



“Jeder Mensch ist bunt!”

Typgerecht Stylen und Beraten: Mit Hilfe des Systems colorID® können Friseure eine exakte Farb-Analyse durchführen



“Mir war das zuerst zu esoterisch”, erinnert sich Hannes Friedl und setzt sich auf den Bedienungsstuhl. Der 33-Jährige betrachtet sich im großen Wandspiegel und erzählt: “Ich war zufrieden mit meiner Frisur, meiner Haarfarbe und meinem Outfit. Doch seit der Farb-Analyse weiß ich, mit meinen Farben wirke ich noch besser!”

Friedls Eigenfarben sind blau, gelb und grün. Ermittelt hat sie das System colorID®, die Farblicht-Analyse der Firma CasaCCo® mit Sitz in Stuttgart (www.colorID.de). Dafür wird der Kunde in einem abgedunkelten Raum mit den Grundfarben rot, gelb, blau, erweitert durch grün, bestrahlt. “Durch die Reflexion des Lichts erkennen wir, welche Körperfarben der Mensch hat. Denn nur unter den eigenen Farben wirken wir optimal”, sagt Ulla-Monika Panz, die Erfinderin von colorID®. Sie ist gelernte Friseurmeisterin. Der Schwäbin aus Althütte, eine Autostunde von Stuttgart entfernt, reichte es eines Tages nicht mehr, nur den perfekten Haarschnitt zu machen. Sie beginnt mit einem Spiegel, nimmt sich Zeit für ein Gespräch über Frisur, Kosmetik, Modestil. Schließlich perfektioniert sie die Farblichtberatung und entwickelt colorID®. “Ich habe mir bei Technikern und Biophysikern Rat geholt”, sagt sie und weißt auf die Studie der Universität Tübingen hin. Die bestätigt, dass colorID® alle Farb- und Typmerkmale eines Menschen erfassen kann. Heute, 18 Jahre nach Einführung der Farblicht-Analyse colorID®, gibt es europaweit bereits rund 50 Salons, die in Lizenz colorID®

anbieten. Vor drei Jahren stieg L'Oréal als Kooperationspartner ein.

Hannes Friedl sieht topfit aus. Obwohl der Kommunikations- und Verkaufstrainer einen stressigen Arbeitstag hinter sich hat, wirkt seine Haut frisch. Er sitzt unter buntem Licht. “Als ich die Farblichtberatung zum ersten Mal machen lies, ging es mir hundeeleud. Ich hatte Schnupfen. Am nächsten Tag war davon nichts mehr zu spüren!”

Ulla-Monika Panz weiß um die gesundheitliche Wirkung des Farblichts. Doch die 47-Jährige will mit colorID® Friseuren in erster Linie ein Handwerkszeug zur besseren Kommunikation mit Kunden anbieten. “Wenn der Friseur weiß, welcher Typ sein Kunde ist, dann kann er die richtigen Verkaufsargumente anbringen.” Außerdem sehe der Kunde unter dem Licht selbst, welche Farben ihm stehen. Gefärbt oder getönt wird im Salon dann auch direkt unter den Lampen, das gibt die natürlichsten und individuellsten Farbergebnisse. colorID® sei deshalb gerade zur Steigerung des Colorationsumsatzes und zur langfristigen Kundenbindung bestens geeignet. “Mein Schlüsselerlebnis hatte ich während der Schulung für colorID®. Mein Model sagte, er wolle sich nicht verändern. Doch nach der Farblichtberatung wollte er Strähnen, eine Stützwelle und einen neuen Schnitt”, erzählt Claus-Dieter Bug, Friseurunternehmer aus Ludwigshafen.

Hannes Friedl wird von rechts und links angeleuchtet. Jeweils 660 Leuchtdioden bringen reines elektronisches Licht mit gleichbleibender Wellenlänge. Ulla-Monika Panz dreht am Farbmischpult. Das Licht wird bläulicher. “Ich bin der klassisch-elegante Typ”, weiß Hannes Friedl. Seine aschblonden Haare mit den leicht grauen Strähnen wirken unter kühler Blau-Athmosphäre am natürlichsten. “Meine Farben stärken mich!” Deshalb sitzt er für seine Wellness in regelmäßigen Abständen bei Ulla-Monika Panz unter seinen Lichtfarben und tankt Energie. Für 40 Euro die Stunde.