

# WILD BEAUTY *Magazin*

2 // 2023

## **Farbenfroh**

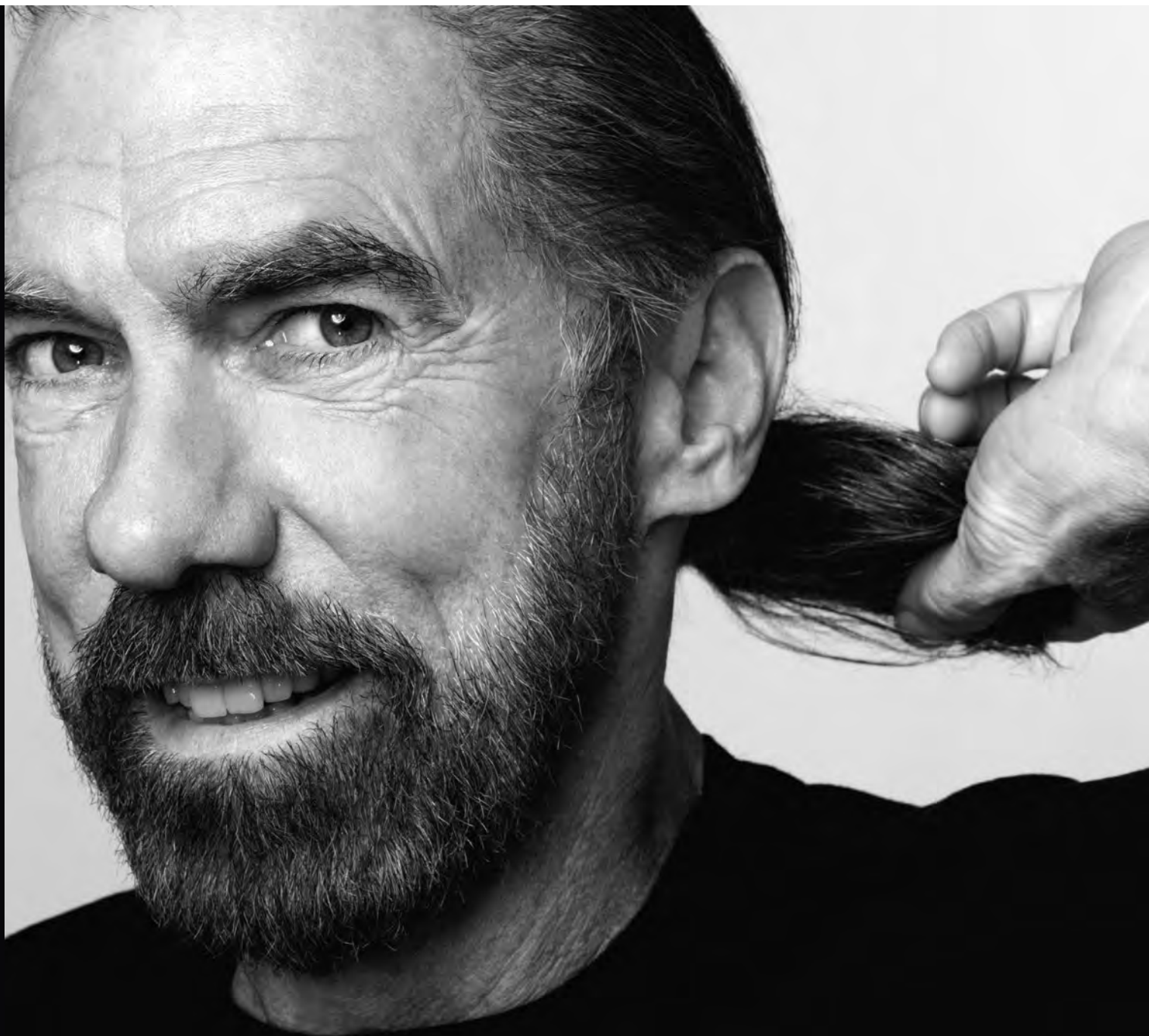
Color-News für Grau-  
abdeckung und Veredelung

## **Interview**

Mitgründer und Selfmade-  
Mann John Paul DeJoria

## **Social Media Tipps**

Warum Du eine Content-Strategie  
brauchst



NEUIGKEITEN AUS DER WELT VON WILD BEAUTY

# ELLE GERMANY BEAUTY AWARDS 2023

*Tea Tree Hemp Multitasking Sp*  
PAUL MITCHELL



200 ml e 6.8 fl. oz

# Editorial

Schneller, höher, weiter. Ungefähr so lautete fast 130 Jahre lang das Motto der Olympischen Spiele. 2021 wurde schließlich „Schneller, höher, stärker – gemeinsam“ daraus.

Warum ich das erzähle? Weil es uns eigen ist, immer nach der nächsten Verbesserung, dem größeren Vorteil oder der aktuellen Neuerung zu streben. An sich ist daran nichts falsch, sagen wir doch auch, dass Stillstand Misserfolg bedeutet. Was den Unterschied macht – und das hat auch das olympische Komitee vor zwei Jahren erkannt – ist die GEMEINSAME Erreichung von Zielen. Teamwork ist erfüllender, denn man arbeitet gemeinsam auf etwas hin und steigt nicht auf dem Rücken anderer ein Treppchen nach oben.

Nicht auf Kosten anderer zu profitieren, ist auch eine Philosophie von John Paul DeJoria. Ob 1980 oder 2023, ob Business oder Charity, sein Erfolg beruht auf einem Für- und

Miteinander. (Mehr ab S. 8 sowie S. 14) So geht es auch den Produktentwicklern bei Paul Mitchell und uns, Deinem Team in der Zentrale in Seeheim. Wir entwickeln neue Produkte und Konzepte, um Dich bei der Arbeit im Salon zu unterstützen.

Welche Haarfarben fehlen noch im Sortiment? (Ab S. 5 und S. 12) Wie können wir bestehende Angebote verbessern? Was brauchst Du, um Deinen Beruf noch professioneller und mit noch mehr Freude auszuüben?

So vielfältig wie die Fragen, sind die Antworten und in dieser Ausgabe unseres Wild Beauty Magazins geben wir ein paar.



Theresa Löffler, Kommunikation

Schneller, höher und stärker wollen wir werden – für Dich und mit Dir!

Viele Grüße

Theresa

## IMPRESSUM

HERAUSGEBER:  
WILD BEAUTY GmbH  
Breslauer Str. 20  
64342 Seeheim-Jugenheim  
Tel. +49 (0) 6257-5036-0  
info@wild-beauty.de  
www.wild-beauty.de

INFOLINE  
Deutschland 0800-3266633  
Österreich 0800-366663

LAYOUT:  
Anette Simon

REDAKTIONSTEAM:  
Chefredaktion: Mira Wild  
Redaktion: Theresa Löffler,  
Chresten Dagné  
Gastautoren: Annemarie Graf,  
Lisa Frieda Cossham  
Lektorat: Kristina Wild,  
Julian Wendt  
Tel. +49 (0) 6257-5036-7003  
kommunikation@wild-beauty.de

FOTOS:  
Paul Mitchell® American &  
German / Austria Team,  
Captain Paul Watson Foundation,  
Sea Shepherd Mirko De Luca,  
Friseurteam Grit & Kerstin,  
Hairstyling Dietrich, Annemarie Graf,  
Sarah Katharina Photography &  
Michael Kleinheinz,  
Chris Vegas (privat),  
Anabell Heidenreich Hamburger Ding  
Adobe Stock: p-fotography  
Freepik: Creative\_Hat, Rawpixel.com,  
User22004605, Tetiana Bihus

