



# IST

Fallstudienreihe

Innovation, Servicedienstleistungen und Technologie

Case Studies on

Innovation, Services and Technology

**Visionäres Hairstyling – die Keller  
haircompany**

**Ute Reuter**

**IST** Jahrgang 3, Heft 5 (2011)

ISSN 1869-3105



Universität Stuttgart

© Prof. Dr. Wolfgang Burr  
Betriebswirtschaftliches Institut  
Abteilung I - Forschungs-, Entwicklungs- und Innovationsmanagement

Herausgeber

Wolfgang Burr

Betriebswirtschaftliches Institut der Universität Stuttgart  
Lehrstuhl für ABWL, Forschungs-, Entwicklungs- und  
Innovationsmanagement

Keplerstrasse 17  
70174 Stuttgart

Erscheinungsort

Stuttgart, Deutschland

---

## **Visionäres Hairstyling – die Keller haircompany**

*Dipl. Oec. Ute Reuter*

*Lehrstuhl Forschungs-, Entwicklungs- und Innovationsmanagement*

*Prof. Dr. Wolfgang Burr*

*Universität Stuttgart*

*Keplerstrasse 17, 70174 Stuttgart*

<http://www.bwi.uni-stuttgart.de/innovation>

*e-mail: ute.reuter@bwi.uni-stuttgart.de*

## **Inhaltsverzeichnis**

<b>1 Einleitung</b> .....	<b>2</b>
<b>2 Fallstudie</b> .....	<b>2</b>
<b>3 Aufgabenstellung</b> .....	<b>5</b>
3.1 Der Mitarbeiter als wichtigste Ressource.....	5
3.2 Dienstleistungsentwicklung.....	5
<b>4 Literatur</b> .....	<b>6</b>
4.1 Literaturquellen .....	6
4.2 Weiterführende Literatur zum theoretischen Hintergrund der Fallstudie...	7
4.2.1 Literaturhinweise zum Ressourcenbasierten Ansatz .....	7
4.2.2 Literaturhinweise zur Dienstleistungsentwicklung.....	7

## 1 Einleitung

Wer hat ihn noch nicht erlebt, den langweiligen Besuch beim Friseur mit einem farblich oder schnitttechnisch suboptimalen Ergebnis? Und selbst wenn das tatsächliche Ergebnis – die Frisur – ansprechend aussieht, dann kann es dennoch sein, dass das gute Gefühl nach dem Friseurbesuch ausbleibt, wenn zum Beispiel das Ambiente beim Friseur nicht den Erwartungen entsprochen hat oder der Hairstylist unfreundlich war.

## 2 Fallstudie

Die Devise von Dieter Keller, dem Gründer und Besitzer der Keller haircompany, und seinem Creativ Director Thomas Schug lautet „Visionäres Hairstyling erlebbar machen“. Perfekte Dienstleistungen in angenehmem Wohlfühlambiente stehen im Vordergrund.<sup>1</sup>



Abbildung 1: Der neu gestaltete Salon im Breuningerland Sindelfingen  
Quelle: Goldlack (2009)



Abbildung 2: Salon-Neueröffnung in Friedrichshafen  
Quelle: Keller (2009b)

Schick und stylich sollen die einzelnen Salons aussehen und eingerichtet sein, egal an welchem Ort in Deutschland sie sich befinden. Der im Frühjahr 2009 neue renovierte Salon im Sindelfinger Breuningerland zum Beispiel zeigt sich jetzt wunderbar hell, großzügig und weit. Die edlen, glänzend weißen Lackfronten strahlen zeitlose Eleganz aus. Raffinierte Perlentapeten von Star-Designer Luigi Collani lassen die Wände geheimnisvoll funkeln und werden durch raffinierte Lichtlösungen in Szene gesetzt.<sup>2</sup> Durch den Einsatz von Holz und warmen Farben wird zum Beispiel im Salon in Friedrichshafen versucht, ein

---

<sup>1</sup> Keller (2009a), URL siehe im Literaturverzeichnis.

