

TOP HAIR 2018



Gründer der Initiative "Der faire Salon", gegen Billiglöhne und Dumpingpreise im Friseurhandwerk, Friseur Rene Krumbholz posiert am 24. Juli 2012 in seinem Salon Figaro an der Bilker Allee 74 Düsseldorf für die Kamera.

Foto: sergej lepke

dem Untertitel „Für ein besseres Miteinander“ folgt er einer ähnlichen Thematik und gehört in anderen EU-Ländern standardmäßig zum Arbeitsvertrag. Mit dem Ziel, bei Kunden und Mitarbeitern Grundwissen über wirtschaftliche Zusammenhänge und Notwendigkeiten zu installieren, einen Konsens zu finden, aber auch Unternehmern Rückhalt zu geben, verband ich das WIN-Prinzip und den EU-Kodex. Ich fügte bereits in Fachmagazinen publiziertes Wissen aus Jahrzehnten meiner Berufspraxis hinzu, und so entstand die Wertegemeinschaft. Auch TOP HAIR-Chefredakteurin Rebecca Kandler erkannte den Nutzen, und so ist TOP HAIR von Beginn an Kooperationspartner der Initiative.

Schneller Aufwind

Interessierte Friseure konnten unentgeltlich diesen Gedanken folgen und wurden auf der Endverbraucher-Plattform (gleichzeitig Salonfinder) www.der-faire-salon.de präsentiert. Die Gemeinschaft bekam schnell Aufwind: Der hier initiierte Protest gegen die Marke Syoss sorgte im Sommer 2011 für Aufregung. Podiumsdiskussionen fanden statt. Es gab Beiträge im „Stern“, in der Welt am Sonntag, in der Bild-Zeitung, eine Sendung im NDR, bei Stern TV und N24, die unsere Themen aufgriffen, und eine Petition beim Deutschen Bundestag.

Zertifizierung eingeführt

2012 nahmen bereits 300 Unternehmen an der Initiative teil – allerdings auch schwarze Schafe. So wurde auf Wunsch vieler Mitglieder eine EDV-überprüfte Zertifizierung eingeführt. Es erfolgte ein Relaunch des Portals. Doch: Webtechniker, Server und Betrieb kosten Geld, deshalb wurde ein Mitgliedsobulus eingeführt. Daraufhin meldeten sich viele Nutzer nicht mehr und wurden als Unterstützer beitragsfrei weitergeführt. 2015 kamen neue Möglichkeiten hinzu: Stellenanzeigen, Poster und Plakate, Werbevideos, Broschüren und automatische Werbung in sozialen Medien – alles ohne weitere Kosten für die Teilnehmer. Es gibt Partnerschaften und interessante Bonus-Angebote. Die Mitgliedschaft der „Initiative im Wirtschaftsband Business Hanse“ empfinde ich als Ritterschlag.

2016, da verzeichnete die Wertegemeinschaft rund 500 Mitglieder, gab es Stress mit

der Finanzbehörde. Da wir unsere Kosten steuerlich geltend machten, wurde uns die Beitragsfreiheit für die Unterstützer untersagt. Wir führten einen Beitrag von 2,50 Euro pro Monat ein und kassierten einen Shitstorm: Über 200 Kündigungen, zwei Anzeigen wegen Betrugs und etliche Anwaltsschreiben von Friseuren, die ihre eigene Arbeit dadurch als zu wenig wertgeschätzt ansahen.

Status quo

Heute sind etwas über 200 Mitglieder dabei. Etwa 300 weiteren Salons wurde die Mitgliedschaft verwehrt oder entzogen. Klassifizierte Mitglieder tragen das Gütesiegel als Merkmal der Qualität. Die Initiative ist weiterhin aktiv,



derzeit mit einem offenen Brief an Olaf Scholz zur Kleinstunternehmerregelung.

Vorbereitet für morgen

Der Bundesverband „Die Verbraucher Initiative“ untersuchte, wie Friseure das Thema Nachhaltigkeit nutzen und stellte dabei fest: „Es gibt zu wenige Betriebe, die dies tun!“ Die Initiative „Der faire Salon“ wurde als vorbildlich angesehen, mit Alleinstellungsmerkmal im Marketing für Friseure. Mitglied der Wertegemeinschaft „Der faire Salon“ zu sein, bedeutet für Kunden einen verlässlichen Nutzen, Fairness, Ökologie, hohe Qualität als Grundlage der Unternehmenskultur, nachhaltiges Wirtschaften und Verantwortung fürs Gemeinwohl. Das ist ein Bekenntnis zum ehrbaren Handwerk.

Der Bericht eines DAX-Konzerns kommt zu dem Ergebnis: Die produktive Zusammenarbeit in verschiedenen Generationen ist nur auf Grundlage einer gemeinsamen Werteorientierung realisierbar. Hier dient das Konzept der Wertegemeinschaft zur Teambildung, Werteorientierung und als Salon-Philosophie. Ein Trend erreicht uns bereits: Gesundheit, von Ökologie über Ernährung bis hin zu Wellness und Work-Life-Balance, wird zum Megatrend, dessen erste Züge wir gerade erleben. Wohlbefinden und Wohlfühlen werden zum Dogma der nächsten Jahre. So sehen und bestätigen es Forscher und Wissenschaftler und prognostizieren einen Paradigmenwechsel:

Ein gesellschaftliches Wohlfühlen setzt auch ein neues psycho-soziales Miteinander voraus. Firmenphilosophien, um Mitarbeiter zu führen; gelebte Werte bis hin zu Persönlichkeitsbildung, um Menschen in ihrer Authentizität zu fördern und zu stärken, werden Erfolgsgaranten werden. Qualitätssicherung und Weiterbildung, Markenbildung und Werteorientierung gehören deshalb zum Pflichtprogramm jedes Friseurunternehmens. Wer sich den Markt anschaut, merkt schnell: Die erfolgreichen Unternehmen (darunter viele Mitglieder von „Der faire Salon“) praktizieren das bereits.

Wunsch für die Zukunft

Mein Wunsch zum Geburtstag des „Fairen Salons“: Nur etwa zehn Prozent der derzeitigen Mitglieder stellen ihre Mitgliedschaft auch deutlich heraus. Dabei ist es für die Unternehmen selbst eine deutliche Steigerung der eigenen Wertigkeit. Und: Hilfsmittel wie Webbanner, Zertifikate, Plakate oder Werbevideos sind kostenlos per Download erhältlich.



Rene Krombholz
Friseur, Branchenkenner, Initiator der Wertegemeinschaft „Der faire Salon“ und Inhaber des Onlineportals www.friseur-news.de