

„DER
MARKT
IST NOCH
LANGE
NICHT
AUSGE-
SCHÖPFT.“

Anita Lafer, Geschäftsführerin und Miteigentümerin von Great Lengths, ist seit 1995 erfolgreiche Unternehmerin der DACH-Dependance des heute weltweit führenden Anbieters von Echthaarverlängerungen und -verdichtungen. INTERVIEW: PETRA WEINZIERL

CLIPS: Frau Lafer, vor zwei Monaten wurden Sie als steirische Unternehmerin des Jahres 2016 in der Kategorie Export/Internationales ausgezeichnet. Wie heißt Ihr Erfolgsrezept für Great Lengths?

ANITA LAFER: Zu einer Zeit als Extensions noch nicht in der Mitte der Gesellschaft angekommen waren, habe ich bereits an das Produkt geglaubt und das Potenzial gesehen, welches darin steckt. Denn volles langes Haar ist der Traum von vielen Frauen und nicht jede ist von Natur aus damit gesegnet. In den letzten Jahren häufen sich die Auszeichnungen, die wir von unabhängigen Organisationen erhalten und die uns beweisen, dass wir schon sehr vieles richtig machen.

Wie würden Sie Ihren Unternehmergeist beschreiben?

Mutig, unerschrocken und immer meinen eigenen Weg verfolgend, ohne sich dabei zu wichtig zu nehmen.

Sie sind eine Powerfrau und haben Great Lengths 1995 im deutschsprachigen Raum mit drei Mitarbeiterinnen eingeführt – wie groß ist das Team heute, wie viele Partnersalons arbeiten mit Great Lengths und wie viele Kundinnen tragen Ihre Extensions?

Vielen Dank! Derzeit sind in St. Stefan 70 Mitarbeiter beschäftigt, 17 davon in der neuen Produktion und weitere neun Mitarbeiter im Vertriebsaußendienst in

Deutschland. Wir versorgen mehr als 6.000 Partnersalons in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Wie viele Kundinnen konkret Extensions tragen, kann ich so leider nicht beantworten. Wichtig ist jedoch, dass bereits wenige Strähnen eine Typveränderung erreichen können.

Und wie ist die Marke weltweit aufgestellt?

Great Lengths gibt es seit vielen Jahren auf allen Kontinenten. Durch erfolgreiche Arbeit in den vergangenen Jahren hat Great Lengths weltweit den Ruf der besten Haarverlängerungsfirma erworben. So wurde Great Lengths beispielsweise in den USA bereits neun Jahre hintereinander als ‚Favorite Extensions System‘ ausgezeichnet.

Die Methode und Technik für Echthaarsträhnen ist eine Wissenschaft für sich. Was sind die neuesten Entwicklungen?

Um mehr Flexibilität für individuelle Stylings zu bieten, hat Great Lengths 2016 ein neues Design der Original-Bondings herausgegeben. Die neuen Bondings verlaufen in durchgehend einheitlichen Linien. Dadurch besteht auch in gekürzter Form keine Gefahr mehr von herausfallenden Haaren. Dank des neuen Designs können Great Lengths-Partner individuelle Strähnen vertikal sowie auch horizontal für spezielle Haarzonen zuschneiden und anpassen. Ebenfalls neu ist das direkt in die Bondings eingestanzte Great



Höchste Haar-Qualität und Bondings sind Markenzeichen von Great Lengths. Die Bonding-Verbindungen zwischen Eigenhaar sind bei Great Lengths unsichtbar, kaum spürbar und halten in allen Alltagssituationen.

Lengths-Logo, das die Qualität und sichere Herkunft der Haare widerspiegelt. Zudem bieten wir seit 2016 auch Haare in 25 Zentimeter Länge an.

Sie haben eine Produktionsstätte in St. Stefan im Rosental – wie viele Echthaarsträhnen werden dort hergestellt?

Im August wurde mit Unterstützung der Kollegen aus Nepi bei Rom noch intensiv trainiert. Mittlerweile läuft die österreichische Produktion bereits mit hochwertigem Remihaar. Vorerst werden in St. Stefan Haarsträhnen in zehn Farben und circa 80 Prozent unserer Längen hergestellt. Im Endausbau sollen hier 34 Mitarbeiter/-innen das gesamte Programm von Great Lengths produzieren können.

