

# WILD BEAUTY

## P R E S S E I N F O R M A T I O N

Titel: Ich bin Friseur – eine Initiative von Friseuren für Friseure  
Frei ab: sofort

### **Ich bin Friseur – eine Initiative von Friseuren für Friseure**

*„Zusammenkommen ist ein Beginn, zusammenbleiben ist ein Fortschritt,  
zusammenarbeiten ist ein Erfolg.“ (Henry Ford)*

Schlechte Löhne, viele Überstunden und eine extrem hohe Anzahl an Ausbildungs-Abbrechern, das sind die Schlagzeilen, die in den Medien über die Friseurbranche verbreitet werden. Das Image des Friseurberufs ist in der Außendarstellung alles andere als gut. Aber ist der Beruf des Friseurs wirklich so schlecht wie alle sagen?



„Nein“, sagt Andreas Schumacher, Inhaber des Paul Mitchell® Flagshipsalons People & Schumacher und der Schumacher Akademie. Zusammen mit seiner Kollegin Anke Spiekermann-Schreiber gründete er die Initiative „Ich bin Friseur – das ErfolgsNavi“, um das Image der Friseure und der Branche zu

stärken.

Über 600 Friseure, Politiker und Handwerkskammern unterstützen die Kampagne. Der nächste Schritt ist auch schon vollzogen, denn der Verein „Ich bin Friseur“ ist angemeldet. Wir haben mit Andreas **und Anke** gesprochen und gefragt, was hinter der Initiative steckt.

# WILD BEAUTY

## P R E S S E I N F O R M A T I O N

### **Ihr seid zu zweit. Wie habt Ihr zusammengefunden?**



Die Idee steht schon einige Jahre. Ich habe Anke bei einem Treffen kennengelernt und wir haben uns entschlossen, gemeinsam etwas zu bewegen. Wir zwei sind sehr unterschiedliche Menschen und haben beide unsere beruflichen Schwerpunkte, dadurch decken wir ein sehr großes fachliches Wissen in der Friseurbranche ab. Wir möchten unserem Beruf etwas zurückgeben, daher machen wir das auch ehrenamtlich!

### **Wieso braucht die Friseurbranche Eure Initiative „Ich bin Friseur“?**

Das Image der Friseure ist durch verschiedene Faktoren nicht gut, wie man es fast täglich in vielen Zeitungen auch lesen kann. Niedrige Löhne, schlechte Ausbildung, Nachwuchsprobleme, Billigfriseure sind dort meistens die Schlagzeilen. Wir wollen, dass alle Friseure mit Stolz sagen können „Ich bin Friseur.“

### **Ihr nennt Euer Konzept „ErfolgsNavi“. Was bedeutet dies im Detail?**



Wir sind auf dem Weg der Vereinsgründung, die ausschließlich dafür bestimmt ist, das Image der Branche durch Seminare in Berufsschulen und anderen Weiter- und Ausbildungsbetrieben nachhaltig zu verbessern. Dafür haben wir ein Navi, also unser Schulungskonzept, das uns begleitet.

### **Seit wann gibt es die Kampagne?**

Seit 4 Monaten bewerben wir unsere Initiative in unseren persönlichen Facebook- und Instagram-Accounts, seit 8 Wochen auf unserer Facebook-Seite [www.facebook.com/AnkeSpiekermannAndreasSchumacher](https://www.facebook.com/AnkeSpiekermannAndreasSchumacher).

Wild Beauty GmbH, Breslauer Str. 20, 64342 Seeheim-Jugenheim  
Pressekontakt: Tel.: +49 (0) 62 57 – 50 36 7003, [kommunikation@wild-beauty.de](mailto:kommunikation@wild-beauty.de)

# WILD BEAUTY

## P R E S S E I N F O R M A T I O N

### **Ihr nutzt hauptsächlich die sozialen Netzwerke für Eure Kampagne – wie genau geht Ihr hier vor?**



*Andreas Schumacher, Thomas Wagner (Handwerkskammer), Anke Spiekermann & Marc Biadacz (Bundestagsabgeordneter CDU)*

Am Anfang haben wir etwas provoziert und „Klischeesprüche“ gepostet, um Aufmerksamkeit zu erlangen. Anschließend haben wir uns „geoutet“. Inzwischen geben wir Tipps und mobilisieren Friseure uns zu folgen, posten über neue Botschafter, Gesprächstermine mit Politik und streuen immer wieder nachdenkliche und motivierende Texte ein.

### **Was ist das Ziel der Kampagne? Was wollt Ihr erreichen? Was habt Ihr bereits erreicht?**

Wir möchten der Friseurbranche und unserem Handwerk das Image geben, das es verdient. Dafür bedarf es Aufmerksamkeit für die Situation der Branche. Mit unserem Auftakt im Netz haben wir sehr viele Menschen erreicht, die unsere Kampagne unterstützen wollen und signalisieren, dass wir den richtige „Ton“ der Branche getroffen haben. Jetzt werden wir etwas bewegen, mit viel Rückenwind der Friseure.

# WILD BEAUTY

## P R E S S E I N F O R M A T I O N

### **Was unterscheidet Eure Initiative von anderen, die bereits von der Industrie angeschoben wurden?**

Hier gibt es nur einen, dafür aber entscheidenden Unterschied: Wir agieren von Friseuren für Friseure. Wir wollen die Branche vereinen. Bei „Ich bin Friseur“ gibt es kein Konkurrenzdenken, denn schließlich sitzen wir alle im gleichen Boot.

### **Habt Ihr einen ultimativen Tipp für Saloninhaber, wie sie ihr Image aufpolieren können, um mehr Azubis für den Salon gewinnen zu können?**

Mit der Initiative werden wir mit unseren Botschaftern und Trainern Imageveranstaltungen in Schulen & Institutionen, für das gesamte Friseurhandwerk veranstalten, um jungen Menschen zu zeigen, wie toll und vielseitig dieser Beruf ist. Es gibt keinen ultimativen Tipp, da es in jedem Unternehmen andere Salonsituationen gibt. Unsere Aufgabe ist, genau hinzuschauen und die Salons mit Chef und Team gemeinsam auf den richtigen Weg bringen.

### **Habt Ihr auch einen Tipp wie Salons generell ihr Image aufpolieren können?**

Die Zeiten ändern sich und die Menschen haben andere Vorstellung von Arbeitsverhältnissen, Verantwortung und Teamarbeit. Da gilt es, sich als Saloninhaber oder -manager mit diesen neuen Herausforderungen und Ansprüchen zu beschäftigen. Ein Chef muss heutzutage ganz anders arbeiten, als noch vor 30 Jahren. Die Work-Life-Balance ist ebenfalls ein großes Thema. Es sind schlussendlich viele Mosaiksteine, die zu einem besseren Image führen und uns erfolgreich machen.

# WILD BEAUTY

## P R E S S E I N F O R M A T I O N

Für mehr Informationen zur **Wild Beauty** und den distribuierten Marken **Paul Mitchell®**, **Kemon** und **Stagecolor Cosmetics™** besuchen Sie unsere Webseite [www.wild-beauty.de](http://www.wild-beauty.de).

Bei Rückfragen steht Ihnen das gesamte Team unter [kommunikation@wild-beauty.de](mailto:kommunikation@wild-beauty.de) oder +49 (0) 6257 - 50 36 7003 gerne zur Verfügung.