

Petra Schlegel, Greentech.

Welche spannenden Haarpflegereiztrends zeichnen sich zurzeit ab?

Wer aktuelle Werbeanzeigen in den einschlägigen Publikumsmagazinen kennt, der weiß, dass es momentan um 2 Dinge geht:

- Glatt, glatter am Glattesten: Ein Viertel der Frauen kann ohne ihr Glätteisen „nicht leben“, bei den unter 25 jährigen sind es sogar 40%. (1)
- Glanz, glänzender am Glänzendsten.

In absehbarer Zeit wird die Modebranche sicherlich wieder weg vom glatten Haar gehen, hin zu Locken. Die Forderung nach Glanz wird jedoch mit Sicherheit bleibe, vermittelt doch glänzendes Haar den Eindruck von Gesundheit und Gepflegtheit.

In jedem Falle sind Stylingprodukte und damit Wirkstoffe gefragt, die folgende „Must Haves“ garantieren:

- o Bessere Kämmbarkeit, die Bürste gleitet durch das Haar
- o Elegantes Finish mit feinem Glanz
- o Geschmeidigkeit mit Anti-Frizz-Effekt
- o Lang anhaltender Farbschutz
- o Schutz vor UV-Strahlen und Föhnhitze.

Individueller Style und maßgeschneiderte Haarpflege mit Pflege/ Styling und Finish Produkten, die aufeinander abgestimmt sind, und in ihrer Wirkung ineinandergreifen sind gefordert.

Welche technischen Herausforderungen hat Ihr Unternehmen in letzter Zeit in diesem Bereich bewältigt?

Seit einiger Zeit haben hochpreisige internationale Marken unser LIPACTIVE INCA INCHI WO ÖL als wirksame Ingredienz für ihre exklusiven Repair Produkte entdeckt.

Das Öl, das aus einer peruanischen Nuss im schonenden Kaltpressverfahren gewonnen wird, hatte ursprünglich einen, von manchen als unangenehm empfundenen Geruch. Durch ein spezielles Know How in GREENTECH's Tochterunternehmen Phytocos ist es uns gelungen, diesen Geruch zu eliminieren und das Öl stabiler und haltbarer zu machen. Durch eine spezielle inerte Verpackung wird dem weiter Rechnung getragen.

LIPACTIVE INCA INCHI WO ÖL ist deswegen in der Haarpflege gut einsetzbar, da es die Kämmbarkeit im nassen und die Frisierbarkeit im trockenen Haar deutlich verbessert und Strukturschäden durch häufiges Styling und Färben ausbessert.

Welches waren die spannendsten Lösungen, die Ihr Unternehmen in diesem Bereich realisiert hat?

Gespannt warten wir auf die Ergebnisse unserer aktuellen, groß angelegten Hair Care Studie:

Derzeit lassen wir einige unserer besten Komplexe und Wirkstoffe in niedrigen Dosierungen in Halbseitentests auf Ihre Wirkung prüfen um diese exklusiven Produkte auch dem Massmarket zugänglich zu machen.

Welche Zukunftstrends zeichnen sich Ihrer Meinung nach im Bereich Haarpflege ab?

Die zukünftige Forderung in der Haarpflege wir unseres Erachtens nach mehr Natur sein. Der Trend aus der Kosmetik zu „Down to Earth“ Fair Trade, Bio und Naturprodukten wird auf die Haarpflege überschwappen, eine ganz logische Folgerung. GREENTECH ist hier, wie unser Name verrät, bestens gerüstet.

Quellen:

Mintel Oxygen Reports, Februar 2011: Hair straighteners making waves – over a quarter of women now can't live without them

Silke Langer, Global Marketing Manager Rinse Off Personal Care, Evonik

Which trends in hair care do you see ?

High performance and sustainability are some of the main trends in the hair care market.

Consumers are looking for convenient and high quality products with a high functionality to keep hair in a good condition.

Several product launches fulfil hair treatments to keep hair fibres undamaged, to help reducing the hair breakage and to claim to smooth and keep hair shiny.

A fashion trend for hair styling and colouration is still straight long hair and to make the hair colour last longer. Furthermore there is an increasing number of hair care launches in terms of protecting hair from heat or UV light exposure.

Consumers are following the trend of buying products with natural ingredients and are interested in environmental, social and ethical aspects of a product they use.

Which technical challenge has your company mastered recently?

