

Bosporus-Business

Friseur Peter Gress schildert exklusiv in TOP HAIR seine Eindrücke aus der Türkei



Türkei :::

:::Lage: Die Republik Türkei erstreckt sich geografisch über zwei Kontinente: Anatolien (asiatisch) und Thrakien (europäisch). Istanbul ist mit rund 14 Millionen Einwohnern nach der Hauptstadt Ankara die zweitgrößte Stadt
 ::: Einwohner Türkei gesamt: ca. 74 Millionen
 ::: Währung: 100 Türkische Lira (TL) entsprechen ca. 44 Euro (€) (Stand 20.6.2011) :::

Zwei Dinge fallen in Istanbul sofort auf: der absurde Verkehr und die wogenden Menschenmassen in den Einkaufsstraßen. Fünf Tage lang bleiben wir (Friseurunternehmer Peter Gress aus Esslingen, seine Frau Susanne und sein türkischstämmiger Mitarbeiter Ahmet Sarimehmet) in der Stadt; zwei Tage sind für Interviews mit Friseurkollegen und Mode-Designern reserviert. Das ehemalige Konstantinopel wurde vom „Vater des neuen Türkenreiches“, Mustafa Kemal Atatürk, zu Gunsten Ankaras als Regierungssitz verschmäht. Geschadet hat das Istanbul indes nicht. Die 14-Millionen-Stadt ist die Lokomotive der

türkischen Wirtschaft. Hier wird Geld verdient und, u. a. im Stadtteil Nisantasi, in Designer-Stores von Prada und Gucci mit vollen Händen wieder ausgegeben. Dort fährt man im Range Rover, in einer deutschen Oberklasse-Limousine oder in einer englischen Luxuskarosse vor, lässt einparken, verteilt großzügig Trinkgeld und ist sich der bewundernden Blicke der Kaffeehausbesucher sicher.

Wie in jeder Großstadt gibt es in Istanbul auch viel Armut. Die Stadt wächst ununterbrochen, Landflüchtlinge aus dem Osten wollen in der Metropole ein Stück vom



Glück erhaschen. Fliegende Händler und Schuhputzer preisen ihre Waren und Leistungen an, Bettler liegen den Passanten im Feierabend-Verkehr im Weg.

Der Friseurmarkt

Die türkische Friseurbranche hat, wie hierzulande, mit der rasanten Verbreitung von Billigfriseuren zu kämpfen. Die Mittelschicht ist in der Türkei sehr klein, die Schere zwischen arm und reich klappt weit auseinander. Entsprechend extrem fällt auch das Warenangebot aus. Die Friseure in der Türkei werden dual ausgebildet. Ein Tag Theorie in der Woche ist Pflicht für die Auszubildenden. Das Handwerk erlernen die überwiegend männlichen Auszubildenden in weiteren fünf Wochentagen im Salon. Die Arbeitszeit beträgt täglich zehn Stunden. Schüler mit einem Hauptschulabschluss lernen drei Jahre, Abgänger von Gymnasien investieren 18 Monate in ihre Ausbildung.

Der Ausbildungsrahmenplan umfasst alle relevanten Arbeiten wie Styling, Damen- und Herrenhaarschnitte, Make-up, Haarfarbe und Dauerwelle. In der Meisterprüfung werden VWL und BWL, Steuerrecht, Sozialrecht, Arbeitsrecht, Buchhaltung, Umgang mit Mensch und Arbeit sowie Arbeitssicherheit und Gesundheit behandelt. Wer sich mit einem eigenen Salon selbstständig machen will, braucht die Meisterprüfung und eine Steuernummer.

Die Kollegen Orhan Bademli (MOS), Ali Gür (AliGür), Hakan Köse und Sedattin Celikcioglu, die wir im Laufe unserer Reise persönlich kennenlernen, zählen mit ihren insgesamt 29 Betriebsstätten zu den 8.000 Istanbulern und landesweit etwa 50.000 Friseursalons. Der Preis für einen Damenhaarschnitt liegt in den besuchten Salons bei 80 bis 100 Lire (ca. € 40/50,-), für den Herrenhaarschnitt bei 40 bis 50 Lire (ca. € 20/25,-).



