

# BbQ

**BarbersQuarterly**

**men  
only**





## Global Winner mit Leidenschaft

Als Jérôme Kantner sich vor sieben Jahren in Mainz-Hechtsheim selbstständig gemacht hat, war von Anfang an klar, dass Männer in seinem Salon eine große Rolle spielen werden, und deshalb entschied er sich für eine Kooperation mit American Crew. Seit mehr als 26 Jahren arbeitet der sympathische Rheinland-Pfälzer ausschließlich als Herrenfriseur und gehört zu den Profis, die die Bedürfnisse von Männern kennen. Vor wenigen Wochen stellte er unter Beweis, dass er nicht nur ein guter Barber ist, sondern der beste der Welt: In Lissabon ging er als Global Winner der American Crew All-Star Challenge hervor.

### Professionelle Umsetzung

„Ich konnte es kaum glauben, als ich meinen Namen hinter der Bühne in Lissabon hörte und mir klar wurde, dass ICH die All-Star Challenge gewonnen habe“, freut sich Jérôme Kantner, der mit diesem Sieg nicht gerechnet hat, „es hat mich schon über alle Maßen gefreut, dass ich deutscher Sieger wurde, und damit war ich eigentlich zufrieden. In Lissabon habe ich nicht geschnitten, um einen Preis zu gewinnen, ich fühlte mich allein durch die Tatsache belohnt, dabei sein zu dürfen. Ganz offensichtlich habe ich genau das umgesetzt, was die Jury wollte. Qualitativ waren wir, glaube ich, alle ähnlich gut, ein Quäntchen Glück gehört nun mal auch dazu.“ Im nächsten Jahr ist ihm als Gewinner die erneute Teilnahme an der All-Star Challenge verwehrt, denn durch den internationalen Sieg gehört er nun zum erlesenen Kreis der Jurymitglieder, die darüber entscheiden, wer im nächsten Jahr das Rennen machen wird.

Jérôme überlässt nichts dem Zufall. Als er von dem Wettbewerb erfuhr, suchte er sich ein professionelles Model und erarbeitete einen Look unter Beachtung der geforderten Richtlinien. „Vielleicht hätte ich mich nicht so streng an die Vorgaben halten müssen“, räumt Jérôme ein, „ich wollte aber auf keinen Fall wegen formeller Fehler rausfliegen. Für den Look habe ich Dominik Berberich ausgesucht, weil er aus meiner Sicht die idealen Voraussetzungen mitbrachte. Dominik ist Model und fasziniert von Bärten, und das strahlt er auch aus. Mit ihm habe ich den Wettbewerb in Deutschland gewonnen. Es mussten Fotos aus unterschiedlichen Perspektiven eingereicht werden und deshalb habe ich mich an einen sehr guten Fotografen gewandt. Ich wollte, dass es perfekt ist, denn wenn man sich die Kollektionen von American Crew anschaut, erkennt man auf den ersten Blick, wie professionell die Looks sind. Daran habe ich mich orientiert.“

Dabei kam ihm seine langjährige Arbeit mit den Produkten und die tägliche Anwendung der Menswork-Methode von American Crew zugute. „Mit den



Darius Kravitz – Inhaber von The Legends London und ein Meister seines Handwerks, Perfektion als Leidenschaft.

Produkten von American Crew lässt sich einfach alles machen, was im Herrenbereich gewünscht wird. Die Menswork-Methode setzt auf klare, männliche Linien. Oberstes Prinzip ist, dass Männergesichter keinesfalls rund und kurvig, also weiblich, wirken dürfen, sondern länglich und kantig. Die Betonung der maskulinen Seiten des Kopfes lässt sich durch den Einsatz bewährter Werkzeuge erreichen. Mit dem Rasiermesser und dem Razor wird die Oberflächenstruktur hergestellt und die Fülle reduziert. Die Schere ist und bleibt jedoch das wichtigste Werkzeug für Präzisionsschnitte“, macht Jérôme deutlich. „Die Produktlinie hatte von Anfang an großen Erfolg und wird seit 20 Jahren ständig verbessert und erweitert. Es gibt auch immer wieder neue Produkte zu den neuen Trends und es macht sehr viel Spaß mit den Produkten zu arbeiten und mit den Kunden darüber zu reden. Meine Kunden wissen das zu schätzen und es ist für sie selbstverständlich, die Produkte auch zuhause zu verwenden. Männer sind da einfach weniger experimentierfreudig als Frauen. Wenn Männer einmal gefunden haben, was für sie richtig ist, dann bleiben sie auch dabei. Die Philosophie von American Crew ist sehr ausgereift und schlüssig. „Wir präsentieren immer die neusten Kollektionen im Salon und zeigen die aktuellen Trends der Kultmarke. Ratz-Fatz-Haarschnitte sind nicht mein Ding, die gibt es nicht in unserem Salon. 10-Euro-Haarschnitte bringen weder den Kunden noch dem Friseur etwas. Die sind ruinös für das Geschäft. Ich freue mich, dass sich in den vergangenen Jahren der Trend dahin entwickelt hat, dass sich immer mehr Männer weigern, mit einem Schnitt rumzulaufen, der in zehn Minuten entstanden ist. In dieser kurzen Zeit kann kein Haarschnitt entstehen. Ich verlange 27,50 Euro für einen Haarschnitt, der auch Haare waschen, pflegen und föhnen umfasst. Dafür setze ich 45 Minuten Zeit an, und die brauche ich auch. Manchmal reagieren Neukunden verwundert auf meine Preise, doch ich kann dazu stehen und gehe auf keinen Fall runter im Preis, das geht auch gar nicht.“ Diesen Anspruch hat er in seinem Salon Fön-ix durchgesetzt, der mit vier Bedienplätzen im Damenbereich und zwei im abgetrennten Herrenbereich ausgestattet ist. Und obwohl Hechtsheim nicht im Zentrum von Mainz liegt, werden seine Preise akzeptiert. „Das Konzept von American Crew muss man leben, dahinter stehen und transparent machen, was geboten wird, dann überzeugt man auch. Männer wollen maskuline Schnitte und die bekommen sie hier, denn das Prinzip ‚For men only!‘ ist ein Versprechen. Wer einmal erlebt hat, wie viel Aufwand und Sorgfalt dahinter steckt, der kommt wieder und der erzählt vor allem weiter, was er hier erlebt hat. Ich schalte keinerlei Anzeigen, ich lebe von Mund-zu-Mund-Werbung. Im Augenblick ist mein Terminkalender rund drei Wochen im Voraus ausgefüllt und das spricht dafür, dass das Konzept richtig ist. Qualität setzt sich durch und der Männermarkt verändert sich gerade zu meinen Gunsten, immer mehr Männer wollen Qualität, denn schließlich haben sie ihren eigenen Kopf.“

Fotos: Dieter Kura

