

50 JAHRE **DENING HAIR COMPANY**
50 JAHRE **PERÜCKEN & TOUPETS**





50 Jahre Zarm & Dening und Dening Hair Company

Mit großer Freude, ein wenig Stolz und viel Dankbarkeit feiern wir dieses Jahr unser 50. Firmenjubiläum. Die vorliegende Chronik gibt Ihnen einen kleinen Einblick in unsere Geschichte und die Entwicklung der Firma und ihrer Marken.

Wir wissen, dass diese 50 Jahre nicht ohne die Unterstützung vieler Menschen möglich gewesen wäre: Mitarbeiter, Kunden und Lieferanten. Ihnen gilt unser herzlicher Dank!

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen unserer Firmenchronik.

Ihre
Alexander und Bibbi Dening

Zarm & Dening and Dening Hair Company celebrate their 50th anniversary

We are overjoyed, proud and incredibly grateful to be celebrating our 50th anniversary this year. This history of the company offers you some insight into how the company and its brands came about and how they have developed over the years.

One thing we are sure of: We could not have sustained our success over the last 50 years without the support from so many people – namely our employees, customers and suppliers. We are extremely grateful to you!

We hope you enjoy reading our history.

Yours,
Alexander and Bibbi Dening

1965-2015

Die **DENING HAIR COMPANY** wurde 1965 ursprünglich unter dem Namen „Zarm & Dening“ als Personengesellschaft in Hamburg gegründet. Karsten Dening und Diether Zarm gründeten gemeinsam das Unternehmen, das bis heute erfolgreich Zweithaar in ganz Europa verkauft. Das Familienunternehmen ist spezialisiert auf den Import und Großhandel von Perücken, Toupets, und Haarteilen für den Fachhandel. Die eigenen Marken BELLE MADAME und MANAGER TOP stehen für höchste Qualität. Bis zum heutigen Tag hat die Firma einen langen und facettenreichen Weg wie wenige andere deutsche Unternehmen dieser Branche zurückgelegt.

BARCELONA, SPANIEN

Vor jeder erfolgreichen Firmengründung steht eine Idee. So beruht der eigentliche Impuls zur Geschäftsidee auf einem Auslandsaufenthalt, den die beiden späteren Unternehmer Karsten Dening und Diether Zarm 1964/65 in Spanien bestritten. Die zwei Studenten lebten zwei Jahre lang in Barcelona und fingen an, für ihren Lebensunterhalt Roh-Haare von dort nach Amerika zu exportieren. Wieder zurück in Hamburg wurde dieser Ansatz weitergeführt und der Einstieg in die Zweithaarbranche beschlossen.

DENING HAIR COMPANY was originally founded in 1965 under the name “Zarm & Dening” as a private company in Hamburg. Together, Karsten Dening and Diether Zarm set up the company that is still successfully selling alternative hair throughout Europe. The family-run company specialises in importing and wholesaling wigs, toupees and hairpieces to specialist retailers. The company’s own brands BELLE MADAME and MANAGER TOP stand for the highest standard of quality. To this day, the company has been following its own long and diverse path, a feat unmatched by most other German companies in this industry.

BARCELONA, SPAIN

Behind every successful company foundation lies an idea. Indeed, the business idea itself was inspired by the two founders Karsten Dening and Diether Zarm’s trip abroad to Spain in 1964/65. The two students spent two years in Barcelona, where they began to export unprocessed hair products to America. Upon returning to Hamburg, they continued this approach and started to trade wigs, hairpieces and extensions.

ZARM & DENING

 INTERNATIONAL

BELLE MADAME

BELLE MADAME

ME

BELLE MADAME

ZARM &
DENING

2 HAMBURG 13
Hochallee 32

belle
madame
Creation
HAMBURG

BESCHAULICHER ANFANG

Blickt man auf die Firmengründung, ging es damals beschaulich zu. So war der erste Firmensitz von Zarm & Dening ein kleines Zimmer im Schopenstehl 33 in Hamburg, welches die beiden neuen Geschäftsführer bei Frau Hollnagel zur Untermiete bezogen.

Eine derartige Firmengründung zur damaligen Zeit galt als Wagnis. In Eigenregie brachten Karsten Dening und Diether Zarm die Geschäfte ins Rollen. Unterstützt wurden sie in den Anfängen von familiärer Seite. Die Mutter von Karsten kündigte ihre Halbtagsstelle bei einem anderen Unternehmen und wurde die erste Mitarbeiterin der Firma. Karstens Vater wiederum erledigte abends im ersten Jahr die Buchhaltung.

In den Anfängen waren es noch keine Perücken, sondern Haarteile, die das Unternehmen unter der Marke BELLE MADAME anbot. Diese wurden in Japan produziert und über einen in Deutschland lebenden Japaner geordert. Das Einkaufsmodell bewährte sich allerdings nur in der Anfangszeit. Relativ schnell stellte sich dieser Geschäftsweg als zu kostspielig heraus, so dass neue Importkanäle gesucht werden mussten. Diese fanden sich zunächst im zweiten Geschäftsjahr in Hongkong und später in Korea.

Heute arbeitet das Unternehmen seit vielen Jahren größtenteils mit chinesischen oder süd-koreanischen Lieferanten zusammen, die die Perücken in verschiedenen Ländern Asiens produzieren.