<sup>2</sup> Goldlack (2009), URL siehe im Literaturverzeichnis.

angenehmes Wohlfühlambiente für die Kunden zu schaffen.<sup>3</sup>

Das HAIR'N'MORE - Konzept hat dabei zwei ganz wichtige Motto`s: „Reinkommen, drankommen, Spaß haben“, denn überwiegend werden Kunden bedient, die spontan Lust auf einen Friseurbesuch haben. „Überdurchschnittlich zum klaren Preis“ hat sich für die Fans bestehender HAIR'N'MORE Salons bewährt, denn alle Dienstleistungen und Preise sind übersichtlich und strukturiert deklariert und werden im professionellen Beratungsgespräch möglichst klar kommuniziert und festgelegt.<sup>4</sup>

Besonderen Wert wird in der Keller haircompany auf die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen gelegt. Hierzu verfügt die Keller haircompany über die eigene Ausbildungseinrichtung „Keller the school“, ansässig in Sindelfingen und europaweit die Nummer 1 unter den privaten Friseurschulen.<sup>5</sup> Alle neuen Mitarbeiter/innen der Keller haircompany nehmen an einem vierwöchigen „Fit for the Job“-Lehrgang teil, in dem die wichtigsten Haarschneide- und Finishtechniken, Basis- und Trendtechniken sowie Colorations- und Dauerwelltechniken trainiert werden. Zusätzlich werden die neuen Mitarbeiter/innen auch im Hinblick auf Persönlichkeitsentfaltung und Selbstmanagement geschult. Nach dem Seminar stehen die neuen Mitarbeiter/innen der Keller haircompany als selbstbewusste, engagierte und qualifizierte Mitarbeiter/innen im Salon zur Verfügung.<sup>6</sup> Zusätzlich können die einzelnen Filialen ihre Mitarbeiter/innen auch noch, je nach Befähigung und Neigung zu diversen anderen Seminaren zur Keller the School schicken. So gibt es zum Beispiel ein siebentägiges Cut Compact Seminar, in dem die wichtigsten Basishaarschnitte erlernt werden und ein Aufbau- und Langzeitseminar, das besonders für Auszubildende im 2. Lehrjahr geeignet ist. Im Fun Selling Tagesseminar wird versucht, Blockaden im Verkaufsprozess abzubauen und im Fun Service Tagesseminar werden Mitarbeiter/innen Wege zur Selbstmotivation aufgezeigt, um dem Kunden besonders positiv gestimmt

---

<sup>3</sup> Keller (2007), URL siehe im Literaturverzeichnis

<sup>4</sup> Keller (2009b), URL siehe im Literaturverzeichnis.

<sup>5</sup> Keller (2007), URL siehe im Literaturverzeichnis

<sup>6</sup> Keller (2009e), URL siehe im Literaturverzeichnis

gegenübertreten zu können.<sup>7</sup>

Es finden sich mittlerweile dreizehn Filialen der Keller haircompany in Deutschland. Der regionale Schwerpunkt der Keller haircompany liegt dennoch zum größten Teil in Süddeutschland: außer den Filialen in Bremen und Pinneberg befinden sich alle weiteren Filialen der Keller haircompany in Baden-Württemberg.<sup>8</sup>

Filiale: Schwerpunkt:	Bremen	Böblingen	Herrenberg	Karlsruhe	Ludwigsburg	Reutlingen	Sindelfingen	Sindelfingen Breuningerland
Haarverlängerung	x	x	x	x	x	x	x	x
Haarverdichtung	x	x	x	x	x	x	x	x
Perücken	x	x	x	-	x	x	x	x
Toupets	-	x	x	-	x	-	x	x
Braut- und Galafrisuren	x	x	x	x	x	x	x	x
Make-up-Konzeption	x	x	x	-	-	-	x	x
Make up	-	-	-	x	-	x	-	-
Visagistin	-	-	-	-	-	x	-	-
Computerberatung	x	x	x	x	x	x	x	x
Gesichtsvermessung	x	x	x	-	x	x	x	x
Farb- und Stilberatung	-	x	x	x	x	x	x	x
Kerastase Pflegeritual	-	x	-	-	-	-	-	-

Tabelle 1: Tätigkeitsbereiche und Schwerpunkte in ausgewählten Keller haircompany Filialen

Quelle: Keller (2009c), URL siehe im Literaturverzeichnis

Einen Überblick über die gängigen Tätigkeitsbereiche in einem Keller haircompany Salon bietet die oben stehende Tabelle. Ebenfalls in der Tabelle ausgewiesen werden die Schwerpunkte der Arbeit ausgewählter Salons. Nur

<sup>7</sup> Keller (2009d), URL siehe im Literaturverzeichnis.

