

Schweizerische Coiffeurfachlehrer Vereinigung

Fachheft 1

Handlungskompetenzbereich
EFZ a + b | EBA a

**Betreuen von Kundinnen und Kunden
und Organisieren des Arbeitsumfeldes**

**Beraten und Verkaufen von Dienstleistungen
und Produkten**



Projektleitung	Doris Lutz und Andrea Winkler-Eng
Autorin Überarbeitung	Karin Wüst-Hengartner Anpassung des Lizenzwerks an die Schweizer Bildungslandschaft mit den Verordnungen zur beruflichen Grundbildung.
Korrekturat	Anita Fehr, Doris Lutz, Andrea Winkler-Eng
Digitale Begleitung	Dominique Bürki-Spycher
Redaktion	hep Verlag, Projektleitung Bettina Jossen
Bildredaktion	Karin Wüst-Hengartner, Anita Fehr, hep Verlag
Umschlag Gestaltung	Joel Zünd, Projektarbeit von Lernenden der Schule für Gestaltung, St. Gallen
Lernplattform	«haare-cheveux-capelli» Beratung und Konzept (Lizenzgeberin) SwissLearnSoft GmbH
Lizenzgeber Buch	Lizenzausgabe auf Basis von Das neue Friseurbuch in Lernfeldern (3936) Arbeitshefte Britta Kleemiß (Hrsg.), Ivonne Albinus, Silke Dreher, Hannelore Helbing, Karsten Meier, Inka Schweers, Iris Tully und Dieter Zack mit Genehmigung vom Verlag Handwerk und Technik GmbH, Lademannbogen 135, D-22339 Hamburg
Druck und Auslieferung	Appenzeller Druckerei AG Kasernenstrasse 64 9100 Herisau 071 354 64 64 info@adag.ch

© 2024 by Schweizerischer Coiffeurfachlehrer Vereinigung
3. Auflage 2024

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich
geschützt. Jede Verwertung in anderen als den gesetzlich zugelassenen
Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Rechtsinhabers.

Inhaltsverzeichnis

Betreuen von Kundinnen und Kunden und Organisieren des Arbeitsumfeldes	8
Arbeitsplatz Coiffeurgeschäft	10
Unternehmensform, Standort und Zielgruppe des Geschäftes	10
Produkt- und Dienstleistungsangebot	11
Funktion, Ausstattung und Nutzung der Betriebsräume	12
Ihre Rolle im Team	13
Der Coiffeurberuf	15
Berufsgeschichte – der Coiffeurberuf früher und heute	15
Rechte und Pflichten im Coiffeurgeschäft	18
Betreuen von Kundinnen und Kunden	22
Kundinnen und Kunden empfangen	24
Begrüßung – der erste Eindruck zählt.....	24
Wie wirke ich auf die Kundschaft?.....	25
Wie wirkt die Kundin auf mich? – Kundentypen	30
Nähe und Distanz.....	32
Geschäftabläufe organisieren	33
Terminplanung.....	33
Erfassen von Kundendaten	33
Mit Kundinnen und Kunden telefonieren	35
Serviceleistungen – Wartezeiten überbrücken	36
Kundenbindung durch Service.....	36
Kundenwünsche ermitteln	37
Gespräch zur Kundenwunschermittlung.....	37
Reklamationen entgegennehmen	39
Umgang mit Reklamationen	39
Kundinnen und Kunden verabschieden	41
Arbeitsgeräte und Arbeitsumgebung im Coiffurebereich reinigen und pflegen	42
Hygiene am Arbeitsplatz	44
Gesundheitsvorsorge	44
Bereiche der Hygiene.....	44
Krankheitsüberträger	47
Desinfektion und Reinigung	48
Organisieren und Pflegen des Arbeitsumfeldes	50
Berufswerkzeuge	50

