

Stefan Hagens im Interview

## Mit Herz und Leidenschaft

Zweimal jährlich wird Berlin zur internationalen Bühne für Fashion und Lifestyle. Bei der Berlin Fashion Week treffen sich Modeinteressierte, Einkäufer, Fachbesucher und Medienvertreter auf Shows und Awards. Die HAIRLINER'S Stylistin und Friseurmeisterin Sophie Nickel gehört zum dem elitären Coiffeur-Kreis des L'Oréal Professionnel Teams „Atelier Artistique“ und frisierte im Januar 2014 in Berlin über 35 Modenschauen exklusiver Designer. Im Interview verrät Stefan Hagens, neben Rainer Kaemena Geschäftsführer von HAIRLINER'S, was man Stylist auf der Fashion Week wird, und was es mit der hauseigenen Bibel auf sich hat.

### 01/ Sie bauen gerade den Salon in Schwachhausen um. Was wird sich verändern und was erwartet die Kunden nach dem Umbau?

Der Salon an der Schwachhauser Heerstraße ist inzwischen der „älteste“ unserer drei Salons, denn er wurde vor 10 Jahren das letzte Mal renoviert. Nicht nur, das man mal „etwas Neues“ sehen will, auch die Techniken, z.B. der Waschplätze, hat sich verbessert. Die beiden Salons Am Wall und Leher Heerstraße sind schon in der Hauptfarbe weiß. So soll auch der Salon in Schwachhausen in diesem Stil farblich angepasst werden. Der Eingangsbereich wird einladender und die Kunden können hier zukünftig auch Produkte testen. Bleiben wird die Teilung von Anmeldung/Empfang und Kasse/Verabschiedung, wie es jetzt ist.

### 02/ Was ist das Besondere an Ihren Salons?



Stefan Hagens und Rainer Kaemena (von links)

Lich kann nur hoffen, das die Kunden sagen: eine perfekte Dienstleistung auf hohem Niveau, eine Herzlichkeit, die wirklich von Herzen kommt und vor allem: immer etwas Neues, immer aktiv, immer innovativ. Die Ausbildung unserer Mitarbeiter, die individuelle Karriereplanung, die Aufstiegsmöglichkeiten, die Firmenwagen für die Mitarbeiter, die Aktivitäten und Teambuilding-Events, Initiativen wie HAIRLINER'S HILFT, HAIRLINER'S AKTIV und unser Engagement für Krebspatienten HAIRLINER'S Beauty sind wohl einzigartig in der Branche.

### 03/ Sie bieten Ihren Kunden soviel mehr als nur einen guten Kaffee und einen Haarschnitt an. Lesebrille, iPad, Leinwand ...

Ein schlauer Kopf hat mal gesagt, dass man heute ganz gewöhnliche Dinge ungewöhnlich gut machen muss. So müssen Sie sich unser Denken und Handeln im Grundsatz vorstellen. Wir haben eine eigene Betriebsanweisung, quasi eine kleine Bibel, wie ICH als Kunde gerne bedient werden möchte. Welche Aufmerksamkeit und Höflichkeit soll MIR entgegengebracht werden und vor allem: Welcher Unterschied zum heutigen „NORMAL“ muss für MICH als Kunde spürbar sein? Jeder Kunde bekommt ungefragt eine Flasche Wasser. Wir bieten natürlich auch Kaffee, Cappuccino, Latte Macchiato und ca. 12 Teesorten an. Aber es sind die Kleinigkeiten, die das Erleben anders machen z.B. selbstgebackene Kekse von unseren Mitarbeitern. Unsere Auswahl an Zeitungen ist nicht Friseur-Standard. Wir haben Zeitschriften und Magazine, die sie bestimmt nicht kennen oder vielleicht gar nicht lesen können, weil sie z.B. in italienisch oder einer anderen Sprache sind. Im neuen Salon liegen die Zeitschriften nicht mehr irgendwo rum, sondern kommen auf einer Art Servierwagen zum Kunden.

### 04/ Wie wird man eigentlich Stylist auf der Fashion Week?

Nun, dazu wird man „berufen“. I.d.R. wird ein Friseurteam (natürlich immer ein „Kopf“ an erster Stelle) in das „Atelier Artistique“



Sophie Nickel, (1) Stylistin und Friseurmeisterin bei HAIRLINER'S auf der Fashion Week

berufen. Dieses Atelier Artistique übernimmt repräsentative Aufgaben für den Sponsor – auf der FashionWeek L'Oréal. Nun sind wir mit HAIRLINER'S seit vielen Jahren im Atelier Artistique und stylen auf Modenschauen oder großen Bällen, halten Vorträge auf Kongressen und Messen oder leiten Seminare und Schulungen.