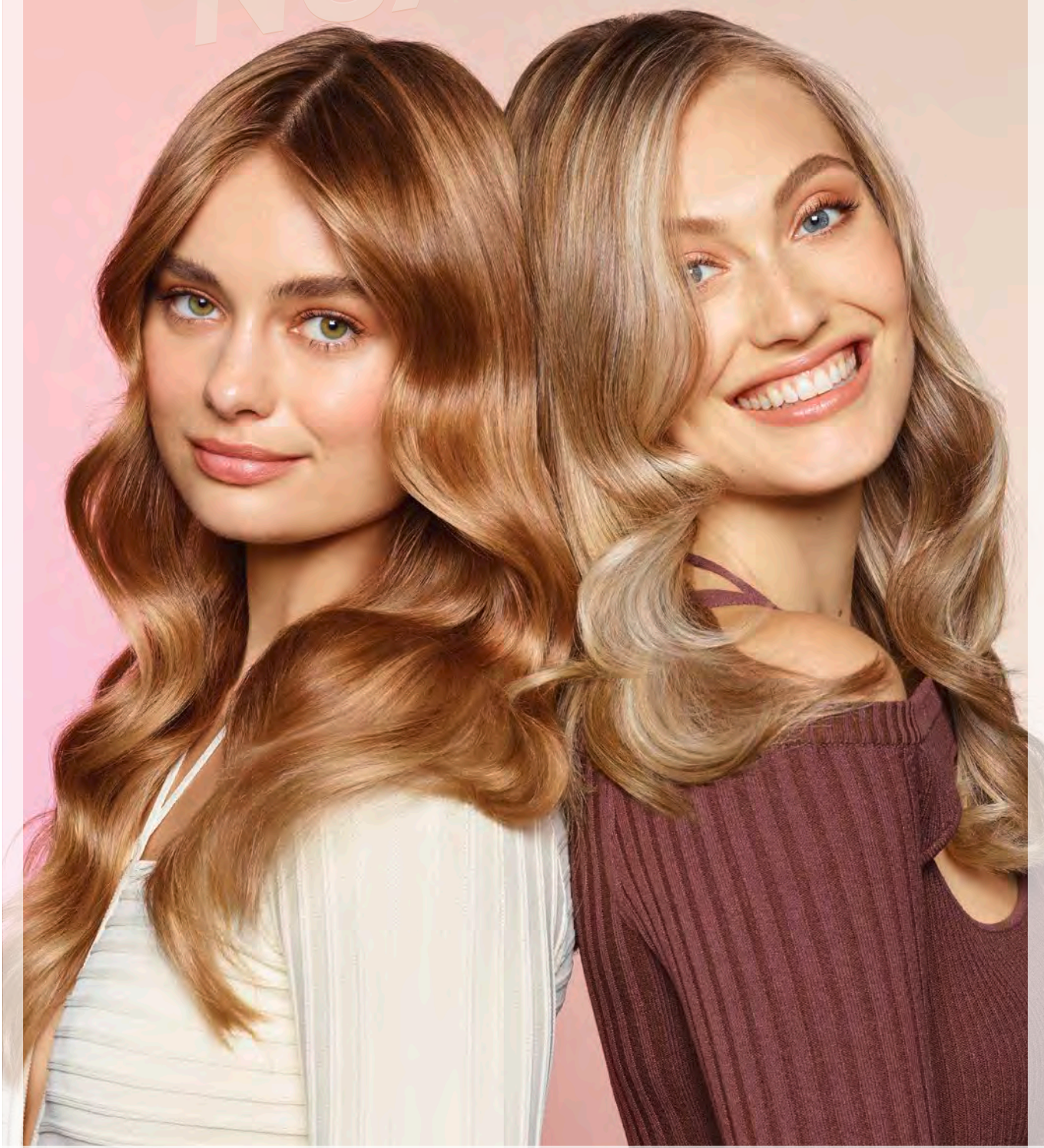
WE CARE:  
Wir tragen zu einem verantwortlichen  
Umgang mit den globalen Waldressourcen  
bei. Produkte mit FSC®-Label stehen  
für die Nutzung der Wälder gemäß den  
sozialen, ökonomischen und ökologischen  
Bedürfnissen und für einen verantwortungs-  
vollen Umgang mit Recyclingmaterialien  
– zum Wohle heutiger und zukünftiger  
Generationen.



# INDEX

- 6 Professional only**  
Color-Rezepturen der neusten  
The Demi Kollektion
- 8 We care**  
Für den Schutz der Meere und  
ihrer Bewohner
- 10 Aus dem Salon**  
So kommt Bond Rx bei Euch an
- 12 Color News**  
Die neue Express-Dienstleistung  
bei grauem Haar
- 14 Im Interview**  
John Paul DeJoria über das Business,  
die Familie und das Leben
- 18 In den Medien**  
So berichtet die Presse über  
unsere Produkte
- 20 World Wide Social**  
Unser Social Media Guide:  
Content Strategie
- 22 Produkt News**  
Flaunt Tape Extensions
- 24 24 Stunden mit ...**  
Fachtrainer Chris Vegas
- 26 Have Fun @ Work**  
Impressionen lokaler PM Events
- 28 Yours Truly**  
Die Haaranalyse
- 30 Weiterbildung**  
Seminarhighlights August – Oktober
- 31 Ansprechpartner**  
Der heiße Draht zu uns

# NEARLY NUDE NUANCEN



EINE NEUE PALETTE ZARTER NUDETÖNE ERWEITERT DIE THE DEMI-FAMILIE

# NEARLY NUDE

but absolutely stunning!

step by step

## SHEER GOLD-LIGHTS

Stylist: Brooklyn Cardenas,  
@brooklyncardenas

Ausgangstonhöhe:  
Ansatz, Längen & Spitzen 6



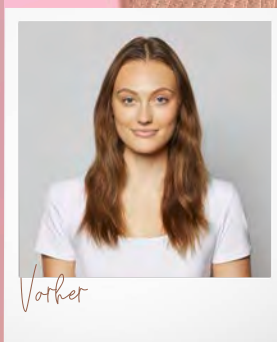
### Rezeptur 1

1 Messlöffel SynchroLift  
+ 60 g/ml 20 Vol. Cream Developer

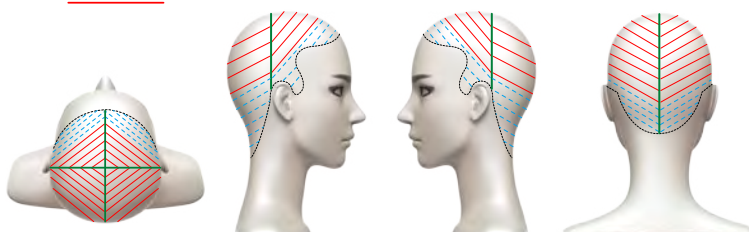


### Rezeptur 2

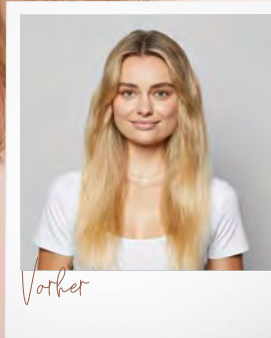
60 g/ml The Demi 10Gv (10/036)  
+ 60 g/ml Processing Liquid



Segment ———  
Weben - - -  
Slicen ———



step by step



## GOLDEN VIOLET MID-LIGHTS

Stylist: Colin Caruso,  
@colincaruso



Ausgangstonhöhe:  
Ansatz, Längen & Spitzen 9

### Rezeptur 1

- 30 g/ml The Demi 8Gv (8/036)
- + 30 g/ml The Demi 6Gv (6/036)
- + 60 g/ml Processing Liquid



### Rezeptur 2

- 30 g/ml The Demi 8Gv (8/036)
- + 30 g/ml Processing Liquid



### Rezeptur 3

- 1 Messlöffel SynchroLift
- + 60 g/ml 20 Vol. Cream Developer



### Rezeptur 4

- 60 g/ml The Demi 10Gv (10/036)
- + 60 g/ml Processing Liquid



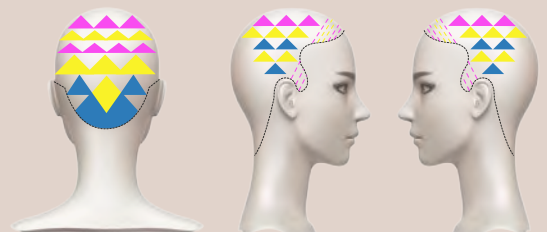
### Freu Dich auf diese drei neuen Nuancen:

- **6Gv:** Dominantes Gold mit Violett. Für ein warmes, wie von der Sonne gebräuntes Siena-Gold.
- **8Gv:** Elegantes Champagner, perfekt auf blondem oder aufgehelltem Haar.
- **10Gv:** Ideal für ein raffiniertes, weiches Taupe. Perfekte Ergebnisse auf hellblondem Haar mit der Tonhöhe 10.



**Darum wirst Du The Demi lieben:** Im Tagesgeschäft sind schnelle und einfache Dienstleistungen ideal. Kurze Verweildauer für die Kunden, geringer Aufwand für Dich, mehr Kunden pro Tag – eine simple Rechnung, die für alle aufgeht!

Rezeptur 1 ▲ Rezeptur 3 ▲  
Rezeptur 2 ▲



# NEPTUNES NAVY

## - The Captain Paul Watson Foundation

Es gibt Themenbereiche, die davon geprägt sind, dass streitbare Charaktere Großes erreichen: Für den Umwelt- und Tierschutz ist Captain Paul Watson ein solcher „Vorantreiber“. Als Greenpeace-Mitstreiter der ersten Stunde – mit der Mitgliedsnummer 007 – oder Gründer der Sea Shepherd Conservation Society beweist er seit 1970, wie wichtig ihm Umwelt- und Tierschutz sind. Sein Engagement war und ist bedeutend.

Paul Watson und John Paul DeJoria verbindet eine enge Freundschaft. Watson und DeJoria scheinen zunächst ein ungleiches Paar. Der eine macht mit waghalsigen Aktionen auf sich aufmerksam. Der andere ist vor allem bekannt als geschickter Geschäftsmann und für Haarpflege. Über das Bedürfnis, die Welt zu schützen und zu einem besseren Ort zu machen, knüpften die beiden Männer vor mehr als drei Dekaden erste Bande. Gemeinsam haben DeJoria und Watson gegen das Robbentöten protestiert und sich für den Schutz bedrohter Meeresbewohner starkgemacht. Nicht zuletzt spendete DeJoria mehrere Schiffe für die Flotte von Sea Shepherd.

Doch das soll es nicht gewesen sein. Für die Zukunft haben die beiden unermüdliche Pläne: Wir sind stolz, dass John Paul DeJoria die Captain Paul Watson Foundation unterstützt. Paul Watson gründete die Stiftung, um den Schutz und Erhalt des marinen Lebens weiterzuverfolgen. Mit Paul Mitchell stehen wir dem Tierschützer auch bei diesem Projekt zur Seite. Das Ziel: durch wirkungsvolle, jedoch immer gewaltfreie Intervention unsere Ozeane und seine Bewohner vor Ausbeutung und Ausrottung zu schützen. John Paul DeJorias "Peace, Love & Happiness" Foundation erwarb nun mit der John Paul DeJoria II das erste Schiff für Watsons Stiftung. „Im Namen der weltweiten Paul Mitchell-Familie – vom Salonbesitzer bis zum Kunden – unterstützen wir mit großem Stolz Paul Watsons neuestes Projekt: die Captain Paul Watson Foundation. Ich war und bin ein Supporter von Paul Watson. Er ist der Mann, der wie kein Zweiter für den Schutz und die Bewahrung einer gesunden Unterwasserwelt kämpft und eine wichtige Gallionsfigur für dieses Unterfangen ist. Komme, was wolle, Paul machts!“ erklärt DeJoria.