Kämme	50
Die Haarbürsten	52
Haarschneideschere	55
Sicheres Arbeiten mit elektrischen Geräten	60
Sicherstellen der Arbeitssicherheit, Gesundheits- und Umweltschutzes	62
Gesundheitsschutz für Sie und Ihre Kundschaft	64
Rechtliche Regelungen für die Arbeitssicherheit	64
Hautschutz	65
Schutz der Atemwege	70
Ergonomisches Arbeiten	70
Unfallvermeidung und Erste Hilfe	72
Umweltschonendes Arbeiten im Coiffeurgeschäft	73
Marketing	76
Geschäftsgestaltung	76
Beraten und Verkaufen von Dienstleistungen und Produkten	84
Besonderheiten in der Kundenberatung	86
Gesprächsführungstechniken	86
Kritischer Umgang mit Werbeaussagen	90
Kaufmotive	92
Anhang I: Fachwissen vertiefen	94
Individuelle Kundengegebenheiten	96
Kundenwunsch	96
Schminkgewohnheiten	96
Hautgegebenheiten	97
Basiswissen Make-up und Maniküre	102
Ausgleich und Betonung von Gesichtsformen	102
Ausgleich und Betonung von Augenformen	104
Ausgleich und Betonung von Lippenformen	107
Farbempfehlungen für die vier Farbtypen	108
Schöne Fingernägel und gepflegte Hände sind ein «Aushängeschild» für den Menschen.	113
Anhang II: Fachwissen vertiefen	116
Unternehmerische Vorentscheidungen	118
Geschäftskonzept	118
Dienstleistungen	119
Organisationsmittel	119
Teamarbeit	121
Qualitätsmanagement (QM)	122

Betreuen von Kundinnen und Kunden und Organisieren des Arbeitsumfeldes

Sie erkunden den Betrieb, beschreiben das Berufsbild und setzen sich mit den an Sie gestellten Anforderungen auseinander. Dann lernen Sie die Grundlagen für die Kundinnen- und Kundenbetreuung kennen.

Sicher haben Sie sich sehr gefreut, als Ihre Bewerbung angenommen wurde und Sie in Ihrem Ausbildungsbetrieb 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 das Coiffeurgeschäft 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 Coiffeurberuf.
Ich erstelle eine Liste mit allen Fragen, die mich interessieren.
Ich entscheide mich, meiner Ausbilderin Fragen zu meinen Aufgaben zu stellen.
Ich entscheide mich, die Ausbilderin zu fragen, ob mir die Lernende aus dem zweiten Lehrjahr das Coiffeurgeschäft zeigen darf.

Ausführen

Ich spreche die Lernende an.

Ich lasse mich von der Lernenden durch die Räume führen.

Ich bitte die Ausbilderin, mir meine zukünftigen Aufgaben zu nennen und zu erklären.

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?

Bewerten

Habe ich mich für die richtigen Ansprechpartner entschieden?

Sollte ich zukünftig andere Mitarbeiterinnen um Informationen bitten?

Ist die Ausbilderin mit meinem Vorgehen zufrieden?

Habe ich mich gut dargestellt?

Arbeitsplatz Coiffeurgeschäft

Sie haben Ihre Ausbildung begonnen und wollen einen guten Eindruck auf den neuen Berufsbildner, Ihre Kolleginnen und Kollegen und vor allem auch auf die Kundinnen machen.

Was erwarten diese unterschiedlichen Personengruppen von Ihnen?

Sie arbeiten bereits seit einigen Wochen in Ihrem Ausbildungsbetrieb. Wie ist das Coiffeurgeschäft organisiert? Wie viele Menschen arbeiten dort? Welche Präparate und Arbeitstechniken wenden Sie an? Vergeben Sie Termine?

Wenn Sie diese Fragen in der Klasse diskutieren, werden Sie feststellen, dass einige Punkte sehr unterschiedlich gehandhabt werden, andere wiederum ähnlich.

