

Der Natur auf der Spur

Die Dauerwelle als kreative Dienstleistung? Nicht mit der 08/15-Wicklung! Ein Wochenende in der Welt des Brian McLean bringt Spannung in die Welle.



Das habe ich als erstes gelernt: Wer sich im Kopf nicht frei macht vom traditionellen Bild der Dauerwelle, hat ein echtes Handicap. Der „Erfolg von gestern“ suggeriert die gleichen Mittel wie gestern: Wickeln nach Schema F und dazu Chemie, bis die Kopfhaut zischt. Motto: Je kleiner die Wickler und je länger die Einwirkzeit, desto prägnanter und haltbarer die Locke. Eine Formel, die nicht nur falsch ist, sondern die auch zu zahlreichen Enttäuschungen – von sprödem, kraftlosen Haar bis zu Haarausfall – geführt hat. Die *Logik der Dauerwelle*, die sich aus solchen falschen Einstellungen ergibt, hat dann auch zu Sätzen wie diesem geführt: Wenn ich gleichmäßige Ergebnisse will, muss ich gleichmäßig wickeln.

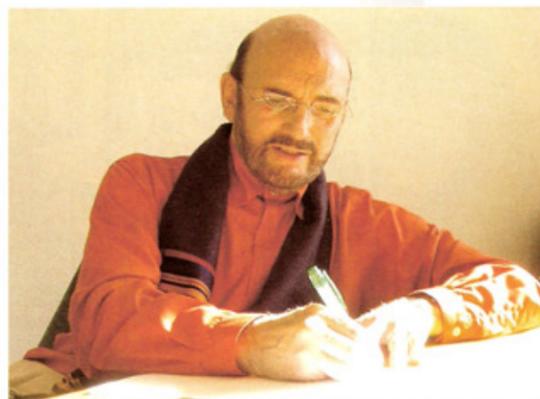
Eigentlich seltsam, dass sich solche Irrtümer bis

heute halten, denn schon das tägliche Kämmen und Schneiden von Haaren bringt jedem Friseur den Beweis, dass Natur vor allem vielfältig ist, aber fast nie „gleichmäßig“ ist.

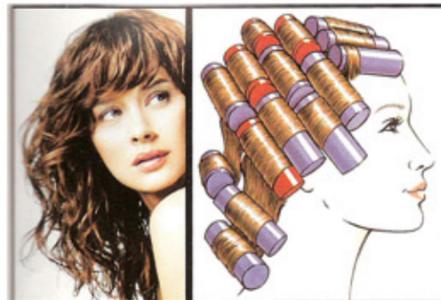
Für einen aufmerksamen Friseur ist es deshalb keine Überraschung, dass die McLean-Methode von dieser grundlegenden Erkenntnis ausgeht. Dauerwelle fängt eben doch erst einmal im Kopf an. Originalton Brian: „Wenn ich natürliche Ergebnisse will, muss ich verschiedene technische Kombinationen anwenden. Denn Natur ist nicht gleichmäßig.“

Der Markt ist reif, Friseure auch?

Wenn der Brian McLean so oft von „bewegtem Haar“ spricht, ist das nicht der Versuch, sich quasi durch die Hintertür in einen Markt einzuschleichen, in dem das Wort Dauerwelle nicht das beste Image hat. Nein, hinter dieser Formulierung steckt ein konsequentes Denken vom Verbraucher aus. Denn Frauen mit glattem Haar, die sich Wellen, Locken oder mehr Volumen wünschen, denken an Bewegung oder an ihre Silhouette im Spiegel, nicht aber an Dauerwelle. Die ist erst das Mittel zum Zweck.



Brian McLean ist ein Tüftler und Entwickler, der nur ein Ziel kennt: Techniken, bei denen das Gefühl für schönes Haar dominiert.



Ein aufsteigend-absteigendes Wickelschema und Trocknen mit dem Diffusor schaffen Natürlichkeit pur.



Einfach romantisch: Durch die Wicklung in wechselnden Richtungen ein sehr bewegtes Wellenbild.

Die Aufgabe des Friseurs ist es deshalb, durch Salonorbeit und animierende Werbung dem Markt zu zeigen: Es gibt eine Methode, mit der eure Wünsche dauerhaft zu erfüllen sind. Dass man dafür Begriffe wählt, bei denen man eher an die Hochglanzseiten von Modemagazinen denkt als an „Umformungschemie“, steht auf einem anderen Blatt. Tatsache ist: Die Medien – allen voran die Frauenmagazine – haben längst grünes Licht für eine Renaissance der Dauerwelle gegeben. Jetzt ist der Friseur an der Reihe. Zumindest die Angst, vor den Ansprüchen der Kundin zu versagen, sollte nicht länger die entscheidende Bremse für Aktivität sein.

Wie lockig ist lockig?

Die speziellen McLean-Techniken lassen sich in Worten schlecht beschreiben. Man muss sie live erleben und selbst ausprobieren. Was sich allerdings sofort einprägt, ist die methodische Sorgfalt, mit der Brian dem Kundenwunsch auf der Spur ist. Auch hier ist alles denkbar, nur kein Schema. Die simple Frage „Wie lockig ist lockig?“ zeigt, wie unterschiedlich die Vorstellungswelten von Friseur

und Kundin beim Thema „Umformung“ sind. Grund genug, sich ein genaues Bild von der Wunschfrisur einer Frau zu machen, die sich zum ersten Mal überhaupt oder nach längerer Abstinenz wieder für die Dauerwelle entscheidet.

Voraussetzung ist eine Frisurenmappe oder ein Frisuren-Spezialheft mit einer großen Auswahl an Dauerwellen. Bei der McLean-Methode bekommt die Kundin drei rote und drei grüne Karten, mit denen sie die Frisuren markiert, die ihr am wenigsten (rot) und am besten (grün) gefallen. Die Markierung der beiden „Frisuren-Alpträume“ ist deshalb wichtig, weil Menschen in der Ablehnung oft viel deutlicher als in der Zustimmung ihre Gründe artikulieren. Ein Profil, das in der Umkehrung den eigentlichen Frisurenwunsch deutlicher macht. Eine psychologische Erkenntnis, von der Friseure in der Beratung nur profitieren können. Denn die perfekte Arbeit ist falsch, wenn man den Kunden nicht richtig verstanden hat.