Paul Watson und John Paul DeJoria bei der Taufe





Angus und Mara Mitchell mit John Paul DeJoria auf dem Weg zum Schiff



John Paul und Eloise DeJoria mit Paul Watson Paul in gewohnter Pose



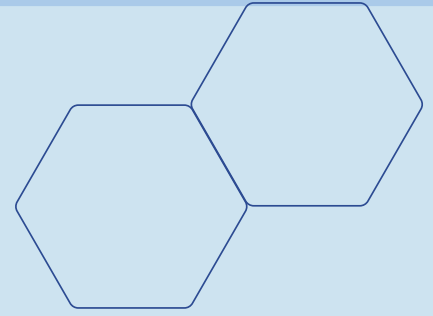
Mehr Informationen gibt es auf [www.paulwatsonfoundation.org](http://www.paulwatsonfoundation.org)



Das Schiff hat bereits den ersten Einsatz auf hoher See unter der Flagge der Captain Paul Watson Foundation gemeistert. Von New York aus startete die John Paul DeJoria II nach Island, um Finnwale vor Walfängern zu schützen.



# BOND RX, DAS VERBINDET

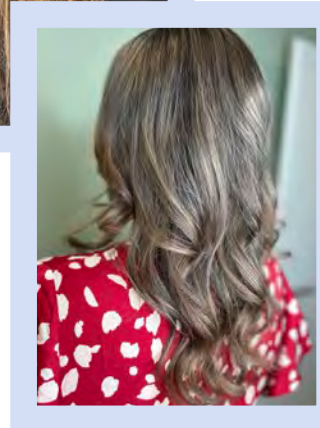
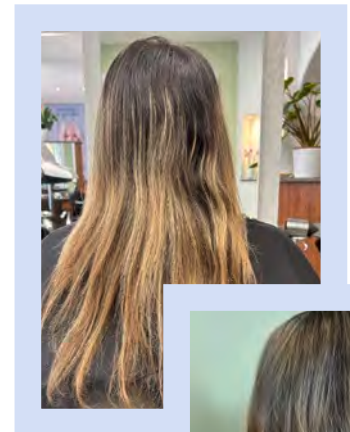


Der neue Bond-Building-Service von Paul Mitchell verbindet nicht nur Brücken im Haar miteinander. Auch Ihr, die Profis im Salon, seid vereint in Eurem Urteil: Diese Produkte können richtig was! Und weil wir viel reden können, aber nichts so wertvoll ist wie Eure Stimme, haben wir zwei Friseure gefragt: Warum wollt ihr Bond Rx nicht mehr missen?

## Wie setzt ihr die Produkte im Salon ein?

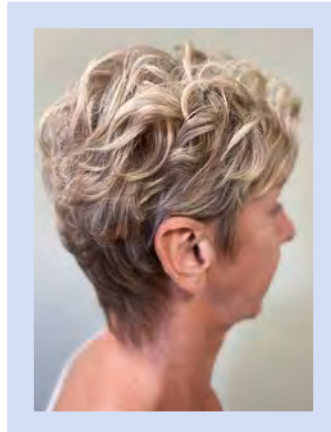
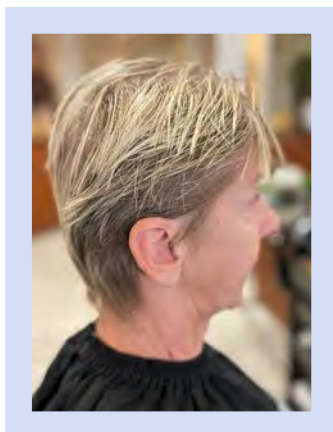
**Dominik Dietrich:** Da wir überwiegend hochwertige Haarfärbetechniken wie Balayage und Ombré bei uns im Salon anbieten, beschäftigen wir uns schon immer mit Produkten, die die Haare während des chemischen Prozesses stärken und schützen. Paul Mitchell Bond Rx hat uns von der ersten Behandlung an komplett überzeugt. Der Service passt perfekt zu unseren Paul Mitchell Blondierungen und Farbprodukten. Ein weiteres Plus sind die leichte, verständliche Handhabung und die grandiosen Ergebnisse.

**Kerstin Schenkel:** Bond Rx ist für uns inzwischen eine sichere Bank zum Haar- aufbau bei Blond- und anderen Farbbehandlungen. Ob den Rezepturen beige- mischt oder als Care-Treatment in Längen und Spitzen – die Ergebnisse begeistern uns und unsere Kunden.



## Wie verkaufen sich die Take Home Produkte?

**Dominik:** Wir erklären den Kunden detailliert, warum wir Bond Rx bei ihren chemischen Haarbehandlungen einbauen. Hier ergibt sich automatisch die Frage, wie sie ihre Haare zu Hause weiterpflegen können oder sollen. Mittlerweile merken wir am großen Nachkauf der Produkte, dass die Kunden einen Mehrwert am Bond Rx-Dienstleistungsspektrum haben und sie auch zu Hause gerne ihre Haare damit weiterpflegen.



## Was sind Euere Erfahrungen mit Bond RX?

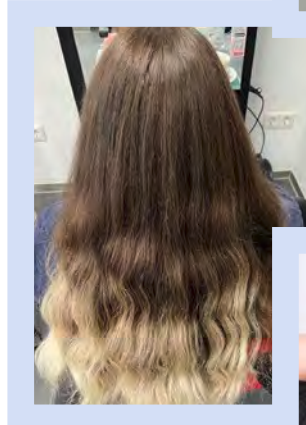
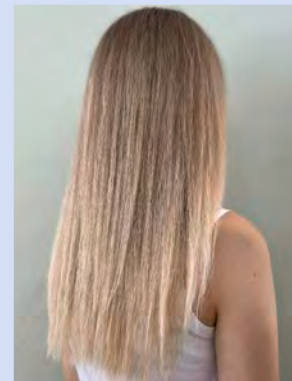
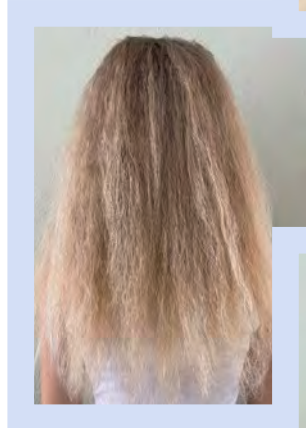
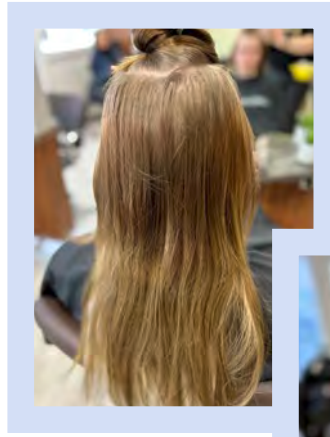
**Dominik:** Wir merken einen Unterschied: Haare sind nach Aufhellungen oft geschwächt. Mit Bond Rx passiert dies selten bis gar nicht. Nach einer chemischen Behandlung, in Verbindung mit den Bond Rx Take Home-Produkten, benötigen die Haare weniger Zeit zur Erholung. Hier tun sich für uns Friseure viel mehr Behandlungsmöglichkeiten und Spielraum mit chemischen Haarprodukten auf.

**Kerstin:** Wir haben die Produkte an uns ausprobiert: auch nach drei Wochen fühlen sich die Haare gut an, sie sind gepflegter und sehen gesünder aus. Nach Farbbehandlungen fasst sich das Haar nicht mehr so strohig an und lässt sich viel besser bürsten. Strukturen sind definierter, die Kunden freuen sich über ihre „wiederbelebten“ Locken. Stark geschwächtes Haar ist wieder griffiger und kann sich erholen.

## Was sagen Euere KundInnen?

**Dominik:** Kundinnen und Kunden bemerken sofort eine Besserung ihrer Haarqualität. Das erfahren wir täglich im persönlichen, positiven Feedback. Ich empfehle: Wenn man sich von seinen Mitbewerbern abheben möchte, sollte man Bond Rx unbedingt in sein Sortiment aufnehmen. WICHTIG ist immer: ‚Tue Gutes und sprich darüber!‘ Der Kunde muss unbedingt wissen, welche hochwertige Dienstleistung er bei uns bekommt.

**Kerstin:** Wir haben unsere Kunden nach der ersten Anwendung mit Bond Rx meist angerufen oder angeschrieben und gefragt, wie zufrieden sie waren. Einige sind bereits am nächsten Tag in den Salon gekommen, um sich das Take Home-Paket zu kaufen – eine schönere Bestätigung kann ich mir kaum vorstellen. Eine Kundin war anfangs skeptisch, weil ihr Haar (nach Mitbewerberprodukten) abgebrochen und stark geschädigt war. Ob es an einer falschen Anwendung oder den Produkten lag, kann ich nicht beurteilen. Nach Bond Rx fühlte sich ihr Haar gepflegter und gesünder an. Wir haben ihr eine regelmäßige Anwendung empfohlen. Einen Termin für die nächste Bond Rx-Behandlung nach ihrem Urlaub hat sie bereits vereinbart. Auch wenn anfangs einige Kunden skeptisch waren, was ja okay ist, hat sie das Ergebnis überzeugt.



# BYE BYE GRAUES HAAR IN NUR 10 MINUTEN

## Paul Mitchell The Color 10🕒

**Welchen Service kannst Du Deinen Kunden in nur zehn Minuten anbieten?  
100 % Grauabdeckung ist sicher nicht Deine erste Idee. The Color 10 ändert das!  
Für Kunden, die kurzentschlossen sind oder mit wenig Zeit in den Salon kommen,  
gibt es jetzt die Geheimwaffe gegen Grau.**



Im Salonalltag zählt jede Minute. Mit dem Express-Farbservice kannst Du jetzt noch mehr Farbkunden bedienen!