Dieses Kapitel gibt Ihnen einen Überblick über mögliche organisatorische Strukturen eines Coiffeurgeschäfts, allerdings können nicht alle Abweichungen berücksichtigt werden. Sie lernen die beruflichen Anforderungen kennen, die an Sie gestellt werden und erfahren, wie Sie im Coiffeurgeschäft umweltschonend arbeiten können.

Unternehmensform, Standort und Zielgruppe des Geschäftes

Unternehmensform

Die Betriebsformen in der Coiffeurbranche sind vielfältig. Sie reichen von inhabergeführten Einzelunternehmen über sogenannte Stuhlmietter und mobile Kleinstunternehmen bis hin zu Geschäften, die einer Kette angehören oder im Franchisesystem geführt werden.

In einem Coiffeurgeschäft sind durchschnittlich drei Mitarbeitende beschäftigt. Im Normalfall arbeiten die Geschäftsinhabenden selbst mit und bilden ihre Lernenden auch selbst aus. Der Grund dafür, dass die meisten Betriebe relativ klein sind, liegt auf der Hand: Viele Kundinnen und Kunden bevorzugen ein Coiffeurgeschäft in der Nähe ihres Wohnortes oder ihres Arbeitsplatzes. Deswegen ist das Einzugsgebiet oft nicht sehr gross. Eine Ausnahme bilden Ketten, die an mehreren Standorten Filialen haben und somit mehr Mitarbeitende beschäftigen können, da das Einzugsgebiet vergrössert ist.

Standort und Zielgruppe

Welchen **Standort** ein Unternehmen für ein Coiffeurgeschäft wählt, hat wesentlichen Einfluss auf dessen wirtschaftliche Entwicklung. Bevor man ein Coiffeurgeschäft eröffnet, sollte man sich deshalb die Gegend und die Menschen dort sehr genau anschauen, um das Angebot zielgruppengerecht gestalten zu können.

Unter der **Zielgruppe** versteht man die Personen, die als Kundinnen und Kunden gewonnen werden sollen (z. B. Wunschkundschaft = Damen, Herren, Kinder, ältere Menschen, modisch, klassisch, konservativ, trendy, preisbewusst, gehobener Anspruch usw.).

Bei der Standortwahl spielen u. a. folgende Faktoren eine Rolle:

- | | |
|------------------------------------|---|
| • Mitbewerberinnen und Mitbewerber | • Einzugsgebiet (Stadt, Land, usw.) |
| • Anzahl der Singlehaushalte | • Lage (Fussgängerzone, EKZ, Randlage, Nebenstrasse usw.) |
| • Kaufkraft | • Verkehrsanbindung/Parkmöglichkeiten |
| • Miethöhe | |
| • Altersstruktur | |

Standort und Zielgruppe haben Auswirkungen auf **Angebot und Optik eines Geschäfts**. So ist es z. B. wenig sinnvoll, in einem Dorf **ein trendiges Geschäft** zu eröffnen, das sich auf **ausgefallene Frisuren** spezialisiert. Zu einem bekannten Szenecoiffeurgeschäft reist die Kundschaft aber auch an! Das Geschäftskonzept muss genau zur jeweiligen Zielgruppe passen. So erwarten z. B. Kundinnen, die bereit sind, einen hohen Preis für Coiffeurleistungen zu zahlen, häufig eine exklusive Einrichtung, hochwertige Produkte, top gestylte **Mitarbeitende** und Zusatzdienstleistungen (z. B. Massagen, Prosecco, Make-up-Auffrischung usw.). Man muss sich also sehr genau überlegen, welcher Zielgruppe man an welchem Ort welche Produkte und Dienstleistungen anbieten möchte.

Produkt- und Dienstleistungsangebot

Dienstleistungsangebot

Das Dienstleistungsangebot von Coiffeurgeschäften hat sich in den letzten Jahren stark vergrößert. Die Kundinnen und Kunden wollen schon lange nicht mehr nur die Haare geschnitten bekommen. Das Angebot hängt stark vom Standort und von der Zielgruppe ab.

