

Eine Handpuppe auf der Walz

Friseur Stefan Hagens schickt Hairmann K. quer durch Europa – als Botschafter für seine Branche

VON TOBIAS MEYER

Bremen. Hairmann K. sitzt auf seinem roten Koffer und starrt vor sich hin. Der Körper schlaff, die Brille geklebt, die Haare zerzaust. Ein Jahr ist er gereist, war in vielen europäischen Städten zu Gast; gerade ist er aus Paris zurück. Was er erlebt hat, erzählt ein Reisetagebuch, gefüllt mit Berichten und Fotos, unzähligen Fotos, die ihn mit vielen anderen Frisuren zeigen, und auf denen er wirkt, als wäre er selbst einer. Aber eigentlich ist er nur eine Handpuppe. Ein fiktiver Charakter. Stefan Hagens hat ihn erfunden – um seine Branche zu verteidigen.

Hagens ist Friseur, einer mit Leidenschaft für seinen Beruf. Er steht in seinem Salon „Hairliner’s“ an der Schwachhauser Heerstraße und schneidet Haare. Die Schere bewegt sich schnell über den Kopf der Kundin, während er fröhlich mit ihr plaudert; die Spitzen ihrer nassen Haare fallen schwer zu Boden. So wie jetzt, so ist es eigentlich jeden Tag. Nur: am 28. November 2014, da war es etwas anders. Es ist das Datum, das als Geburtstag in Hairmann K.’s Reisepass steht.

Hagens nimmt das Dokument, das er am Computer zusammengebastelt hat, und blättert durch die Seiten. „17.30 Uhr“, sagt er und blickt hoch, „das weiß ich noch ganz

„Er ist unverheiratet,
schuldenfrei,
unter 30 Jahre alt.“

Stefan Hagens über Hairmann

genau.“ Halb sechs, kurz vor Feierabend – das war der Termin, den Kunde Marco Monsees mit Hagens hatte. Haare schneiden. Wie immer? Wie immer! Und los ging’s. Doch während der 47-Jährige sich um die neue Frisur kümmerte, fiel sein Blick auf eine Zeitung. Erst freute er sich, denn er sah ein großes Bild von einem Friseur. Dann las er die Überschrift, und merkte schnell: Es geht um die Mindestlohn-debatte, und die Branche muss herhalten als Negativbeispiel. Wieder einmal.

Weil er das nicht nachvollziehen konnte, und weil er daran endlich etwas ändern wollte, fing Hagens an, mit Monsees darüber zu diskutieren. Und weil er gerade erst einen Bericht über Hitchbot, den trampenden Roboter in Kanada, gelesen hatte, kam ihm eine Idee: Wie wäre es, wenn man einen Botschafter hätte, mit dem die Menschen automatisch etwas Positives verknüpfen? So wie bei Hitchbot: Die Figur wird von Reisenden ein Stück mitgenommen, und diese machen Fotos mit ihr, teilen sie mit ihren Freunden und im Internet. Es gibt keine traurigen Menschen auf den Bildern mit Hitchbot.

Die Idee ließ Hagens nicht mehr los, und so traf er sich noch am selben Abend mit Monsees in einer Bar. Dort tranken sie Wein und feilten an dem Konzept, eine ganze Tischdecke schrieben sie voll mit ihren Ideen. Dann stand fest: Der Botschafter soll Hairmann K. heißen, und eine Puppe sein. In den Wochen darauf recherchierte der 47-jährige Friseur, fand eine Bauchrednerpuppen-Manufaktur in Ungarn, schickte die Merkmale – blaue Augen, wildes blondes Haar, Brille auf der Knollennase – rüber und ließ sie anfertigen. „Als Hairmann ankam, traute ich meinen Augen kaum“, erinnert sich Hagens. „Er sah exakt so aus, wie ich es mir vorgestellt hatte.“

Dann fing Hagens an, gemeinsam mit seinem früheren Chef und jetzigen Geschäftspartner Rainer Kaemena, alles andere in die Wege zu leiten: Gestaltete den Reisepass, übersetzte ihn in fünf Sprachen, fertigte ein Reisetagebuch an. Dann schickte



Stefan Hagens hat Hairmann K. zum Leben erweckt. Die Puppe soll beim Nachwuchs Werbung für den Beruf machen – doch das gelingt nicht immer.

FOTO: FRANK THOMAS KOCH

er Hairmann K. hinaus in die weite Welt, auf die Walz sozusagen. „Die Voraussetzungen erfüllte er alle: Er ist unverheiratet, schuldenfrei, unter 30 Jahre alt“, sagt Hagens. Mit dem Unterschied, dass dieser Wandergeselle nicht auf seinen eigenen Füßen von Station zu Station läuft, sondern im Paket hin und her geschickt wird.