Die „Last Minute“-Farbe bietet eine neue 10-Minuten-Lösung bei 40 – 60 % Weißanteil und Haar in den Tonhöhen 3 – 7. Die perfekte Zielgruppe für The Color 10? Kunden mit kurzen Haaren oder schnell nachwachsendem Ansatz. Die Standard-Einwirkzeit beträgt 10 Minuten. Auf maximal 20 Minuten erhöht, kommt es zu einer etwas stärkeren Grauabdeckung und satteren, dunkleren Ergebnissen.

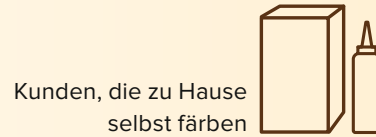
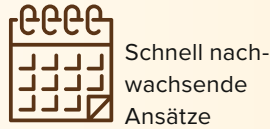
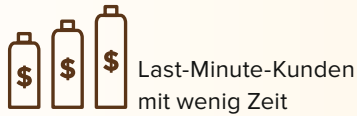
*Vorher*



*Nachher*



# Neue Einsatzgebiete



# Merkmale & Vorteile



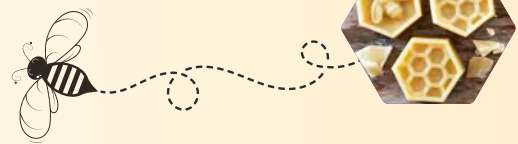
<b>EXPRESS-AUFFRISCHUNGEN</b>	Steigere Deinen Umsatz mit diesen schnellen, zusätzlichen Dienstleistungen für Kunden mit Tönhöhe 3 – 7 und 40 – 60 % Weißanteil.
<b>OPTIMIERTE FARBEINLAGERUNG</b>	Enthält ein sanftes Ölsäure-Tensid zur Optimierung der Viskosität sowie zur Beschleunigung der Anwendung und Farbeinlagerung.
<b>ANGEPASSTER, NIEDRIGER AMMONIAKGEHALT</b>	Entwickelt mit einer sehr geringen Menge an Ammoniak, die für eine leichte Aufhellung und schnelle Farbentwicklung benötigt wird. Sorgt für geschmeidigeres, gesünder aussehendes Haar mit weniger Schäden an der Haarstruktur.
<b>UNTEREINANDER MISCHBARE NUANCEN</b>	Vollständig mischbare Nuancen für mehr Vielseitigkeit und individuelle Farbtöne. <i>(Nicht mit den Farbtönen von Paul Mitchell® Color XG® mischbar.)</i>
<b>AUFEINANDER ABGESTIMMTE FARBEN</b>	Entwickelt mit Hintergrundfarbe und sanften, dezenten Tönen, passt The Color 10 gut zu den anderen Paul Mitchell® Farbmarken.
<b>BIS ZU 100% GRAUABDECKUNG</b>	The Color 10 bietet in kürzester Zeit bis zu 100 % Grauabdeckung.
<b>CHROMALUXE TECHNOLOGIE</b>	Das Pflegesystem liefert mehr Glanz und pflegt das Haar, während die oxidativen Farbstoffe für eine lange Haltbarkeit sorgen. Die Farbe verblasst nach circa drei Wochen Ton in Ton.



## BEE beautiful

Die reichhaltige, cremige Konsistenz von The Color 10 beruht auf natürlichem Bienenwachs, welches das Haar wunderbar glänzend und geschmeidig macht.

Unser Bienenwachs stammt aus ethisch geführter, nachhaltiger Imkerei in Afrika. Die Bienen bestäuben dort das ganze Jahr über Pflanzen. Das bedeutet, dass sie keinen Honig für den Winterschlaf einlagern müssen. Ohne Überwinterung ist auch kein Zuckerwasser nötig, um den entnommenen Honig zu ersetzen. Die ganzjährige Bestäubung trägt zur Artenvielfalt in der Region und zum Erhalt der Ökosysteme bei. Wir setzen uns für glückliche Bienen ein und unterstützen den Tier- und Artenschutz weltweit.



Was duftet hier denn so gut?

The Color 10 riecht wunderbar nach Eukalyptus – nicht zu süß, nicht zu schwer. Eine angenehm frische Unisex-Duftkomposition für alle Kunden.



# Dieses Mindset ist Milliarden wert

**John Paul DeJoria war mal obdachlos, heute zählt er zu den reichsten Menschen der USA. Seine besten, ganz unpräntiösen Learnings über finanziellen Erfolg verrät uns der Paul-Mitchell-Gründer in einem seiner seltenen Interviews**

*Dieser Text ist zuerst in der Cosmopolitan 5/23 erschienen*

TEXT: LISA FRIEDA COSSHAM

Kaum einer verkörpert den American Dream so sehr wie der Mitgründer der Haarkosmetikfirma John Paul Mitchell Systems, John Paul DeJoria. Aus dem finanziellen Nichts heraus hat sich der zwischenzeitlich Wohnungslose in den Achtzigern hochgearbeitet. Heute listet „Forbes“ sein Nettovermögen auf 2,9 Milliarden Dollar (das entspricht rund 2,7 Milliarden Euro). Klingt ein bisschen nach Kapitalismus- Märchen und „Auch du kannst es schaffen!“-Kalendersprüchen, die man nicht so richtig glauben kann? Ja und nein. Denn wer sich mit diesem Mann über sein Milliarden-Dollar- Mindset unterhält, wird angesteckt. Der wird aus seiner Lethargie geschubst, ändert sein (ablehnendes) Verhältnis zu Geld und will sofort die Ärmel hochkrempeln.

Wir treffen den Unternehmer mit dem markanten Bart und Zopf in einer Suite im Soho House Amsterdam. Holzvertäfelte Wände, hohe Decken, vorm Fenster eine frei stehende Badewanne. John Paul DeJoria, den alle JP nennen, ist eben erst aus Austin, Texas gelandet. Dort lebt er mit seiner Frau Eloise, sie haben drei gemeinsame erwachsene Kinder. Falls er den Jetlag spürt, zeigt er es nicht. Hinter ihm sitzen Mitarbeiter\*innen, die ziemlich stolz zu sein scheinen auf diesen Selfmademan, der ein Star ist in der Wirtschaftsbranche und ein unpräntiöser Boss obendrein. Von all dem lässt sich John Paul DeJoria nicht beeindrucken, für zwei Stunden ist er ganz bei uns. Also her mit den Ratschlägen eines Superreichen!

# „STELL DICH DARAUF EIN, ABGELEHNT ZU WERDEN“

Mit offenen Armen empfängt ihn das Leben nicht, aber das stört John Paul DeJoria nicht wirklich. Er wächst in Los Angeles auf, im Stadtteil Echo Park. Eine Gegend, in der niemand Geld hat und die Häuser so klein sind wie die Hoffnung auf ein großes Glück: „Wir wussten nicht viel vom Rest der Welt“, sagt John Paul DeJoria, der zwei Jahre alt ist, als sein Vater die Familie verlässt. Seine Mutter zieht ihn und seinen älteren Bruder allein auf. Als sie krank wird, leben John Paul DeJoria und sein Bruder einige Jahre im Heim. Und doch empfindet John Paul DeJoria seine Kindheit als eine glückliche, in der es ihm an nichts mangelt. Mit neun Jahren zieht er zurück zur Mutter und beginnt zu arbeiten. Er geht von Tür zu Tür und verkauft Weihnachtskarten, später, als junger Mann, da ist er bereits Vater eines Sohnes, arbeitet er als Vertreter für Enzyklopädien. Er lernt, die Ablehnung der Menschen nicht persönlich zu nehmen. Dranzubleiben. Nach der sechzigsten zugeschlagenen Tür an der einundsechzigsten zu klingeln. Er hält an seinem Enthusiasmus fest, auch wenn es eine Woche dauert, bis er die erste Enzyklopädie verkauft. Dreieinhalb Jahre macht er einen Job, den andere nur drei Tage durchhalten. Heute ist er davon überzeugt, dass nur Erfolg haben wird, wer sich auf Ablehnung vorbereitet.



## LEG LOS, DEN RICHTIGEN MOMENT GIBT ES NICHT“

Als John Paul DeJoria die Firma gründet, die ihn zum Millionär machen soll, geht es den USA nicht besonders gut. Die Inflation ist hoch, auch die Arbeitslosenquote, und John Paul DeJoria ist pleite. Er schläft auf dem Rücksitz seines Autos, einem alten Rolls-Royce. Zum zweiten Mal in seinem Leben ist er wohnungslos, nachdem er sich von seiner damaligen Frau getrennt hat. Gemeinsam mit seinem Freund, dem Friseur Paul Mitchell, kratzt er 700 Dollar zusammen und gründet 1980 John Paul Mitchell Systems. John Paul DeJoria hat gelernt zu verkaufen. Aus seinen vorherigen Jobs in der Beautybranche weiß er, wie der Vertrieb zu organisieren ist. Wann ein Geschäftsmodell trägt. Sie starten mit drei Produkten, zwei Shampoos und einer Spülung. Das Design der Flaschen ist schwarz-weiß. Nicht aus ästhetischen Gründen. Für Farbe fehlt das Geld. Anfangs verkauft er die Flaschen aus seinem Kofferraum heraus. Nach zwei Jahren können sie ihre Rechnungen pünktlich begleichen, und John Paul DeJoria fühlt sich wie ein gemachter Mann: Er ist solvent. Den Erfolg hat er nicht den Umständen, sondern sich selbst zu verdanken, und deshalb, findet John Paul DeJoria, sollte niemand zögern: „Wer eine Idee hat, sollte sie umsetzen“, sagt er, „und zwar sofort. Es gibt nie den richtigen Zeitpunkt.“