Produktpalette

Entsprechend dem Dienstleistungsangebot setzt sich auch die Produktpalette eines Geschäftes zusammen. Je nach Hersteller ist diese unterschiedlich umfangreich und auch unterschiedlich teuer.

Grundsätzlich sind alle Produkte in einem Coiffeurgeschäft sogenannte **coiffeurexklusive Markenprodukte**. Das bedeutet, dass man diese Produkte in dieser Qualität nur in einem Coiffeurgeschäft kaufen kann, da nur Fachleute die richtige Handhabung erklären können und auch sollten.



Die Produkte lassen sich in fünf Basisgruppen einteilen:

- Produkte zur Reinigung der Haare
- Produkte zur Pflege der Haare
- Produkte zum Styling der Haare
- Produkte zur Farbveränderung
- Produkte zur Formveränderung

Weitere Gruppen: spezielle Männerprodukte, Produkte für Make-up / Maniküre. Produkte werden sowohl im Coiffeurgeschäft verwendet als auch für die Anwendung zu Hause verkauft. Der Teil der Produkte, der von Coiffeusen und Coiffeuren während der Arbeitszeit gebraucht wird, nennt sich auch **Serviceprodukte**.

Funktion, Ausstattung und Nutzung der Betriebsräume

Auf der Suche nach Ihrem Ausbildungsplatz haben Sie vermutlich einige Geschäfte bei Ihren Vorstellungsgesprächen kennengelernt. Bestimmt ist Ihnen aufgefallen, dass diese sehr unterschiedlich aussehen. Jede Geschäftsinhaberin und jeder Geschäftsinhaber richtet das Coiffeurgeschäft nach den eigenen Wünschen und Vorstellungen und selbstverständlich auch zielgruppenorientiert ein. Es gibt jedoch bestimmte Bereiche, ohne die kein Geschäft auskommen kann.

Empfangsbereich



Empfangsbereich

Das Erste, das der Kundschaft ins Auge fällt, wenn sie ein Coiffeurgeschäft betritt, ist die **Rezeption**. Hier befinden sich das Telefon, der Computer und das Terminbuch. An der Rezeption wird die Kundin oder der Kunde empfangen, begrüsst und im Terminbuch vermerkt. Nach der Behandlung wird die Kundin hier verabschiedet, sie bekommt an der Rezeption ihre Rechnung und eventuell einen neuen Termin für ihren nächsten Besuch. Hier stehen auch Produkte für den Heimgebrauch. Meist wird der Kunde bereits während der Behandlung beraten, aber auch im Rezeptionsbereich ist ein Beratungs- und Verkaufsgespräch zu den Produkten möglich. Sie können der Kundin die Produkte zeigen, sie kann vergleichen und sich in Ruhe entscheiden.

Häufig befindet sich direkt im Anschluss an den Empfangsbereich eine **Wartezone** für die Kundschaft. Hier steht eine Garderobe für Jacken und Mäntel, die Sie als aufmerksame/r Coiffeuse/Coiffeur entgegennehmen und aufhängen. Um den Kundinnen und Kunden die Wartezeit so angenehm wie möglich zu gestalten, ist im Wartebereich meist eine Lesecke mit Stühlen, Zeitschriften und Frisurenheften eingerichtet. Viele Geschäfte haben auch Spielsachen, um Kinder zu beschäftigen.

