

Lernfeld 1 In Ausbildung und Beruf orientieren

Sie erkunden den Betrieb, beschreiben das Berufsbild und setzen sich mit den an Sie gestellten Anforderungen auseinander.

Sicher haben Sie sich sehr gefreut, als Ihre Bewerbung angenommen wurde und Sie in Ihrem Ausbildungssalon Probe arbeiten konnten. Dabei gingen Ihnen bestimmt viele Fragen durch den Kopf, die Sie nach und nach beantworten konnten.



Informieren

- Welche Informationen möchte ich bekommen?
- Was sollte ich über den Salon wissen?
- Was möchte ich über meine zukünftigen Kolleginnen wissen?
- Welche Aufgaben werde ich haben?
- Welche Anforderungen stellt man an mich?
- Welche Gefahren gibt es in meinem Berufsalltag?



Planen

- Welche Fragen stelle ich?
- Wer kann mir helfen?
- Was muss ich fragen?
- Welche Fragen stelle ich besser nicht?
- Wen frage ich was?



Entscheiden

- Ich recherchiere im Internet und informiere mich über den Friseurberuf.
- Ich erstelle eine Liste mit allen Fragen, die mich interessieren.
- Ich entscheide mich, meiner Ausbilderin/meinem Ausbilder Fragen zu meinen Aufgaben zu stellen.
- Ich entscheide mich, die Ausbilderin oder den Ausbilder zu fragen, ob mir die Auszubildende/der Auszubildende aus dem zweiten Lehrjahr den Salon zeigen darf.

Bewerten

- Habe ich mich für die richtigen Ansprechpartner entschieden?
- Sollte ich zukünftig andere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter um Informationen bitten?
- Ist die Ausbilderin/der Ausbilder mit meinem Vorgehen zufrieden?
- Habe ich mich gut dargestellt?



Kontrollieren

- Habe ich mit meinen Fragen alles Wichtige über meinen zukünftigen Arbeitsplatz erfahren können?
- Finde ich mich an meinem zukünftigen Arbeitsplatz jetzt zurecht?
- Weiß ich, welche Aufgaben ich zukünftig habe?
- Muss ich nochmals nachfragen?



Ausführen

- Ich spreche die Auszubildende/den Auszubildenden an.
- Ich lasse mich durch die Räume führen.
- Ich bitte die Ausbilderin oder den Ausbilder, mir meine zukünftigen Aufgaben zu nennen und zu erklären.



1.4 Datenschutz und Datensicherheit

Die Verwendung Ihrer Daten ist zustimmungspflichtig. Auch die Berufsschule muss Ihre Zustimmung einholen, wenn es um die Verwendung Ihrer Daten z.B. auf der Homepage oder in der Schulzeitung geht.



Europäisches Parlament

Grundlage hierfür ist die europäische **Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO)**. Erstmals wird europaweit einheitlich geregelt, wie Unternehmen mit personenbezogenen Daten umgehen dürfen.

Die Unternehmen müssen ihren Kundinnen und Kunden gegenüber sehr genau und verständlich darlegen, was mit ihren Daten geschieht und zu welchen Zwecken die Daten verarbeitet werden.

In diesem Zusammenhang sind zwei Begriffe sehr wichtig:

Zweckbindung bedeutet, dass die Daten nur zu einem vorher festgelegten Zweck verwendet werden dürfen. Wenn Sie also im Internet ein Föhn kaufen, so wird Ihre Adresse für den Versand benötigt. Der Händler darf Ihre Adresse aber nicht weitergeben.

Das Prinzip der **Datenminimierung** bedeutet, dass nur die Daten erfasst werden dürfen, die benötigt werden. Wenn also für den Versand des Föhns eine Telefonnummer nicht notwendig ist, darf diese nicht abgefragt werden.

Sie als Endverbraucher müssen sich nicht um den Schutz Ihrer Daten kümmern. Das bedeutet, dass das Unternehmen sich bereits im Vorfeld Ihre Einwilligung zur Verarbeitung Ihrer Daten einholen muss und Ihnen auch erklären muss, wie und warum Ihre Daten gespeichert werden.

Auch kleinere Unternehmen, wie z.B. Friseursalons müssen die Vorgaben der Datenschutz-Grundverordnung umsetzen. Dazu ist es z.B. notwendig, sich zu überlegen, wann und in welchem Rahmen personenbezogene Daten benötigt werden und wie sie gespeichert werden. Wenn persönliche Daten für das Zustandekommen eines Vertrages benötigt werden, dürfen sie gespeichert werden. Benötigt eine Friseurin oder ein Friseur die Daten seiner Kunden für die Kundenkartei, so muss sie/er die schriftliche Einverständniserklärung bei ihnen einholen.

Aufgabe

Informieren Sie sich auf der Seite „Deine Daten, Deine Rechte“ der Digitalen Gesellschaft e. V. über Ihre Rechte im Rahmen der DSGVO. Auf der Seite <https://deinedatendeinerechte.de/> finden Sie alle wichtigen Informationen rund um das Thema Datenschutz.

1.5 Ihre Rolle im Team

Je nach Betriebsgröße ist das Team im Friseursalon unterschiedlich groß. In kleinen Betrieben übernimmt ein Mitarbeiter häufig mehrere Funktionen. In jedem Betrieb arbeitet mindestens eine **Meisterin/ein Meister**. Sie/er ist oft gleichzeitig **Betriebsinhaber/-in** oder Salonleiter/-in und als **Ausbilder/-in** für Sie verantwortlich. Zum Team gehören neben den **Auszubildenden** auch **Gesellinnen und Gesellen** und **Praktikant/-innen**. In manchen Salons gibt es **Spezialisten** für Kosmetik, Nagel oder Farbe.

1.5.1 Anforderungen im Beruf

Fachkenntnisse und handwerkliche Fertigkeiten, gestalterische Fähigkeiten sowie Kompetenzen in Beratung und Verkauf sind Grundvoraussetzungen im Friseurberuf. Neben diesen **Fachkompetenzen** werden vor allem **persönliche** (z.B. Selbstständigkeit, Kritikfähigkeit) und **soziale** (z.B. Teamfähigkeit) **Kompetenzen** vorausgesetzt.



Friseurin bei der Arbeit

Das erwarten andere von Ihnen

Kund/-innen wünschen sich neben der Fachkompetenz höfliche Umgangsformen, Einfühlungsvermögen, Menschenkenntnis, Aufgeschlossenheit und einen Beitrag zur Steigerung ihres Selbstwertgefühls von Ihnen – also Sozialkompetenzen. Wichtig ist aber auch Ihre **kommunikative Kompetenz**, also die Fähigkeit, kommunikative Situationen (Gespräche) zu verstehen und auszugestalten.

Ihren **Kolleg/-innen** ist es wichtig, dass Sie im Team arbeiten können, hilfsbereit sind (Sozialkompetenzen), kritikfähig sind und pünktlich und gewissenhaft Ihre Aufgaben erledigen (persönliche Kompetenzen). Ihre **Chefin** erwartet an persönlichen und sozialen Kompetenzen vor allem Kommunikationsfähigkeit, Aufgeschlossenheit, höfliche Umgangsformen, Verschwiegenheit, Teamarbeit und Kritikfähigkeit von Ihnen.

→ vgl. Lernfeld 2, S. 65 ff.

