

gloss

Stylist

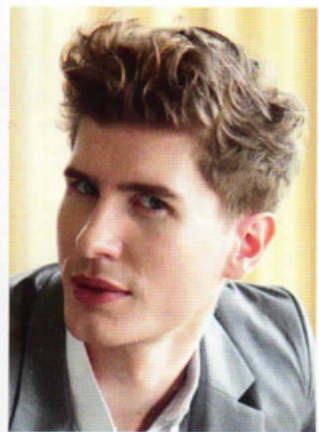
TRENDS * STYLES * EDUCATION * INNOVATION

September - Dezember

BEST
CP

PREISGEKRÖNT!
GOLD FÜR GLOSS BEI
DEN BCP AWARDS

Neue Sinnlichkeit | WELLA PROFESSIONALS CARE
Aufregende Herbstfarben | COLOR COLLECTION
A Star is born | DAS NEUE WELLA STUDIO MÜNCHEN



Matthias Scharf konzentriert sich in seinem Salon in Burgebrach lieber auf das Schneiden, Färben und Stylen von Haaren. Zu viel Drumherum lenkt vom Wesentlichen ab, sagt er



1. Was halten Sie von einem umfangreichen Gastro-Service im Friseursalon?

Ich bin der Meinung, man sollte sich auf das Wesentliche konzentrieren und einfach schöne Haare machen. Das ist schließlich der Wunsch der Kundin.

2. Welche Vorteile sehen Sie in einem überschaubaren Getränkeangebot?

Ich denke, zum Wohlbefinden reichen ein gutes Wasser und ein leckerer Kaffee aus! Das ist in Bezug auf Lagerhaltung und Kosten gut überschaubar. Wir bieten nur Kaffee und Wasser an, beides allerdings in bester Qualität.

3. Halten Sie es für zeitgemäß, im Salon nur Standard-Getränke wie Kaffee, Wasser und Orangensaft anzubieten?

Getränke sind heutzutage nicht mehr wegzudenken. Die Sortimentsausweitung finde ich aber völlig überbewertet: Kaffee und Wasser reichen meiner Meinung nach völlig aus.

4. Wie reagieren Sie, wenn ein Kunde besondere Wünsche hat?

Ich reagiere mit dem Café-Vergleich: Dort bittet man ja schließlich den Kellner auch nicht um einen Haarschnitt. Und ich erkläre dem Kunden, dass unser Anspruch ist, die höchste Qualität in Sachen Haarfarbe und Haarschnitt zu bieten. Das ist für uns und unseren Kunden das Wichtigste!

5. Haben Sie schon einmal darüber nachgedacht, Ihr Getränkeangebot zu erweitern?

Ja, natürlich. Aber was bringt ein lieblos gemachter Maschinen-Latte-Macchiato mit einem trockenen Keks? Ich bin ein Genussmensch und würde meinen Kunden so etwas nicht anbieten wollen. Im Zweifel müsste man extra jemanden einstellen, der das „Kaffeehandwerk“ perfekt beherrscht, einen Fachmann auf seinem Gebiet, genau wie wir das in Sachen Frisuren sind. Das ist allerdings für mich noch nicht möglich. Außerdem ist der Überraschungseffekt nach dem zweiten Besuch nicht mehr da, das Angebot wird als selbstverständlich wahrgenommen. Lieber überrasche ich immer wieder mit neuen Highlights: Die Nailbox-Kunden können sich bei uns während der Farbeinwirkzeit beispielsweise die Nägel selbst in bunten, aktuellen Trendfarben gestalten – das ist ein tatsächlicher Mehrwert!

6. Bemerken Sie in Ihrem Kollegenumfeld einen Trend zum erweiterten Gastro-Service?

Ja, es gibt es immer mehr Kollegen, die das Angebot erweitern. Meiner Meinung nach sollte aber die fachliche Qualifikation im Vordergrund stehen – und nicht das Gastrogeschäft. Und: Ist es nicht viel schöner, einen Dank für eine tolle Frisur zu bekommen, als dafür, einen Saft serviert zu haben?