



Andreas Nuissl
Vier Sterne-Friseur
aus Bayreuth

Michael Hunger
Vier Sterne-Friseur
aus Schongau

Rüdiger Schmitt
Stellvertretender Chefredakteur
von CLIPS und Moderator der
Diskussionsrunde

„Sterne“: Mehr Motivation, mehr Image, mehr Kunden!

Während der diesjährigen Hair and Beauty war die CLIPS-Lounge der Anlaufpunkt für alle, die sich ausführlich über das Thema „Sterne“ und Friseurklassifizierung informieren wollten. Berichte aus erster Hand gab es von zwei „Sterne“-Friseuren.

Gespannt warteten die Friseure, die am Sonntagnachmittag in die CLIPS-Lounge gekommen waren, auf die Sterne-Gesprächsrunde. Andreas Nuissl hatte sich bereits kurz zuvor im Businessforum warmgelaufen: Dort hatte er vor vollbesetzten Sitzplätzen über die Vorteile der Klassifizierung referiert. In der CLIPS-Lounge ging er in lockerer Atmosphäre gemeinsam mit Michael Hunger und stellvertretender CLIPS-Chefredakteur Rüdiger Schmitt auf das Thema ein. Gemeinsam standen sie den Zuhörern nach der Runde für ausführliche Gespräche zur Verfügung.

„Ich war von Anfang an begeistert von der Idee der Sterne“, betonte Andreas Nuissl, dessen Salon in Bayreuth vier Sterne schmücken. Denn schon lange



„Durch meine Auszeichnung mit vier Sternen und der dazugehörigen Öffentlichkeitsarbeit habe ich 98 Neukunden gewonnen.“

habe er nach einer Form gesucht, sich und seinen Salon nach außen darzustellen. Trotzdem: „Den Erhebungsbogen habe ich erst einmal an die Wand gepfeffert“, lachte er. Denn eben das, was die Stärke der Sterne ausmache – nämlich die Bewertung eines Salons nach klaren

Fakten – habe ihm zunächst die Zuversicht und auch die Lust genommen. „Mir ging es ähnlich, als ich mich zum ersten Mal mit den Sternen für Friseure auseinandersetzte“, erinnerte sich Michael Hunger aus Schongau. Im Gegensatz zu seinem Kollegen sei er zu Beginn alles andere als Feuer und Flamme gewesen. Die Prüfung hätte bedeutet, den Papier- und Unterlagenberg von mehreren Jahren zu sortieren und zu ordnen. Das schreckte ihn ab. „Außerdem gibt es so viele Auszeichnungen, und ich habe mich gefragt: Was bringen sie eigentlich wirklich?“



Lust auf die Sterne bekommen? Weitere Informationen zu den Sternen gibt es im Internet: www.friseurklassifizierung-deutschland.de

Warum sich die Arbeit für ihn trotzdem gelohnt habe: Während seiner Aufenthalte in den USA, in London und Hamburg habe er viele Anregungen bekommen und Qualitätsstandards kennen gelernt, aber nie für sich umgesetzt. „Jetzt war endlich der Anlass da, das Wichtigste zusammenzufassen und nicht mehr tausend Broschüren zu haben, in die eh kein Mensch reinguckt“, berichtete Michael Hunger.

Fakten, Fakten, Fakten

Hatten die beiden Angst vor der Prüfung, wollte Rüdiger Schmitt wissen. „Wegen des Erhebungsbogens wusste ich ja schon, was geprüft werden würde, und konnte mich darauf vorbereiten“, lautete Michael Hungers Antwort. „Ich wusste, wie viele Sterne ich haben wollte und was ich dafür tun musste.“ Die Kriterien seien zwar bekannt, die Nachvollzieh-

„Ausschließlich ‚hard facts‘ werden bei der Bewertung abgefragt, keine ‚soft skills‘“. Sterne stellten ein bekanntes Klassifizierungssystem dar, seien als Qualitätsmerkmal übergreifend bekannt und allgemeinverbindlich. Und genau darin liege der Vorteil gegenüber anderen Systemen, unterstrich Nuissl. Für Friseure sei es deshalb einfach, sie gut zu vermarkten.

Sterne ziehen Mitarbeiter an

Kritische Blicke der Kollegen im Publikum verrieten einen Hauch Skepsis: Man kann leicht von den Sternen für Friseure begeistert sein, wenn der eigene Salon mit vier Sternen ausgezeichnet worden ist, das ging wohl dem ein oder anderen durch den Kopf. „Fünf Sterne können auch abschrecken, beispielsweise durch den Preis“, erklärte Andreas Nuissl. Manche Leistungen könne ein Salon manchmal gar nicht erbringen. „Zwei Sterne zu haben, ist definitiv besser, als keine zu haben.“



barkeit sei durch die Strenge der Prüfung gewährleistet – aber wie eine Klausur mit Lösungsbogen sei es dann doch nicht gewesen, schmunzelte der Schongauer Sterne-Friseur.

„Die Klassifizierung durch die Sterne hat als erstes System eindeutig nachprüfbar Kriterien“, sagte Michael Hunger. „Da wird nach strikten Vorgaben geprüft und nicht aus Sympathie oder sonstigen Gründen mal ein Auge zuge-drückt.“ Und eben das mache die Sterne zu einem Qualitätsmerkmal. „Genau“, nickte Andreas Nuissl und betonte:



„Potenzielle Mitarbeiter achten auf Salons mit Sternen. Wer lernen will und motiviert ist, sucht gezielt einen passenden Salon.“

die einen neuen Salon suchen, gibt es überall“. Michael Hunger ergänzte: „Die Sterne sind aber nicht nur dafür geeignet, den Kunden zu zeigen, welcher Friseursalon gewisse Klassifizierungsstandards einhält. Denn auch potenzielle Mitarbeiter achten auf Salons mit Sternen. Wer lernen wolle und motiviert sei, suche gezielt einen passenden Salon. Ganz wichtig, so betonten Andreas Nuissl und Michael Hunger unisono: Das ganze Team zählt. „Die Sterne zeichnen nicht etwa den Saloninhaber aus, sondern den ganzen Salon mit allen Mitarbeitern“, stellte Andreas Nuissl klar.

Einen Blick in die Zukunft wagten Michael Hunger und Andreas Nuissl am Ende der Gesprächsrunde: „Das Image der Branche wird sich durch die Sterne verbessern und die Qualität der Leistungen wird wachsen.“

Ob zwei Sterne oder vier: Sie seien in jedem Fall eine sehr willkommene Möglichkeit, den eigenen Salon zu präsentieren: Michael Hunger schaltete eine ganze Seite in der Tagespresse und holte auch seinen Lieferanten ins Boot, sodass die Aktion schließlich für beide zum Gewinn wurde. Auch über Andreas Nuissl war in der Zeitung zu lesen. „Durch meine Auszeichnung mit vier Sternen und der dazugehörigen Öffentlichkeitsarbeit habe ich 98 Neukunden gewonnen“ betonte der Bayreuther stolz. Sein Rat: Unbedingt überregional schalten, denn „unzufriedene Kunden,