Lernkompetenz ist die Bereitschaft und Fähigkeit zum selbstständigen Lernen, also neue Dinge aufzunehmen und anzuwenden, sich Informationen zu beschaffen, Strategien zu entwickeln und einzusetzen (z.B. Lerntechniken). In der Berufswelt wird vom „**lebenslangen Lernen**“ gesprochen. Auch nach der Ausbildung sollten Sie sich ständig weiterbilden, z.B. neue Techniken lernen, um aktuell zu sein – und erfolgreich.

Methodenkompetenz ist die Fähigkeit, eine komplexe Aufgabe selbstständig, zielgerichtet und logisch zu lösen sowie das Ergebnis kritisch zu reflektieren. Diese Kompetenz benötigen Sie, wenn Sie eine Kundin bedienen, aber auch in der Abschlussprüfung.

1.5.2 Mobbing

Leider passiert es immer wieder, dass man mit einigen Kolleginnen und Kollegen – oder Mitschülerinnen und Mitschülern – nicht klarkommt und das Gefühl hat, dass man ständig schikaniert wird.

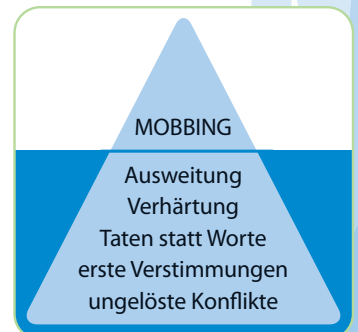
Mobbing ist ein Begriff, der aus dem Englischen übernommen wurde. Er wird verwendet, wenn z.B. eine Kollegin ständig Gerüchte über Sie in die Welt setzt, Sie schikaniert, völlig meidet oder immer Ihre Arbeit kritisiert. Das hat Auswirkungen auf das Arbeitsklima und auf die Freude an der Arbeit.

Wie macht sich Mobbing bemerkbar?

Typische Anzeichen sind z.B., wenn Sie auf einmal von Kolleginnen und Kollegen nicht mehr begrüßt werden oder wenn Gespräche verstummen, sobald Sie in die Nähe kommen. Wichtige Informationen werden Ihnen vorenthalten, so dass Sie über betriebliche Abläufe nicht richtig informiert sind.

Was können Sie tun?

Der erste Schritt sollte sein, die betreffende Person direkt auf ihr Verhalten anzusprechen. Fragen Sie nach Gründen und fordern Sie ehrliche Antworten. Suchen Sie sich Verbündete. Wichtig ist, dass Sie das Mobbing beweisen können. Schreiben Sie auf, was passiert. Sammeln Sie Beweise. Machen Sie ggf. von Ihrem Beschwerderecht Gebrauch und sprechen Sie Ihre Chefin auf die Vorfälle an.



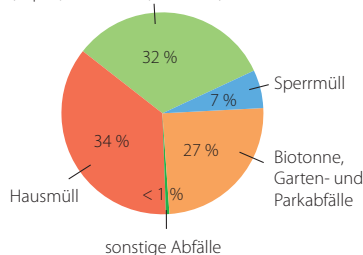
Mobbing als Spitze des Eisbergs

www.mobbing.net
www.palverlag.de/Mobbing.html
www.mobbing-web.de

Aufkommen an Haushaltsabfällen je Einwohner

Im Jahr 2020 entsorgte jeder Einwohner Deutschlands durchschnittlich 476 Kilogramm Haushaltsabfälle, davon

getrennt gesammelte Wertstoffe
(Papier, Kunststoffe, Glas u. a.)



Quelle: Statistisches Bundesamt



Blauer Engel



Tubenquetscher

Auch ein Betriebsrat ist ein geeigneter Ansprechpartner, der gezielt gegen das Mobbing vorgehen kann. Rechtlich gesehen ist Mobbing eine Straftat, gegen die man klagen kann. Das ist jedoch schwierig, da oft Aussage gegen Aussage steht. Häufig lässt sich betriebsintern eine Lösung finden.

1.6 Umweltschonendes Arbeiten im Friseursalon

Bestimmt haben Sie in den Medien davon gehört, dass unsere Welt durch die Erwärmung des Klimas und durch Abfälle gefährdet ist. Denken Sie bei Ihrer täglichen Arbeit an die Umwelt. Gerade in Berufen, in denen mit chemischen Stoffen gearbeitet wird, ist umweltbewusstes und nachhaltiges Handeln wichtig. Sie verringern die Umweltbelastung, indem Sie richtig einkaufen, Abfälle trennen, richtig entsorgen und wasser- und energiesparend arbeiten. **Nachhaltiges Handeln** bedeutet, bei allem was man tut, an zukünftige Generationen zu denken.

1.6.1 Umweltbewusster Einkauf und Abfallentsorgung

Verbrauchsgüter (→ vgl. S. 15) stellen im Friseursalon eine Belastung für die Umwelt dar. Deswegen ist es wichtig, bereits beim Produkteinkauf über umweltschonende Alternativen nachzudenken und möglichst auf Verpackungen zu verzichten. So sind z. B. Produkte mit dem **Blauen Engel** besonders umweltfreundlich in Herstellung, Gebrauch und Entsorgung und frei von schädlichen Inhaltsstoffen. Sie schützen also auch die eigene Gesundheit, weil sie weniger Schadstoffe enthalten und CO₂, das zur Erderwärmung beiträgt.

Manche Abfälle lassen sich nicht vermeiden. Dann ist es wichtig, den Müll korrekt zu entsorgen. Hier gibt es einige Grundregeln, die leicht anzuwenden sind und dabei helfen, die Müllmengen zu verringern.

Viele Rohstoffe können wiederverwendet (recycelt) werden. Das bedeutet, dass Material aus Abfällen aufbereitet und weiterverwertet wird. In Deutschland hat sich ein gut funktionierendes **Recyclingsystem** für Verpackungen entwickelt.

Wenden Sie folgende Regeln zur Mülltrennung an:

- Leere Glasbehälter kommen farblich sortiert in den Altglascontainer.
- Haare gehören in den Biomüll, da sie kompostiert werden können.
- Spraydosen dürfen nur vollständig entleert in der gelben Tonne entsorgt werden. Wenn sie noch Restmengen enthalten, müssen sie als Sondermüll entsorgt werden.

Auch Sie können Ihren **Beitrag zum Umweltschutz** leisten – privat und im Salon:

- Verwenden Sie biologisch abbaubare Reinigungsmittel und Werkstoffe.
- Vermeiden Sie Kunststoffverpackungen, wählen Sie Nachfüllverpackungen oder unverpackte Produkte.
- Kaufen Sie Produkte ohne Mikroplastik.
- Mischen Sie nur so viel Farbe, Wellflüssigkeit oder Blondierung an wie nötig. Entsorgen Sie Restmengen als Sondermüll.
- Überzeugen Sie Kund/-innen von Nachfüllsystemen (auch zwecks Kundenbindung!).
- Dosieren Sie die Präparate nach Gebrauchsanweisung (nicht überdosieren!).
- Entleeren Sie Flaschen oder Tuben vollständig, z. B. mit einem **Tubenquetscher**.
- Verwenden Sie Pumphaarsprays. Sie kommen ohne umweltbelastende Treibgase aus und sind oft als Nachfüllsystem erhältlich.

Aufgaben

- 1 Überlegen Sie weitere Möglichkeiten, wie Sie privat oder im Salon die Umwelt entlasten können.
- 2 Informieren Sie sich über das Recyclingsystem in Ihrem Ausbildungsbetrieb. Können Sie alle Verpackungen richtig entsorgen?

