

FRISEUR WELT

www.facebook.com/friseurwelt

www.friseurwelt.net





FRISEURWELT: Herr Rumpfkeil, Gieseke cosmetic zeichnet sich im professionellen Friseurbereich durch ein breites Portfolio aus. Welche sind Ihre wichtigsten Marken, welches Spektrum wird mit ihnen abgedeckt?

☞ HENDRIK RUMPFKEIL: Generell erachten wir alle unsere Marken als sehr wichtig. Als s. g. Vollsortimenter ist es daher wichtig, nicht nur ein breites Markenportfolio zu bieten, sondern auch eines, das in die Tiefe geht. Wir reagieren auf die Bedürfnisse und Wünsche unserer Kunden und versuchen, alle Teilbereiche der Friseurdienstleistung abzudecken. Ob Haarfarbe, Pflege, Styling oder Spezialartikel, hochpreisig oder günstig – wir möchten für alle Bedürfnisse eine Lösung präsentieren.

Was hat sich Gieseke cosmetic für 2013 vorgenommen?

☞ Wir werden in diesem Jahr 30 Jahre alt und haben uns etwas besonderes für unsere Kunden einfallen lassen. Im April 2014 werden wir auf einem von uns komplett gecharterten Aida Club Schiff im Mittelmeer unser 'Gieseke on Stage' durchführen. Wir freuen uns über die tolle Resonanz auf diese Veranstaltung und können es kaum abwarten endlich 'abzulegen'. Stolz sind wir auch auf unsere erste gemeinsame Kollektion mit Andreas Schumacher, die wir in diesem Jahr bundesweit präsentieren werden. Insgesamt gesehen wollen wir aber 2013 unserem Kunden wieder ein guter Partner sein und werden dafür weiter den Markt beobachten und entsprechend reagieren.

Mit Andreas Schumacher verfügt Gieseke cosmetic über einen eigenen Creative Director – ungewöhnlich für einen Großhandel. Was sind seine Aufgaben für Ihr Unternehmen?

☞ Wir bieten unseren Kunden besondere Gieseke Exklusivmarken, wie 'Selective', 'Moroccanoil', 'Kis', 'Profiline' und 'Farouk'. Unsere Markenkunden erwarten von uns Fach- und Trendinformationen. Für sie sind wir kein klassischer Großhandel mehr. Mit unserem 20-köpfigen Fachservice können wir große Teile dieser Erwartungen erfüllen. Im kreativen Bereich war es jedoch an der Zeit, uns weitere professionelle Unterstützung zu holen. Diese haben wir mit Andreas Schumacher gefunden. Schon seit Jahren schult er unser Trainerteam. Andreas Schumacher bildet gemeinsam mit einigen unserer Trainer ein Kreativteam, das regelmäßige Kollektionen entwickelt, gemeinsame Fotoshootings macht sowie Shows und Seminare realisiert.



BUSINESSSTALK MIT HENDRIK RUMPFKEIL

Nach Abitur und der Ableistung des Wehrdienstes hat **Hendrik Rumpfkeil** (45) bei der Firma Rufin eine Ausbildung zum Groß- und Außenhandelskaufmann absolviert, wurde danach Einkaufsleiter und Key Account Manager. Seit 1997 ist er Geschäftsführer bei der Firma Gieseke. Zu Hause geht es lebhaft zu bei der Familie Rumpfkeil. Der Hausherr ist seit 19 Jahren verheiratet, im Haushalt leben außerdem fünf Kinder im Alter von 13 bis 18 Jahren, drei Hunde und zwei Schildkröten.

Welche Materialien stellen Sie Ihren Kunden im kreativen Bereich zur Verfügung? Gibt es Lookbooks oder Techniken?

☞ Zu der aktuellen Kollektion 'Union People' gibt es eine Broschüre. Diese stellt die Kollektion, mit den drei Trendrichtungen vor: 'Moma – Pop Art', 'Architecture – Minimalismus' und 'Nature Art – Naturalismus'. Die dazugehörigen Haarschnitte, Farbtechniken und Stylingvariationen werden in der Broschüre ebenfalls step-by-step vorgestellt und erklärt.

Auch in allen anderen Schulungsbereichen werden unsere Kunden mit weiteren Informationen, z. B. Handouts oder Broschüren zum Nacharbeiten der erlernten Techniken, versorgt.

Sie bieten Ihren Kunden mit der Akademie auch ein breites Aus- und Weiterbildungsangebot. Wie sieht das aus, und worauf legen Sie dabei besonderen Wert?

☞ Die Seminare in der Akademie bieten im Grunde alles, was das Friseurherz begehrt – von Azubi-Trainings über Trend- und Cut & Color Workshops bis hin zum Hochstecken, Styling, Make-up oder auch Extensions Workshops. Natürlich kann man in unserer Akademie auch das als Marke geschützte A/S Cutting System von Andreas Schumacher erlernen oder sein Wissen darüber erweitern. Einen großen Platz nehmen auch diverse Color Seminare ein, die sich mit den Grundregeln des Haarefärbens bis hin zu Speedcolor-Techniken beschäftigen. Die am häufigsten gewählte Form der Seminare ist der Workshop. Hier wird zunächst erklärt und demonstriert, dann können die Teilnehmer das Gesehene selbst umsetzen. Diese sind für 10 bis 16 Teilnehmer ausgelegt und finden somit in einem kleinen Rahmen statt, damit für unsere Kunden alles so intensiv wie möglich gestaltet werden kann. Für Look and Learn Veranstaltungen, die als Anreiz oder Ideenbringer dienen, bietet die Akademie jedoch auch genügend Platz für bis zu 120 Personen. Aber auch außerhalb unserer Akademie bieten wir den Friseuren viele Möglichkeiten, wie diverse Schulungen direkt vor Ort im Salon und deutschlandweite Trendveranstaltungen. Was mir am wichtigsten ist? Zufriedene und glückliche Kunden im Schulungsbereich, genauso wie im Marken- und im Großhandelsgeschäft.

Herr Rumpfkeil, wir danken Ihnen für diese interessanten Ausführungen.

dr