Sie sind stolz auf die Qualität von Great Lengths – wie ist diese Qualität messbar?

Für uns zählt in erster Linie, dass die Kunden zufrieden sind. Letztlich ist es das einzige Kriterium, auf welches es ankommt. Wir stellen die Echthaarsträhnen auf einzigartige Weise in Europa her. Deshalb ist sehr viel Know-how und Erfahrung gefragt. Jedes Haar durchläuft viele Arbeitsschritte und genaueste Kontrollen. Selbst Laien können bei Berührung der Haarsträhnen sofort die Qualitätsunterschiede zu den Billiganbietern feststellen. Die intakte Schuppen-schicht, der natürliche Glanz, die perfekte Verblendung der Haarfarben und das von uns gefertigte Bonding garantieren die höchstmögliche Qualität. Und auch unsere Kooperationen zeigen, dass wir ein großartiges Produkt haben. So darf man auf die neuen Bilder der Kampagne von Angelo Seminara gespannt sein. Er gilt als einer der besten, wenn nicht sogar als der beste Friseur der Welt und hat sich bereits zum zweiten Mal entschieden, mit uns zusammenzuarbeiten, da auch er von unserem Produkt überzeugt ist. Ein schönes Kompliment an Great Lengths!

Girls have more fun! Wilder Style voller Lebensfreude. Verspielt-romantischer Look in Rosa, der trotz hohem Styling-Aufwand immer ein wenig „out of bed“ wirkt.



.....
Great Lengths widmet seine neue Great Woman Kollektion 2017 den Swinging Sixties und versteht die Looks als eine Art Hommage an die weibliche Emanzipation. Mittelscheitel, ein antoupiertes Hinterkopf und Strähnen, die anstelle des Ponys verspielt das Gesicht umrahmen – Glam-Style à la Brigitte Bardot.

Es wurde auch eine neue Haarpflegeserie entwickelt – sind besondere Shampoos für Extensions absolut notwendig?

Natürlich können Extensions auch mit normalen Shampoos gewaschen werden, wenn man bestimmte Punkte beachtet. Hierzu zählt beispielsweise, dass sie frei von Silikonen sein müssen. Ich denke jedoch, dass man mit seinen Extensions wie mit allen anderen wertvollen Gütern umgehen sollte. So kaufen sich ja auch die wenigsten Leute einen Porsche, um ihn daraufhin an irgendeiner Straße zu parken. Nein, man stellt ihn in eine Garage. Wenn ich mir also hochwertige Extensions setzen lasse, sollten sie auch optimal gepflegt werden.

Wie sehen die neuesten Trends für Echthaarverlängerungen und -verdichtungen aus? Was wird es bei Great Lengths für Lancierungen 2017 geben?

Lange und vor allem dichte Haare sind in meinen Augen immer im Trend. Wir planen schon die ein oder andere Neuheit für das kommende Jahr, aber derzeit ist es noch zu früh, darüber zu sprechen. Zumal der Großteil unserer Energie 2016 in die Errichtung unserer neuen Produktionsstätte geflossen ist. Nach der Eröffnung kann ich mich nun auch wieder anderen spannenden Projekten widmen. Darauf freue ich mich übrigens schon sehr.

André Märtens und Boris Entrup sind die Botschafter der neuen Kollektion ‚Great Woman 2017‘ als Styling- und Make-up-Künstler – welche Trendlooks haben sie kreiert?

Während André Märtens die Looks der aktuellen Kampagne verantwortet hat, war Boris Entrup für das Make-up zuständig. Inspiriert wurde die neue →





Great Woman Kollektion 2017 von den Sechzigerjahren – ein bewegendes Jahrzehnt, in dem die Selbstbestimmung der Frau auch in Sachen Styling an Bedeutung gewann. Jugendlich, puppenhaft und manchmal ein wenig androgyn kommt der Look daher, der sich auch in unseren Frisuren widerspiegelt. Unsere neue Kampagne versteht sich damit als eine Art Hommage an die weibliche Emanzipation. Sie zeigt, dass Frau weiblich und stark zugleich sein kann.