Das Auge isst mit: Gewürze in reicher Auswahl dürfen auf einem türkischen Basar nicht fehlen



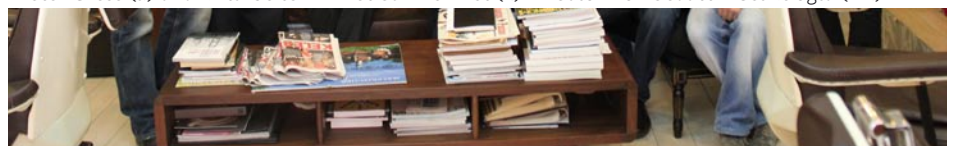
Klassische Barbierkunst

Ein Besuch beim Barbier ist für mich immer ein Hochgenuss. Bei **Sedattin Celikcioglu** im Stadtteil Tesvikiye werden wir herzlich empfangen. Der zufällig anwesende Journalist Riza Özis von der Lokalzeitung „Nisantasi Postasi“ übernimmt bereitwillig das Dolmetschen und zählt charmant blumig die Qualitäten des Salonbesitzers auf, u. a. dass er Jazz-Fan sei. Obligatorisch gibt es Tee und türkischen Kaffee. Die folgenden

eineinhalb Stunden im 40 Jahre alten Salon werden für mich nicht nur zu einer Reise in die Welt der Rasur, Maniküre und Massagen, sondern auch des Jazz der letzten 50 Jahre. Ich habe es definitiv genossen! Beim abschließenden Gruppenfoto wird mehrmals betont, dass es sehr schade sei, dass wir nicht zum Essen bleiben können. Eine Bezahlung will der Chef nicht akzeptieren. Es sei ihm eine Ehre, einen Kollegen aus Deutschland verwöhnen zu dürfen. ➤



Peter Gress (L.) und Mitarbeiter Ahmet Sarimehmet (r.) im Salon von Sedattin Celikcioglu (m.)



Hakan Köse ist ein Vollblutfriseur. Er braucht den täglichen Kontakt zu Haaren, deshalb konzentriert er seine Energie auf einen großen Salon im noblen Stadtteil Etiler mit 16 Damen-Bedienungsplätzen, separatem Herren- und Kosmetikbereich sowie Nagelstudio und Fußpflege-Abteilung. Er beschäftigt 40 Mitarbeiter inklusive eines Kochs (!). Der Service ist hochkarätig, und als Sahnehäubchen hat er eine kleine, feine Boutique angegliedert, wo er Mode junger, hipper Designer verkauft. „Der Schulterchluss mit anderen kreativen Branchen – Mode, Film und Fernsehen – hat sich in den letzten Jahren sehr gut entwickelt“, antwortet Hakan Köse auf die Frage nach seiner Arbeit als „Session Stylist“ für die angesagten Designer Cemil Ipkci, Vural Gokcyli und Özlem Suer.

Schon bei der Vorbereitung unseres Gesprächs hatten Ahmet und ich meine Frau Susanne überzeugt, dass sie sich als Haarschneidemodell zur Verfügung stellt. Zur Abwechslung mal eine andere Handschrift schadet ja schließlich nicht. Ein schneller Trockenhaarschnitt mit der Maschine



Aus der Kollektion von Hakan Köse



Hakan Köse im Gespräch mit Peter Gress

– nach penibler Vorbereitung durch seinen Assistenten – macht Schluss mit langweilig glatt und bringt kreative Bewegung auf ihren Kopf. Feine Arbeit!

Angesagter Stylist

Seine Karriere begann Hakan Köse als 14-jähriger Azubi bei Erdem Kiramer, dessen Partner er später wurde. 1994 eröffnete er seinen ersten Salon, absolvierte Shows für Tigi in London und für L'Oréal in Ankara, Izmir, Adana, Istanbul und Bursa und trat in Werbespots im Fernsehen auf. Er etablierte sich als angesagter Szene- und Promifriseur, der die Vermarktung seiner Popularität mit der Filialisierung plante. Seine wichtigste Lebensentscheidung war es allerdings, sich all dieser Filialen ziemlich bald wieder zu entledigen und sich völlig auf seine kreative Arbeit als Friseur zu konzentrieren.

Das scheint das Richtige gewesen zu sein. Meine Frau jedenfalls hat nur positive Rückmeldungen auf ihren neuen Haarschnitt bekommen. Wir haben beschlossen, Hakan Köse noch einmal im Rahmen der Istanbul Fashion Week zu besuchen.

Ein ruheloser und kreativer Geist ist **Orhan Bademli**. Trotz seiner 60 Jahre ist er „Spiritus Rector“ des Unternehmens, fachlicher Impulsgeber und Leiter der hauseigenen MOS-Akademie. MOS steht für Muammer, Orhan und Sedat, die gemeinsam 1994 mit einem Salon starteten. Mittlerweile betreiben sie 16 Salons im europäischen und asiatischen Teil des Landes; die Akademie hat ihren Sitz in Istanbul. MOS produziert zwei Kollektionen im Jahr zu den Themen Schnitt, Farbe, Styling und Steckfrisur.

