

# Friseur sein ist pure Lebensfreude

CLIPS wird in diesem Jahr 25. Bernd Rütter aus Münster, der seit 25 Jahren als Leser dabei ist, verrät, was seinen Erfolg als Friseur ausmacht.

**Spaß haben, damit wir den Menschen gewinnen.** Eine gute Leistung bringen, damit sich der Spaß auch rechnen lässt, ist mein Lebensmotto.

Machen Sie sich, Ihr Unternehmen und Ihre Mitarbeiter krisensicher. Lernen Sie, wie Sie als Friseur und Mensch eine unwiderstehliche Ausstrahlung erlangen, wie Sie Kunden begeistern und Spaß dabei haben. Wenn Sie dann noch einen fachlich hohen und modisch aktuellen Stand haben, also bestgeschult

und informiert sind, werden Sie erfolgreich in die Zukunft gehen. Der Gewinn kommt dann von alleine.

Der Kunde ist widersprüchlicher geworden und immer schwerer einzuschätzen. Er kauft heute bei Armani seine Garderobe und spart morgen ein paar Cent bei Aldi. Daher leben wir heute auch als Friseure zunehmend im Wettbewerb und vom Wettbewerb. Wir leben gut von den Erfolgen und leiden unter den Misserfolgen.

Wer sich dieser Wettbewerbsgesellschaft nicht stellt, ist ohne Kunden und geht unter. Friseure, die nur den Zweckbedarf erfüllen und ihre Dienstleistung auf das Notwendigste beschränken, können dies, wenn überhaupt, nur über den Preis, der dann aber immer weiter nach unten geht

Mir geht es darum, dass wir unseren Beruf zur Berufung machen, ihn mit Liebe und Begeisterung ausüben. Wir müssen den Glauben an unsere Dienstleistungen und Produkte verstärken, Emotionen zeigen und wecken, die beim Kunden spontane Kaufimpulse auslösen. Wir müssen uns fragen: Spüren meine Kunden, dass ich von meinem Beruf, von meiner Dienstleistung und von meinen Produkten begeistert bin? Spüren sie im Gespräch meine Gelassenheit, die Bereitschaft zuzuhören, Ängste, Hoffnungen und Wünsche zu verstehen? Kann ich mich bei meinen Kunden so einfühlen, dass ich ih-

nen Hilfe und Verständnis für eine optimale Problemlösung bieten kann?

Aber genau das können viele Friseure nicht, und das macht ihnen Angst. Denn sie schaffen es nicht, ihre Kunden in jene emotionale Stimmung der Begeisterung und Faszination zu versetzen, die sie dazu bewegt, eine Entscheidung für eine zusätzliche Dienstleistung oder ein Produkt zu treffen. Der Kunde hat ständig das Gefühl, etwas verpasst zu haben, möchte aber anerkannt und bewundert werden. Der Friseur, der ihm dazu verhilft, wird in Zukunft Partner Nr. 1 sein.

Wie kann ich nun die Beziehung zum Kunden verbessern? Ich muss locker und humorvoll sein, meinen Optimismus behalten, viel Toleranz zeigen und den Sympathiefaktor nutzen. Es sollte immer schon die Vorfreude auf ein beeindruckendes Haarerlebnis geweckt werden – auf neue Ideen, aktuelle Trends und traumhafte Inspirationen – Überraschungen, die das positive Lebensgefühl wecken.

Wir müssen den Kunden als Freund und Partner sehen, denn er ist der Einzige, der Geld in die Kasse legt. Er ist für uns in diesem Moment der wichtigste Mensch auf der Welt. Wir müssen Sympathie und Vertrauen schaffen, Einbindung statt Ausgrenzung erreichen, denn Einbindung schafft Kundenbindung.



**BERND RÜTHER**

- 1971 Start in die Selbstständigkeit
- 1980 4 Geschäfte mit über 80 Mitarbeitern
- 1987 Gründung der „Kommunikationsschule im Dialog“
- Erfolgs-Team-Coaching für Friseure
- Viele nationale und internationale Auszeichnungen
- Arbeiten in Fotostudios für Modzeitschriften und Werbung