

Haart, aber Hairzlich

Als Friseur kann man mehr bewegen als nur Kämmen und Klingen durch gelocktes, glattes oder spartanisches Haar. Er kann revolutionäres Gedankengut in seine Zunft bringen, finanziell diskriminierte Haarlängen gleichstellen oder auch Charity-Events für Tsunami-Opfer ins Leben rufen. Schauplatz: Die Josefstadt, Wien.

Hier in Wien haben Haar-Dompteure meist noch den Ruf als Lebenshelfer, Eheretter oder zumindest Wegbegleiter in eine bessere Welt. Gleichzusetzen mit Beichtvätern, Barkeepern oder Psychotherapeuten. Da ist schon was Wahres dran, trotzdem ist der Friseur in der Josefstädterstraße weit weg von der Klischeehaften „Küss-die-Hand-gnädig-Frau“-Kundschaft. Auch ist der britische Geschäftsführer, Kurt Chellaram, nicht ein abgehobener Haupthaarartist mit untertänigen Hofstaat, sondern ein Teamplayer.

Underground London Haircutters Kurt Chellaram

Josefstädter Straße 29, 1080 Wien
Tel.: 407 16 07
e-mail: kurt@underground.or.at
Web: www.underground.or.at

Bei den Underground London Haircutters ist einiges anders. Man betritt das schmale Geschäftslokal und taucht ein in ein geschäftiges Treiben herzlicher Betriebsamkeit. Die bunt gemischte Kundschaft sitzt eng aneinander, Opernballbesucher teilen den Fön mit den Demonstranten derselben Veranstaltung, plaudern aufgeweckt, bevor sie sich an die beiden unterschiedlichen Fronten der Abendgestaltung begeben. Hier kein Problem. Bei Chellaram ist die Welt noch in Ordnung. Da gibt es sogar Einheitspreise. Man stelle sich vor, schulterlang zahlt dasselbe wie streichholzlang, Lockenschungel genauso viel wie Pagenkopf. Der Preis variiert dann je nach Sonderwunsch. Pflegeprodukte, Farbtöne, Meister-Frisur oder Top-Stylist. Fönen kann man sich ja auch selber. Und auch das war revolutionär, als Chellaram das Cut-and-go ins Leben rief. Anfangs von den Zunftkollegen belächelt, heute sogar von Diskont-Coiffeuren imitiert. Die Idee: „Ich habe herausgefunden, dass viele nach einem Friseurbesuch als erstes einmal zuhause zur Bürste greifen oder die Haare noch mal waschen, also warum sollen die Kunden für etwas zahlen, was sie dann eigentlich selbst tun?“ Chellaram hat damit das Selber-fönen eingeführt. Auch das Berücksichtigen von Mondphasen bei

der Haarbehandlung machen dem Friseurmeister heute einige Kollegen nach. Er war einer der ersten. Nicht nur die Kunden werden bei den Underground Haircutters groß geschrieben, auch die Mitarbeiter stehen im Mittelpunkt. „Es bringt gar nichts, wenn der Chef der Star ist und die Angestellten ihm zusehen müssen. Es muss umgekehrt sein, das motiviert die Mitarbeiter und gibt auch dem Chef mehr Zeit für den einzelnen Kunden. Jeder Betrieb ist so stark wie sein schwächstes Glied.“

Kämmen für einen guten Zweck

Trotz alledem ist es ein Luxus, sich über die eigene Frisur den Kopf zu zerbrechen, denn auf der Welt gibt es weit schwerwiegendere Probleme. Nach der Tsunami-Katastrophe wollte Chellaram etwas tun. Nicht einfach nur einen Tagesumsatz spenden, sondern seinen Beruf dem Helfen widmen. Und so hat er Hair-Aid ins Leben gerufen. „Mein Arbeits-Werkzeug ist keine Schaufel, aber es kann trotzdem etwas bewegen.“ Im Wiener Austria Center haben sich eines Sonntags 280 Friseure eingefunden, die einen ganzen Tag lang für den guten Zweck geschnitten, gekämmt, gezwirbelt und gefönt haben. Am Ende des Tages kamen über 13.500 Euro zusammen, die dem SOS Kinderdorf für den Wiederaufbau in Sri Lanka übergeben wurden. Warum sich ein Brite jedoch in Wien niederlässt, um derart innovatives Gedankengut in die Tat und damit ins Haar umzusetzen, begründet Chellaram so: „Wien ist einfach wirklich eine coole Stadt mit Herz und Charakter. Da macht es Spaß, Dinge auszuprobieren.“ Und das tat er immer wieder. Er war mobiler Friseur, hatte in Möd-

ling einen Salon, und auch sonst genug frische Ideen: „Ich hatte zum Beispiel 1987 am Fleischmarkt das erste Cut-in. Da war

Text: **Margarethe Jurik**

Foto: **Elmar Hruby**

am Freitag bis Mitternacht offen.“ 1999 eröffnete er das Lokal in der Josefstädter Strasse und hat seitdem vier Wiener Lehrlinge ausgebildet, zwei davon sogar mit Auszeichnung. „Ich will dem Nachwuchs Spaß und Emotion für diesen Beruf mitgeben, sie sollen auch ihre eigenen Ideen realisieren können.“ Und den Kunden gibt er auch ein besonderes Versprechen. „Wir bieten den besten Schnitt, nach bestem Gewissen. Mit der Garantie, dass jeder auch selber mit der neuen Frisur zurecht kommt“. Kunden und Mitarbeiter zufrieden und glücklich stimmen, nebenbei auch noch der Welt helfen, das sind nicht die einzigen Ziele von Chellaram. Sein großes Baby ist der Ball der Frisur, der auch von ihm ins Leben gerufen wurde und am 21.10.2006 zum ersten Mal stattgefunden hat. Dieses Image-Event der Sty-



ling Branche soll die Qualität der Dienstleistung und des Services dieser Sparte in ein öffentlichkeitswirksames Licht rücken und die Bevölkerung sensibilisieren. Was ihm damit wieder einmal gelungen wäre. ■