### 05/ Welche Eindrücke haben Ihre Mitarbeiter von der Fashion Week mitgenommen?

Das Gefühl, mittendrin zu sein, diese Atmosphäre, die Hektik, dieser Trubel, diese Verrücktheit, die Menschen hinter der Bühne, die Promis vor der Bühne – dieses Hochgefühl hält wochenlang! Natürlich nehmen sie auch fachlich sehr viel mit nach Hause, denn backstage arbeiten nur die Besten der Branche, von denen man sich noch eine Menge abschauen kann.

### 06/ Gibt es eigentlich den typischen Hairliners-Stil?

Nein, den gibt es Gott sei Dank nicht, denn das würde ja bedeuten, man geht nicht mehr individuell auf seine Kunden ein. Was wir in jedem Fall wollen, sind schöne, gesunde Haare! Dafür ist Haarpflege und auch die Haarfarbe wichtig. So sind z.B. unsere Mitarbeiter/innen auch ausgebildete Diplom-Coloristen.

### 07/ Was würden Sie als die wichtigste Eigenschaft eines Friseurs benennen?

- ① Man muss Menschen mögen – also Dienstleister mit Herz sein
- ② Man muss kreativität lieben – also Interesse an Neuem haben

der Gesamtheit. Niemand ist wichtiger als der andere. Ist die Haarwäsche vom Trainee schwebelich, wird der beste, der perfekte Haarschnitt der Meisterin nicht eine 100%ige Wirkung haben. Deswegen ist unsere Ausbildung eines der wichtigsten und elementarsten Bausteine unserer Philosophie. Bilde ich nicht gut aus, kann mein Team die Leistung nicht erbringen. Ausgebildet wird bei uns nach einem eigenen Ausbildungskonzept. Neben der stark fachlichen Ausrichtung stehen eben auch die menschlichen Komponenten hoch im Kurs. Trainingstage finden für jeden vom ersten Tag an statt. Seminare, externe Schulungen, Messen, Kongresse und internationale Trainer, die wir in den Salon holen, stehen jedes Jahr auf unserem Plan. Wir fahren außerdem jedes Jahr mit einem kleinen interessierten Team ins Ausland auf eine Messe.

### 09/ Was halten Sie von 10-Euro-Friseuren?

Auch ein 10-Euro-Salon hat seine Berechtigung. Und es ist grundsätzlich OK, das es sie gibt, wenn ein 100%iges Konzept dahinter steckt. Schwierig wird es, wenn es konzeptlose Salons sind, die einfach nur billig sein wollen. Diese Salons sind in meinen Augen mit verantwortlich für das schlech-

te Image der Branche. Für 10 oder 15 Euro kann ich, wenn ich alles rechtlich, fachlich und menschlich richtig mache, nicht Haare schneiden. Diese Läden zerstören nicht nur das Kundenverhalten, sie verschleichen auch gute Mitarbeiter.

### 10/ Man kommt top gestylt vom Friseur und fühlt sich toll. Gibt es ein paar Tricks, wie man auch am nächsten Tag die Haare selbst wie beim Friseur stylen kann?

Natürlich! Das fängt z. B. bei den Pflege und Styling-Produkten an. Ein gesundes, gut gepflegtes Haar kann jeder besser stylen. Außerdem ist das richtige Stylingprodukt entscheidend für die Art wie und ob ich zuhause meine Haare gut erarbeiten kann. Ist z.B. der Schaumfestiger oder ein Haarspray eher ein Billig-Produkt, sind die Rohstoffe billig, ist die Wirkung eher nicht optimal. Auch das Gerät, also die Bürste, der Fön, das Glättisen o.ä. sind entscheidend. Unsere Bürsten z.B. heizen beim Föhnen von innen auf. So kann ich schneller arbeiten, die Haare trocknen schneller und bekommen mehr Spannung. Auch der Haartrockner selbst spielt eine Rolle. Pustet das Ding wie ein Teufel, wird es schwer, die Haare kontrolliert zu stylen. [www.hairliners.de](http://www.hairliners.de)

### 08/ Welche Rolle spielt die Ausbildung bei Ihnen im Betrieb?

HAIRLINER'S ist ein Team! Jede/r in diesem Team hat die gleich wichtige Rolle in

## LIFESTYLE KÜCHEN 2014



Erleben Sie die neue Kollektion in unserer Ausstellung. Genießen Sie exklusives Ambiente, perfekte Küchen und die größte Auswahl im Bremerland. Gerne beraten wir Sie umfassend und kompetent – bieten Ihnen perfekte Leistung zu besten Preisen. Schenken Sie uns Ihr Vertrauen, dann wir sind erst zufrieden, wenn Sie begeistert sind!

KüchenTreff in Brinkum-Nord  
Carl-Zeiss-Strasse 14 (neben IKEA)

KüchenTreff am Weserpark  
Hans-Bredow-Strasse 36

KüchenTreff in Delmenhorst  
Annenhofstr. 141 (an der A29)

Zentrale Terminservierung unter: 0421 - 69 10 77 0

Mo. - Fr. 10-20 Uhr · Sa. 10-19 Uhr

