

Farbkompetent



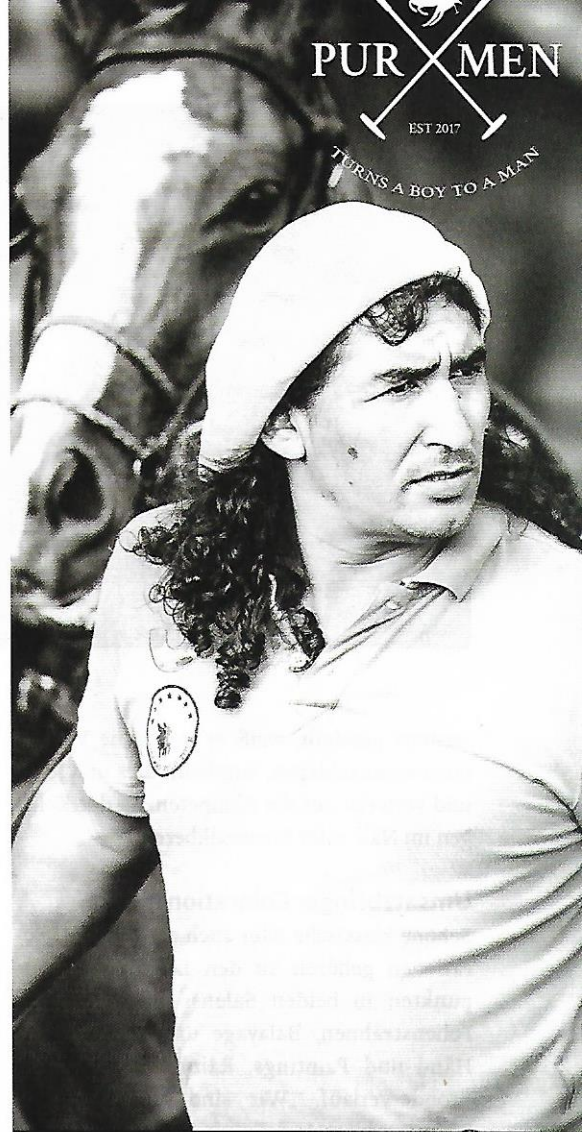
Erst über Umwege wurde Joel Frank Friseur. Heute hat er zwei Salons. Rund 70 Prozent des Umsatzes macht er mit Farbservices – natürlich auch mit On & Off Colours.

Mode-Designer, das wollte er werden! Wie er das am besten anstellen sollte, dazu suchte Joel Frank Rat bei der Berufsberatung des Arbeitsamts. Den Berater dort entsetzte dieser Berufswunsch so sehr, dass er dringendst von einer so unsicheren Laufbahn abriet: Er sei doch ein Einser-Abiturient! Ihm stünden doch alle Möglichkeiten offen! Der junge Mann gab also seinen Berufswunsch auf, zunächst zumindest, ging in die USA, erwarb an der University of Massachusetts den Master of Business Administration mit Schwerpunkt Arbeitsrecht. Er fand schnell eine Anstellung, wurde später Personalleiter eines namhaften Konzerns – nach einigen Karriereschritten wuchs seine Unzufriedenheit. Er wechselte den Arbeitgeber, zog nach London – dort überlegte er, wie er seinem Leben die entscheidende Wende geben, wie ihm doch noch der Einstieg in seine Traumbranche gelingen könnte.

Der Beruf des Friseurs schien ihm der richtige Weg zu sein; er klapperte die Salons nach einer Ausbildungsstelle ab und erhielt bei dem Londoner Salon „MichaelJohn“ den Zuschlag, mit über 30 Jahren. Hier erlebte Joel Frank, was ein Beauty-Tempel ist: Friseur, Kosmetik, Nails – alles unter einem Dach, Schönheit von Kopf bis Fuß! Er war begeistert und beschloss, nach seiner verkürzten Ausbildung und trotz attraktiver Job-Angebote, sich mit einem solchen Zentrum für Schönheit in seiner alten Heimat selbstständig zu machen. Er wollte helfen, ein Konzept in Deutschland zu etablieren, das damals, um 2005, noch in den Kinderschuhen steckte, für das der Betriebswirt aber eine große Zukunft erwartete: anspruchsvollen Kundinnen in exklusivem Ambiente alle kosmetischen Dienstleistungen anzubieten – getreu dem Konzept und bis heute gültigem Leitspruch „Wir machen Schönheit sichtbar.“

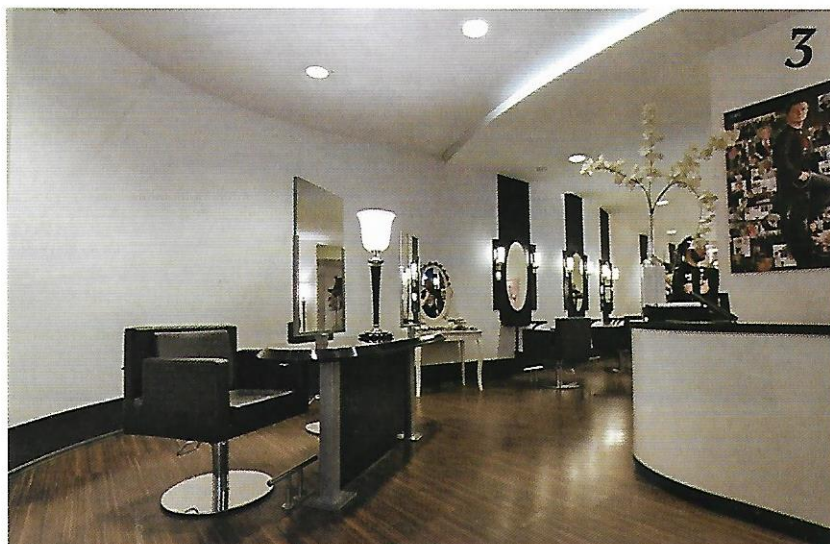
Modischer Rundum-Service

2006 also eröffnete er, zusammen mit einem Geschäftspartner, den ersten Salon „Joel Style“



