

Jörg Wilken und „genuine haircare“

Hairstylist Jörg Wilken entwickelte eigene Pflegeserie „genuine haircare“

Back to the roots – zurück zu den (Haar)Wurzeln: Hairstylist Jörg Wilken hat sich – und seinen Kund(inn)en – einen Traum erfüllt. Dafür ging der Langeooger Friseurmeister einen radikalen Schritt: Er verbannte alle Pflegeprodukte fremder Anbieter aus dem Regal und ersetzte sie durch sein eigenes Sortiment. Richtig gelesen: Mit „genuine haircare“ hat Jörg Wilken seine eigene Produktlinie entwickelt, die er erfolgreich in seinem Salon an der Hauptstraße einsetzt.

„Kunden wollen gut und gepflegt aussehen – so einfach und wirksam wie möglich. Als Friseur habe ich den gleichen Wunsch.“ Diese Erkenntnis brachte Jörg Wilken auf den Weg – fort von den Industrieerzeugnissen, hin zur eigenen Linie. „Der Name ‚genuine haircare‘ steht für unverfälschte, authentische Haarpflege mit hochwertigen Inhaltsstoffen. Darin ist meine 30-jährige Berufserfahrung als Friseur auf den Punkt gebracht.“ Gut ein Jahr Arbeit investierte Jörg Wilken in die Entwicklung: „Ich habe eine Firma in Österreich gefunden, die alle Produkte nach meinen Vorgaben herstellt. In Salonqualität, die der Kunde mit nach Hause nehmen kann.“ Mit seinem Team stellte der Friseurmeister eine klare Produktlinie zusammen, die sich auf Kundenbedürfnisse konzentriert. Folgerichtig waren an der Entwicklung auch Kunden beteiligt: „Sie haben die Muster getestet und

beurteilt. So konnten sie bei vielen Entscheidungen, wie den Duftnoten, mitbestimmen.“

Die Pflegeserie besteht aus 25 Produkten. Deren teils anspielungsreiche Namen hat Jörg Wilken selbst ersonnen. Wie die Lotion „L’00G 36“, seine Hausnummer auf Langeoog, oder „Black Beard“, das Shower Shampoo für den (harten) Herrn. Ausführlich informiert ein 20-seitiges Booklet über die Produktpalette. Die kann man übrigens auch im Internet-Shop www.genuine-haircare.de bequem von zu Hause nachordern. „Mein Weg ist die Reduktion auf das, was Kunden wirklich brauchen“, sagt Jörg Wilken. 95 Prozent der Kundenwünsche könne er mit den 25 Produkten abdecken. Dabei lassen sich alle Elemente von Shampoo bis Glanz-Gel miteinander kombinieren, ganz nach Bedarf. „So kann etwa das Treasure Oil mit jedem der Shampoos gemischt werden – fertig ist ein trendiges Ölshampoo.“ Und wenn sich Bedürfnisse ändern? „Dann kann ich gemeinsam mit dem Labor etwas Neues entwickeln.“

Doch nicht nur der Produktinhalt, auch dessen Hülle ist wichtig. Hier beherzigte der Hairstylist das Prinzip der Bauhaus-Schule: „Die Form folgt der Funktion.“ So sind die gut in der Hand liegenden Kunststoffflaschen extra schmal, damit mehrere auf der Duschablage Platz finden. Festiger und Haarlack besitzen Sprühpistolenköpfe für leichteres Zerstäuben. Gels und Cremes arbeiten wie Vakuumpumpen, sodass sie selbst mit rutschigen Fingern unter der Dusche sicher zu handhaben sind. Jörg Wilken: „Was nützt das beste Produkt, wenn es unpraktisch in der Anwendung ist?“ Wohl wahr. Die Liebe zum Detail reicht bis in die aufgedruckten Produktbeschreibungen. Auf deren Formulierung hat Jörg Wilken viel Zeit verwandt: „Es sind sachliche Texte, die dem Kunden genau die Info geben, die er braucht. Klare Worte, schnörkellos, kein Werbe-Chichi.“

Im Frühjahr 2017 ging „genuine haircare“ an den Start. „Seither gibt es jede Menge positives Feedback von Kunden“, erzählt Jörg Wilken erfreut. Und kaum sei die Pflegeserie auf

den Markt gekommen, habe es Anfragen von Kollegen und Vertriebsfirmen gegeben, sie zu übernehmen. Wilken erteilte allen eine Absage: „Die Produkte sind nur bei mir im Salon und im Internetshop erhältlich.“ Er wolle aber Kollegen ermutigen, sich „aus der Klammer der Industrie zu befreien“ und ebenfalls ihren eigenen Weg zu finden.

Jetzt soll sich die neue Produktlinie erstmal bei den Kunden bewähren. Danach kommt die Zeit, um neue Ideen umzusetzen: Großgebilde seiner Produkte wären ebenso denkbar wie handliche Reisegrößen. Aber Jörg Wilken will sich nicht verzetteln: „Genuine haircare soll organisch wachsen.“