<sup>8</sup> Keller (2009c), URL siehe im Literaturverzeichnis.

wenige Salons bieten die komplette Palette aller Tätigkeitsbereiche an. Einige Salons haben sich auf bestimmte Schwerpunkte spezialisiert, wohingegen andere Tätigkeitsbereiche in allen Salons angeboten werden.

### **3 Aufgabenstellung**

Nach Ihrem Studium an der Universität Stuttgart wurden Sie von Herr Dieter Keller als persönlicher Assistent angestellt. In dieser Funktion ist es Ihre Aufgabe, die Mitarbeiterführung und –ausbildung bei der Keller haircompany weiter zu verbessern sowie neuen Filialleitern bei der Eröffnung ihrer Filiale der Keller haircompany unterstützend zur Seite zu stehen.

#### **3.1 Der Mitarbeiter als wichtigste Ressource**

Die Mitarbeiterführung und -ausbildung nimmt bei der Keller haircompany bereits jetzt eine herausragende Stellung ein. Dies soll sich unter ihrer fachkundigen Leitung in Zukunft noch weiter verbessern. Analysieren Sie aus dem Blickwinkel der Ressourcenpyramide, wie sich eine Optimierung der Mitarbeiterführung und –ausbildung auf die Ressourcen, Kernkompetenzen und Dynamic Capabilities der Keller haircompany auswirkt. Gehen sie hierzu zunächst theoretisch auf die Ressourcenpyramide und ihre einzelnen Bestandteile sowie die Kernaussage und die Grundannahmen des ressourcenbasierten Ansatzes ein. Begründen Sie dann die Anwendbarkeit des ressourcenbasierten Ansatzes für den konkreten Fall und stellen Sie ausführlich und fallstudienbezogen dar, wo sich die Themen Mitarbeiterführung und Mitarbeiterausbildung in der Ressourcenpyramide wiederfinden und welche Auswirkungen eine Optimierung derselben auf die Kernkompetenzen und die Dynamic Capabilities der Keller haircompany hat bzw. haben kann.

#### **3.2 Dienstleistungsentwicklung**

Es soll eine neue Filiale der Keller haircompany in München eröffnet werden. Aufgrund der hohen Friseurichte in der bayrischen Landeshauptstadt und dem anspruchsvollen Publikum aus Film und Fernsehen halten Sie es für sinnvoll,

eine neue, innovative, über die bisherigen Tätigkeitsschwerpunkte hinausgehende Dienstleistung anzubieten. Stellen Sie hierzu zunächst theoretisch dar, welche Besonderheiten es bei Dienstleistungsinnovationen zu beachten gilt und welche charakteristischen Eigenschaften von Dienstleistungen das Management von Dienstleistungsinnovationen erschweren. Im konkreten Dienstleistungsentwicklungsprozess, den Sie bitte überblicksartig für die zu entwickelnde Dienstleistungsinnovation beschreiben, hat aus Ihrer Sicht die Implementierung besondere Bedeutung. Gehen Sie deshalb ausführlich und fallstudienbezogen darauf ein, wie die Implementierung der von Ihnen entwickelten Dienstleistung idealtypisch ablaufen könnte bzw. welche Herausforderungen sich ergeben könnten.

## 4 Literatur

### 4.1 Literaturquellen

- Goldlack, I. (2009): Sehr schick, sehr stylisch: Keller haircompany im breuningerLAND ist komplett umgebaut. Download unter [http://www.keller-company.de/popup\\_news.phtml?id=101](http://www.keller-company.de/popup_news.phtml?id=101), Stand: 5.6.2009.
- Keller (2009a): Keller haircompany – ein Name, den Sie sich merken müssen! Download am 11.11.2009 unter <http://www.keller-company.de/page0101.phtml>
- Keller (2009b): Salon-Neueröffnung HAIR'N'MORE in Friedrichshafen am 01. April 2009. Download unter [http://www.keller-company.de/popup\\_news.phtml?id=89](http://www.keller-company.de/popup_news.phtml?id=89), Stand: 7.4.2009.
- Keller (2009c): Tätigkeitsschwerpunkte in den Filialen. Download am 11.11.2009 unter <http://www.keller-company.de/page0103.phtml>
- Keller (2009d): Willkommen bei Keller the School. Download am 16.11.2009 unter <http://www.keller-company.de/page0300.phtml>.
- Keller (2009e): Fit for the Job. Download am 16.11.2009 unter <http://www.keller-company.de/popup0303.phtml?id=30>.
- Keller (2008): Dieter Keller wird mit „Keller-TV“ zum „Televisionär“. Download unter [http://www.keller-company.de/popup\\_news.phtml?id=74](http://www.keller-company.de/popup_news.phtml?id=74), Stand: 05.03.2008.