Bedienungsbereich



Bedienungsbereich

Im Bedienungsbereich des Geschäftes befinden sich Wasch- und Bedienungsplätze. Hier gibt es Unterschiede. So gibt es Geschäfte mit fest installierten **Waschplätzen**, an denen die Kundin nach dem Beratungsgespräch die Haare gewaschen bekommt. Andere arbeiten mit im Arbeitsbereich verteilten Waschbecken. Der Kunde muss so seinen Platz nicht verlassen, sondern wird mit seinem Stuhl an das nächste Waschbecken gefahren. Die Anzahl der Waschgelegenheiten und ihre Verteilung sind von der Grösse des Geschäftes und der Anzahl der Mitarbeitenden abhängig. Heutzutage sind die meisten Waschbecken sogenannte Rückwärts Waschbecken, da diese einfacher zu handhaben und für die Kundinnen angenehmer sind.

In unmittelbarer Nähe der Waschgelegenheiten sollten Schränke für Handtücher und Shampoos angebracht sein, um weite Wege und lange Wartezeiten zu vermeiden.

Der wichtigste Bereich in einem Geschäft ist sicherlich dort, wo die Kunden nach dem Haarewaschen bedient werden. Hier findet man **Bedienungsplätze** mit bequemen Stühlen und Spiegeln, sodass sich die Kundin stets sieht. Aber auch für Sie als Coiffeuse oder Coiffeur sind die Spiegel ein wichtiges Hilfsmittel. Zum einen können Sie so Blickkontakt zu den Kundinnen und Kunden halten und deren Reaktionen sehen, zum anderen dient der Spiegel auch zur Überprüfung Ihrer Arbeit. An den Bedienungsplätzen sind in den meisten Geschäften kleine Abstellmöglichkeiten angebracht, damit Sie Ihrer Kundin etwas zu trinken anbieten können. Hier stehen oft auch Verkaufsdisplays oder Werbungen für Aktionen.

Arbeitsräume

Unerlässlich ist ein Raum oder ein abgetrennter Bereich, in dem Produkte, Präparate und Utensilien, die Sie für die tägliche Arbeit brauchen, untergebracht sind. Dieser Bereich wird unterschiedlich bezeichnet. Manche Geschäfte sprechen von einem **Labor**, andere

von einem Vorbereitungs- oder Zubereitungsraum. Hier werden Colorationen, Dauerwellpräparate oder spezielle Behandlungs- und Pflegepräparate gemischt, die Reste anschliessend entsorgt und die Behälter gereinigt.

Kein Geschäft kommt ausserdem ohne Waschmaschine und Trockner aus. Saubere und frische Handtücher und Umhänge sind ein Muss.

Oft ist auch ein **Büro** in das Geschäft integriert.

Personalräume

Neben diesen Räumlichkeiten, die für die tägliche Arbeit notwendig sind, muss in jedem Coiffeurgeschäft ein **Aufenthaltsraum für die Mitarbeitenden** eingerichtet sein, in dem sie sich ausruhen und ihre Pausen verbringen können. Oft gibt es hier neben Sitzgelegenheiten eine kleine Küche. Die Einrichtung und Ausstattung eines Aufenthaltsraums ist gesetzlich vorgeschrieben. So muss dieser hell und gut belüftet sein und getrennt vom Arbeits- und Kundenbereich liegen.

Toiletten für das Personal und die Kundschaft dürfen ebenfalls nicht fehlen.

Ihre Rolle im Team

Je nach Betriebsgrösse ist das Team in einem Coiffeurgeschäft unterschiedlich gross. In kleinen Betrieben übernimmt ein Mitarbeiter häufig mehrere Funktionen. In jedem Betrieb arbeitet mindestens eine **Berufsbildnerin**. Diese ist oft gleichzeitig **Betriebsinhaberin** oder Geschäftsleiterin und als **Ausbildnerin** für Sie verantwortlich. Zum Team gehören neben den **Lernenden** evtl. eine **Empfangsperson** und alle Angestellten des Betriebes.

Anforderungen im Beruf

Fachkenntnisse und handwerkliche Fertigkeiten, gestalterische Fähigkeiten sowie Kompetenzen in Beratung und Verkauf sind Grundvoraussetzungen im Coiffeurberuf. Neben diesen **Fachkompetenzen** werden vor allem persönliche und soziale Kompetenzen vorausgesetzt.