Great Lengths war auch auf der Berlin Fashion Week als Marke vertreten. Wie wichtig ist diese Kooperation und werden Sie sich weiter dort engagieren?

Ich persönlich liebe Fashion, und daher ist die Fashion Week für mich in jedem Jahr ein Highlight. Umso besser, wenn ich Berufliches und Privates verbinden kann. Zudem denke ich, dass Haar und Outfit zusammengehören und nur in Kombination ein perfekter Look entsteht. Daher ist uns die Kooperation mit den Designern der Fashion Week ein großes Anliegen. Leider bekommen wir jedes Jahr deutlich mehr Anfragen, als wir umsetzen können – derzeit prüfen wir noch die einzelnen Optionen.

„Leben ist Energie. Leben ist Verwandlung. Leben ist Gefühl“ – so heißt die aktuelle Kampagne. Wie viel hat dieses Motto mit Anita Lafer zu tun?

Tatsächlich hat dieses Motto sehr viel mit mir zu tun: Ich treffe viele Entscheidungen aus dem Bauch heraus, und ich bin kein Freund von Stillstand. Verwandlung und Weiterentwicklung sind wichtige Bestandteile

Ob wilder Lockenkopf oder elegante XXL-Welle: Locken wirken verführerisch und sinnlich. „Great Lengths-Extensions dienen nicht nur der Verlängerung und Verdichtung, sondern passen sich auch der Haarstruktur an“, so Anita Lafer.

meines Lebens. Und für die Umsetzung aller Ideen benötigt man in jedem Fall einiges an Motivation und Energie.

Wie viel Trainingsaufwand ist für einen Friseur nötig, um Extensions handwerklich exzellent zu verarbeiten?

Um das Einarbeiten von Extensions zu erlernen, ist natürlich ein wenig Fingerfertigkeit von Vorteil. Das bringt der Beruf des Friseurs aber ohnehin mit sich. Im Anschluss an das Basisseminar ist es wie mit allen neu erlernten Dingen im Leben: Je mehr ich übe und je höher der Anspruch an mich und meine Arbeit ist, umso besser wird auch das Ergebnis.

Welche Ausbildungsmaßnahmen bieten Sie an?

Wir bieten Frisuren unterschiedliche Seminare an, damit sie entweder das Einarbeiten der Haare lernen oder aber bestehendes Wissen auffrischen und vertiefen können. Darüber hinaus werden natürlich auch meine Mitarbeiter regelmäßig geschult.

Wie viel Mehrumsatz können Friseure durch den Service von Echthaarverlängerungen und -verdichtungen machen?

Das hängt natürlich davon ab, wie der Friseur Great Lengths im Salon positioniert. Wenn Echthaarverlängerung zu den Standards wie Waschen, Färben, Schneiden und Styling gehört, dann kann der Salon abhängig von der Anzahl der geschulten Personen den Umsatz schnell verdoppeln. Viele Salons sehen Extensions als zusätzliche Dienstleistung und freuen sich über schnelle Umsatzzuwächse von 10 bis 20 Prozent aufgrund dieses Angebots.

Welche Kundinnen sind die Zielgruppe für Extensions?

Jede Frau, die sich volles und dichtes Haar wünscht, ist eine potenzielle Kundin. Häufig bedarf es nur einer ausführlichen Beratung durch den Friseur, damit die Kundin in Zukunft mit den Haaren, die sie sich schon immer gewünscht hat, durchs Leben gehen kann. Aber Vorsicht: Einmal getragen, besteht in der Regel Suchtgefahr.

Wie sehen Sie die Entwicklung in Sachen Echthaarsträhnen in den nächsten Jahren auf dem professionellen Haarkosmetikmarkt?

Ich glaube, dass der Markt noch lange nicht ausgeschöpft ist und noch unglaublich viel Potenzial für Wachstum besteht. Viele Kundinnen wissen heute noch nicht, was bereits alles möglich ist. Es braucht den Friseur als Botschafter, der Aufklärung leistet und die wunderbaren Möglichkeiten aufzeigt.