

STMNT Grooming Goods Persbericht van **Henkel Consumer Brands**

Embargo tot 1 oktober 2026

STMNT GROOMING GOODS GAAT SAMENWERKING AAN MET DE CHICAGOSE KUNSTENAAR LOUIS DE GUZMAN VOOR LIMITED ARTIST EDITION 2026

STMNT, het cultuurgerichte groomingsmerk dat bekendstaat om het omzetten van dagelijkse rituelen in gedurfde statements, kondigt zijn nieuwe Limited Artist Edition aan, een wereldwijde samenwerking met de in Chicago gevestigde Filipijns-Amerikaanse kunstenaar Louis De Guzman.

STMNT bevindt zich op het snijvlak van verzorging, kunst en cultuur en blijft zich verder ontwikkelen, ver buiten de grenzen van traditioneel productontwerp – door platforms te creëren voor creatieve expressie en zinvolle samenwerking. De STMNT Artist Edition 2026 (#STMNTxLOUISDEGUZMAN) luidt een nieuw hoofdstuk in deze visie in en brengt twee werelden samen die verbonden zijn door een gedeelde overtuiging: dat zelfexpressie de krachtigste uiting is die er bestaat.

EEN SPECIALE UITGAVE VOOR VERZAMELAARS, NIET ALLEEN EEN PRODUCT

Centraal in de collectie van dit jaar staat een herinterpretatie in beperkte oplage van de STMNT All-In-One Cleanser (300 ml) – die dankzij de kenmerkende beeldtaal van De Guzman is omgetoverd tot een verzamelobject.

Dit ontwerp is meer dan alleen een verpakking: het maakt van een dagelijks benodigdheid een cultureel object.

De All-In-One Cleanser, samengesteld met actieve kool en menthol, zorgt voor een verfrissende reiniging van haar, baard, lichaam, gezicht en handen, gecombineerd met de premium geur van STMNT: frisse citrus en lavendel, aangevuld met warme tonkaboon-tonen.

Om het effect nog verder te versterken, breidt STMNT de Artist Edition uit tot een zorgvuldig samengesteld ecosysteem van exclusieve merchandise en verzamelobjecten, waaronder:

- Een op maat ontworpen bandana
- Een luxe dienblad
- Een make-upetui
- Een exclusieve capsulecollectie met kleding en lifestyleartikelen

Samen maken deze elementen van deze lancering een cultureel moment met meerdere raakvlakken – waarbij een brug wordt geslagen tussen product, kunst en levensstijl.

DE ARTIEST: LOUIS DE GUZMAN

Louis De Guzman is een bekroonde multidisciplinaire kunstenaar en ontwerper die bekendstaat om zijn gedurfde combinatie van geometrische abstractie, verhalen vertellen en culturele identiteit.

Vanuit zijn ervaring als Filipijns-Amerikaan van de tweede generatie verkent hij in zijn werk thema's als erfgoed, erbij horen en persoonlijke ontwikkeling.

"Bij deze samenwerking ging het erom iets innerlijks te vertalen naar een gezamenlijke beeldtaal. Het idee dat groei van binnenuit begint – en dat je, voordat er aan de buitenkant iets verandert, eerst iets in jezelf moet ontgrendelen. Ik wilde dat het werk persoonlijk aanvoelde, maar tegelijkertijd open genoeg was zodat iedereen er zijn of haar eigen reis in kon herkennen." – Louis De Guzman

HET WERK: EEN REIS NAAR BINNEN

Voor de STMNT Artist Edition 2026 heeft De Guzman een originele illustratie gemaakt dat draait om het idee van innerlijke groei en zelfontdekking.

Centraal staat een lantaarn, die het innerlijke licht symboliseert dat ieder individu in zich draagt. Een sleutelgatmotief nodigt de toeschouwer uit om naar binnen te kijken – en moedigt aan tot bezinning alvorens op zoek te gaan naar externe bevestiging. De geometrische fragmenten eromheen staan voor identiteiten in ontwikkeling, terwijl de veranderende kleuren het emotionele landschap van transformatie weerspiegelen.

Het werk legt een krachtig moment vast: de pauze vóór de verandering, de ademhaling vóór de eerste stap. Het herinnert ons eraan dat vooruitgang niet lineair verloopt – en dat wat ons vooruit drijft vaak al in onszelf zit, wachtend om ontdekt te worden.