1.6.2 Energie- und Wassereinsparung

Energie wird im Friseursalon jeden Tag benötigt:

- zur Wärmeerzeugung (Heizung, Warmwasser)
- zur Lichterzeugung
- für den Betrieb von Geräten (Föhne, Hauben, Waschmaschine, Trockner)

Gleichzeitig sind die Energievorräte (Erdöl, Erdgas, Kohle) begrenzt und ihre Gewinnung belastet die Umwelt. Durch Energiesparmaßnahmen sollte der Energieverbrauch auf ein Minimum reduziert werden, um die zur Verfügung stehenden Ressourcen zu schonen und gleichzeitig den Schadstoffausstoß zu verringern. Je mehr Energie eingespart werden kann, umso geringer werden die Kosten für den Betrieb und die Umwelt wird geschont.

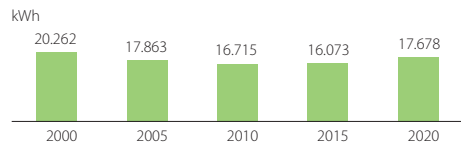
Was können Sie tun, um Energie und Wasser zu sparen? → vgl. Lernfeld 3, S. 110f.

- Um Wärme zu erzeugen, wird besonders viel Energie benötigt. **Warmwassereinsparung** bedeutet also gleichzeitig Energieeinsparung. Warmes Wasser sollte an den verschiedenen Stellen (Bedienungsplatz, Sanitärraum, Waschmaschine, Mixecke, Aufenthaltsraum) möglichst sparsam verwendet werden. Normal verschmutzte Handtücher werden auch bei 60°C und ohne Vorwäsche sauber. Das bedeutet eine Energieeinsparnis von 40% gegenüber einer Wäsche bei 95°C.
- Lassen Sie **Waschmaschine und Trockner** nur dann laufen, wenn sie voll sind.
- Verwenden Sie „**Energiesparhandtücher**“. Diese benötigen weniger Platz in der Maschine. Dadurch können Sie mehr Handtücher auf einmal waschen.
- Lassen Sie den **Wasserhahn** nicht länger als nötig laufen. Stellen Sie das Wasser während des Shampooierens oder während der Einwirkzeit von Präparaten ab.
- **Heizen** Sie nur mäßig und nicht bei geöffneten Fenstern. Stellen Sie Heizungen nicht durch Verkaufsstände u. Ä. zu, damit die warme Luft ungestört zirkulieren kann. Stoßlüften ist besser als ständig gekippte Fenster.
- Rüsten Sie ggf. auf **LED-Leuchtmittel** in Bereichen um, die zusätzlich beleuchtet werden, z.B. im Empfangs- oder Wartebereich oder in Verkaufsvitrinen.
- Moderne **Geräte** (auch Waschmaschinen, Trockner) benötigen weniger Energie als ältere Modelle. Sie machen außerdem bei der Kundschaft einen guten Eindruck.

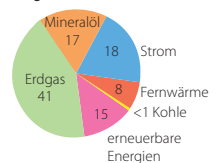
Aufgaben

- 1 Informieren Sie sich über folgende Themen:
a) Klimawandel b) Treibhauseffekt c) Ozonloch. Arbeiten Sie in Gruppen.
- 2 Halten Sie zu einem dieser Themen einen Kurzvortrag.

Energieverbrauch in Deutschland je Haushalt in Kilowattstunden:

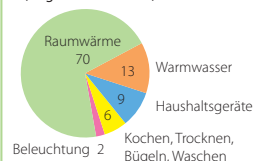


Energie aus
(Angaben in Prozent)



Quelle: Statistisches Bundesamt

Verbrauch für
(Angaben in Prozent)



→ **Energieverbrauchs-**
berechnungen siehe S. 50

2 Salonabläufe organisieren

Die Kundin braucht dringend einen Termin für einen Haarschnitt und Strähnen. Was müssen Sie bei der Terminvergabe bedenken?



2.1 Terminplanung

Die meisten Friseure arbeiten mit Terminen. Das verhindert lange **Wartezeiten** und fördert die Zufriedenheit der Kundschaft. Eine gute Terminplanung erleichtert das Arbeiten der Friseurin bzw. des Friseurs, weil sie bzw. er sich für die Kundinnen mehr Zeit nehmen kann, wenn die nächsten nicht schon warten. Die Kundinnen sollen nicht alle gleichzeitig kommen und **Leerzeiten** sollen möglichst vermieden werden. Diese Terminpläne können digital mithilfe einer Buchungssoftware oder als Buch geführt werden.

Fragen Sie die **Kundin** bei der Terminvereinbarung nach ihren Behandlungswünschen, ihrem Terminwunsch und von welcher Kollegin oder welchem Kollege sie bedient werden möchte. Bieten Sie zwei Alternativtermine an, möglichst zu Zeiten, in denen der Salon nicht so ausgelastet und eine schnelle Bedienung möglich ist.

Voraussetzung für eine effektive Terminvergabe ist eine möglichst genaue Einschätzung der **Behandlungsdauer**. In vielen Salons gibt es für die einzelnen Dienstleistungen festgelegte Zeiträume, die dafür einzuplanen sind. Bei Neukundinnen und Neukunden sollte genügend **Beratungszeit** eingeplant werden.

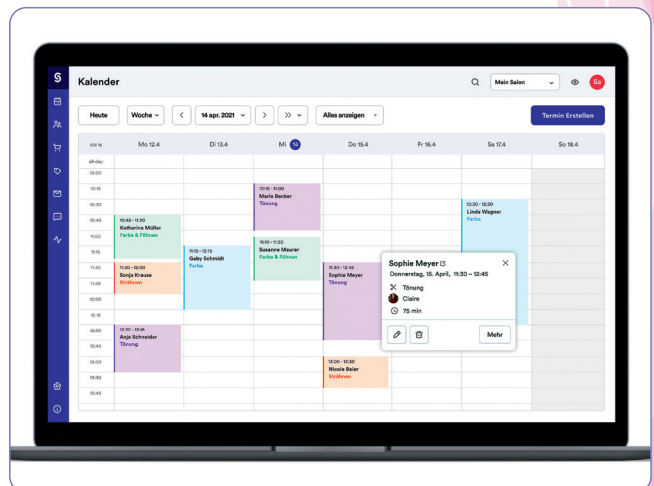
Bei einigen Salons können Kundinnen und Kunden die Termine **online** buchen. Dabei suchen sie ein freies Zeitfenster, geben die gewünschte Dienstleistung und den Wunschmitarbeiter an.

Solche digitalen Systeme können den Kundinnen und Kunden kurz vor dem Termin eine Erinnerung per E-Mail oder SMS schicken.

Kundschaft ohne Termin sollte ebenfalls bedient werden, das aber nicht zum Nachteil derer, die einen Termin haben. Deshalb ist eine Terminplanung sinnvoll, die **Pufferzeiten** vorsieht.