Was er dabei erlebt – oder vielmehr: was die Friseure mit ihm erleben – wird auf

einer eigenen Facebookseite mit mehr als 1100 Fans und in dem Reisetagebuch festgehalten. In Letzterem stehen jedem Friseursalon eine Doppelseite zur Verfügung, die die Mitarbeiter mit Fotos, Texten und Illustrationen füllen sollen. Einzige Bedingung: das Positive am Friseurberuf soll im Vordergrund stehen.

Nun muss man wissen: Stefan Hagens war früher selbst wenig überzeugt davon,

dass das Haarschneiden eines Tages zu seinem Traumberuf werden könnte. „Ich wollte eigentlich nie Friseur werden“, sagt der 47-Jährige. Aber sein Vater selbst hatte einen Salon, nahm ihn mit auf Meisterschaften und zeigte ihm, dass hinter dem Handwerk auch viel kreative Arbeit steckt. „Das geht ja leider oft unter, wenn über den Beruf gesprochen wird: wie künstlerisch und vielseitig der Job ist, und dass man nicht nur im Salon, sondern auch im Theater, beim Fernsehen oder in der Modebranche arbeiten kann.“ Friseure seien Querdenker und Visionäre. So steht es auch in Hairmann K.’s Reisepass.

Genau diese Vielseitigkeit soll Hairmann K. abbilden; positive Geschichten sammeln und so Vorurteile abbauen. Am 9. April 2015 hat Hagens die Puppe auf die Reise geschickt. Erste Station war Berlin, mittlerweile sind 18 weitere hinzugekommen. Maximal zehn Tage verbleibt sie an einem Standort, dann wird sie von dem Team vor Ort an den nächsten Salon weitergeschickt – eine vorgegebene Reiseroute gibt es nicht.

Das Prinzip funktioniert. Auf den Bildern im Reisetagebuch ist er mit den unterschiedlichsten Menschen zu sehen, mal auf Gruppenbildern, mal kreativ in Szene gesetzt, beim Haarfärben, Bart stutzen, mit Lockenwicklern im Haar und Bierflasche in

„Bislang verfolgen vor allem Menschen aus der Branche, was Hairmann so macht.“

Friseur Stefan Hagens

der Hand. Hairmann K. backstage bei der Berliner Fashion Week, bei einem Photoshooting, vor einer Schwebebahn, auf der heimischen Couch bei den Gastgebern zum Fußballgucken, auf Messen, in der Friseurschule, in der Redaktion einer Friseurzeitschrift. Hairmann K. auf einem Bild mit Star-Friseur André Märtens, mit Make-up-Artist Boris Entrup, mit den Erfindern des Spaghetti-Eises. Als er in Rom war, haben ihn die Friseure zu einer Papst-Audienz mitgenommen. Und jetzt vor Kurzem war er in Paris beim Chef von der Marke L’Oreal.

In den Texten dazu erzählen die Friseur-Teams, die Hairmann K. besucht hat, davon, welche Besonderheiten sie für ihre Auszubildenden bereithalten, oder in welchen spannenden Gebieten sie arbeiten. Und beinahe täglich schicken sie Hagens Statusberichte, damit er sie auf Facebook veröffentlicht. Wer Hairmann K. dort folgt, hat beinahe das Gefühl, die Puppe wäre eine reale Person.

Nur eines will noch nicht so ganz gelingen: das Erreichen des potenziellen Nachwuchses. „Bislang verfolgen vor allem Menschen aus der Branche, was Hairmann so macht“, sagt Hagens. Das sei zwar auch gut, schließlich können sich die einzelnen Betriebe dann voneinander inspirieren lassen. Noch besser aber fände es Hagens, wenn er mit Hairmann noch mehr Außenstehende erreichen könnte. Doch um etwa an Schulen zu gehen, fehlen dem 47-Jährigen die Zeit und das Geld. Aber da in den Städten, in denen Hairmann K. unterkommt, oft auch die Presse berichtet, werde die Botschaft zumindest auf dem Weg verbreitet.

Hagens steckt der Puppe noch einen neuen Kamm zu – der andere ist auf der Reise verloren gegangen –, setzt ihn dann wieder in den roten Koffer, auf dessen Deckel sich bereits einige Salons mit Aufklebern verewigt haben. Noch am selben Abend wird er den Wandergesellen nach Verden senden, zur nächsten Station. Der Abschied wird ihm nicht leichtfallen. Aber so ist das eben, wenn man seinen Jungen auf die Walz schickt.