Mag sein, dass uns heute eine Work-Life-Balance wichtig ist und wir am liebsten nur vier Tage in der Woche arbeiten würden. John Paul DeJoria hat davon gehört. Doch Erfolg geht seiner Meinung nach anders. Das „Wie“ klingt abgedroschen, ist aber für ihn zeitlos essenziell: mehr leisten als andere und von dem überzeugt sein, was man tut. Bevor John Paul DeJoria seine eigene Firma gründet, arbeitet er vier Jahre lang bei einer anderen großen amerikanischen Haarpflegefirma. Er beobachtet Tierversuche an Affen, die ihm sinnlos erscheinen. „Warum seifen wir die Tiere mit Shampoo ein?“, fragt er seine Vorgesetzten. Ihm wird gekündigt. Später ist er weltweit der erste Chef eines Haarkosmetikunternehmens, der die PETA-Erklärung zum Verzicht auf Tierversuche unterschreibt. Er will zu seiner Haltung und zu seinen Produkten stehen können. Sie müssen das Beste sein, das er bieten kann. Aus diesem Impuls heraus gründet er 1989 auch noch The Patrón Spirits Company, eine Firma, die hochwertigen Tequila herstellt. „Qualität rechnet sich, harte Arbeit auch“, sagt John Paul DeJoria. The Patrón Spirits Company hat er inzwischen verkauft – für 5,1 Milliarden Dollar.

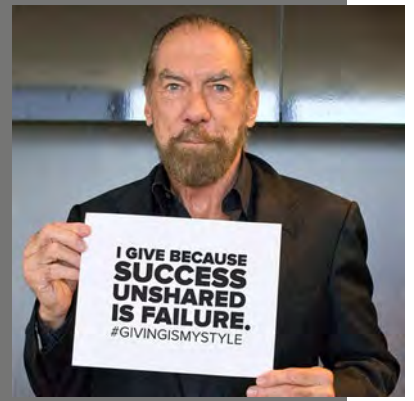
„GIB ALLES  
UND MACH  
DEIN PRODUKT  
ZUM BESTEN“

**PETA**  
stoppt tierquälerei!

„LASS DICH  
NICHT  
VON DER  
VERGAN-  
GENHEIT  
AUSBREM-  
SEN“

An die Monate, nachdem seine erste Frau ihn verlassen hat, erinnert sich John Paul DeJoria als seine schwersten. Sie lässt ihn sitzen mit seinem zweieinhalbjährigen Sohn, die Miete ist im Rückstand, Rechnungen unbezahlt. Er zieht mit dem Kind ins Auto. Tagsüber sammelt er Pfandflaschen. Hängt mit den Jungs einer Motorradgang ab. Sucht nach Jobs. John Paul DeJoria ist 23 und irgendwie schon am Ende von etwas, was noch gar nicht angefangen hat. Sein Selbstwertgefühl aber behält er trotzdem. Er ist sich sicher, dass er es zu etwas bringen wird. Bis heute lässt er es nicht zu, dass ihn die Vergangenheit belastet. „Die Zeitungen von gestern können wir nicht umschreiben“, sagt er, „also schaue ich nach vorn. Auf das, was ich mir vorstelle, auf meine Ziele.“ Etwas, das vielen Menschen schwerfällt, denn schlechte Erfahrungen brennen sich meist stärker ins Gedächtnis ein als gute. Sie bremsen uns, schmälern das Selbstvertrauen. John Paul DeJoria hat sich angewöhnt, sie loszulassen. Klar ist er in seinen Gedanken. Er lebt im Moment. Das sagt er, es ist auch zu spüren. Auf das Mögliche will er sich fokussieren, sich nicht mit Schwächen aufhalten. Weder mit den eigenen noch mit denen einer modernen Leistungsgesellschaft. John Paul DeJoria hat sich früh für eine Perspektive entschieden.





**PEACE  
LOVE &  
HAPPINESS.**

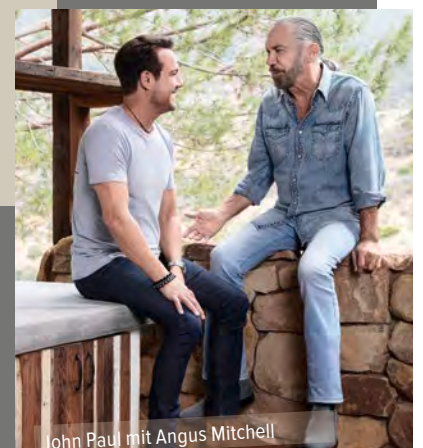


## „TEIL DEINEN ERFOLG“

Seine Mutter ist es, die ihm das Teilen beibringt, auf dem Weihnachtsmarkt. John Paul DeJoria beobachtet, wie sie der Heilsarmee zehn Cent spendet. Für einen Jungen viel Geld, der sich davon gern eine Cola gekauft hätte. Es gibt immer jemanden, der weniger hat als wir, lauten die Worte der Mutter. Ein Satz, der ihn lebenslang begleiten soll. Er unterstützt heute 160 Hilfsprojekte weltweit, die sich für Nachhaltigkeit einsetzen, für soziale Verantwortung und Tierschutz. Zu diesem Zweck gründet er 2011 eine Familienstiftung und folgt seinem Motto: „Erfolg, den man nicht teilt, ist Misserfolg.“ Dennoch prüft er seinen Angaben nach genau, welche Projekte seine Förderung verdienen. Es scheint nicht seine Art zu sein, Schecks zu unterschreiben und alles Gute zu wünschen. Er ist ein Mann der Zahlen und Ziele, der einbringen will, was er kann: Unternehmen gründen. Gewinnbringend wirtschaften. Arbeitsplätze schaffen. Und so kommt es, dass John Paul DeJoria mal auf einem Acker steht, mal zusammen mit Tochter Alexis eine Woche auf einem Schiff der Meeresschutzorganisation Sea Shepherd verbringt, das er gespendet hat. Aktuell kümmert er sich um den Wiederaufbau auf der Insel Barbuda in der Karibik, die vor einigen Jahren von einem Hurrikan zerstört wurde. „Das Gefühl, helfen zu können, ist ein Glücksrausch. So high macht nicht mal das Gras in Amsterdam“, sagt John Paul lachend. Und wer kein Geld habe, der schenke eben etwas anderes: seine Zeit.



John Paul mit Tochter Michaeline



John Paul mit Angus Mitchell

# DIE LIEBLINGE der Presse

PAUL MITCHELL



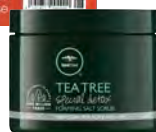
Ausgabe: 06/2023  
Auflage: 184.031  
Reichweite: 1.930.000



Ausgabe: 05/2023  
Auflage: 184.031  
Reichweite: 1.930.000



Ausgabe: 07/2023  
Auflage: 96.881  
Reichweite: 140.000



Ausgabe: 08/09/2023  
Auflage: 197.359  
Reichweite: 790.000



2 Produkte in einer Ausgabe



Ausgabe: 08/2023  
 Auflage: 134.276  
 Reichweite: 360.000

Auflage & Reichweite: Verlagsangaben



Ausgabe: 07/2023  
 Auflage: 74.090  
 Reichweite: 210.000



Ausgabe: 07/2023  
 Auflage: 63.389  
 Reichweite: 440.000

# Content-Strategie:

## Was? Wie? Warum?

Von Frisuren-Inspiration bis Kundenbindung: Warum Du eine Content-Strategie brauchst

Willkommen in der digitalen Welt. Als Friseur bist Du nicht nur Meister mit Schere und Pinsel. Du bist auch ein potenzieller Social-Media-Star. Du fragst Dich jetzt sicher: wie das? Wir stellen die Gegenfrage: Hast Du schon mal darüber nachgedacht, was Dir eine gut durchdachte Content-Strategie bringt?



**Annemarie Graf erklärt, wie Du Deine Online-Präsenz und Dein Geschäft auf das nächste Level hebst.**

### 1) Was ist eine Content-Strategie und warum ist sie wichtig?

Content nennt man in der Welt von Social Media das, was gepostet wird. Ein Video, ein Bild und der entsprechende Text dazu: das ist Dein Content (deutsch: Inhalt).

Social Media ist mehr als ein Ort, um Bilder zu teilen. Es ist die Gesamtheit von Plattformen, wo Du Dich, Deine Marke und Expertise präsentieren und gleichzeitig eine emotionale Verbindung zu Deinen Kunden aufbauen kannst. Die Content-Strategie ist ein Plan, der Dir hilft, diese Ziele zu erreichen.

Du legst fest, welche Art von Inhalten Du teilen möchtest, wann Du sie teilst und vor allem, welchen Mehrwert sie für Deine Zielgruppe bieten sollen.

Dank einer Content-Strategie kommunizierst Du Deine Botschaften klar und eindeutig und stichst aus der Masse heraus.

### 2) Du bist Friseur, nicht Influencer. Warum benötigst Du dennoch eine Content-Strategie?

Wir haben bereits gelernt: Deine Content-Strategie ist der Plan, um Deine Ziele zu erreichen. Wer planlos agiert, hat verloren, bevor es richtig losgeht.

#### Vermeide Chaos

Ohne eine klare Strategie landest Du im kreativen Chaos. Du sitzt vor dem Handy und weißt, dass Du posten musst. Ausgerechnet jetzt fehlen Dir Ideen. Mit einer Content-Strategie planst Du Deine Inhalte im Voraus. So vermeidest Du die Frustration, jedes Mal bei null anfangen zu müssen.

