

## ■ Aus ICH und DU wurde ein echtes WIR

In Kooperation mit der Firma Wella bot die Friseur-Innung Köln am 29. April im Kölner Hotel Marriott ein Seminar mit Regina Först an. Etwa 70 Berufskolleginnen und -kollegen ließen sich dieses Bonbon nicht entgehen. Sie verbrachten den Sonntag mit einer authentischen und feinfühligem Referentin, die auf sehr liebeswerte Weise und in einem mitreißenden Vortragsstil ihre Zuhörer faszinierte und berührte. Mit Empathie und Respekt, den Schlüsselfaktoren gewinnender Begegnungen, zeigte sie den Teilnehmern des Seminars Wege auf, ihr Potential zu entfalten.



Sie überzeugte damit auch diejenigen, die den Umgang miteinander immer noch den sog. „weichen Faktoren“ zuordneten, also nicht steuerbar und nicht berechenbar. Doch schnell wurde allen klar, dass diese „weichen Faktoren“ alle harten, messbaren Faktoren für einen erfolgreichen Betrieb hervorbringen, nämlich Produktivität, Wettbewerbsposition, Medienrelevanz, Verkaufszahlen und Gewinn.

Zur Auflockerung animierte Regina Först mit großem Erfolg die Teilnehmer zu dem klassischen „Tücher jonglieren“ und alle hatten, trotz oftmals fehlender Technik, viel Spaß dabei.

Das Seminar war ein Lernerlebnis mit persönlichem Wachstum, Aha-Effekten und höchster Zufriedenheit.

Danke, Regina Först.

## ■ GfK-Umfrage: Bestnoten für Friseure

Qualität ist das, was die Deutschen in erster Linie an ihren Friseurinnen und Frisuren schätzen.

Besonders erfreulich dabei ist, dass die Fachkompetenz nicht nur das wichtigste Kriterium bei der Wahl des Friseurs, sondern auch die Fähigkeit, die den Frisuren in höchstem Maße zugesprochen wird.

Dies ergab eine repräsentative GfK-Studie, die von der Messe Frankfurt und dem Zentralverband des Deutschen Friseurhandwerks in Auftrag gegeben wurde.

Die Studie gibt Auskunft über die relevanten Faktoren der Salonwahl. Am wichtigsten ist die Qualität des Handwerks (77,4 Prozent). Sie hat damit für die Verbraucher eine größere Bedeutung als der Preis (72 Prozent).

Das Kriterium „Nähe und Entfernung des Salons“ rangiert mit gesamt 64 Prozent an dritter Position. Ein effektives Zeitmanagement ohne Wartezeiten (48,9 Prozent) wird insbesondere von den Männern (56,6 Prozent) geschätzt.

Es folgt die Qualität der Beratung mit 39,5 Prozent, die jedoch Frauen wesentlich wichtiger ist als Männern.

Bei ihren Kunden schneiden Friseure gemäß der aktuellen Studie bestens ab.

Speziell in punkto Fachkompetenz vergeben 92,5 Prozent der Befragten Bestnoten.

Weiterhin zeichnen sich Friseure dadurch aus, dass sie „auf die Wünsche der Kunden eingehen“ (92,2 Prozent), ihre „Kunden verstehen“ (86,4 Prozent) und „gut, individuell und typgerecht beraten“ (82,8 Prozent.).

Im Klartext: Friseurinnen und Friseure erfüllen wichtige Kundenerwartungen nahezu perfekt und erfreuen sich deshalb hoher Wertschätzung.

Darüber hinaus sind Friseure gerade für viele Frauen „Trendsetter, die über neue Trends informieren“ (48,1 Prozent) und Schönheitsberater, die nicht so ohne weiteres zu ersetzen sind (43 Prozent).