Evonik Personal Care constantly monitors specific markets trends and our scientific teams develop marketable new products providing our clients with added value which are directly linked to consumer needs. Evonik has the strength in creating new innovations and responding to specific market needs especially in the hair care market. This is based on a long experience, modern R&D structures and interfaces between traditional disciplines such as chemistry, biology and engineering. Several studies showed that consumers purchase certain products due to their 'sensory' performance. Evonik Personal Care has developed innovative ingredients that significantly improve the sensory profile of hair care products. Following the trend in consumer preference towards natural ingredients, now 80% of Evonik's ingredients portfolio is at least partly derived from renewable ingredients.

Which were the most important solutions your company is offering?

With our organomodified silicones Evonik Personal Care offers very efficient hair conditioning ingredients to keep hair in a good condition. In combination with cationic polymers they provide very easy combability of the hair. Hair shine and a silky skin feel are additional sensorial benefits for the consumer. Silicone Quaternium -22 with its trade name ABIL® T Quat 60 shows very efficient heat protection properties and protection against hair breakage by repeated combing treatments. Processing is very easy and the liquid products can easily be added during processing just by simple stirring. Evonik is a leading manufacturer of organomodified silicones, which are known to be water dispersable and surfactant soluble to reduce the risk of build – up effect on hair fibres..

To fulfil the hair fibre protection against UV irradiation Evonik Personal Care has launched Polysilicone-19 with its trade name ABIL® UV Quat 50 to improve the strength of colour and the long lasting colour duration for dyed hair.

To respond to environmental friendly products Evonik developed sustainable conditioning agent called Distearoylethyl Dimonium Chloride ; Ceterearyl Alcohol with its trade name VARISOFT® EQ 65 Pellets with high sustainable biodegradability. It is a vegetable based material which improves the combability and the feel of hair out of conditioning rinses..

Which future trends do you see?

Future trends will continue in the area of hair straightening with the very popular Brazilian hair straightening procedures which will likely be an inspiring source of new innovations.

Natural and sustainable products will be a growing area for hair care products and it will become more sophisticated in the future. Healthier, stronger hair with sensorial benefits will be a main target for end consumer products. Following the trend in the skin care segment, anti-aging products will stronger enter the hair care market in the next years. Anti-aging could be linked to thickening the hair, anti hair loss, less dull appearance or improved hair strength. Looking ahead, the market will develop new interesting products with innovative solutions for individual consumer needs.

Dr. Raimund Lierhammer, Director Research Development & Quality Assurance, LR International

Welche spannenden Haarpfletrends zeichnen sich zurzeit ab?

Es existieren diverse Strömungen, die im Moment aktuell sind. Zum einen ist es die professionelle Pflege für zu Hause: Die Verbraucher wollen sich die Salonqualität auch für den täglichen Gebrauch gönnen und suchen hier immer häufiger gezielt nach qualitativ hochwertigen Rezepturen. Zum anderen ist die Kombination von Natur und moderner Technologie ein weiterer Trend. Mit der „LR nova pure“-Haarpflegeserie haben die Experten von LR diesen Aspekt aufgegriffen und spezialisierte Konzepte entwickelt, die auf die jeweiligen Bedürfnisse der unterschiedlichen Haartypen abgestimmt sind. Diese wurden wiederum mit ausgefeilten, neuen technologischen Rezepturen kombiniert. Die so entstandenen Kreationen von LR stehen stets unter der Prämisse: „Unsere Produkte halten, was sie versprechen.“

Welche technischen Herausforderungen hat ihr Unternehmen in letzter Zeit in diesem Bereich bewältigt?

Wir haben innerhalb von einem dreiviertel Jahr die neue Haarpflegeserie „LR nova pure“ mit insgesamt 20 Produkten (inklusive Styling) auf den Markt gebracht – stets unter den oben genannten Prämissen. Dabei hat LR eigene Versuche und Testreihen durchgeführt, um die Qualität auf diesem hohen Niveau sicher stellen zu können. Wir setzen an uns und unsere Rohstoff- und Wirkstofflieferanten, mit denen wir eng zusammen arbeiten, kompromisslos die höchsten Ansprüche.

Welches waren die spannendsten Lösungen, die Ihr Unternehmen in diesem Bereich realisiert hat?

Spannend zu sehen ist, wie sich traditionelle Grundlagen mit innovativen Ideen kombinieren lassen. Insbesondere die erfolgreiche Verbindung von Natur und Technologie innerhalb der „LR nova pure“-Pflegeserie spricht für sich. Außerdem zeigen die guten Umsätze, die wir insbesondere mit unserer neu kreierten eigenen Männerlinie von „LR nova pure“ erzielen, dass wir hiermit den Nerv des Marktes getroffen haben. Wir sind schon lange im Bereich Haarpflege aktiv. Doch mit der erfolgreichen Entwicklung einer komplett neuen Serie können wir so noch nicht da gewesene Akzente setzen - mit einer hochwertigen Haarpflegelinie für das 21. Jahrhundert.