Persönliche Kompetenzen sind charakterliche Stärken, z. B., dass Sie in der Lage sind, Ihre persönlichen Entwicklungschancen zu erkennen und zu nutzen, sich Ihrer Rolle in der Gesellschaft klar zu werden und Ihre Begabungen zu erkennen und auszubauen. Selbstständigkeit, Kritikfähigkeit, Selbstvertrauen, Zuverlässigkeit, Verantwortungs- und Pflichtbewusstsein gehören ebenfalls dazu.

Sozialkompetenz ist die Bereitschaft und Fähigkeit, soziale Beziehungen einzugehen und zu gestalten, Probleme und Gefühle bei anderen zu erkennen und damit verantwortungsbewusst umzugehen. Wichtige Schlagworte sind Teamfähigkeit, soziale Verantwortung und Solidarität. Sozialkompetenz ist unerlässlich in der Zusammenarbeit mit den Kolleginnen und Kollegen und im professionellen Umgang mit der Kundschaft.

Das erwarten andere von Ihnen

Kundinnen und Kunden 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 **Kolleginnen und Kollegen** ist es wichtig, dass Sie im Team arbeiten können, hilfsbereit (Sozialkompetenz) und kritikfähig sind sowie pünktlich und gewissenhaft Ihre Aufgaben erledigen (persönliche Kompetenzen). Ihre **Chefin, Ihr Chef** erwartet an persönlichen und sozialen Kompetenzen vor allem Kommunikationsfähigkeit, Aufgeschlossenheit, höfliche Umgangsformen, Verschwiegenheit, Teamarbeit und Kritikfähigkeit von Ihnen.

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 und erfolgreich zu sein.

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 jemanden bedienen, aber auch an der Abschlussprüfung.

Allgemeine Voraussetzungen für einen erfolgreichen Start in den Coiffeurberuf sind z. B. Einfallsreichtum, das Gefühl für Formen, ein gutes Farbempfinden, ein grosses Vorstellungsvermögen, Sauberkeit, geschmackvolle Kleidung und gepflegte Hände.

Mobbing



Mobbing

Leider passiert es immer wieder, dass man mit einigen Mitarbeitenden – oder Mitschülerinnen und Mitschüler – nicht klarkommt und das Gefühl hat, dass man ständig schikaniert wird. Man muss jedoch unterscheiden: Wenn jemand mal einen schlechten Tag hat und seinen Frust an anderen auslässt, ist das zwar nicht schön, aber menschlich. Schlimm wird es, wenn Sie jeden Tag, jede Woche – und das über einen längeren Zeitraum – auf der «Abschussliste» stehen. Dann spricht man von Mobbing.

Mobbing ist ein Begriff, der aus dem Englischen übernommen wurde. Er wird verwendet, wenn z. B. eine Kollegin oder ein Kollege ständig Gerüchte über Sie in die Welt setzt, Sie schikaniert, völlig meidet oder grundlos 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 Teammitgliedern nicht mehr gegrüsst werden oder wenn Gespräche verstummen, sobald Sie in die Nähe kommen. Wichtige Informationen werden Ihnen vorenthalten, sodass Sie über betriebliche Abläufe nicht richtig informiert sind, Unterlagen verschwinden oder werden manipuliert und kleine Fehler, die Ihnen unterlaufen, sind auf einmal eine grosse Sache.

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.

Oftmals traut man sich das jedoch nicht allein. Suchen Sie deshalb Hilfe bei Kolleginnen oder Kollegen, die vielleicht sogar in der gleichen Situation sind wie Sie. Problematisch ist, dass es oft schwierig ist, Verbündete zu finden, weil die Angst gross ist, selbst zum Opfer zu werden.