---

Keller (2007): Salon-Neueröffnung HAIR'N'MORE in Sigmaringen. Download unter [http://www.keller-company.de/popup\\_news.phtml?id=65](http://www.keller-company.de/popup_news.phtml?id=65), Stand: 20.07.2007.

## **4.2 Weiterführende Literatur zum theoretischen Hintergrund der Fallstudie**

### **4.2.1 Literaturhinweise zum Ressourcenbasierten Ansatz**

Burr, Wolfgang / Stephan, Michael (2006): Dienstleistungsmanagement, Kohlhammer Verlag, Stuttgart 2006, S. 63 – 72

Burr, Wolfgang (2004): Innovationen in Organisationen, Kohlhammer Verlag, Stuttgart 2004, S. 114 – 139

Burr, Wolfgang (2008): Zur Anwendung des Resource Based View of the Firm auf Dienstleistungsunternehmen – Versuch einer Präzisierung des Resource based View, in: Alexander Eisenkopf, Christian Opitz, Heike Proff (Hrsg.): Strategisches Kompetenz-Management in der Betriebswirtschaftslehre. Eine Standortbestimmung. Deutscher Universitätsverlag, April 2008, S. 183 – 194.

### **4.2.2 Literaturhinweise zur Dienstleistungsentwicklung**

Burr, Wolfgang / Stephan, Michael (2006): Dienstleistungsmanagement, Stuttgart 2006, S. 129 – 139.

# IST

Fallstudienreihe

Innovation, Servicedienstleistungen und Technologie

Case Studies on

Innovation, Services and Technology

Die bereits erschienen Fallstudien IST 01/2009 bis IST 16/2010 sowie die weiteren hier aufgeführten Fallstudien können auf der Homepage des Lehrstuhls für ABWL, Forschungs-, Entwicklungs- und Innovationsmanagement der Universität Stuttgart heruntergeladen werden.

Link: <http://www.bwi.uni-stuttgart.de/innovation>

<b>Laufende Nummer</b>	<b>Autor</b>	<b>Titel</b>
IST 17/2010	Stilianidis, Anastasios	Dell
IST 18/2010	Frohwein, Torsten	Leistungstiefengestaltung und Systembündelung im Facility-Management
IST 19/2010	Stilianidis, Anastasios	IKEA
IST 20/2010	Stilianidis, Anastasios	Starbucks
IST 21/2010	Stilianidis, Anastasios	Starbucks II
IST 22/2010	Frohwein, Torsten	Die Qual der Wahl: Digitale Musikformate
IST 23/2010	Hartmann, Irina	Wachstum der Schokoladenfabrik Richtung Sonne
IST 24/2010	Hartmann, Irina	Smart-Konzept
IST 25/2010	Hartmann, Irina	Zur Klavierbauindustrie „Piano Morte oder Constante Successo“?
IST 26/2010	Frohwein, Torsten	Schokorevolution
IST 27/2010	Reuter, Ute	Die Handelskette TF's Next Stage – Erfolg und Misserfolg im Marktsegment 60+
IST 01/2011	Stilianidis, Anastasios	IKEA (English version)
IST 02/2011	Stilianidis, Anastasios	Starbucks (English version)

# IST

Fallstudienreihe

Innovation, Servicedienstleistungen und Technologie

Case Studies on

Innovation, Services and Technology

Die bereits erschienen Fallstudien IST 01/2009 bis IST 16/2010 sowie die weiteren hier aufgeführten Fallstudien können auf der Homepage des Lehrstuhls für ABWL, Forschungs-, Entwicklungs- und Innovationsmanagement der Universität Stuttgart heruntergeladen werden.

Link: <http://www.bwi.uni-stuttgart.de/innovation>

<b>Laufende Nummer</b>	<b>Autor</b>	<b>Titel</b>
IST 02/2011	Stilianidis, Anastasios	Starbucks (English version)
IST 03/2011	Stilianidis, Anastasios, Stefanova, Elena	The new fitness world (English version)
IST 04/2011	Stilianidis, Anastasios, Stefanova, Elena	The tourist industry (English version)
IST 05/2011	Reuter, Ute	Visionäres Hairstyling – die Keller haircompany