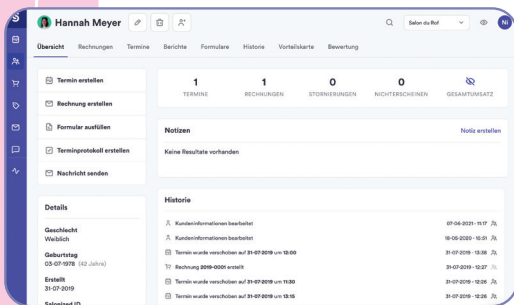
Praxistipp

- Notieren Sie Termine oder Terminänderungen sofort im Terminkalender.
- Vergeben Sie unattraktive Termine möglichst als Erstes, z. B. die ersten Termine morgens.
- Planen Sie wenn möglich Zeitpuffer ein.
- Verschicken Sie eine Erinnerungsmail oder vergeben Sie Terminkarten, um die Kosten für nicht erscheinende Kundinnen und Kunden zu vermeiden.
- Informieren Sie die Kundschaft rechtzeitig bei Terminverzug oder Wartezeiten.



Digitaler Terminplaner

2.2 Erfassen von Kundendaten



Kundendatei am PC

Viele Salons führen eine **Kundenkartei**, in der alle Daten der Kundinnen notiert werden, die für eine optimale Friseurdienstleistung erforderlich sind. In einer Kundenkartei sollten schon bei der ersten Terminvereinbarung mit einer Neukundin **Angaben zur Person** (Name, Adresse, Telefonnummer, E-Mail, evtl. Geburtsdatum) festgehalten werden.

Zu den Kundendaten, die Sie unbedingt notieren sollten, gehören auch die **Ergebnisse der Haar- und Kopfhautbeurteilung**. Wie ist der Zustand der Haare und der Kopfhaut im Moment? Welche Probleme, Allergien, Empfindlichkeiten hat die Kundin?

Wie sind ihre Reinigungs- und Pflegegewohnheiten? Welche Präparate benutzt die Kundin zu Hause? Wenn Sie diese Ergebnisse regelmäßig kontrollieren und notieren, können Sie Veränderungen feststellen und Rückschlüsse auf die Wirksamkeit von Präparaten ziehen, die die Kundin benutzt.

Produktempfehlungen oder **Produktkäufe** werden ebenfalls notiert, um sich ein Bild vom Kaufverhalten der Kundin machen zu können. Daraus ergibt sich eventuell die Möglichkeit für Zusatzverkäufe.

Unerlässlich ist eine Kartei, wenn es um **farb- oder formverändernde Haarbehandlungen** geht. Denn wer kann sich schon merken, bei welcher Kundin welche Farb-rezeptur oder Wellflüssigkeit verwendet wurde?

Außerdem können Sie mithilfe der Kartei sehen, in welchen **Abständen** die Kundin in den Salon kommt, wie viel sie bei der letzten Behandlung **bezahlt** hat, wer sie **bedient** hat usw.

Es gibt handschriftlich geführte Karteien und EDV-gestützte Systeme. Mit einer **computergestützten Kundenkartei** wird Ihnen vieles erleichtert, z.B.:

- Geburtstagsgrüße versenden
- bei bestimmten Werbeaktionen Serienbriefe verschicken
- Kundinnen, die länger nicht im Salon waren, einen Gutschein zukommen lassen
- Kundinnen frühzeitig an einen bevorstehenden Termin erinnern, z.B. alle 6 Wochen zum Haarschneiden
- Kunden- und auch Mitarbeiterdaten auswerten, z.B.:
 - Wie oft kommen meine Kundinnen im Durchschnitt in meinen Friseursalon?
 - Wie viel bezahlen sie durchschnittlich?
 - Wie hoch ist der Umsatz pro Mitarbeiterin?

Die Einsatzmöglichkeiten sind also vielfältig. Auch die Lagerhaltung per PC ist möglich.

Für die **Kundin** hat die Kartei den Vorteil, dass sie sich sicher sein kann, z.B. wieder genau die Farbe zu bekommen, die sie das letzte Mal hatte, auch wenn sie von einer anderen Friseurin bedient wird.

Nur wenige Salons arbeiten ohne Kartei. Dort stellen sich die Kundinnen z.B. darauf ein, dass sie evtl. nicht genau die gleiche Farbe bekommen, und zahlen dafür weniger.

Wenn Sie personenbezogene Daten, z.B. Adressen, erfassen, müssen Sie die Regeln zur Datensicherheit aus der europäischen Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) beachten.

→ vgl. Lernfeld 1 S. 18

Die Anforderungen, die heute an ein Shampoo gestellt werden, gehen weit über die Funktion der bloßen Reinigung von Haaren und Kopfhaut hinaus.

Von einem Shampoo werden **zusätzliche Wirkungen** erwartet. Es soll

- die Haare kosmetisch aufbessern,
- auf die Bedürfnisse verschiedener Haarqualitäten (trocken, fettig, dauerhaft umgeformt, blondiert, coloriert) eingehen,
- das Alter (Babyshampoo, Shampoo 39plus ...) berücksichtigen,
- auf die individuellen Waschgewohnheiten (Häufigkeit der Haarwäsche) zugeschnitten sein,
- spezifische Probleme der Kopfhaut (Kopfschuppen, Seborrhö) positiv beeinflussen.

Voraussetzung für die Wahl des richtigen Shampoos ist eine gewissenhafte Beurteilung von Haar und Kopfhaut.

Aufgaben

- 1 Mit welchen Argumenten würden Sie jeweils ein Shampoo empfehlen?
 - a) Frau Schneider hat sehr fettiges Haar.
 - b) Frau Kleins Haare und Kopfhaut sind sehr trocken.
 - c) Herr Hansen hat Schuppen.
- 2 Ihre Kundin wäscht ihre Haare beim Duschen täglich mit einem Shampoo. Das Haar fühlt sich jedoch leicht fettig an. Wie können Sie Ihrer Kundin helfen?

3.2.3 Besondere Reinigungspräparate

Trockenshampoo

Trockenshampoos eignen sich als Auffrischung des Haares für zwischendurch, falls es schnell gehen muss und die Haare nicht nass werden sollen. Zusätzlich verleiht Trockenshampoo dem Haar Volumen und Struktur und ist für jeden Haartyp geeignet.

Haarseife und festes Shampoo

Um Verpackung und unnötige Inhaltsstoffe einzusparen, werden Haarseifen (überwiegend Seife als Tensid, leicht alkalisch) und feste Shampoos (künstliche Tenside, schwach sauer) vermehrt nachgefragt. Auf Konservierungsmittel kann bei den festen Formen verzichtet werden. Haarseife ist ergiebiger als Flüssigshampoo. 100 Gramm Haarseife sollen in etwa so lange halten wie 500 ml Shampoo.





Mit Wasser angerührte Wascherde

Wascherde

Seit der Antike wird Tonerde zur Haar- und Körperpflege verwendet. Sie ist besonders geeignet für empfindliche, gereizte, unreine und zu Allergien neigende (Kopf-)Haut sowie zur Baby- und Haarpflege. Sie ist mild und schonend. Der Hydrolipidfilm der Haut wird nicht beeinträchtigt. Fett- und Schmutzpartikel werden absorbiert (aufgesaugt). Besonders empfehlen können Sie die Haarreinigung mit Wascherde Ihren Kundinnen mit Schuppenflechte oder Neurodermitis. Für sehr trockene und empfindliche Haare ist Wascherde ungeeignet, weil die Schuppenschicht durch das Einmassieren mechanisch geschädigt wird.