Welche Zukunftstrends zeichnen sich Ihrer Meinung nach im Bereich Haarpflege ab?

Ein Thema der Zukunft sind in jedem Fall Produkte, die das Haarwachstum anregen bzw. fördern. Außerdem werden uns zukünftig als große Herausforderung die Haarfarben begleiten. Es gibt viele Produkte auf dem Markt, die die Gesundheit beeinträchtigen können. Die zunehmende Kenntnis hierüber zeigt, dass nun innovative und wirksame Lösungen gefragt sind, um die verschiedenen Haarfarben auf sanfte und schonende Weise in das Haar zu bringen. An diesem Punkt setzen wir an und sind bereits tief in die Analyse eingestiegen

Fabienne Bizeray, European Product Marketing Manager, Dow Personal Care

What are the most striking trends in hair care?

Anti-aging benefits in products outside of the skincare and make-up categories are still niche, although they are gaining momentum in hair care. Among the most recent launches, some brand owners have launched anti-aging hair care ranges featuring ingredients with hair cuticle repair claims, strengthening or scalp hydration claims. Personal care companies will pursue their efforts to move into the anti-aging hair care market and will capitalize on science driven innovations in the hair care segment to offer products with enhanced efficiency and functionality.

Consumers also value more personalized or customized formulation-specific hair care and want products designed for their own needs and reflecting their own lifestyle or personality. Consumers are also very much concerned by scalp-related hair care issues and demand specific products addressing those concerns. Emerging markets will be driving innovations especially in the hair care segment where consumers habits and needs are very specific and where offerings needs to be aligned to the hair type and texture.

The ethnic and anti-aging hair care segments offer significant growth potential and offerings segmentation will remain a prominent trend in the hair care category in the coming years.

What have been the main challenges in this field for your company and how have you mastered them?

Dow Personal Care has dedicated itself to working with its customers to meet the demands of busy consumers. Today's consumers want their hair care products to provide the highest level of cleansing, conditioning, hold and shine while still being affordable. Consumers want also customized products. Dow's R&D centers positioned around the globe allow our customers to work closely with our scientists in state-of-the-art laboratories to formulate hair care products that meet the specific consumer demands in that region.

What have been your company's most exciting solutions in the field of hair care lately?

Dow Personal Care recently launched a new line of conditioning polymers called EcoSmooth™. EcoSmooth Silk Conditioning Polymer is a non-cationic conditioning technology developed to provide conditioning properties similar to silicone shampoo formulations for consumers who prefer silicone-free formulations. EcoSmooth Silk is a conditioning polymer exhibiting low aquatic toxicity and as a result is an ideal solution for formulating shampoos with a low environmental impact that also deliver hair conditioning.

EcoSmooth Satin, a non-cationic conditioning polymer, provides personal care brand owners the ability to formulate mild conditioning shampoos with equivalent foam and sensory performance to mild shampoos containing cationic guar derivatives or Polyquaternium-7. With EcoSmooth Satin, formulators can create clear shampoos without sacrificing their ability to condition hair.

In the hair styling product arena, Dow Personal Care launched ACUDYNE™ 1000 Hair Styling Polymer for aerosol and pump sprays, mousse, styling gels, pomades, lotions and creams. ACUDYNE 1000 allows hair formulators to address consumer needs for lasting style control.

What, in your eyes, are the most exciting future trends in the field of hair care?

One of the most exciting challenges for hair care producers and suppliers is to address the sustainability trend moving beyond the incorporation of natural ingredients and plant extracts. As more consumers are coloring their hair and as the aging population grows, there will be increased consumer demand for enhanced solutions for damaged hair and innovative technologies for hair colorants and solutions to prevent grey hair.

Zschimmer & Schwarz, Katharina Redeker und Frau Sabrina Baumgart

Welche spannenden Haarpflegereizs zeichnen sich zurzeit ab?

Es zeichnet sich eine neue Herangehensweise an die Betrachtung von Haarpflege ab.

