

Presseinformation

*** SPERRVERMERK BIS 1. Oktober 2026 ***

Oktober 2026

Perwoll eröffnet das nächste Kapitel der Textilpflege

Perwoll Renew 7: Der erste Weichspüler, der Kleidung sichtbar erneuert

Düsseldorf – Perwoll erweitert sein Pflegeportfolio und bringt mit Perwoll Renew 7 eine Innovation auf den Markt, die die Weichspüler-Kategorie neu definiert. Als erster Weichspüler von Perwoll mit innovativer Renewzyme-Technologie vereint das Produkt sieben Pflegevorteile in einer Formel und geht damit weit über die klassischen Funktionen eines Weichspülers hinaus. Das Ergebnis: Kleidung bleibt länger schön und fühlt sich länger wie neu an.

Mit der Einführung von Perwoll Renew 7 baut die Marke ihre Position als Experte für moderne Textilpflege konsequent weiter aus. Seit Jahren steht Perwoll für die Erneuerung von Kleidung und entwickelt Lösungen, die Farben, Fasern und Textilien pflegen. Nun erweitert die Marke ihre Innovationskraft im Bereich Textilpflege erstmals auf die Kategorie Weichspüler.

Mehr als nur Weichheit: Ein neuer Ansatz für die Textilpflege

Verbraucherinnen und Verbraucher legen zunehmend Wert auf die Langlebigkeit ihrer Kleidung. Gleichzeitig steigen die Erwartungen an Textilpflegeprodukte, die über eine bloße Reinigung und Weichheit hinausgehen. Genau hier setzt Perwoll Renew 7 an. Die innovative Formel vereint sieben Pflege-Benefits in einem Produkt:

- Farberneuerung
- Farbschutz
- Frische-Boost
- sanfte Pflege
- intensive Faserpflege
- Entfernung von Knötchen
- erleichtertes Bügeln

Damit wird der Weichspüler von einem klassischen Zusatzprodukt zu einem integralen Bestandteil einer modernen Pflegeroutine. Die Formel kombiniert Weichheit mit fortschrittlicher Faser- und Farbpflege und trägt dazu bei, die Schönheit von Textilien länger zu bewahren.

„Mit Perwoll Renew 7 gehen wir konsequent den nächsten Schritt in unserer Markenstrategie. Unser Anspruch ist es, Textilpflege neu zu denken und Produkte zu entwickeln, die sichtbare und spürbare Erneuerung ermöglichen – weit über den Waschgang hinaus“, sagt Simone Gudlick, Vice President Henkel Consumer Brands DECH.

Pflege trifft Dufterlebnis

Neben den Pflegeeigenschaften spielt auch das Dufterlebnis eine zentrale Rolle. Perwoll Renew 7 ist in drei Duftvarianten erhältlich und bietet für unterschiedliche Vorlieben das passende Dufterlebnis.

Amber Glow kombiniert warme, holzige und sinnliche Noten für ein besonders luxuriöses Pflegeerlebnis.

Fresh Breeze steht für einen belebenden Frischeduft und ein langanhaltendes Gefühl von Sauberkeit.

Floral Elixir ergänzt das Sortiment mit einer harmonischen Komposition aus warmen und blumigen Duftnoten.

So verbindet Perwoll leistungsstarke Pflege mit einem emotionalen Produkterlebnis und macht jeden Waschgang zu einem besonderen Moment.

Moderatorin und Top-Model **Rebecca Mir**, die Perwoll als Markenbotschafterin begleitet, erklärt: „Kleidung ist Ausdruck der eigenen Persönlichkeit. Deshalb ist es mir wichtig, dass meine Lieblingsstücke lange schön bleiben. Perwoll Renew 7 verbindet Pflege und Frische auf eine Weise, die man sehen, fühlen und erleben kann.“

Das nächste Kapitel von Renew

Mit Perwoll Renew 7 schlägt die Marke das nächste Kapitel ihrer Renew-Strategie auf. Aufbauend auf den erfolgreichen Renew-Waschmitteln erweitert Perwoll sein Angebot um eine Innovation, die den Markenkern konsequent fortführt: Kleidung nicht nur zu reinigen, sondern aktiv zu pflegen und zu erneuern.

Die Einführung stärkt zugleich die Premiumisierung der Kategorie und adressiert Verbraucherinnen und Verbraucher, die bewusst in die Pflege und Langlebigkeit ihrer Kleidung investieren. Perwoll bleibt damit seiner Vision treu, Textilien länger schön zu erhalten und ihre Lebensdauer aktiv zu verlängern.

Das neue **Perwoll Renew 7** ist ab **Oktober 2026** im deutschen Handel erhältlich.

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 Beschichtungen. Mit Consumer Brands ist das Unternehmen insbesondere mit Wasch- und Reinigungsmitteln sowie im Bereich Haare weltweit in vielen Märkten und Kategorien führend. Die drei größten Marken des Unternehmens sind Loctite, Persil und Schwarzkopf. Im Geschäftsjahr 2025 erzielte Henkel einen Umsatz von rund 20,5 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 3,0 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 rund 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

Fotomaterial finden Sie im Internet unter www.henkel.de/presse

Kontakt	Elke Schumacher	Stefanie Notter
Telefon	+49 211 797-8367	+49 172 7307 816
E-Mail	elke.schumacher@henkel.com	henkelconsumerbrands.lhc@emanatepr.com

Henkel AG & Co. KGaA