Durchführungshinweise:

- Wascherde mit Wasser zu einer cremigen Masse vermischen.
- Haare leicht anfeuchten.
- Wascherde auf die Kopfhaut und die Haare auftragen.
- Sanft einmassieren und ausspülen.
- Den Waschvorgang ggf. wiederholen.

www.waschkultur.de

Aufgaben

- 1 Warum erlebt die Seife ein Comeback?
- 2 Führen Sie eine Internetrecherche zur geschichtlichen Entwicklung der Seife durch und notieren Sie wichtige Eckdaten.
- 3 Welche Inhaltsstoffe sind für die Seifenherstellung nötig?



Pflegepräparate

3.3 Pflegepräparate für Haar und Kopfhaut

Glänzendes, geschmeidiges, gesundes Haar – wer wünscht sich das nicht? Leider ist nur den wenigsten Menschen ein von Natur aus prächtiger Haarschopf vergönnt. Feines, trockenes, strapaziertes, brüchiges Haar, Kopfhautschuppen sind nur einige der Probleme.

Pflegepräparate werden zum Schutz und zur Verbesserung der Haarqualität angewandt. Gleichzeitig dienen sie der Verbesserung des Kopfhautzustands.

3.3.1 Inhaltsstoffe und Wirkungsweise

Die Pflegepräparate für Haar und Kopfhaut dienen ganz verschiedenen Verwendungszwecken. Sie sind deshalb sehr unterschiedlich aufgebaut.

Die Basis von Haarwässern und **Leave-in**-Haarpflegekuren („leave in“ bedeutet, dass diese Präparate im Haar verbleiben) sind wässrig-alkoholische Lösungen, die mithilfe von Gelbildnern verdickt werden. Je nach Verwendungszweck erhalten sie eine dick- oder eine dünnflüssigere Konsistenz.

Bei den auszuspülenden **Rinse-out**-Haarpflegepräparaten handelt es sich meist um Emulsionen, also eine Mischung aus Wasser und Fetten/Ölen, die mit einem Emulgator stabilisiert wird.

→ vgl. S. 106 f.

Wirkstoffe in Haar- und Hautpflegepräparaten

Wirkstoffe	Wirkung	Wirkstoffbeispiele
Fette, fettähnliche Stoffe, Wachse, Öle	Sie schützen das Haar und die Kopfhaut vor äußeren Einflüssen, sind rückfettend, machen das Haar geschmeidig, verleihen Glanz, Elastizität und verbessern die Kämmbarkeit.	Lanolin, Lecithin, Kakaobutter, Jojobaöl
Pflanzenextrakte (aus Pflanzen gewonnene Wirkstoffe)	Die meisten wirken beruhigend gegen Juckreiz und sind entzündungshemmend; einige sollen die Talgproduktion beruhigen, andere wirken durchblutungsfördernd. Einige Wirkstoffe sollen die Nährstoffversorgung der Haarwurzel verbessern.	Brennnessel-, Minz-, Kamillenextrakt, Coffein, Biotin, Guarana www.waschkultur.de/inhaltsstoffe.htm
Schwache organische Säuren	Sie adstringieren (zusammenziehen) und festigen das Keratin und verbessern so den Glanz des Haares. Rückstände von Alkalien, z.B. nach Blondierungen, werden unwirksam gemacht (neutralisiert).	Zitronensäure, Weinsäure, Apfelsäure
Kationische Substanzen	Sie sind unentbehrlich in Pflegepräparaten. Sie lagern sich an das Haar an und verhindern die elektrostatische Aufladung (vgl. S. 82).	Cetyltrimethylammonium
Proteinhydrolysate	Diese im Aufbau haarähnlichen Stoffe lagern sich insbesondere an die geschädigten Stellen des Haares an und gleichen die Strukturschädigungen aus.	Keratin, Collagen, Seidenfibrin, Elastin, Aminosäuren
Silikone	Sie kommen in vielen Hautcremes und Haarpflegepräparaten zum Einsatz. Sie glätten die aufgeraute Oberfläche der Haare und umschließen sie mit einem Schutzfilm. Silikone gelten als gesundheitlich unbedenklich. Sie werden für den Hautschutz, die kosmetische Hautpflege und die plastische Chirurgie genutzt.	Dimethicone, Trimethicone
Schwefelverbindungen	Sie mindern die Talgproduktion.	Schwefel
Keratolytische Wirkstoffe	Sie lösen Keratin und entfernen die Schuppen von der Kopfhaut.	Schwefelverbindungen, Salicylsäure, Teer
Antischuppenwirkstoffe	Sie hemmen die beschleunigte Zellteilung und lösen verhornte Zellschichten ab.	Pirocton-Olamin (Octopirox®), Zinkpyrithion/Climbazol
Fungizide Wirkstoffe	Sie verhindern das Wachstum von Pilzen auf der Kopfhaut.	Selendisulfid, Bifonazol, Ketoconazol
Lichtschutzfilter	Sie filtern bestimmte Bereiche der UV-Strahlung heraus.	anorganische Farbpigmente wie Zinkoxid oder Titandioxid, Vitamine wie Vitamin E, Provitamin B5

Vorteil-Nachteil-Methode

Sie gestehen dem Kunden den Einwand zu, präsentieren ihm aber ein besseres Angebot und heben dessen Vorteile hervor, z.B.: „Auf den ersten Blick erscheint das Shampoo zwar teuer, weil es aber ein hochwertiges Konzentrat ist, kommen Sie damit viel länger aus als mit einem herkömmlichen Shampoo.“

Bumerangmethode

Sie stimmen den Bedenken der Kundin zu, verwandeln sie aber in einen Vorteil, z.B.: „Es stimmt, diese Dauerwelle ist nicht so lange haltbar, aber dafür haben Sie den Vorteil, dass die Frisur von Anfang an viel natürlicher aussieht.“

Fragemethode

Sie reagieren auf den Einwand der Kundin mit einer Gegenfrage. Das verschafft Ihnen Zeit und Sie erhalten wichtige Informationen, z.B.: „Darf ich fragen, warum Sie keine dauerhafte Umformung möchten?“

6.2 Nachhaltige Produkte empfehlen

→ vgl. LF 1 Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit, ökologischer Fußabdruck, Mikroplastik – Begriffe, die spätestens seit der *Fridays for Future*-Bewegung bekannt sind. Mehr denn je wollen sich insbesondere junge Menschen für eine nachhaltige und lebenswerte Zukunft auf unserem Planeten einsetzen.

Mikroplastik gelangt zu Millionen Tonnen in die Meere, Flüsse und Seen. Im Wasser lebende Tiere nehmen diese kleinsten Kunststoffe auf. Essen wir belastete Fische, so gelangt das Mikroplastik auch in unseren Körper.

Mikroplastik sind feste, unlösliche, partikuläre und nicht biologisch abbaubare synthetische Kunststoffe (hergestellt auf der Basis von Erdöl, Kohle oder Erdgas) in einem Größenbereich von weniger als 5 Millimetern bis 1.000 Nanometer. Dazu gehören beispielsweise Partikel, die in der Kosmetik- und Körperpflegeindustrie eingesetzt werden.

Kleinste Kunststoffteilchen sind auch in vielen Friseurprodukten enthalten. Dort werden vor allem wasserlösliche, flüssige Kunststoffe eingesetzt, die z.B. die Kämmbarkeit des Haars erhöhen, Haarschäden ausgleichen oder überdecken und optimalen Glanz bieten.

