

perspektiven



Weltentummler

Johannes Hunger hat gestern als Berater Gewinne gesteigert, heute bekämpft er Aids, Malaria und Tuberkulose. Und morgen?



Fotos: Frank/Rothe (o.), FR

Nachgefragt bei: Nadine Klumpp. Die 28-Jährige baut das Franchise-System „Die rollenden Friseure“ auf. Die Geschäftsidee: Haare schneiden als Hausbesuch.

Nach Ihrem Meisterabschluss beim renommierten Friseur Mod's Hair haben Sie keinen Salon eröffnet, sondern eine Firma gegründet – warum?

Ich wollte schon immer mehr aus meinem Beruf machen. Deshalb habe ich auch noch die Ausbildung zur Kosmetikerin und Visagistin absolviert. Nur: In Karlsruhe, wo ich lebe, gibt es 450 Friseursalons. Da wollte ich nicht die Nummer 451 sein. Ich hatte vielmehr Lust, etwas Innovatives auf die Beine zu stellen. So sind „Die rollenden Friseure“ entstanden, die ich jetzt seit 2006 als Geschäftsführerin mit meinem Mann leite.

Was ist Ihr Geschäftsmodell?

Unter einer Marke fassen wir selbstständige Friseure zusammen, die ihren Kunden zu Hause oder auch im Büro die Haare schneiden, von acht bis 22 Uhr.

Das ist für Menschen mit vollem Terminkalender, egal ob Manager oder Mütter mit Kleinkindern, interessant. In Frankreich ist so etwas gang und gäbe, und auch hier sehe ich einen großen Markt.

Haare schneiden zu Hause, das klingt erst mal recht umständlich.

Überhaupt nicht. Die Kunden haben weniger Stress, sie brauchen nicht das Gefühl zu haben, erst mal die Wohnung herrichten zu müssen. Unsere Friseure bringen alles für ein echtes Salongefühl mit – bis zum mobilen Waschbecken. Wir sorgen auch dafür, dass nach dem Schneiden keine Spuren bleiben, dafür haben wir spezielle Geräte entwickelt.

Bislang bieten Sie den Service nur in Niedersachsen und Baden-Württemberg an. Wie wollen Sie expandieren?

Wir suchen sehr engagiert weitere Friseure und streben mittelfristig 250 Franchise-Nehmer an. Alle müssen Meister sein, jung und belastbar, und wir testen sie an mehreren Probetagen.

Und was haben die Friseure davon?

Natürlich kann sich jeder allein selbstständig machen, aber gemeinsam sind wir stärker – vom Produkteinkauf bis zu konzertierten Werbekonzepten. Bei manchen unserer Franchise-Nehmer wächst der Kundenstamm so schnell, dass sie schon Angestellte beschäftigen.

Wie lukrativ ist das Geschäft für Sie?

Man kann davon leben. Sehr gut läuft unser Hochzeitsangebot: Frisur, Make-up und Kosmetik für die Braut stressfrei zu Hause – bei Bedarf sogar für die ganze Familie! **Interview: Vasco Boenisch**