#### Erschaffe Wiedererkennbarkeit

Eine einheitliche und ansprechende Präsenz auf Social Media ist entscheidend, um eine starke Marke aufzubauen. Und ja, Dein Salon ist eine Marke.

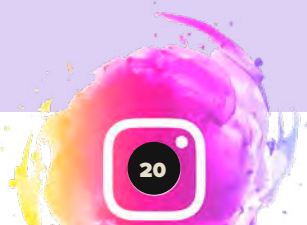
Im Rahmen Deiner Content-Strategie kannst Du Themenwochen, regelmäßige Rubriken oder wiederkehrende Formate einführen. **Ein paar Ideen:**

- Der Feature Friday, bei dem Du jeden Freitag die „Frisur der Woche“ als Inspiration für den nächsten Salonbesuch vorstellst
- Rubriken wie „Unser Team“ oder „Try it, love it“ – Mitarbeiter und Kollegen stellen sich vor oder präsentieren ihr Lieblingsprodukt

Durch solche Maßnahmen schaffst Du eine Verbindung zu Deiner Community und erhöhst die Wiedererkennbarkeit Deiner Salonmarke.

#### Spare Zeit und Mühe

Social Media kann sehr zeitaufwendig sein. Besonders, wenn Du jedes Mal von Grund auf neue Inhalte erstellst. Das vermeidest Du mit einer Content-Strategie, denn Du greifst auf bewährte Formate zurück. Also solche, die bereits bei Deiner Zielgruppe gut angekommen sind. Die gesparte Zeit kannst Du effektiver für andere Aufgaben nutzen.



### 3) Fünf Schritte zu einer erfolgreichen Content-Strategie!

**1. Definiere Deine Community:** Noch bevor Du über Content nachdenkst, ist es wichtig, Deine Zielgruppe (Deine Community) genau zu kennen. Wer sind Deine Wunschkunden? Welche Probleme haben sie und wie kannst Du ihnen helfen? Auf Basis der Antworten kannst Du Inhalte erstellen, die auf die Bedürfnisse Deiner Zielgruppe zugeschnitten sind.

**2. Die richtigen Social-Media-Kanäle:** Instagram, Facebook, Pinterest oder vielleicht sogar TikTok? Wähle die Kanäle aus, die am besten zu Dir, Deinem Business und Deiner Zielgruppe passen. Nicht jeder Social-Media-Kanal ist für jeden Friseur geeignet. Finde heraus, auf welchen Plattformen Deine Zielgruppe am aktivsten ist und konzentriere Dich darauf.

**3. Plane im Voraus:** Ein Redaktionsplan ist der Schlüssel zu einer effektiven Content-Strategie. Lege Themen, Formate und Veröffentlichungszeiten in einem Kalender fest. So behältst Du den Überblick und kannst Deine Beiträge strategisch organisieren.

**4. Kreiere abwechslungsreiche Inhalte:** Teile nicht nur Frisurenbilder, sondern auch Tutorials, Tipps zur Haarpflege, Kundenbewertungen oder lustige Salon-Momente. Sei kreativ und experimentiere mit verschiedenen Formaten, um das Interesse Deiner Zielgruppe zu wecken und Deine Follower nicht zu langweilen.

**5. Analyse und Optimierung:** Eine erfolgreiche Content-Strategie erfordert ständige Anpassungen. Beobachte die Interaktionen, Kommentare und Follower-Zahlen auf Deinen Social-Media-Kanälen und reagiere. Analysiere, welche Inhalte funktionieren und welche nicht. Nutze diese Erkenntnisse, um Deine Strategie kontinuierlich zu verbessern und Deinen Erfolg zu steigern.

#### Steigere Deine Online-Präsenz, beeindrucke Deine Zielgruppe und rocke die Social-Media-Welt

Wenn Du auf Social Media erfolgreich sein willst, ist eine gut durchdachte Content-Strategie ein absolutes Must-have. Sie ermöglicht Dir, Deine Marke zu stärken, Deine Kunden zu begeistern und neue potenzielle Kunden anzuziehen. Du wirst erstaunt sein, wie viel einfacher und zeitsparender es ist, wenn Du einen klaren Plan hast. Also leg los!

Bevor Annemarie ihre Karriere jenseits des Friseurstuhls startete, war die Friseurmeisterin als Salonleitung und Fachtrainerin erfolgreich. Heute berät sie Friseurunternehmen in den Themen Business und Marketing. Die Bloggerin, Podcasterin und Mutter einer kleinen Tochter begeistert als „Schoensein Blog“ ihre Community auf Social-Media.



[www.schoensein.blog](http://www.schoensein.blog)



@schoensein\_blog

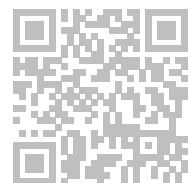
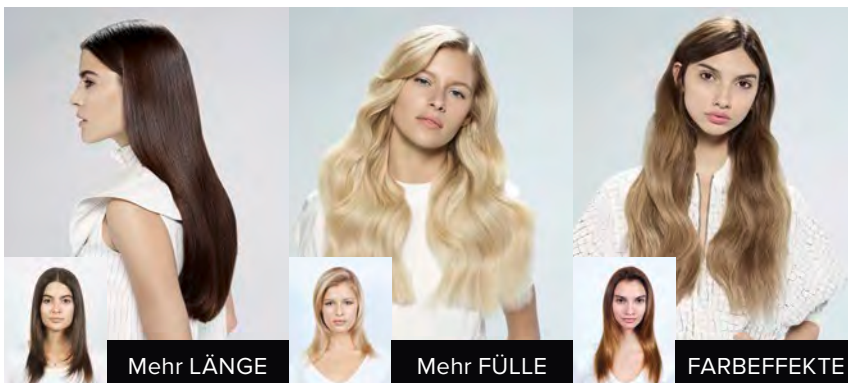
# TRAUMHAAR DANK FLAUNT

Wie Magie – so scheint es, wenn aus wenig Haaren eine voluminöse, lange Haarpracht wird. Doch dafür braucht es gar kein Wunder mehr. Die hochwertigen Tape Extensions von Paul Mitchell machen es möglich! Flaunt gibt Dir Spielraum, um neue Dienstleistungen anzubieten und Traumfrisuren zu kreieren. Einfach und schnell in der Applikation und mit maximalem Tragekomfort für Deine Kundinnen.

## Die Flaunt-Vorteile auf einen Blick:

- 25 Nuancen, inklusive Ombré Extensions, für kreative Farbverläufe
- Zwei Varianten – Standard und Deluxe – in 100 % Echthaar & Remi-Qualität
- Schonend und präzise: Das Eigenhaar wird zwischen den 3 cm schmalen Tape Tabs nahezu unsichtbar fixiert
- Langlebig und wiederverwendbar: Die Tape Extensions können bis zu dreimal hochgesetzt und jeweils 6 – 8 Wochen getragen werden

Wusstest Du schon?  
Remi ist Französisch und heißt „sortiert, geordnet“. Das ergibt mächtig Sinn, denn für unsere Tapes in Remi-Qualität wird Echthaar verwendet, das seine natürliche Struktur behält. Alle Schuppen zeigen in die gleiche Richtung. Das Ergebnis ist seidiges, glänzendes Haar, eine bessere Haltbarkeit der Tapes, weniger Verwicklungen und ein natürliches Aussehen.



Wenn Du Flaunt noch nicht kennst, sprich Deinen Außendienst an oder schreib uns: [wild-beauty.de/flaunt](http://wild-beauty.de/flaunt)

# Wie kommt es an?

Viel besser über Flaunt kann aber Michael Kleinheinz berichten. Er ist einer unserer „Flaunt-Botschafter“ und liebt die Arbeit mit den Extensions.

„Meine Begeisterung für Haarverlängerung und -verdichtung habe ich schon 2013 entdeckt. Ich konnte zehn Jahre Erfahrungen sammeln. Qualität und das Preis-Leistungs-Verhältnis sind mir sehr wichtig, denn nicht nur ich muss gut mit den Extensions arbeiten können. Auch für meine Kundinnen muss es passen. Schließlich zahlen sie viel Geld für die Dienstleistung.

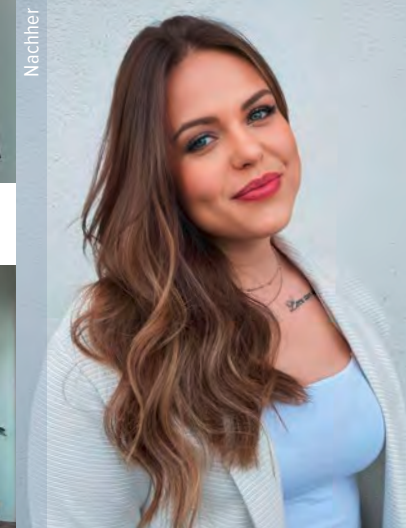
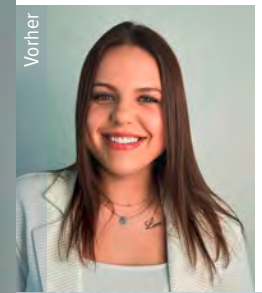
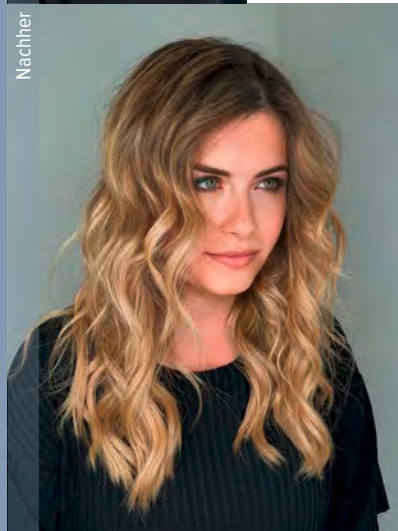
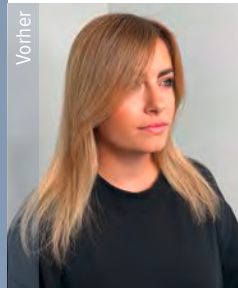
Wir arbeiten im Salon schon länger mit Paul Mitchell-Produkten und Haarfarben. Als ich erfuhr, dass Paul Mitchell auch Extensions anbieten wird, hat das meine Begeisterung für diesen Service neu entfacht. Die Qualität wie auch die Verarbeitung der Extensions haben meine Erwartungen übertroffen: super langanhaltende, weiche Struktur der Remi-Echthaare, kein Verrutschen und Verkleben der Verbindungsstellen und das Ein- und Hochsetzen ist im Handumdrehen erledigt. Easy-going beschreibt es wohl am besten!