Das „Haar“ bzw. der Haarschopf wurde bisher immer als homogenes Ganzes betrachtet. Bei der Entwicklung neuer Produkte wurde bisher die Auswirkung von bestimmten Rohstoffen oder Fertigprodukten an ganzen Haarsträhnen geprüft und bewertet. Der neue Trend ist das „Haar“ nicht mehr als homogenes Ganzes zu betrachten, sondern die Altersstruktur eines einzelnen Haares deutlicher in den Fokus zu rücken. Das einzelne Haar zeigt im Normalfall, je nach Länge mehr oder weniger ausgeprägt, eine relativ gesunde Struktur nahe der Wurzel, dort wo es noch "jung" ist. Mit dem Längenwachstum und dem damit verbundenen Alterungsprozess, zeigt das Haar entsprechende Schädigungen, die mit einem deutlichen Feuchtigkeitsverlust in der Haarfaser einhergehen. Hier spezifischer einzugreifen und nicht das einzelne Haar an der Wurzel zu viel und an der Spitze zu wenig zu pflegen, dürfte eines der Ziele der nächsten Generation von Haarpflegeprodukten sein.

Welche technischen Herausforderungen hat Ihr Unternehmen in letzter Zeit in diesem Bereich bewältigt?

Die Feststellung dessen, was moderne Inhaltsstoffe anhand von Messungen an einzelnen Haarfasern und deren Altersbereiche leisten können, ist ein wichtiger Aspekt. Die Entwicklung von leistungsfähigen Methoden, die die benötigten Rückschlüsse zulassen, ist ebenfalls ein wichtiger Punkt, der unserer Meinung nach, noch weiterer Entwicklung bedarf.

Bezüglich der Reinigung des Haares fokussieren wir uns auf speziell zugeschnittene Tenside aus dem Bereich der Aminosäurederivate, wie zum Beispiel Natrium Myristoyl Glutamate, und deren besondere Eigenschaften, um schon in diesem Schritt Haarpflege zu gewährleisten. Auch an dieser Stelle sind bereits Schutz und Reparatur der Haarstruktur möglich. Wählt man Rohstoffe aus, die nicht nur mild im Sinne von niedriger Proteindenaturierung sind, sondern auch gewährleisten, dass eine Struktur, die sich nicht selbst regenerieren kann, nicht unnötig stark ausgelaugt wird, kann das Haar selektiv schon während der Wäsche geschützt werden.

Welches waren die spannendsten Lösungen, die Ihr Unternehmen in diesem Bereich realisiert hat?

Die Übertragung von Erkenntnissen aus der Hautforschung auf das Haar, bezüglich milder und der Hautbarriere angepasster Reinigungssysteme, erscheint uns ein Schritt in die richtige Richtung zu sein. Um eine spezifische Haarpflege zu ermöglichen, ist unserer Meinung nach eine selektive Reinigung Voraussetzung, oder zumindest ein großer Schritt in die richtige Richtung. Aus der Hautreinigung sind uns bereits seit einigen Jahren Cremeduschen und andere Hautreinigungsprodukte bekannt, die auf das Prinzip der Hautreinigung über Emulsionssysteme zurückgreifen. Die Anwendung von solchen Reinigungsformulierungen, die laut dermatologischen Erkenntnissen aus sogenannten vorgesättigten Mizellen bestehen, führt zu einer besonders angepassten Hautreinigung, da sie die Reinigungsleistung gewährleisten, allerdings ohne übermäßige Extraktion von Sebum aus der Haut. Wir haben mit der Entwicklung von Emulsionsshampoos auf Basis gut schäumender, aber wenig aggressiver Tenside diese Erkenntnis erfolgreich auf die Haarreinigung übertragen. Emulsionsshampoos reinigen mild ohne Einbußen bei der Reinigungsleistung, verzichten jedoch auf den übermäßigen Angriff auf das Haar, und was hier oft nicht ausreichende Berücksichtigung findet, auch auf die Kopfhaut. Unsere bisherigen Erfahrungen zeigen eine sehr gute Kopfhautverträglichkeit und kaum Entstehung von Kopfhautjucken, wie es bei zu stark ausgelaugter Kopfhaut bekannt ist.

Welche Zukunftstrends zeichnen sich Ihrer Meinung nach im Bereich Haarpflege ab?

Unserer Meinung nach wird sich der Haarpflegemarkt im Shampoobereich in die Richtung der selektiven und strukturerhaltenden Reinigung entwickeln. Diesen Weg hat die Hautreinigung bereits genommen. Das eröffnet die Möglichkeit von der Reparatur zur Vermeidung von Haarschäden überzugehen. Um der Wichtigkeit und den Möglichkeiten der Einflussnahme auf das Haar und seinen Pflegebedarf gerecht zu werden, wird das Thema selektive Reinigung als sinnvoller Beginn der Haarpflege deutlichere Beachtung finden.