in Mannheim, in der quirligen Innenstadt. Die rund 330 Quadratmeter bieten Platz für 15 Friseurarbeitsplätze, einen luxuriösen Waschbereich, für Nageldesign, kosmetische Behandlungen und Diskretion in einer separaten VIP-Lounge. In Heidelberg findet man das gleiche Angebot in einer zauberhaften Villa, die, inmitten eines großen Gartens, an historische Kur-Aufenthalte erinnert. Die Kundinnen sind hier wie dort modisch orientiert – und anspruchsvoll. Sie wollen schön sein, sie wollen gut beraten werden, sie wollen Ideen und Anregungen von ihren Beauty-Experten. Diese tun alles für das Wohlfühl der Kundin: Sie wird vom Rezeptionisten empfangen, an den Platz geleitet und mit Getränken versorgt. Dann übernimmt der Stylist, der bis zur Verabschiedung für sie zuständig ist und alle Dienstleistungen ausführt. >>

- 1 Vom Personalleiter zum Friseur: Joel Frank erlernte erst mit 30 Jahren in London den Friseurberuf
 2+3 In der Mannheimer Innenstadt eröffnete er 2006 seinen ersten „Joel Style“-Salon



Fotos: Detlev Vogel

The NEW Art of MEN Hair Cosmetics

Die hochwertige und exklusive Herrenpflege- und Stylingserie mit speziellen natürlichen Inhaltsstoffen.

IM PUR MEN TESTPAKET
SIND ENTHALTEN:

- 1x energy hair loss tonic
- 1x all over body & hair shampoo
- 1x strong gel
- 1x shine pomade
- 1x water wax
- 1x grooming cream
- 1x cream wax
- 1x matte paste
- 1x raw clay
- 1x PUR MEN Display

Jetzt
TESTPAKET
bestellen!
Tel: +49 (0)911 569 659 0





Bestens geschult, weiß er modische Variationen vorzuschlagen, empfiehlt dies und jenes und verweist auf die Kompetenzen der Kollegen im Nail- oder Kosmetikbereich.

Umsatzbringer Colorationen

Schöne klassische oder auch raffinierte Colorationen gehören zu den Leistungsschwerpunkten in beiden Salons: Ansatzfärbung, Foliensträhnen, Balayage und Ombré, Free Hand und Paintings, Rainbow Colors und Bronde-Verlauf. „Wir sind ein modischer Salon“, erklärt Joel Frank, „aber wir wollen auch, dass die Kundin Spaß an ihrer Farbe hat – und an ihrem schönen Haar.“ Daher werden durchaus klare Worte gesprochen, wenn beispielsweise eine sehr fashion-affine und experimentierfreudige Kundin nach einer trendigen Pastellcoloration fragt. „Dann muss man versuchen, ihr bewusst zu machen, wie strapazios eine solche Behandlung für das Haar ist – insbesondere bei vorbelastetem Haar.“

Auf individuelle Art

Auf der Homepage präsentieren die Salons ihr Farbangebot mit einem auffälligen Look: platinblondes Haar mit pinkfarbenen Spitzen. „Dieses Model ist ein Sonderfall“, berichtet Joel

*4+5+6 Auf 330 Quadratmetern bietet Joel Style in Mannheim ein umfangreiches Hair & Beauty-Angebot an
7+8 In Heidelberg residiert der Beautytempel von Joel Frank in einer herrschaftlichen Villa*

Frank: „Sie ist sehr blond und hat sehr, sehr gesundes Haar.“ Nun kennen der Fachmann und sein Team jedoch eine ganze Palette an Möglichkeiten, um individuelle Farbwünsche zu realisieren, auch mit geringerer Belastung. **Welche Methode die jeweils richtige ist, muss im Einzelfall entschieden werden und ist abhängig von Vorbelastung, Pflegeverhalten und Besuchsfrequenz:** „Wer nur selten in den Salon kommt, für den ist Ombré ideal; bei häufigeren Salonbesuchen sind ganz andere Colorationen möglich.“ **Extensions wiederum empfehlen sich etwa bei dunklem Haar und dem Wunsch nach aufsehenerregenden Pastell-Effekten.** Wer seine Frisur mit frischen Highlights aufpeppen möchte, dem präsentiert er sogenannte Sunlights: Einzelne Strähnen werden mit einer wasserartigen Flüssigkeit benetzt, die mit der Hitze des Glätteisens aktiviert wird – und schon sind sie da, die Highlights, die wie

Sonnenreflexe die Frisur veredeln. **Ist die Ausgangsfarbe dunkelblond oder heller, arbeitet er auch gern mit direktziehenden Farben,** bei denen sich hellblaue oder rosafarbene Farbmoleküle an die Haaroberfläche anheften. „Wer von dem Look genug hat“, so Joel Frank, „kann die Reste mit einem speziellen Shampoo einfach rauswaschen.“

Dass die Kunden der Farbkompetenz in seinen Salons vertrauen, belegen Zahlen, die der Unternehmer nicht ohne Stolz nennt: Der Umsatzanteil der Farbbehandlungen liegt bei rund 70 Prozent, der Anteil der Farbkunden bei 80 Prozent. Gern würde er seine Dienstleistungsqualität an zwei, drei weiteren Standorten anbieten, doch fehlt das Personal: „Wir arbeiten auf sehr hohem Niveau. Da wird, trotz guter Bezahlung und hohen Umsatzbeteiligungen, die Luft dünn.“