Das Feedback unserer Kundinnen ist durchweg positiv. Stylings halten lange, die Extensions haben eine kurze Trocknungszeit und sie verfilzen nicht, eine Angst von vielen Extensions-Kundinnen. Natürlich ist die Langlebigkeit von Extensions auch immer eine Frage der Pflege. Diesbezüglich gebe ich unseren Kundinnen immer eine genaue Anleitung an die Hand, in den Flaunt-Broschüren sind die Dos & Don'ts auch sehr gut aufbereitet. Kolleginnen und Kollegen, die noch nie mit Flaunt gearbeitet haben, kann ich sagen: Das Setzen von Tape Extensions will geübt sein, doch wenn man erst mal fit ist, macht eine Typveränderung in Windeseile irre viel Spaß.“



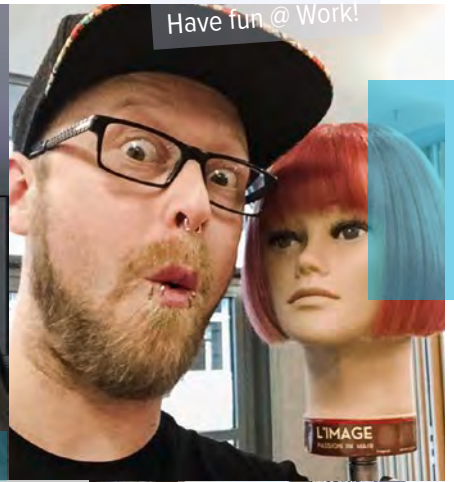
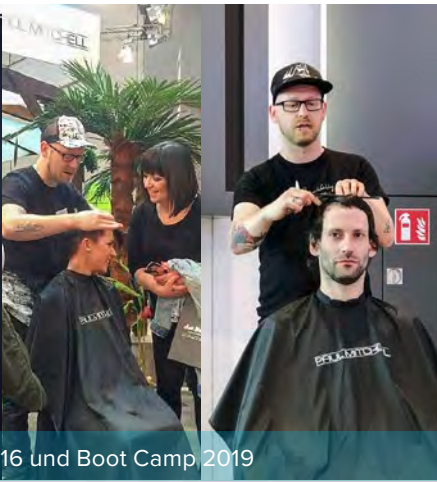
Michaels Insta: @meeka.me

Michaels Salon: Haargenau, Unterlangerstraße 21, 4912 Neuhoft im Innkreis. Michael ist Spezialist für Langhaar, Blond und Extensions. Auf Instagram postet er regelmäßig seine Arbeiten und begeistert mit wunderschönen Frisuren. Social Media nutzt Michael nicht nur, um sich und seine Arbeit zu präsentieren, er findet auch neue Kundinnen dank der gezielten „Eigenwerbung“. Nach seinem Motto gefragt, hat er zwei Antworten: „Peace, Love & Happiness, was sonst? 😊 Aber mein Lebensmotto wäre ebenfalls ‚We rise by lifting others‘. Deshalb war es schon immer mein Wunsch, Trainer zu werden, um so mein Wissen und meine Erfahrungen mit tollen Berufskollegen teilen zu können.“





Litauen, Top Hair Messe 2016 und Boot Camp 2019



2010 auf der Top Hair Bühne und mit Angus Mitchell



In-Salon-Schulungen



Modellautorennen in Bautzen



DANKESCHÖN FÜR ALLES





# Chris Vegas

**80 : 20**, das ist die Formel meines Lebens. 80% meiner Arbeitszeit bin ich draußen unterwegs, um Friseure im Salon zu schulen. 20% fallen auf Aufgaben rund um Seminare in unserer Akademie in Seeheim, Homeoffice und Bürokratie.

80:20 hat auch schon mein Opa geraten, wenn es um die Verteilung von Small Talk zu Business Talk ging. Er war Banker an der Frankfurter Börse, weiter weg von unserem Beruf geht eigentlich nicht. Doch auch er sagte, dass der zwischenmenschliche Teil, der, in dem wir fragen, wie es den Kindern geht, zum Verkaufen dazu gehört. Aber nur zu 20%. Der Rest ist Beratung, Verkauf und schließlich Umsatz. Denn wie sie Geld verdienen – das möchte ich meinen Friseurkollegen unbedingt beibringen.

Um ein guter, vollkommener Friseur zu sein, lernst Du bis zur Rente. Du bist Profisportler, kennst aber Deine Defizite. Ich bewundere die Friseure, die ich auf meinen Schulungen treffe. Wir Fachtrainer leben in einem anderen Spektrum. Friseure haben echte Kunden mit Sorgen, Nöten, Geschichten. Meinen Kindern würde ich das Handwerk definitiv empfehlen. Friseur ist einer der schönsten Berufe der Welt: sozial, kreativ, umfangreich. Und wer es richtig anstellt, kann gutes Geld verdienen.

Meine Energiequellen unterteile ich beruflich und privat. Im Job lässt sich die Frage einfach beantworten: Ich liebe meine Arbeit! Ich habe einfach Spaß daran, Kollegen zu treffen, mich mit deren Anliegen auseinanderzusetzen. Das ist mein Helfersyndrom. Jeder Friseur, jeder Salon ist einzigartig, jeder Tag ist spannend und überall treffe ich tolle Menschen. Da ist es auch egal, wenn ich um drei Uhr nachts aufstehe und fünf Stunden mit dem Auto zu meinem nächsten Einsatz fahre.

Privat kann ich auch mal den ganzen Tag auf der Couch liegen. Ich liebe es, Zeit mit der Familie zu verbringen. Dann werfe ich den Grill an und wir lassen es uns gut gehen. Es kann auch vorkommen, dass meine Frau mich zu meinem Hobby „schickt“. Sie fragt dann: Willst Du nicht mal wieder auf die Rennbahn? Dann weiß ich, dass ich ihr auf die Nerven gehe. 😊 Ich bin begeisterter Modellsportler. Ich habe Modellautos, die ich selbst zusammenbaue und mit denen ich Rennen fahre. Das sind keine Miniatur-Modelle, die können schon mal 3,5 kg wiegen und sind in der Regel 30 x 60 cm groß. Ich bin meist einmal im Monat auf der Rennstrecke. Unter der Woche, wenn ich beruflich unterwegs bin, kümmert sich meine Frau um alles – da kann und will ich nicht zusätzlich jedes Wochenende weg sein.

Chris über Chris:  
Ich bin Unternehmensberater für den Friseur am Stuhl. Mit meinem Blick von außen identifiziere ich Defizite und versuche einen angstfreien Raum zu schaffen, um Lösungen zu finden. Klar, die Friseure können vor mir auch schon Haare schneiden, aber am Ende des Tages gibt es überall Optimierungspotenzial. Das auszuschöpfen, dafür bin ich da.

# PAUL MITCHELL HAVE FUN @ WORK

Okay, okay, wir haben verstanden: eine gute Work-Life-Balance ist wichtig, um bei Laune zu bleiben. Bei uns gehört der Spaß bei der Arbeit zur Grundausrüstung. Um dem noch eine Schippe draufzusetzen, gibt es Events, die dieses besondere Paul Mitchell-Feeling vermitteln.

Vorarlberg, Hamburg, Seeheim – wir haben drei Beispiele, wie Fun at Work gelebt wird.



## New Talent Hairshow Österreich

Die Zukunft des Friseurhandwerks steht seit Jahren auf wackligen Beinen – und diese Beine werden immer dünner. 2018 gab es noch über 10.000 Auszubildende, rund fünf Jahre später liegt die Zahl bei knapp 6.500. Wie wird der Friseurberuf wieder cool und attraktiv? In Österreich hat ein Team aus Innungsmitgliedern, Friseuren und Außendienstlern deshalb ein neues Konzept für Auszubildende realisiert: die New Talent Hairshow. Mit dabei waren Michelle Barnes und Lisa Bedrava als Mentorinnen für den österreichischen Nachwuchs. Der großen Show gingen einige Termine voraus, bei denen sich die 25 neugierigen Talents vorbereiten konnten. Der Nachwuchs war dadurch super vorbereitet, strukturiert und sprühte vor Ideen und Tatendrang. „Ich weiß nicht, wann ich zuletzt eine solche Atmosphäre erlebt habe“, sagt Alexander Brendel. *Außendienst Österreich*





## Hair Camp Hamburg

Friseure aus ganz Deutschland und Österreich reisten nach Hamburg, um einen Tag lang Inspiration und Kreativität zu erleben. Jeder Stylist durchlief fünf Klassen à einer Stunde und lernte Neues über Cut, Blond & Bond Rx, Flaunt Tape Extensions, Hochstecktechniken und Salonbusiness. Eingeladen hatten Gebietsleiter Arne Beyer und sein Team von Paul Mitchell Nord. Nach fünf Stunden geballtem Input feierten die Gäste, Trainer und Organisatoren gemeinsam auf der Dachterrasse des "Hamburger Ding". Bei Gegrilltem und kühlen Drinks herrschte eine ausgelassene Stimmung, die den Tag perfekt abrundete. "Wenn Du es Dir vorstellen kannst, kannst Du es auch umsetzen! Vielen Dank an über 100 Teilnehmer (...). Have fun at work meets Education is the Key!" *Arne Beyer*



## Look & Learn und Jubiläum Silke Bärenwald

Es heißt, Erfahrung macht den Meister. Silke Bärenwald kann ein viertel Jahrhundert Erfahrung als „Wild Beauty“ vorweisen. Sie ist ein echtes Urgestein, kennt die Anfänge von Reinhold Wild als Paul Mitchell-Distribution, sah das Unternehmen wachsen und wuchs selbst mit. Gemeinsam mit ihrem Team – Alexander Kazda und Sabine Höschele – feierte Silke in der Seeheimer Zentrale ihr Firmenjubiläum. Bevor am Abend gemeinsam angestoßen wurde, lud das Team ihre Kunden zu einem Look & Learn-Seminar ein: Bianca Konetzke und Nina Adendorf (Pia Bianca, Koblenz), Chiara Manfellotto (CM 1 Friseur, Lich) und Fachtrainerin Maria Müller schulten die neuen Trends, Techniken und Produkte. Nach getaner Arbeit wurde dann bis spät in die Nacht gefeiert.