Nachhaltige Produktion und umweltfreundliche Verpackungen von Kosmetikartikeln sind ein wichtiges Ziel in der Friseurmittelbranche. Ein unschlagbares Verkaufsargument, welches das Bedürfnis zum nachhaltigen Handeln anregt. Es dient der Verkaufsförderung und verfolgt das Ziel, Kundinnen und Kunden dauerhaft an sich zu binden.



*Fridays for Future-
Demonstration*

<https://www.bund.net/meere/mikroplastik/>
<https://www.greenpeace.de/publikationen/abschminken-plastik-kosmetik>









Mikroplastik

Aufgaben

- 1 Recherchieren Sie zum Thema ökologischer Fußabdruck. Was besagt der ökologische Fußabdruck?
- 2 Schauen Sie sich in Ihrem Salon um und erforschen Sie Möglichkeiten zum nachhaltigen Handeln. Was gibt es schon und was kann noch verbessert werden?

English – A client enters the salon for a hair treatment

<p>Hairdresser: How may I help you? What can I do for you?</p>		<p>Client: I have an appointment at 4pm with Mary. I need a haircut/roller setting/colour treatment/<u>perm</u>. I have a problem with my hair.</p>
<p>Hairdresser: Let me see. Your hair seems to ... Your scalp seems to ...</p>	<p>... be <u>dry</u> ... be <u>greasy</u> ... <u>have no volume</u> ... <u>have some split ends</u> ... be <u>frizzy</u> ... be <u>porous</u> ... be dry, <u>show dandruff</u>, be <u>oily</u>/greasy</p>	 <p>Client: Really? Oh, what can I do? What do you suggest/ recommend? What ought to be done? What would you advise me to do?</p>
<p>Hairdresser: I would suggest .../recommend .../advise you to use .../ You should use .../You can use ...</p>		
<p>... a special shampoo. You can wash your hair normally but leave it in for a few minutes before <u>rinsing</u> the hair.</p>	<p>... a <u>conditioner</u>. You can <u>apply</u> it after washing your hair. Most products have to be rinsed out after a short time.</p>	<p>... a conditioning <u>leave-in product</u>. It should be applied onto <u>towel-dry</u> hair. It should not be rinsed out.</p>
		
		<p>... a <u>scalp</u> treatment. This product is applied to the scalp and followed by a scalp massage.</p> 

Products against dry hair: These products add moisture to the hair and make it easier to comb.

Products against greasy and oily hair: Shampoos clean hair and scalp thoroughly. Conditioners help to reduce the production of new sebum.

Products against dandruff: Shampoos clean hair and scalp and remove dandruff. Conditioners help to reduce future dandruff development.

Exercises

- 1 a) How can hair and scalp be? List all the adjectives to describe hair and scalp and translate.
b) What products do you have against greasy hair in your salon?
c) How do you use them?
- 2 Prepare your own conversation using some of the phrases.

Student **A**

You are the client who has dandruff and dry hair.

Student **B**

You are the hairdresser. Recommend the right products for this client.

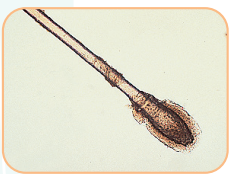
Vocabulary: see p. 124.

5 Sonderfälle der Frisurenempfehlung

Wurzelform ausgezupfter Haare



Während der **Wachstumsphase** (Anagenphase) ist die Haarwurzel eng mit der Papille verbunden. Die noch nicht verhornten Zellen werden fransenartig von der Papille abgelöst.



In der **Übergangsphase** (Katagenphase) schrumpft der Follikel. Zur Papille besteht nur noch eine dünne Verbindung. An der Haarwurzel haften Teile der Wurzelscheiden.



In der **Ruhephase** (Telogenphase) hat die Wurzel die Form eines Kolbens mit Resten der Wurzelscheiden. Sie ist ohne Verbindung zur Papille im Haarfollikel „eingeklemmt“. Die Dauer des Verbleibs ist abhängig von der Zugbeanspruchung beim Bürsten, Kämmen, Waschen und Massieren.

„Immer wenn ich mich kämme, verliere ich viele Haare. Habe ich Haarausfall?“, fragt eine etwa 50-jährige Kundin. Wie beraten Sie die Kundin hinsichtlich der möglichen Ursachen und ggf. der Möglichkeiten, die Haarfülle künstlich zu verstärken?



5.1 Geringe Haarfülle

Sowohl Frauen als auch Männer beklagen sich über mangelnde Haarfülle und erwarten von Ihnen als Friseurin oder Friseur Vorschläge, wie sie mit dem Problem umgehen können. In diesem Kapitel lernen Sie Ursachen und Gestaltungsmöglichkeiten kennen.

5.1.1 Ursachen

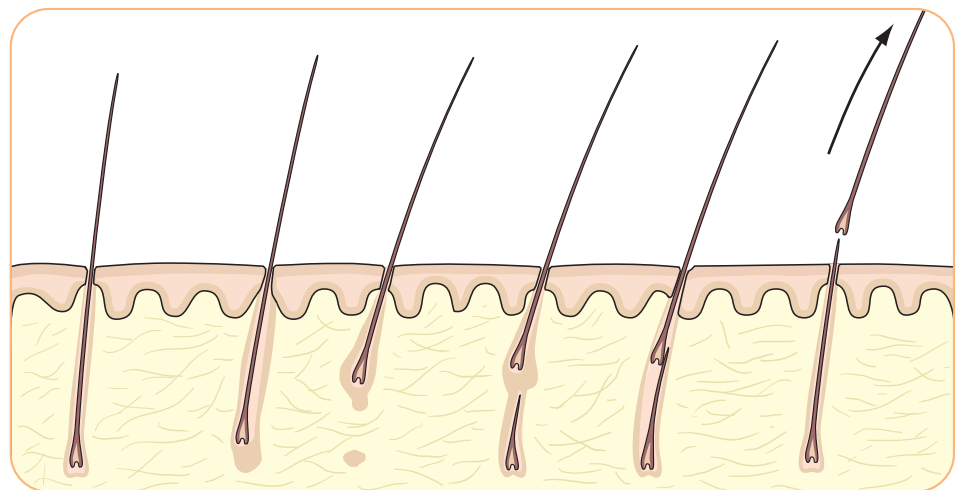
Geringe Haarfülle kann natürliche Ursachen haben oder krankheitsbedingt sein.

Haarwechsel

Ein Kopfhaar wird etwa vier bis sechs Jahre alt. Dann fällt es aus und wird durch ein neues ersetzt. Bei Männern ist die Wachstumsdauer durch den Einfluss der Keimdrüsenhormone auf drei bis vier Jahre verkürzt.

Ein täglicher Verlust von 50 bis 100 Haaren ist daher normal. Störungen des Haarwuchses liegen vor, wenn diese Zahlenwerte über einen längeren Zeitraum wesentlich überschritten werden.

Jedes Haar durchläuft **drei Entwicklungsabschnitte (Phasen)**. Die Wurzeln ausgezupfter Haare lassen erkennen, in welcher Phase sich ein Haar befindet. Bei Verdacht auf Wachstumsstörungen werden daher Haare entnommen und anhand der Wurzelformen den drei verschiedenen Phasen zugeordnet.