Styling und Hochstecken sind in der Türkei stark nachgefragte Dienstleistungen, für die in der Regel sehr viel Geld bezahlt wird. Erfolgreiche Türcinnen und Türken lieben die Selbstdarstellung. Im derzeit angesagten Restaurant-Club „Nomads“ können wir diese Inszenierung während eines Bauchtanz-Diners im wahrsten Sinne hautnah beobachten.



Star in den Medien – Orhan Bademli (MOS)



Luxus oder Nippes, im Basar gibt es alles

Die Kollektionen werden mit Unterstützung von L'Oréal in Technik-Broschüren aufbereitet. Schnitte, Farben, Stylings und die Hochsteckfrisur werden so dokumentiert, dass die Salonleiter sie in Kollektions-Seminaren erlernen und ihrerseits an die Mitarbeiter der Salons weitergeben können. Die Akademie bietet seit einigen Monaten auch offene Seminare für Kollegen an. Die Nachfrage ist enorm. Ein wichtiges Standbein zur Neukundengewinnung ist Orhan Bademlis wöchentliche Vorher-nachher-Show im Fernsehen. Neben Haaren und Make-up werden dort auch Zahn-Bleaching und kleine Schönheitskorrekturen thematisiert.

Qualität garantiert Erfolg

Wachstum ist nur über Qualität möglich, das haben erfolgreiche Friseure wie Orhan Bademli längst begriffen. Er und seine MOS-Gruppe sind erfolgreich, weil er seine Zahlen im Griff hat. Die Team-Entwicklung, das Marketing und die Klaviatur der Öffentlichkeitsarbeit beherrscht der Sechzigjährige perfekt. Seine Friseurkollegen Ali Gür und Hakan Köse stehen ihm darin in nichts nach. Diese Friseure setzen sich permanent und gekonnt in Szene: Fotoshootings für Modemagazine, Kundenevents innerhalb und außerhalb der Salons, TV-Shows, Modeschauen in den größten Shopping-Malls und Werbung in der Tagespresse – alle Medienkanäle werden hoch professionell bespielt.



Ali Gür ist der größte Friseur-Filialist auf der asiatischen Seite. Er betreibt momentan elf Salons, in denen er 180 Mitarbeiter beschäftigt. Gästen wird obligatorisch Tee oder türkischer Kaffee gereicht. Graf Moltke hatte in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts launisch festgestellt, dass sich die entspannte türkische Kaffeekultur nicht mit der preußischen Lebensauffassung decke. Wir, als dem Genuss zugeneigte Menschen, empfinden diesen Habitus dagegen als ein sehr angenehmes Entree.

Ali Gürs Kunden sind superben Service mit Massagen, Maniküre, Pediküre und Augen-Make-up gewohnt. Köche sorgen in den Salons für das Wohl der Mitarbeiter und Kunden. Jedoch sei all dies nichts wert, wenn es keine Höflichkeit und Aufmerksamkeit für die Gäste gäbe. Die totale Hinwendung zum Kunden ist im Unternehmen Ali Gürs nicht nur hohle Phrase, Service wird ausgiebig zelebriert.



Ali Gür bietet Highclass für die Kunden



Festliche Hochsteckfrisuren à la Ali Gür

Ali Gürs Credo für weiteres Wachstum ist: Jedem guten Mitarbeiter sein eigener Salon! Mit der Unterstützung eines französischen Unternehmensberaters plant er die Erweiterung von elf auf 20 Salons im Jahr 2011. Mittelfristig sollen es 100 Salons in drei verschiedenen Preiskategorien werden.

Als Top of the Line planen der 1954 geborene Ali Gür und seine Geschäftspartner drei bis vier Avantgarde-Salons in Istanbul, die den preislichen und leistungsbezogenen High-End-Bereich abdecken sollen. Ali Gür arbeitet nur noch selten für seine Stammkunden, er kümmert sich hauptsächlich ums Geschäft.

Darüber hinaus ist der Mann ein begnadeter Geschichten-Erzähler. Seine Geschäftspartner pflegt er bei Spaziergängen am Bosphorus zu fragen, was sie am Horizont sehen. „Wer nichts sieht, kann niemals mein Partner sein“, sagt Gür. Als perfekter Gastgeber stellt er uns nach unserem Gespräch für die Fahrt auf die europäische Seite seinen Fahrer mit Limousine zur Verfügung. Diese Geschichte dürfen nun wir zu Hause erzählen. ➤



