



## Pressemitteilung – hairfree Franchise Kampagne

### Die neue hairfree Franchise Kampagne mit Lilly Becker anlässlich 11 Jahre hairfree und 100 Standorte

*(Darmstadt, November 2015)*

Mit Innovationen und unkonventionellen Wegen konnte das Franchisesystem hairfree schon immer große Erfolge feiern, so auch mit dem neuen Gesicht der Franchisekampagne, Lilly Becker. Im Interview zum 11. Geschäftsjahr des hairfree Systems und dem tollen Expansionsergebnis von nunmehr 100 Standorten stehen Lilly Becker und der Chef des Unternehmens, Jens Hilbert, Rede und Antwort über Erfolgsgeheimnisse, Powerfrauen in der Selbstständigkeit und wo es zukünftig noch hingehen soll mit der Marke.

**Herr Hilbert, Sie werden häufig als der Haarentfernungskönig in den Medien genannt. Nun wird in der Kampagne aus dem König ein 00 Agent, wie kommt das?**

Ich gebe zu, dass das diesjährige James Bond Jubiläum nicht ganz unschuldig an dem Motto war. Ich habe keine teure PR Agentur, sondern denke mir die Werbung selbst aus und warum nicht von den Besten kopieren?! Flapsig gesagt, wenn ein Projekt wie „James Bond“ über 50 Jahre hunderte Millionen Zuschauer in die Kinos lockt, Fans aller Altersklassen generiert und zugleich einen extremen wirtschaftlichen Erfolg verzeichnet - so ist das ein Endergebnis, das mich durchaus zum Nacheifern motiviert. Ich gebe zu, ein hochgestecktes Ziel, welches mich aber bislang noch nie abgeschreckt hat.

hairfree Europa Zentrale  
hairfree GmbH  
Rheinstr. 19 – 21  
64283 Darmstadt

Tel. +49 (0) 6151 – 9510-0  
Fax. +49 (0) 6151 – 9510-200

[www.hairfree-franchise.com](http://www.hairfree-franchise.com)  
[www.hairfree.com](http://www.hairfree.com)  
[info@hairfree.com](mailto:info@hairfree.com)

Geschäftsführer  
Mathias Dehe  
Jens Hilbert  
Chris Kettern

Amtsgericht Darmstadt  
HRB 91666  
Ust-Id. DE814448557  
St.Nr. 08/654/0580/0  
WEEE-Reg. DE 65208905

Sparkasse Rhein-Nahe  
BLZ 56050180  
Kto. 17039439  
IBAN DE48 5605 0180 0017 0394 39  
BIC MALADE51KRE

**Das heißt, Ihre Outfits und Medienauftritte sind nicht nur zufällig so gewählt, sondern ausgeklügelte Strategien, sich mit schönen Frauen zu umgeben und auffällig zu sein?**

Letztlich habe ich es mit viel Fleiß und Ehrgeiz geschafft, ein kleines Haarentfernungsunternehmen bekannt und erfolgreich zu machen. Ich kann ganz klar sagen, dass so ein Erfolg nicht einfach vom Himmel fällt, sondern nur mit eiserner Disziplin, Focus und knallharter Zielorientierung erreicht werden kann. Ich erfinde das Rad ja nicht neu, indem ich im Marketing mit prominenter Unterstützung wie Mariella Ahrens, unserer Markenbotschafterin zusammen arbeite oder ab sofort mit einer weiteren Kollegin aus den Medien, Lilly Becker. Wenn dann noch dazu der CEO der Firma mit seinem Gesicht und Namen und mit dem richtigen Outfit das Gesamtergebnis abrundet, dann freuen sich die Medien gleichermaßen wie meine PR Abteilung über den erzielten Erfolg beim Thema Markenbekanntheit und Visitenkarte und Eindruck hinterlassen auf großer Bühne. Am Ende zählt das Ergebnis und das heißt aktuell: ERFOLG auf ganzer Linie!

**Der neueste Coup von hairfree ist die Zusammenarbeit mit Lilly Becker, wie kam es dazu?**

Ganz ehrlich, dass Lilly Becker JA zu der Anfrage gesagt hat, war im Grunde eine Aufbauarbeit von 2 Jahren. Lilly sucht ihre Projekte sehr genau aus und deshalb ist es auch eine Ehre für hairfree, dass sie sich für diese Zusammenarbeit entschieden hat. Eine einfache Anfrage beim Management hätte sicher ein NEIN eingebracht, aber meine Art, wie ich auf Events mein Netzwerk ausbaue und die Kontakte pflege, mich immer wieder in Erinnerung rufe und dann auch auf mich und mein Unternehmen aufmerksam mache, das sind die Erfolgsgeheimnisse, die das JA zur Zusammenarbeit am Ende eingebracht haben. Dass das Unternehmen, die Story und die Kampagne gut sein müssen, versteht sich von selbst.

**Frau Becker, sehen Sie das genauso und lüften Sie mal das Geheimnis, um was geht es in der Kampagne eigentlich?**

Ich kenne Jens von Events, unter anderem habe ich ihn öfter während meiner Teilnahme bei Let's Dance gesehen. Er ist auffällig und bunt. Daraufhin habe ich mich etwas näher mit Ihm bzw. seinem Unternehmen „hairfree“ beschäftigt und war überrascht und auch beeindruckt von seinen Erfolgen. Mit hairfree und der Kampagne „Die Lizenz zum Erfolg“ kann ich

mich gut identifizieren, weil ich selbst viele Todo's und Projekte unter einen Hut bringen muss. Mein Hauptjob, Mutter und Ehefrau zu sein, erfüllt mich sehr, aber dennoch war ich schon immer ein Workinggirl und verfolge auch immer wieder Projekte.

Eine starke Frau braucht auch eine gewisse Unabhängigkeit und die Möglichkeit, eigene Projekte umzusetzen. Das bringt eine zusätzliche Anerkennung und auch Bestätigung, die einem einfach gut tut.

„Frauen in der Selbstständigkeit“ ist ja das Thema der Franchise Kampagne von hairfree, damit kann ich mich gut identifizieren und es passt einfach zu mir und meiner Sicht der Dinge.

**Herr Hilbert, Lilly Becker ist ein internationaler Star, sehen wir die Marke hairfree auch bald in anderen Ländern?**

Lacht, sagen wir es mal so, der Markt für dauerhafte Haarentfernung ist sozusagen weltweit unerschöpflich. Wir haben jetzt die 100 Standorte erreicht und sind ja bereits in Ländern wie der Schweiz, Österreich und seit kurzem auch Luxemburg ansässig. Warum also nicht auch bald noch, wie man so schön sagt...London, New York, Tokio. Ich sage niemals nie, denn vor 10 Jahren hätte niemand gedacht, was ich mit hairfree alles erreicht habe. Auf Basis des bislang erreichten sollte die weitere Internationalisierung logische Konsequenz sein, dennoch ist mir organisches, gesundes Wachstum wichtig, ich bin ja noch jung, da kann und wird noch viel Großartiges passieren.

**Frau Becker, heißt das, wir sehen Sie bald bei der ersten Shop Eröffnung in London an der Seite von Herrn Hilbert?**

„We will see what will happen in the future, why not!“

Zum Unternehmen

Das Franchise System hairfree ist mit über 450 weiblichen Mitarbeiterinnen Europas Marktführer für dauerhafte Haarentfernung mit Licht. Mit 100 Standorten in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Luxemburg strebt das Unternehmen in den nächsten Jahren die Internationalisierung an.