Wachstumsphase
4 bis 6 Jahre
85 % der Haare

Übergangsphase
etwa 1 Monat
1 % der Haare

Ruhephase
3 bis 4 Monate
14 % der Haare

Komplexe Aufgaben

- 1 In Ihrem Salon überlegt die Chefin, eine Software für die Frisurenberatung anzuschaffen. Sie werden mit der Planung beauftragt.
- Informieren Sie sich bei Anbietern von Frisurengestaltungsprogrammen über Planungsmöglichkeiten.
 - Vergleichen Sie die Einkaufspreise für
 - Onlineprogramme zur Frisurenberatung
 - Frisurengestaltungsprogramme verschiedener Anbieter.
 - Informieren Sie sich über Möglichkeiten, die Frisurenberatung mit Onlineprogrammen durchzuführen.
 - Welche Möglichkeiten haben Sie heute, um Termine und Kundendaten mit elektronischen Medien im Salon zu erfassen und zu verwalten?
 - Welche Vorteile bieten Ihnen elektronische Medien zur Datenerfassung im Friseursalon?

- 2 Frisurenbeispiele erleichtern die Verständigung mit der Kundschaft.

Stellen Sie eine übersichtliche Frisurenmappe zusammen, die Sie bei der Kundenberatung einsetzen können. Ordnen Sie die Frisuren nach bestimmten Kriterien, damit Sie schnell die richtigen Beispiele finden.

Möglichkeiten der Anordnung:

- Frisuren für jede Stilrichtung
- Frisuren zu jeder Gesichts- und Kopfform
- Frisuren für jede Haarlänge
- Frisuren für jede Textur

- 3 Ihre Kundin (siehe Foto) ist zum ersten Mal in Ihrem Salon. Sie ist gerade in diese Stadt gezogen und möchte wieder ins Berufsleben einsteigen. Nun wünscht sie sich eine neue Frisur.
- Worauf sollten Sie immer achten, wenn Sie eine Kundin professionell beraten möchten?
 - Welche Fragen sind geeignet, um den Kundenwunsch zu ermitteln?
(2 Beispiele)

- Welchen Gesamteindruck (Stil, Proportionen, Körperbau...) macht die Kundin auf Sie?
- Bestimmen Sie Kopf- und Gesichtsform Ihrer Kundin.



- Welche Vermutungen über Haarqualität und Konturenverlauf können Sie aus dem Foto ableiten?
- Suchen Sie zwei geeignete Frisurenvorschläge für diese Kundin heraus. Beschreiben Sie beide Frisuren so, dass die Kundin Ihren Vorschlag nachvollziehen kann. Erklären Sie ihr auch, warum gerade diese Frisuren so vorteilhaft für sie sind.
- Stellen Sie einen Vorschlag in der Klasse vor. Vergleichen Sie Ihren Vorschlag mit anderen.
- Haben Sie die Frisur und alle Vorteile verständlich und für die Mitschülerinnen und Mitschüler nachvollziehbar beschrieben? Haben Sie alle Kundengegebenheiten berücksichtigt? Haben Sie die richtigen Frisuren ausgewählt, um diese Gegebenheiten auszugleichen oder zu betonen?

2 Basiswissen zum Haarschneiden

Sie finden in einer Fachzeitschrift einen neuen, besonders modischen Haarschnitt mit einer Schnittgrafik in Form einer schematischen Zeichnung. Sie möchten diesen Schnitt an einem Modell umsetzen. Welche Angaben über den Haarschnitt können Sie aus der schematischen Darstellung herauslesen?

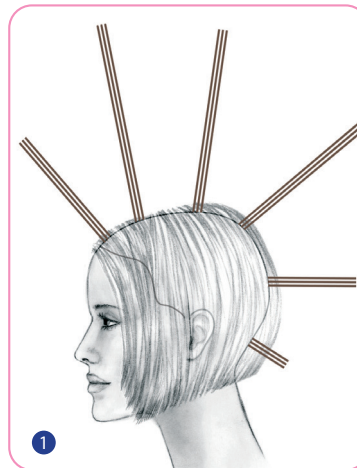


2.1 Schematische Darstellung von Haarschnitten

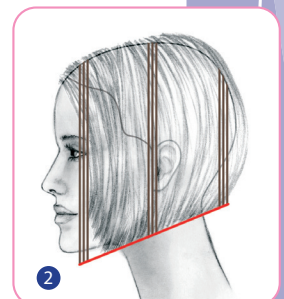
Eine **Schnittgrafik** ist die schematische Darstellung eines Haarschnitts. Um einen Haarschnitt genau zu beschreiben, muss die Länge aller Haare auf dem Kopf angegeben werden. Zusätzlich geben viele Darstellungen Hinweise zu den Basislinien/Grundlinien und zur Ausarbeitung der Konturen.

- 1 Um die **Haarlängen** anzugeben, stellt man einige Haare auf der A-Linie (Scheitel von Stirnmitte bis Nackenmitte) im rechten Winkel (90°) vom Kopf weggekämmt dar.

In diesem Beispiel sind die Haare am Vorderkopf lang, zum Nacken hin werden die Haare kürzer.



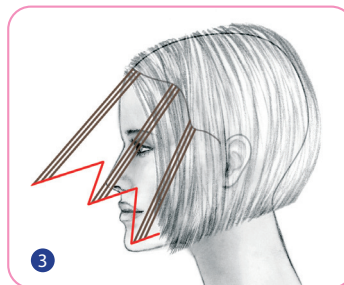
Darstellung der Haarlängen



Darstellung der Umrisslinien

- 2 Zur Darstellung der **Umrisslinien** werden dieselben Haare nach unten gekämmt dargestellt.

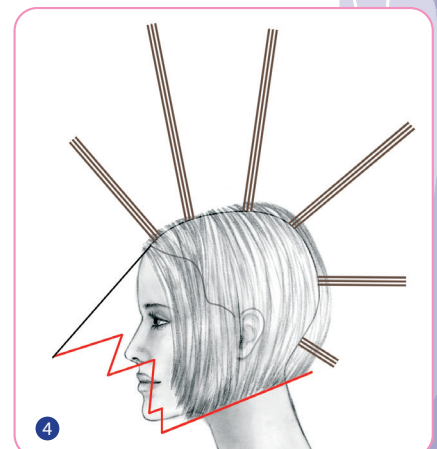
In diesem Beispiel werden die Haare nach vorne gleichmäßig länger (konkave Form).



Darstellung der Ausarbeitung der Umrisslinien

- 3 Um die **Ausarbeitung der Umrisslinien** darzustellen, werden diese als Linien, Fransen oder Zacken dargestellt.

In diesem Beispiel sind die Haare zum Gesicht hin stark fransig geschnitten.



Gesamtdarstellung des Haarschnitts

- 4 Um einen Haarschnitt vollständig darzustellen, werden die zuvor genannten einzelnen Angaben in einer einzigen Zeichnung zusammengefasst.

2.2 Basishaarschnitte

Obwohl es so viele unterschiedliche Frisuren gibt, lassen sie sich doch auf vier Basishaarschnitte zurückführen, die je nach Haarlänge und Frisurenwunsch unterschiedlich eingesetzt werden.

Folgende vier Basishaarschnitte werden unterschieden:

- kompakte Form
- einheitlich gestufte Form
- ansteigend gestufte Form
- gradierte Form

} gestufte Formen unterscheiden sich durch die Platzierung und Länge der Stufen

Viele Haarschnitte beinhalten nicht nur einen dieser Basishaarschnitte, sondern sind Mischformen. Daher ist es besonders wichtig, die Basisformen zu kennen, um sie je nach Frisurenwunsch richtig zu kombinieren und in der Schnitttechnik anzuwenden.



