

# Neuanfang

Im Gespräch mit Jan Laan, Pivot Point: „Deutschland ist ein sehr wichtiger Markt“

Zweimal im Jahr bringt Pivot Point eine eigene Kollektion heraus (Bild aus der aktuellen Frühjahr-/Sommer-Kollektion 2015)



Yvonne Rühle (l.) und Stephanie Hladik trafen sich mit Jan Laan (Pivot Point) zum Gespräch

**A**ls Leo Passage 1962 in den USA die neue Friseur-Ausbildungsmethode Pivot Point entwickelte, ahnte er wohl nicht, welchen Siegeszug diese weltweit antreten würde. Jedes Jahr besuchen über 50.000 Schüler in sechs Kontinenten eine Friseurschulung nach Pivot Point. Auch in Deutschland gibt es viele Anhänger. „Deutschland ist für uns ein sehr wichtiger Markt“, sagt Jan Laan, Vize-Präsident von Pivot Point International und verantwortlich für die strategische Entwicklung weltweit. Gerade in Deutschland lief in den letzten Jahren nicht alles optimal. Die Distribution für Pivot Point lag in den Händen der Beauty School von Anja und Marcus Curth in Obrigheim. Sie meldete Anfang Januar Insolvenz an und musste mittlerweile geschlossen werden. Pivot Point International hat das Heft nun selbst in die Hand genommen, um möglichen Schaden von der Marke abzuwenden und verloren gegangenes Vertrauen wieder zurückzugewinnen. Mit den vorhandenen Strukturen (Schulen, Salons, Industrie) soll das System in Deutschland ausgebaut werden.

### Kündigung unvermeidbar

Jan Laan will keine alten Wunden aufreißen, wie er im Gespräch mit TOP HAIR mehrfach sagt. „Wir haben 17 Jahre mit den Curths sehr gut zusammengearbeitet und sie haben die Marke Pivot Point in Deutschland bekannt gemacht. Dafür gebührt ihnen

ein großes Dankeschön.“ Dennoch: Das Ende der Geschäftsbeziehungen zum Ehepaar Curth hatte nichts mit der späteren Schul-Insolvenz zu tun. „Die wäre so oder so gekommen. Die Schule hat sich leider schon länger in einer finanziellen Schieflage befunden, u. a. weil die Ziele in unseren Augen nicht realistisch waren“, sagt Laan. Immer mehr Rechnungen blieben bei den Banken, Kunden und auch bei Pivot Point unbezahlt. „Wir mussten schließlich den Vertrag kündigen – auch, um unser Ausbildungs-System zu schützen.“

### Unglückliche Diskussion

Pivot Point war im Zusammenhang mit der privatschulischen Ausbildung, die Anja und Marcus Curth an ihrer Beauty School seit 2009 angeboten hatten, immer wieder mit in die Schlagzeilen geraten. „Es hat viel negative Energie im Markt gegeben. Plötzlich befand sich Pivot Point inmitten einer politischen Diskussion um die private oder duale Ausbildung. Wir haben uns nicht wiedererkannt“, sagt der Vize-Präsident und stellt klar: „Wir sind überhaupt nicht gegen ein bestimmtes System, sondern FÜR eine gute Ausbildung. Ob diese privatschulisch oder staatlich dual erfolgt, ist uns egal. Das ist eine rein deutsche Diskussion gewesen.“ In anderen Ländern stelle sich diese Frage nicht. „In den Niederlanden und Belgien gibt es zum Beispiel staatliche Schulen, in den USA sind sie überwiegend privat, in →





Über Friseursalons, die Industrie und ab Herbst 2015 auch über den Großhandel bietet Pivot Point flächendeckend seine Seminare an

Australien, Kanada, Frankreich existieren beide Schulsysteme nebeneinander“, erklärt Laan, der auf seinen Reisen vieles davon kennengelernt hat. „Das Schulsystem ist nicht wichtig, sondern allein die Methode, nach der gelehrt wird. Und da hat sich das Produkt Pivot Point, das immerhin auf sechs Kontinenten vertrieben wird, als sehr gut erwiesen.“

### Deutscher Markt wichtig

Der Vertrieb in Deutschland wird nun direkt von Amsterdam aus gesteuert – hier hat der gebürtige Holländer sein Büro. Kein Distributeur mehr, dafür näher am Kunden. Laan hat keine Berührungängste. „Mit 17 Jahren habe ich Friseur gelernt und viele Jahre im Salon gearbeitet, bevor ich Trainer für Pivot Point wurde“, sagt er. Laan stieg ins internationale Management auf und war von 2000 bis 2005 CEO von Pivot Point International USA, bevor er 2008 nach Europa zurückkam. Da lagen bereits 20 Jahre Auslandserfahrung hinter ihm, u. a. lebte er in den USA, in Hongkong und Italien, wo er zwischendurch auch drei Jahre für die Marke Davines arbeitete.

Und nun also Deutschland. „Ein wichtiger Markt, weil hier gute Friseure sitzen“, weiß Laan. Seit Jahresbeginn hat er alle bisherigen Pivot-Point-Akademien besucht und eine Menge Gespräche geführt. „Viele waren verärgert, aber ich habe niemanden getroffen, der mit Pivot Point unzufrieden war.

