

Neue Nuancen für ein kühles Farbergebnis – IGORA kooperiert mit dem PANTONE Color Institute

Mit acht neuen Nuancen erweitert Schwarzkopf Professional sein bestehendes kühles Farbsortiment IGORA ROYAL und IGORA VIBRANCE durch Cendré-Töne, Asch und stark neutralisierende Matt-Nuancen. Bei der Entwicklung der neuen Nuancen haben IGORA und das PANTONE Color Institute zusammengearbeitet. Die Kombination von fundiertem Wissen der Farbtheorie zu kühlen Tönen und den spezifischen IGORA-Colorationstechniken resultiert in der optimalen Neutralisation jeder Ausgangsbasis.

Ergänzung des IGORA-Sortiments um nachgefragte kühle Farbtöne

Das bestehende IGORA ROYAL- und IGORA VIBRANCE-Portfolio bietet bereits ein Sortiment an kühlen Nuancen, die dank einer speziellen Pigmentkombination die perfekten Farbrichtungen bieten, um auf unterschiedlichen Ausgangsbasen den jeweiligen warmen Untertönen entgegenzuwirken. Mit aussagekräftigen Cendré-Tönen, modernem Asch und einer kuratierten Auswahl an Matt-Nuancen bietet das neue IGORA Cools-Sortiment nun eine zeitgemäße Ergänzung, die das Friseur:innen-Handwerk im Vollspektrum unterstützt.

IGORA COOLS – ein kühles Farbergebnis für jede Ausgangsbasis

Die Colorist:innen aus den Salons von Schwarzkopf Professional haben längst den Trend erkannt, dass sich immer mehr Kund:innen für ihre natürliche Haarfarbe entscheiden. Um dem Naturton lebendige Akzente zu verleihen, werden zunehmend kühle Services und eine optimale Neutralisation nachgefragt, die besonders bei dunklen Ausgangsbasen für die Beseitigung warmer Untertöne notwendig ist.

Um der gestiegenen Nachfrage nach kühlen Tönen zu begegnen und Friseur:innen optimal auszustatten, bieten IGORA ROYAL und IGORA VIBRANCE mit acht neuen Nuancen ein umfangreiches Portfolio kühler Farbtöne an. Color-Expert:innen können damit ihr bestehendes Angebot an Salonservices ausweiten, um den modischen Geschmack und Lebensstil der Kund:innen souverän aufzugreifen. So erhalten alle Salon-Kund:innen das maßgeschneiderte Farbergebnis, das sie erwarten.

Zusammenarbeit IGORA COOLS und PANTONE Color Institute

Bei der Entwicklung der acht neuen Nuancen haben IGORA und das PANTONE Color Institute ihre bereits bestehende Partnerschaft im Bereich der Farbtheorie für kühle Töne weiter ausgebaut. Das PANTONE Color Institute wurde 1985 gegründet, um Wissenschaft und die Emotionen von Farben zu vereinen. Einer der wichtigsten Schwerpunkte des Institutes ist die Farbforschung, die sich mit der psychologischen und emotionalen Bedeutung von Farben auseinandersetzt.

Laut der „Cool Colour Insights“ des PANTONE Color Institute wirken kühle Farben beruhigend sowie entspannend und haben dadurch einen direkten positiven Einfluss auf das körperliche und geistige

Wohlbefinden. Kühle Töne wie Asch und Silber, oder solche mit grünem oder blauem Unterton, gelten als makellos, hypermodern, futuristisch und zukunftsorientiert. Damit unterstützen sie in ihrer unaufdringlichen Raffinesse bei der Anpassung an neue, moderne Wege des Lebens und Denkens. Weil die kühlen Töne auch in der Natur vorkommen, haben sie eine universelle Bedeutung, d. h. sie sind sehr vielseitig und harmonieren mit jeder anderen Farbfamilie, ergänzen und umschmeicheln sie also, statt mit ihnen im Konflikt zu stehen.

Kühle Salonservices mit den neuen Nuancen von IGORA COOLS

Das neue IGORA COOLS-Portfolio eröffnet Colorist:innen nun eine Vielzahl an Servicemöglichkeiten für lang anhaltende kühle Ergebnisse. Denn die duale Anwendung mit IGORA VIBRANCE, für gleichmäßige Farbergebnisse ohne Farbüberlagerungen, ist genauso möglich wie Lowlight-Services, die Neutralisierung warmer Untertöne, eine Weißkaschierung sowie eine Farbauffrischung zu Hause mit Chroma ID.

Kühle Nuancen sind sehr technische Farben, die sich sehr gut einsetzen lassen, wenn man über die nötige Erfahrung verfügt. Wichtig ist bei der Neutralisation zum Beispiel, viel mit Gegenfarben zu arbeiten, das heißt man sollte den Farbkreis hier detailliert im Kopf haben, damit es nicht zu unerwünschten Farbergebnissen kommt.

Der Farbkreis spielt auch eine wesentliche Rolle, wenn es um die geeignete Rezeptur zur Beseitigung unerwünschter warmer Töne im Haar geht. Das ergänzte IGORA-Portfolio bietet Color-Expert:innen jetzt eine Reihe an Nuancen, die die perfekte Farbrichtung bieten, um unerwünschte Wärme zu bekämpfen.

Kühle Farbservices im Bereich „Male Grooming“ – Expertentipps von Markus Salm:

Markus Salm, International Expert Male Grooming für Schwarzkopf Professional, verweist auf die Unterschiede bei den kühlen Services für männliche und weibliche Kunden:

„Während Frauen durch eine Coloration mehr Sichtbarkeit erreichen möchten, wünschen sich Männer möglichst natürliche Ergebnisse“, weiß der Experte. Bei einer Coloration des Deckhaars seiner Kunden betrachtet er sowohl die Augenfarbe als auch die Farbe der Augenbrauen und des Bartes, die meistens dunkler als das Haupthaar sind. „Je nach Augenfarbe lasse ich einen Schimmer Braun, Grün oder Blau einfließen und schaffe dann mithilfe kühler Nuancen eine natürliche Harmonie zwischen dem Deckhaar, den Augenbrauen und dem Bart, wenn es einen gibt“, so Markus Salm. Sind männliche Kunden beim Friseur, wird oft auch Bart-Coloration gewünscht. „Beim Barthaar muss eine Coloration allerdings spätestens alle vier Wochen nachbehandelt werden, weil sich diese durch die Gesichtereinigung schneller auswäscht.“

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 Haarpflege weltweit in vielen Märkten und Kategorien führend. Die drei größten Marken des Unternehmens sind Loctite, Persil und Schwarzkopf. Im Geschäftsjahr 2022 erzielte Henkel einen Umsatz von mehr als 22 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 2,3 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 über 50 000 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

Schwarzkopf Professional: Öffentlichkeitsarbeit

Kontakt Mag. Michael Sgiarovello
Telefon +43 (0)1 711 04-2744
E-Mail michael.sgiarovello@henkel.com

Daniela Sykora
+43 (0)1 711 04-2254
daniela.sykora@henkel.com