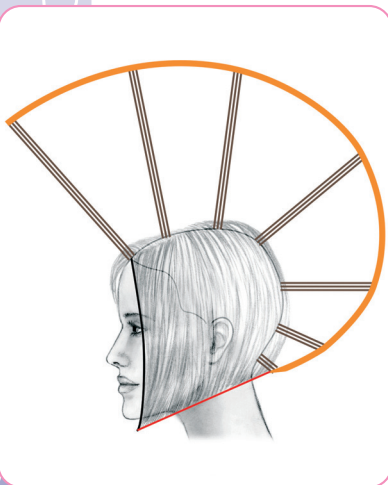
Kompakte Form

Die vier Basishaarschnitte werden im Folgenden beschrieben und mit einem Beispielfoto und den dazu passenden Schnittgrafiken dargestellt.

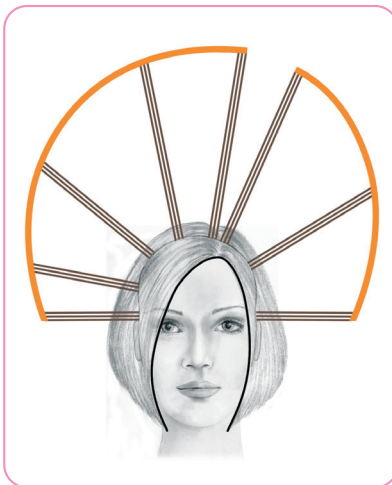
2.2.1 Kompakte Form

Bei der kompakten Form handelt es sich um mittlere, halblange oder lange Pagenkopffrisuren ohne Stufungen. Alle Haare enden auf einer Grund-/Basislinie.

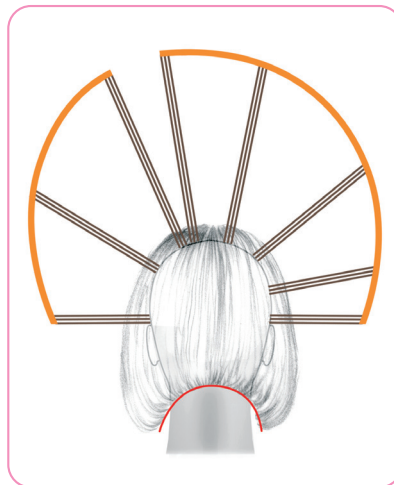
Die Frisurenoberfläche (Textur) ist ruhig. Das größte Volumen entsteht im Bereich der Spitzen.



Schnittgrafik – Profil



Schnittgrafik – Vorderansicht



Schnittgrafik – Hinterkopfansicht

2.2.2 Einheitlich gestufte Form

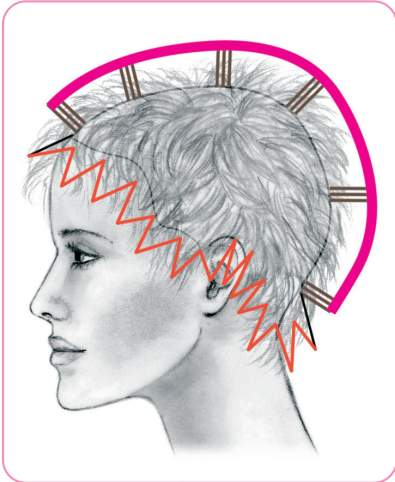
Die Stufung der Haarlängen (Struktur) ist über den gesamten Kopf einheitlich, d.h. alle Haare haben die gleiche Länge.

Die Textur ist aktiviert durch die unterschiedlichen Richtungen der Haarspitzen.

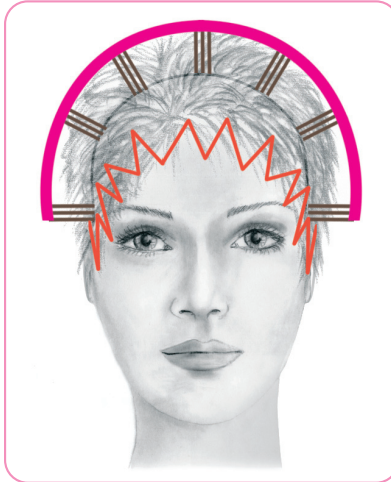
Die Schnitttechnik der Stufung gibt Kurzhaarfrisuren mit feinen Haaren mehr Volumen, weil die Haare leichter und lockerer fallen. Auch bei dicken Haaren nimmt die Stufung einiges an Gewicht aus den Längen, die Haare fallen schöner und die Frisur bekommt mehr Pep. Der äußere Frisurenuriss passt sich der Kopfform an.



Einheitlich gestufte Form



Schnittgrafik – Profil



Schnittgrafik – Vorderansicht



Schnittgrafik – Hinterkopfansicht

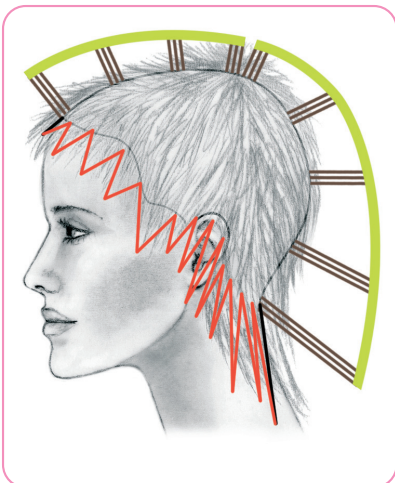
2.2.3 Ansteigend gestufte Form (= erweiternd verlaufende Form)

Die Haare sind so gestuft, dass sie im Oberkopfbereich, meist am Wirbel, am kürzesten sind und zu den Konturen hin länger werden.

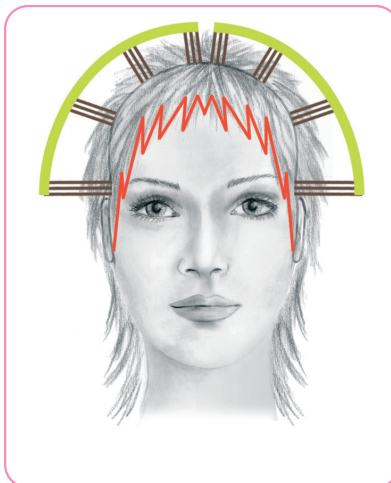
Diese Technik eignet sich vor allem für längere und lange Frisuren, bei denen eine Stufung mehr Bewegung in die Frisur bringen soll, wobei die Grundlänge erhalten bleibt. Durch die Stufung wird die Haaroberfläche aktiviert und in den gekürzten Bereichen Volumen geschaffen.



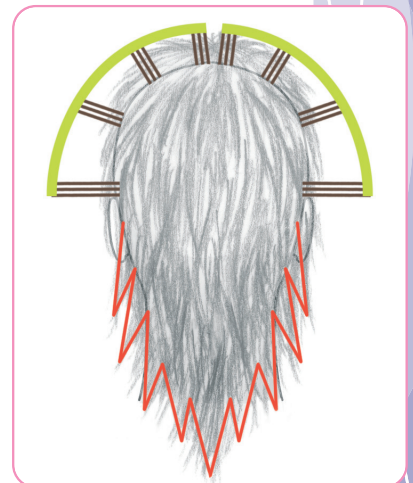
Ansteigend gestufte Form – „Vokuhila“



Schnittgrafik – Profil



Schnittgrafik – Vorderansicht



Schnittgrafik – Hinterkopfansicht