Liam Doherty ,Global Strategic Marketing Manager, Performance Materials Dow Advanced Materials and ANGUS Chemical Company:

What are the most striking trends in hair care?

The major trends in hair care are similar to other personal care segments in that they are being driven by consumer concerns on sustainability and product safety, increasing demand on substantiated performance, a strong focus on anti-aging as well as the needs of specific hair types such as dyed hair, ethnic hair and aging hair. In some cases, the trends overlap. For example, marketers of natural ingredients often focus more on the safety aspect of the products than on the environmental sustainability. The move to substantiated performance is an increasingly strong driver, and natural ingredients must also have strong functional performance. Currently, functional performance in many cases will still trump the natural aspect as long as the product has a strong safety profile.

What have been the main challenges in this field for your company and how have you mastered them?

Consumers want more out of their hair care products. Nowadays, they expect their products to be multi-functional and meet many of their needs instead of just cleansing or just holding a style. In response to this, formulators are looking for ingredients that also do more to enhance their products and appeal to the demand for multifunctional products.

At ANGUS Chemical Company, our AMP-ULTRA™ PC neutralizing amine sets the quality benchmark as a preferred neutralizing agent that provides multiple functionalities. AMP-ULTRA™ PC is globally compliant with the most recent Cosmetics Directives and recently underwent application testing to demonstrate the unique performance benefits it provides to hairspray including high humidity curl retention (HHCR), product stability and washability and HHCR and product stability in hair gel.

What have been your company's most exciting solutions in the field of hair care lately?

In addition to announcing the application testing results for AMP-ULTRA PC in hairspray and hair gel formulations, ANGUS customers have direct access to formulation experts around the globe at our Customer Application Centers. Using our state-of-the-art laboratories at our Customer Application Centers, hair care and personal care formulators are able to create custom formulations to meet the unique regional needs of consumers.

What, in your eyes, are the most exciting future trends in the field of hair care?

Future trends will see a development of the current trends and the current balance between the needs of substantiated performance versus natural products and a strong drive by ingredient suppliers to meet both needs. However, substantiated performance, especially in anti-aging, will remain such a strong driver that it will increasingly trump natural and allow continued innovation for synthetic additives. Ingredient innovation will increasingly come from niche additive suppliers such as ANGUS with a strong differentiation in our technology area. The cost and timeline of bringing new additives to market will become increasingly prohibitive for mass ingredient producers with low technology differentiation.

Arnoldo Fonseca, Marketing Manager , Personal Care, Air Products and Chemicals:

What are the most striking trends in hair care?

I think one of the interesting shifts in hair care over recent years is the increasing penetration in the “protection” category – whether this means heat protection, UV protection, “age” protecting, or environmental factors. Traditionally, the tendency in hair has been somewhat more reactionary – consumer focus was on improving hair condition or refashioning the hair one has (with color or fixatives). Perhaps a shift to “protection” suggests a willingness of consumers to invest proactively in the hair care category. This could be an exciting future trend in hair care.

What have been the main challenges in this field for your company and how have you mastered them?

Our main challenge has been to introduce formulators to new and different product concepts for the hair care segment. Although hair care as a category is full of innovation, a good portion of the innovation is focused on new ingredient performance to achieve established product concepts and not for new and different concepts altogether. For instance, our Intelimer 8600 polymer can provide an unique thermally-based style-restyle capability which is unique and always well-received as an interesting product concept; however, as a different product concept this idea is gaining adoption more gradually than in the case of ingredients targeted for more established purposes.

What have been your company’s most exciting solutions in the field of hair care lately?

Air Products presently markets a hair care fixative called Hybridur 875 polymer which is unique because its composition as a urethane-acrylic interpenetrating network and its tensioning properties allows the material to provide strong durability of relatively flexible, natural looking curls. Typical fixatives require hair to take on a more stiff character in order to allow the hair to survive humidity and daily wear, but Hybridur 875’s strong film and tensioning character supports a more flexible hair styling that lasts throughout the day. This is a difficult goal to achieve and of interest in emerging markets where humidity is a factor.

What in your eyes are the most exciting future trends in the field of hair care?

I think the shift to “protection” that I spoke about is in part benefiting from the tail-winds of the skin care anti-aging movement, and if consumers become more actively engaged and willing to invest in similar solutions for hair care and scalp care, this could increase the value propositions provided by hair care consumer products companies. I think this could be quite interesting.