Junge Business-Mode von „Seskana“

Die Modeszene

Außergewöhnliche Männermode entwirft **Hatice Gökce** in ihrem Atelier im Untergeschoss eines Wohnhauses im Viertel Tesvikiye. Die 34-jährige Designerin studierte an der Mimar Sinan University of Fine Arts, einer der wichtigsten Textil- und Modeschulen in der Türkei, wo sie 1998 ihren Abschluss machte. Sie gehört zu den Gründungsmitgliedern der Fashion Designers Association MTD, die 2009 die Istanbul Fashion Week mit aus der Taufe hob. Gökce hat sich auf Männermode spezialisiert, weil sie im heimischen Markt große Chancen für ihre Mode sieht. Istanbul ist wirtschaftlich stark, hier und in Ankara verkauft sich ihre Mode besonders gut. In Düsseldorf und Berlin hat sie internationale Erfahrungen gesammelt und ihre Mode zwischen 2003 bis 2006 auf Fashion-Shows präsentiert. Die türkischen Designer etablieren sich aus ihrer Sicht immer stärker in Nordeuropa. Beispielsweise lebt und arbeitet der Designer Hakan Yildirim mittlerweile sehr erfolgreich in London. Er hat gezeigt, dass türkischen Fashion-Designern in den wichtigen europäischen Modemärkten Anerkennung gezollt wird.

Modeberatung für Männer

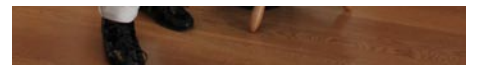
Neslihan Kiyak wurde in Amsterdam als Kind türkischer Eltern geboren. Während eines Volontariats für die Zeitschrift „Elle“ Türkei hat sie ihren zukünftigen Mann kennengelernt und ihren Wohnsitz schließlich nach Istanbul verlegt. Sie begann eine intensive Zusammenarbeit mit der türkischen „Vogue“ als Stylistin. Sehr schnell kamen Kontakte zum Werbefilm dazu. Daraus wiederum entwickelten sich Aufträge für TV-Serien, für die sie die Hauptdarsteller einkleidet. Als Einkaufsberaterin ist sie in Istanbul Edelmodeshops unterwegs, um reiche Geschäftsmänner mit ausgefallener Mode auszustatten. „Wenn man vielbeschäftigten Männern den Einkauf nicht abnimmt, ziehen alle das an, was die anderen auch an-

haben. Die angepeilte Individualität wird so zur Uniformierung.“

Neslihan stellte uns bei unserem Bummel durch das Einkaufszentrum Nisantasi das Modelabel „Seskana“ vor. Die junge Designerin **Sema Umkan** entwirft und produziert eigenwillige Mode, ihre Schwester Sibel kümmert sich um Marketing und die Pressearbeit. Atelier und Verkaufsraum liegen im sechsten Stock eines Wohn- und Geschäftshauses. Man muss eingeweiht sein, um die beiden jungen Mode-Unternehmerinnen zu finden. Neslihan kennt alle Designer, sie kennt ihre Läden, ihre Ateliers und ihre aktuellen Kollektionen. Es ist ihr Kapital, zu wissen, woher sie die richtigen Stücke für den geplanten Auftrag bekommt. Stylisten wie sie sind wichtige Schnittstellen der Szene, sie bringen Kreative wie die Umkan-



Önder Özkan schätzt edle Damenmode





Peter Gress und Neslihan Kiyak im Kaffeehaus

Schwestern mit der Presse und mit Kunden zusammen. Somit sorgen sie für ständige Bewegung im kreativen Kreislauf der Stadt.

Business-Chic für Frauen

Önder Özkan betreibt sein privates Studio in einem ruhigen Wohnviertel Istanbuls. Mit seiner neuen Kollektion, die er im Juli 2011 auf der Modemesse CPD in Düsseldorf vorstellt, peilt er den High-End-Markt an. „Die Entwicklung in der Türkei geht weg von der Haute Couture hin zu edlem Daily Chic für erfolgreiche Business-Frauen. Hochwertige Materialien wie feinste Seide, türkisches Leder und super edles Trikot aus Italien sind die Materialien, auf die ich in der kommenden Saison setze.“ Önder studierte an der Beykent University of Fine Arts. Am London College of Fashion holte er sich weiteren technischen Schliff. Vor Kurzem wurde er auf der Miami International Fashion Week ausgezeichnet. Er konzipiert keine Mode für romantische Frauen. Sein eher strenger Stil vermittelt der Trägerin Selbstbewusstsein.

Fazit

Wir haben Freunde in einer faszinierenden Stadt gewonnen und viel gelernt. Über Service, Business, Lifestyle, die Türkei im Allgemeinen und Istanbul im Besonderen. Das war und ist eine Reise wert. *Peter Gress*

Web-Infos :::

de.wikipedia.org/wiki/Istanbul

www.hakankose.com

www.aligur.com.tr

www.haticegokce.com

www.moskozmetik.com/orhan.php?k=1

www.neslihankiyak.com/giris.html

www.facebook.com/group.php?gid=45190477785

www.onder-ozkan.com/#/COMPETITIONS

Text/Fotos Peter Gress