nur möglich. Dadurch kann sie alles erreichen und kann immer, wer auch immer sie ist, wo auch immer sie ist, ohne Ausnahme einen 'good hair day' haben.

INNOVATION LIEGT IN UNSERER DNA

Von Beginn an zeichnet uns Pioniergeist aus. Wir haben uns immer selbst herausgefordert. Wir brechen Regeln und hinterfragen den Status quo. Wir wollen immer die Besten in der Beauty-Technologie sein. Wir kennen keine Grenzen. Preisgekröntes Design. Bahnbrechende Wissenschaft. Fortschrittlichste Technologie. Es ist unser Forschungs- & Entwicklungszentrum in Cambridge, UK. Es ist Tri-Zone®. Laminair®. Cool Wall®. Es ist das Unerwartete. Das Unvorstellbare. Es ist Experimentieren. Auf Konsumenten zu hören und auf naheliegende Technologien und Verhaltensänderungen zu achten.

SCHÖNHEIT VERLEIHEN UNSERE STYLISTEN

Wir arbeiten nicht nur mit den talentiertesten und den besten Profis der Branche zusammen, wir entwickeln uns mit ihnen. Zusammenarbeit. Beziehungen aufbauen, die die Zeit überdauern. Ob Backstage auf Fashion Weeks oder beim Besuch eines Festivals, strebt eine Vielzahl an Stylisten permanent danach, der Beste zu sein. Als stilprägend in der Branche, Trendsetter, Influencer sind sie die Experten. **Und ghd ist deren Geheimwaffe.**



ghd
good hair day, every day

Die ghd Story

2001

- ghd wird geboren; der ghd I Styler kommt in UK auf den Markt.



2002

- **Nicht mehr nur ein Haarstylingprodukt; ghd wird zum Verb, indem Frauen in ganz UK sagten:**

'Ich habe meine Haare geghd't'

- ghd geht mit ghdhair.com weltweit live.
- ghd erobert Down Under und startet in Australien.

2003

- **Erste salon-exklusive Marke, die im TV wirbt.**
- Einführung der ghd II Styler inkl. classic, mini und salon.
- ghd erobert die Welt und startet in Südafrika, Spanien, Italien und Skandinavien.

2011

- Einführung des ghd Sortiments an Bürsten und Kämmen sowie von ghd style®.



2004

- Mit der Einführung der ghd III Styler Generation wurden aus Glätteisen Styler.
- ghd nimmt die Herausforderung USA an.
- **Die erste pink Limited Edition wird lanciert.**
- UK startet die **Charity-Zusammenarbeit** mit Breast Cancer Care. In Deutschland arbeitet ghd seit 2012 mit der gemeinnützigen Organisation **DKMS LIFE** und deren Patientenprogramm **look good feel better** zusammen. ghd hat bis heute über 12 Mio. € durch den Verkauf von pink Limited Editions zu Gunsten von Brustkrebsorganisationen auf der ganzen Welt gespendet.



2005

- Von The Sunday Times als eines der am schnellsten wachsenden Unternehmen in UK gekürt.



2007

- Einführung der ghd IV mini, classic und max Styler.

2006

- ghd expandiert nach Deutschland und wird in UK zu einer "CoolBrand" gekürt.

2009

- Eröffnung des **ghd Forschungs- und Entwicklungszentrums** in Cambridge, UK, das sich der Produktinnovation und Technologieverbesserung widmet.

2008

- ghd führt Limited Editions ein. Bis heute wurden **über 30 Limited Editions lanciert.**



2010

- Einführung des ghd V® gold classic Stylers.



2013

- ghd wird erster offizieller Haarstylingtool-Sponsor der Victoria's Secret Fashion Show.

2012

- ghd sorgt für frischen Wind: Einführung des ersten Haartrockners, dem ghd air®.



2014

- Einführung des ghd aura® – einem revolutionären Styling- und Haartrocknungstool mit den patentierten Technologien Laminair® und Cool Wall®.
- Mit der Einführung des ghd curve® expandiert ghd in die Kategorie der Lockenstäbe.



2017

ghd wird 16!

- 4 ghd Styler werden weltweit pro Minute verkauft.



2016

- Erweiterung des Haartrocknersortiments um den **ghd flight® Reisehaartrockners.**



2015

- Einführung des bisher fortschrittlichsten Stylers auf dem Markt, dem **ghd platinum®** mit patentierter **Tri-Zone® Technologie**. Er reduziert nachweislich **Haarbruch um 50%***, sorgt für **20% mehr Glanz**** und **schützt vor Farbverblassung***.
- Erweiterung von ghd style® um ein weiteres Highlight, **ghd advanced split end therapy**.

Ergebnisse basierend auf der Tri-Zone® Technologie: *verglichen mit einem Styler bei 230°C, **verglichen mit unbehandeltem Haar.

ghd ist erhältlich in ausgewählten Salons, bei Premiumhändlern und auf ghdhair.com/de.

Dein Pressekontakt:

Jerome Siel, Head of Marketing & Public Relations
E.: presse@ghdhair.de, T.: +49 (711) 620 319 - 74
ghd Deutschland GmbH, Leuschnerstr. 43, 70176 Stuttgart