EEN CREATIEVE VERBINDING

De samenwerking kwam tot stand via Julius Cvesar, de bedenker van STMNT, wiens band met De Guzman de basis voor het project vormde.

"Louis creëert niet alleen beelden — hij bouwt werelden. Elk detail is doordacht. Het voelde vanzelfsprekend om hem bij STMNT te betrekken, omdat we allebei belang hechten aan het creëren van iets dat verder gaat dan de oppervlakte — iets waarmee mensen zich op een dieper niveau kunnen identificeren." – Julius Cvesar, STMNT Creator

EEN GEDEELDE FILOSOFIE

De samenwerking tussen STMNT en Louis De Guzman is geworteld in een gedeelde visie: creativiteit inzetten als middel om iets authentieks tot uitdrukking te brengen. Samen brengen ze een samenwerking tot leven die verder reikt dan esthetiek – een verbinding tussen kunst en het kappersvak, twee gemeenschappen die draaien om transformatie, identiteit en expressie.

“Bij STMNT zijn we er altijd van overtuigd geweest dat persoonlijke verzorging meer is dan alleen een routine – het is een vorm van zelfexpressie. Dankzij dit soort samenwerkingen kunnen we op een geloofwaardige manier deel uitmaken van de cultuur, door samen te werken met kunstenaars die een echt perspectief en inhoud bieden.” – Jonas Schacht, STMNT Global Head of Marketing & Business Development

OVER DE STMNT ARTIST EDITION

De STMNT Artist Edition is een jaarlijkse samenwerkingsreeks waarbij kunstenaars van buiten de kappers- en barberwereld worden uitgenodigd om de kernproducten van STMNT op een nieuwe manier te interpreteren. Elke uitgave tovert alledaagse verzorgingsproducten om tot verzamelobjecten in beperkte oplage, waarmee STMNT zijn positie als merk dat verankerd is in de cultuur versterkt – een merk dat zijn gemeenschap weerspiegelt in plaats van haar te volgen.

Dit is STMNT. Ontworpen door makers. Gevormd door cultuur. Gemaakt voor mensen die ergens voor staan. STMNT Grooming Goods en de Limited Artist Edition zijn wereldwijd verkrijgbaar via professionele salonpartners en betrouwbare e-commerceplatforms.

STMNT ONLINE & DIGITAL

STMNT gaat verder dan alleen het product; dit is een merk met een missie. STMNT is gebaseerd op het idee dat iedereen een authentiek statement kan maken en dat mensen moeten opkomen voor waar ze in geloven. Lees meer over het merk en ontdek de website van STMNT: [STMNTGROOMING.COM](https://stmntgrooming.com)

Sluit je aan bij een community die vakmanschap hoog in het vaandel heeft staan en ernaar streeft om het beter te doen dan voorheen via @STMNTGROOMING op Instagram en TikTok, en laat je stem horen: #STMNTGROOMING #MAKEYOURSTMNT #STMNTXLOUISDEGUZMAN

Christian Duee

Public Relations

STMNT Grooming Goods

Phone: +49 151 68010523

Email: christian.duee@henkel.com

Over Henkel

Met zijn merken, innovaties en technologieën bekleedt Henkel wereldwijd toonaangevende marktposities in de industriële en consumentensector. De businessunit Adhesive Technologies is wereldwijd marktleider op het gebied van lijmen, afdichtingsmiddelen en coatings. Met Consumer Brands bekleedt het bedrijf toonaangevende posities, met name op het gebied van was- en huishoudproducten en haarverzorging, in tal van markten en categorieën over de hele wereld. De drie sterkste merken van het bedrijf zijn Loctite, Persil en Schwarzkopf. In het boekjaar 2024 rapporteerde Henkel een omzet van meer dan 21,6 miljard euro en een gecorrigeerde bedrijfswinst van ongeveer 3,1 miljard euro. De preferente aandelen van Henkel zijn genoteerd aan de Duitse aandelenindex DAX. Duurzaamheid heeft een lange traditie bij Henkel en het bedrijf heeft een duidelijke duurzaamheidsstrategie met specifieke doelstellingen. Henkel werd opgericht in 1876 en heeft vandaag de dag wereldwijd een divers team van ongeveer 47.000 medewerkers in dienst – verenigd door een sterke bedrijfscultuur, gedeelde waarden en een gemeenschappelijk doel: „Pioniers in hart en nieren, ten behoeve van toekomstige generaties.” Meer informatie op www.henkel.com