

# Der Wow-Effekt

## L'effet waouh

Hinter Besim Halimi liegt ein spannendes Jahr als Hairdresser of the Year 2011 ::: *Hairdresser of the Year 2011, Besim Halimi pose un regard rétrospectif sur une année passionnante*



Besim Halimi

Die edlen „WaveLight“-Segel von Olymp sorgen für ein besonderes Lichtelebnis im Waschbereich ::: *Point de mire: les élégantes voiles lumineuses „WaveLight“ de Olymp qui offrent une atmosphère particulière dans le secteur de lavage*



Auf dieser Bühne stehe ich noch mal!“ Dieser Gedankenblitz durchzuckte Besim Halimi, als er vor genau einem Jahr unter tosendem Applaus in der Maag Halle zum Hairdresser of the Year 2011 gekürt wurde. Und genauso sicher war er sich, wo die nächste Kollektion entstehen sollte: in Rom, Stadt der ewigen Schönheit, der Künste, der Traumfrauen. Denn mit seinen Fotokollektionen möchte der Thuner Emotionen wecken. Seine Looks sollen tragbar, modisch und stimmig in ihrer Gesamtheit sein. Sollen Begehrlichkeiten wecken. „Ein Bild ist gut, wenn meine Kundinnen sagen: Wow! So möchte ich auch aussehen.“

### Bilder sprechen lassen

Nach eingehender Planung flog ein zehnköpfiges Team im April nach Rom und inszenierte die Modelle vor der Engelsburg und dem Trevi-Brunnen – vor sieben Uhr morgens, um die Menschenmengen zu umgehen, die sich tagsüber vor diesen Sehenswürdigkeiten ballen. Sogar das Wetter war wie bestellt: Stimmungsvolle Wolkenformationen verleihen den Fotos eine Extraportion Drama. Neugierig geworden? Das Ergebnis finden Sie auf den Seiten 10 bis 12 dieser Ausgabe.

### Immer ein Gewinn

Seit fünf Jahren macht Besim Halimi bei den Swiss Hairdressing Awards mit; insgesamt 20 Nominierungen kann das Team bis jetzt verbuchen. Die Krönung war na-

türlich in 2011 der Gesamtsieg sowie die Trophäe für die Männerkollektion. „Mitmachen ist immer ein Gewinn“, findet der 33-Jährige. „Man entwickelt ein sensibles Gespür für Mode, Trends, Styling und Bildsprache. Wir haben unser Know-how in Sachen Farb- und Stilberatung enorm gesteigert. Ganz zu schweigen von der Motivation. Wann fliegt man schliesslich mal schnell zum Fotoshooting ins Ausland?“ Ausserdem nutzt Besim Halimi die entstandenen Fotos auf vielfältige Weise. Für die Presse (seine Rom-Kollektion zierte die Herbstausgabe des Magazins „Swiss Wedding“), als Banner für das Geschäft sowie fürs Internet.

### Und das Siegerjahr?

„Wir sind um 20 Prozent gewachsen und haben aufgrund der grossen Nachfrage einen zusätzlichen Bedienplatz eingerichtet“, erklärt der Unternehmer. „Die Lokalpresse und das Migros Magazin haben über uns berichtet und unser Image über die Region hinaus gesteigert. Eine super Erfahrung war auch die Einladung nach Prag zur Essential Looks World Tour von Schwarzkopf Professional sowie das TOP HAIR Fotoshooting mit den Hairdressing-Award-Siegern aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Und nicht zu vergessen, der flotte Seat mit Hairdressing-Award-Statue und Salonadresse. Mit ihm bin ich über 13.000 Kilometer gefahren und habe Werbung für mein Geschäft gemacht.“



### HairCut Professional Bes :::

::: Pestalozzistrasse 2, 3600 Thun,  
Fon: 033 221 78 78, [www.haircut-bes.ch](http://www.haircut-bes.ch)

::: Inhaber: Besim Halimi, vier Mitarbeiter. Seit 2006 selbstständig :::  
Propriétaire: Besim Halimi, quatre collaborateurs.  
Indépendant depuis 2006

::: 100 qm, sieben Frisier- und vier Waschplätze ::: 100 m<sup>2</sup>, sept places  
de coiffage et quatre de lavage



Luana Chilelli, Leslie Donauer, Afrim Halimi, Besim Halimi (v.l. ::: d.l.g.). Nicht im Bild ::: N'est pas sur la photo: Elma Ibraimoska

**J**e foulerai de nouveau cette scène!" Cette pensée fulgurante s'imposait à Besim Halimi quand il recevait il y a exactement une année dans la Maag Halle le titre de Hairdresser of the Year 2011 sous un tonnerre d'applaudissements. Il était tout aussi certain de l'emplacement de sa nouvelle collection de photos destinée à éveiller des émotions: Rome, la ville intemporelle de la beauté éternelle, de l'art et des femmes divines. Il s'exprime avec des looks portables au quotidien, trendy et justes dans leur globalité qui suscitent la convoitise au sens positif du terme. "Une photo est réussie quand mes clientes s'exclament: waouh, j'aimerais lui ressembler!"

#### Laisser s'exprimer les images

Après une planification détaillée, une équipe de dix têtes créatives se rendait en avril à Rome pour y mettre en scène les modèles devant le château Saint-Ange et la fontaine Trevi. Le tout à sept heures du matin pour éviter la foule qui afflue la journée pour admirer ces attractions touristiques. Même le temps nuageux jouait le jeu et créait une atmosphère saisissante! Curieux? Découvrez vite le résultat sur nos pages 10 à 12.

#### Toujours gagnant

Depuis cinq ans que Besim Halimi participe au Swiss Hairdressing Awards, il a enlevé 20 nominations avec son équipe. Le sacre fut naturellement le titre emporté en 2011 ainsi que le trophée

pour la collection masculine. "Participer est toujours une victoire", estime cet artiste de 33 ans. "On y développe un flair exacerbé pour la mode, les tendances, le styling et l'expression imagée. Nous avons ainsi fortement accru nos connaissances en termes de conseils en coloration et style. Sans oublier la motivation! Qui s'engage à s'élever de son plein gré à l'étranger pour effectuer une prise de photos!" Par ailleurs, Besim Halimi utilise ces clichés de multiples manières: pour la presse (sa collection de Rome orne l'édition d'automne du magazine "Swiss Wedding") ainsi qu'en bannière pour son salon et pour son site.

#### Et cette année gagnante?

"Nous avons connu une croissance de 20 pour cent et avons, en raison de la demande accrue, aménagé une place de service complémentaire", explique l'entrepreneur. "Nous avons paru dans la presse locale et dans le magazine Migros, ce qui a fortement rehaussé notre image dans la région.

Une autre expérience du superlatif était l'invitation à Prague pour le Essential Looks World Tour de Schwarzkopf Professional ainsi que le photoshooting TOP HAIR avec les gagnants du Hairdressing Award d'Allemagne, d'Autriche et de Suisse. Sans oublier la super Seat avec la statue du Hairdressing Award et l'adresse du salon. J'ai parcouru avec elle plus de 13.000 kilomètres - une énorme publicité pour mon salon."

Fotos [www.photopulse.ch](http://www.photopulse.ch)