Wichtig ist, dass Sie das Mobbing beweisen können. Schreiben Sie auf, was passiert. Sammeln Sie Beweise. Denken Sie dabei auch über sich selbst nach: Inwiefern tragen Sie mit Ihrem Verhalten oder Äusserungen dazu bei, dass jemand ein Problem mit Ihnen hat? Machen Sie den Konflikt zum Thema bei einer Arbeitsbesprechung.

Wenn das alles nicht hilft, sprechen Sie Ihre Chefin oder Ihren Chef auf die Vorfälle an. Sie können auch die Sozialberatung KSD in der Berufsfachschule nutzen. Dort können Sie mit einer Vertrauensperson Probleme besprechen. Natürlich können Sie sich auch an Ihre Klassenlehrperson wenden.

Der Coiffeurberuf

Sie haben Ihren Lehrvertrag unterschrieben und dürfen Ihre Ausbildung beginnen.
Wozu haben Sie sich mit der Unterschrift verpflichtet?
Welche Erwartungen dürfen Sie an Ihre Ausbildung haben?

Hätten Sie gedacht, dass Sie einen Beruf lernen, den es bereits seit mehreren Tausend Jahren gibt? Coiffeure gehörten schon immer zur Gesellschaft, da die Menschen stets versuchten, auf dem aktuellen Stand der Mode zu sein. Um Ihren Beruf und vor allem seine Entwicklung zu verstehen, ist es notwendig, dass Sie zunächst eine kleine Reise in die Vergangenheit antreten.

Berufsgeschichte – der Coiffeurberuf früher und heute

Antike

Der Wunsch nach Schönheit ist so alt wie die Menschheit selbst. Bereits in der Steinzeit bemalten die Menschen ihre Körper mit Farbe, um ihre Götter zu verehren.

Bei den **Ägyptern** hatten die Haar- und Körperpflege und auch die Perückenherstellung einen hohen Stellenwert. Die Pflege von Haar und Kopfhaut wurde vor allem von Sklavinnen und Sklaven durchgeführt, die ihre Herrscher oder Herrscherinnen salbten und ölten und ihnen die Haare frisierten, tönten und entfernten.

Die **Griechen** und später vor allem die **Römer** führten öffentliche Badehäuser ein, in denen sich die Menschen entspannten und von Sklaven pflegen liessen. Hier wurden aber auch öffentlicher Klatsch ausgetauscht und Geschäfte besprochen. Die vornehmen Römer hatten in ihrem Haus Sklavinnen und Sklaven angestellt, die für die tägliche Schönheitspflege zuständig waren, z. B. den «Epilator» für das Auszupfen unerwünschter Körperhaare.



Vornehme Ägypterin mit ihren Sklavinnen beim Frisieren. Fresko aus Theben, um 1400 v. Chr.

Mittelalter

Aus dieser Tradition entwickelten sich im frühen Mittelalter (um 900 n. Chr.) die ersten öffentlichen Badestuben, die von den **Badern** betrieben wurden. Zunächst waren diese Orte den vornehmen Bevölkerungsschichten vorbehalten, die einmal im Monat die Badestuben besuchten, um sich zu reinigen. Gleichzeitig liessen sie sich hier die Haare und Bärte schneiden oder rasieren. Die Bader führten zusätzlich kleinere medizinische Behandlungen durch, wie Zähneziehen, Wundbehandlung, die Behandlung von Knochenbrüchen, Salbenzubereitung, Schröpfen und Aderlass.

Im Jahr 1548 wurde die Baderzunft offiziell anerkannt. Zu dieser Zeit grassierten jedoch viele Infektionskrankheiten, wie Syphilis und die Pest, die sich rasch in der Bevölkerung ausbreiteten. Weil die Menschen dachten, dass das Wasser sie krank machen würde und auch aufgrund der schlechten hygienischen Verhältnisse wurden die Badestuben nach und nach geschlossen.



Mittelalterliche Badestube