*Wir sagen herzlichen Glückwunsch liebe Silke und auf die nächsten 25 Jahre!*



Alex Kazda, Silke Bärenwald, Sabine Höschele





# DIE YOURS TRULY HAARANALYSE

## Der nächste Schritt zu hyperpersonalisierter Haarpflege

Schluss mit Annahmen, los geht's mit sicheren Ergebnissen! Die wissenschaftliche Analyse in der Yours Truly Manufaktur macht sichtbar, was bisher verborgen blieb. Persönliche Angaben sind wertvoll, doch die Auswertung des Haares Deiner Kunden zeigt die objektiven Haargegebenheiten.

DIE YOURS TRULY HAARANALYSE



# DEIN HAAR IST ZU INDIVIDUELL FÜR STANDARDS.

## WARUM EINE HAARANALYSE?

Durch die Haaranalyse können wir Haarprobleme identifizieren und helfen, sie schließlich zu lösen. Wir können sogar Probleme erkennen, die bisher noch nicht aufgetreten sind, z. B. die Veranlagung zu Haarausfall oder eine angegriffene Schuppenschicht, die Frizz nach sich ziehen wird. Für Haarpflege, die noch nie so gut gepasst hat.

## HAARANALYSE – GANZ EINFACH:

Ob bei Dir im Erlebnissalon oder zuhause: Der Kunde kann die Haaranalyse auf beiden Wegen in Anspruch nehmen. Im Salon unterstützt Du beim Ausfüllen des Fragebogens, nimmst die Haarprobe und kümmerst Dich um die Rücksendung des Hair Kits ans Yours Truly Labor. Zuhause macht der Kunde alles online und bekommt von uns ein vorfrankiertes Hair Kit zugeschickt.

Im Labor wird das Haar analysiert, um die perfekte Haarpflege zu kreieren.

## WAS PASSIERT IN DER YOURS TRULY MANUFAKTUR?

Die Haarprobe wird gereinigt und für die wissenschaftliche Analyse vorbereitet. Anschließend wird die Produktrezeptur entsprechend erstellt. Der Kunde erhält seine Produkte und einen bebilderten Hair Report sowie zusätzliche Pflege-, Anwendungs- und Stylingtipps. Besser geht's nicht.



## Talentschmiede:

In der Talentschmiede lernst Du alles, um effektiver und zeitsparender im Salon zu arbeiten! Ob Grundlagen erlernen oder Kenntnisse auffrischen: Wir schulen die Basistechniken in Cut, Color & Styling. Wir erklären Dir, wie Du vom Farbkreis zur fertigen Rezeptur gelangst. Hilfreiches Wissen, um Kundenwünsche anhand von Fotos besser umsetzen zu können. Gleichzeitig schulen wir Dich zum Paul Mitchell®-Sortiment, damit Du bessere Pflege- und Stylingergebnisse erzielst und Deine Beratungskompetenz optimierst.

Sprich uns an für Tipps zur Übernachtung!

28.08.–01.09.

## Paul Mitchell Flaunt:

Schöne Haare sind Deine Leidenschaft. Mit den Flaunt Tape Extensions bieten wir Dir mehr Spielraum, um Traumfrisuren zu kreieren. Hochwertig in der Qualität, einfach und schnell in der Applikation. Mit maximalem Tragekomfort für Deine Kundinnen. Unser Flaunt-Seminar ermöglicht Dir, Deine Fähigkeiten zu erweitern und Deine Service-Umsätze zu steigern.

Du lernst nicht nur, wie Du Tape Extensions applizierst, wir lehren auch die Folgeservices – das schonende Entfernen und neue Einsetzen der Strähnen und welche Tipps Du Deinen Kundinnen mitgeben solltest.

24.09.

## Six Economies:

Erfolgreiches Salonmanagement: das sind unsere Six Economies. In diesem Business-Seminar kannst Du Deine Fähigkeiten im Salonmanagement verbessern und erfolgreiche Strategien für die moderne Beauty-Branche lernen. Wir befassen uns mit sechs Schlüsselbereichen:

1. Empfang: Kundenservice und Terminplanung
2. Styling: Trends und Techniken für Styling und Pflege
3. Wash House: Verwöhnprogramm für Kunden
4. Color Bar: Hochwertige Farbberatung und -anwendung
5. Take Home: Produktplatzierung und Verkaufstechniken
6. Der Digitale Salon: Online-Tools und soziale Medien

02.10.

## So bleibst Du informiert:

In der „Digitalen Akademie“ findest Du spannende Videos mit echtem Mehrwert für Dich:

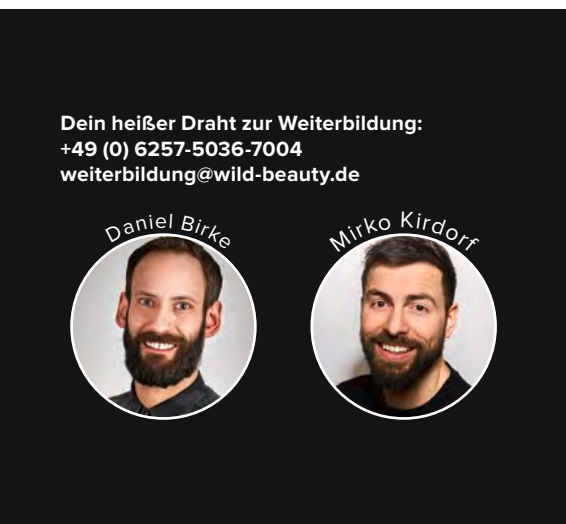
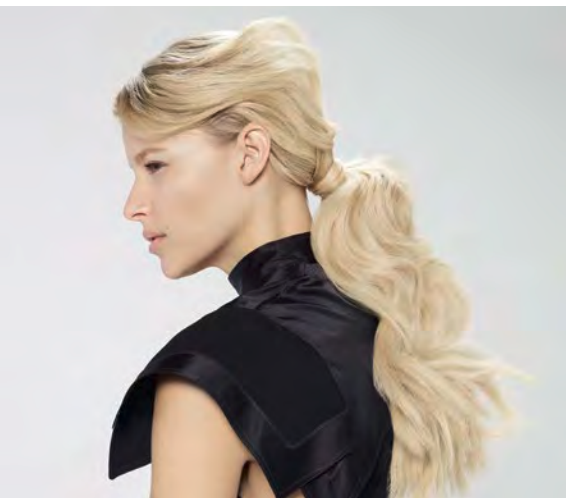
[www.youtube.com/paulmitchellde/](http://www.youtube.com/paulmitchellde/)



Auf unserer Akademie-Webseite buchst Du tagesaktuell Deine Seminare.  
[www.wb-akademie.de](http://www.wb-akademie.de)



Die Akademie-Broschüre kannst Du bei Deiner nächsten Warenlieferung mitbestellen.  
Art.Nr. 601153



Dein heißer Draht zur Weiterbildung:  
+49 (0) 6257-5036-7004  
weiterbildung@wild-beauty.de



Daniel Birke



Mirko Kirdorf

## ANSPRECHPARTNER

# Für Dich da



### Geschäftsführung

**Noah Wild**

+49 (0) 6257-5036-7201  
noah.wild@wild-beauty.de

### Geschäftsführung

**Mira Wild**

+49 (0) 6257-5036-7331  
mira.wild@wild-beauty.de



### Kundenservice

**Steve Zeiger**


+49 (0) 6257-5036-7211  
steve.zeiger@wild-beauty.de

### Kommunikation

**Julian Wendt**

+49 (0) 6257-5036-7235  
julian.wendt@wild-beauty.de





**NEU:** Platinum Plus  
Shampoo mit höherer  
Violett-Pigmentierung  
für Anti-Gelbstich.

VERY VIOLET:

das neue **Platinum Plus**.  
Ab 11. SEPTEMBER erhältlich.  
Mehr in der What's New  
oder über Deinen Außendienst.

FOLGE UNS



INSTAGRAM

@PaulMitchellDE  
@HaarAkademie



YOUTUBE

/PaulMitchellDE



FACEBOOK

/PaulMitchellHairCareDE

WILD BEAUTY

Breslauer Straße 20 · 64342 Seeheim-Jugenheim  
Infoline DE 0800-3266633 · Infoline AT 0800-366663  
info@wild-beauty.de · www.wild-beauty.de