Alle wollen weiterhin mit uns zusammenarbeiten, denn die Methode ist gut“, sagt er sichtlich froh, dass das Vertrauen der Kunden noch da ist. Und das der Trainer? „Alle sind mit an Bord. Jens Hagenmüller ist ja unser Cheftrainer, und seine Frau Sabrina kenne ich schon sehr lange. Jens konzipiert unser Schulungsmaterial, zweimal im Jahr eine Trend-Kollektion und reist als Trainer um die Welt. Insgesamt haben wir 15 Trainer. Beim nächsten Trainerseminar im August sind sogar 22 dabei.“ Die Trainer führen oft nebenbei einen eigenen Salon oder arbeiten in Schulen. Aktuell zählen zu den Pivot-Point-Partnern mehrere Friseurschulen und Friseurbetriebe mit eigener Akademie (siehe S. 99). Neben ihrem eigenen Schulnamen dürfen diese den Zusatz „Educated by Pivot Point“ führen. Jan Laan legt Wert darauf, dass es sich hier nicht um ein Franchise-System handelt. „Die Schulen zahlen keine Jahresgebühr. Sie bezahlen allein das Schulungsmaterial, das sie von Pivot Point beziehen.“ Auch hier hatte es in der Vergangenheit immer wieder Irritationen gegeben. „Pivot Point ist kein Franchisegeber.“

### Neue Webseite

Das umfangreiche Seminarangebot von Pivot Point kann jeder Interessent auch über die Webseite ([www.pivotpoint.de.com](http://www.pivotpoint.de.com)) online buchen. Hier gibt es auch eine Hotline, die momentan noch in die Pivot-Point-Academy Bern weitergeleitet wird. Diese macht die Pivot-Point-Distribution für die Schweiz.

Der österreichische Markt wiederum wird zurzeit von Jan Laan direkt betreut. Wichtig ist dem Vize-Präsidenten auch die Industrie. „Wir sind firmenunabhängig, arbeiten aber mit allen zusammen, die es wollen“, sagt Laan. Wella sei z. B. ein langjähriger Partner. „Über die Industrie erreichen wir die Key Accounts, denen wir maßgeschneiderte Seminare anbieten können. Mit Wella haben wir u. a. das Angebot ‚Junior College‘ entwickelt. Einige Friseurketten bilden ihren Nachwuchs über Pivot Point aus.“

### Seminare im Großhandel

Neue Wege beschreitet das US-Unternehmen ab Herbst 2015. Dann werden erstmals die Pivot-Point-Seminare über den Friseur-Fachgroßhandel FPE in Filderstadt beworben. Warum gerade der Großhandel? „Hier erreichen wir die Salons im Markt, die nicht mit der Industrie zusammenarbeiten. Der Großhandel, und speziell FPE, hat einen großen Außendienst und viel Erfahrung.“

Und wie sieht die internationale Entwicklung von Pivot Point aus? „2016 führen wir u. a. in England, Skandinavien und den Niederlanden ein neues Online-Learning-System an den Schulen ein, das die Trainer unterstützt. Die Schüler können dann rund um die Uhr die Lehrmethode studieren. Das ist die Zukunft“, sagt Laan. „Der Schüler steht im Mittelpunkt und wir helfen ihm, dass er sich seiner (Friseur)Kompetenz bewusst wird. Ganz im Sinne von Leo Passage.“ \*

„Ob eine Ausbildung privat-schulisch oder an einer staat-lichen Schule absolviert wird, ist uns egal. Die Methode, nach der gelehrt wird, ist wichtig. Und Pivot Point hat sich dabei bewährt.“



„Wir sind für eine gute Ausbildung“

### PIVOT POINT :::

::: Pivot Point International ist der führende Anbieter im Bereich Aus- und Weiterbildung für Friseurschulen, Salons, Friseure und Azubis. Weltweit wird in sechs Kontinenten nach der Pivot-Point-Methode ausgebildet. Der gebürtige Niederländer Leo Passage (2011 verstorben) gründete 1962 die Pivot Point Beauty School in Chicago, Illinois. Eine hochwertige, kreative Ausbildung lag ihm sehr am Herzen. Heute führt sein Sohn Robert Passage als Vorstandsvorsitzender und CEO das Unternehmen. :::

### DIE PARTNERSCHULEN ::: (Stand: Sommer 2015)

::: Carina Wettstein Friseur Akademie, Dietzenbach  
Schöne Haare GmbH, Olaf Köhler, Lüneburg  
Friseur Masson AG, Erfurt  
Domino Friseur & Shop, Marburg  
Beauty School Sachsen GmbH, Pirna.  
Während bei Masson und Domino z.B. für die eigenen Fila-  
len ausgebildet wird, ist die Schule von Carina Wettstein für  
alle Friseure offen. „Hier kam übrigens auch viele der verblie-  
benen Auszubildenden aus Obrigheim unter“, sagt Laan. „Das  
war uns sehr wichtig, dass die Schüler nach der Insolvenz  
nicht auf der Straße stehen.“ :::

Text Stephanie Hladik ::: Fotos Anke Krespach

Anzeige



DIE EINZIGARTIGE  
FORMEL  
DER MAVALA  
LABORATORIEN  
SCHWEIZ

Seit 1958



DIE PERFEKTE  
NAGELLACK-  
FORMEL:  
• TOLUEN-FREI  
• FORMALDEHYD-FREI  
• PARABEN-FREI  
• CELLOPHAN-FREI  
• KAMPFER-FREI

Seit 1962

**MAVALA**  
SWITZERLAND

MAVALA Deutschland GmbH  
Tel.: 02842-921500 - info@mavala.de  
www.mavala.de