HUMBLE BEGINNINGS

The founding of the company can be traced back to its humble beginnings: Zarm & Dening started out in a small room at Schopenstehl 33 in Hamburg, which was sublet to the two new business managers by Mrs Hollnagel.

To found a company in this way and at such a time was considered risky. Karsten Dening and Diether Zarm got the business rolling on their own and with help from family members. Karsten's mother quit her part-time job with another company and became the first employee at Zarm & Dening. Karsten's father also contributed by spending his evenings doing the company's bookkeeping for the first year.

They started out trading smaller hairpieces, which the company sold under the brand BELLE MADAME. These were manufactured in Japan and ordered by a Japanese national living in Germany. This purchasing model, however, was only applied in the early days and soon proved to be too costly. As such, the company began to look for alternative import channels, which they initially found in Hong Kong in their second trading year and later in Korea.

For many years now, the company has been working mainly with Chinese and South Korean suppliers, who produce the wigs in various Asian countries.



Schopenstehl 33
in Hamburg

1965



Einfacher geht's nicht: ein Haarteil — drei Handgriffe —
und viele Verwandlungsmöglichkeiten ergeben sich für Ihre Frisur.

|
1965

Erste Werbung
First advertising

Produktion von Farbringen 1966
Production of colour rings 1966



|
1966

BELLE MADAME

ZARM & DENING

Hamburg

BELLE MADAME

belle madame modelle



ZARM & DENING

Hamburg

<belle madame> modelle

belle
madame®
ZWEITFRISUREN

40283

INTERNATIONAL

ZARM & DENING

Haararbeiten Perücken Haarfarbe eigenes Labor eigene Herstellung von Modellen und Perücken

Nicole
STRETCH

DM 33.-
+ MWST

FACHHAAR

EINE GLATTE RECHNUNG MIT
QUALITÄTSARTIKELN VON INTERNATIONAL



COLOR NO:
QUANTITY: 12 5/8
GR. WT: 150g

EIN NEUER FIRMENSITZ

Im Schopenstehl befand sich der Firmensitz bis 1969, als das Unternehmen in die Hochallee 108 zog und eine zusätzliche Mitarbeiterin Frau Kreye bekam. Anfang 1968 wurde das Unternehmen zudem von einer Personengesellschaft in eine GmbH umgewandelt. Die gesamte Entwicklung steuerte nun auf den damaligen Höhepunkt innerhalb der Zweithaarbranche zu. In den Jahren 1969/70 gab es in Deutschland kaum eine Frau, die aus modischen Gesichtspunkten nicht mindestens eine Perücke besaß. Der bis dahin nie erlebte Boom katapultierte den Haareratz quasi über Nacht zum modischen MUST HAVE Accessoire. Bis zu diesem Zeitpunkt konnten sich nur sehr wohlhabende Menschen handgefertigte Perücken leisten. Durch die Möglichkeit, diese nun maschinell herstellen zu lassen, wurden die Modelle erschwinglich, so dass quasi jede Frau sie haben wollte und sie zur Massenware wurden.

Es gab zu Beginn ausschließlich Perücken, bei denen die Tressen einfach auf eine klobige Montur genäht wurden. Später kam die so genannte Cap Less Wig auf den Markt, hier wurden die Tressen nun auf Bänder genäht und die Perücke dadurch erheblich leichter.

NEW HEADQUARTERS

The company maintained its headquarters at Schopenstehl until 1969, when it moved to Hochallee 108 and welcomed a new employee in Ms Kreye. In early 1968, the company made the transition from a private company to a limited liability company. Development was racing towards a key moment in the history of the wig and hairpiece industry at that time. Wigs were a major fashion statement in 1969/70 in Germany, and every woman had at least one. This first industry boom catapulted the demand for wigs and hairpieces practically overnight, making them a must-have accessory. Until this point, it was only the rich who could afford to buy hand-worked wigs. The availability of machine-made wigs meant that they became affordable for almost everyone, and so mass production began.

When the first wigs were produced, the hair-wefts were simply sewn onto a solid cap as a base. It was only later that so-called Cap Less Wigs were produced, whereby the hair was sewn in rows of wefts and the wigs were significantly lighter.

|
1969

ZARM & DENING

Haararbeiten · Perücken · Haarteile

2 Hamburg 13 · Hochallee 106 · Tel. (04 11) 4 10 46 11



Z INTERNATIONAL

„Belle Madame“[®]

création
zarm & dening

„belle madame“ Zweitfrisuren haben mit der Perückengeneration vergangener Tage nichts mehr gemeinsam. Die Zweitfrisuren sind luftig und federleicht. Bei der Herstellung bekommen „belle madame“ Zweitfrisuren ihren unverwechselbaren Chic. Absolute Natürlichkeit und Problemlösigkeit sind Trumpf.



Marlene

Eine klassisch schöne Frisur. Das damenhafte Modell hat einen weichen Lockenkranz. Abgestufte Haarlängen, Skineinsatz, Bändermontur und gekraustes Ansatzhaar.
Material: 100% Modacrylic by Monsanto.

Farben: 2, 4, 6, 8, 10, 12, 14, 16, 17, 20, 22, 24, 26, 28, 31, 33, 36, 38, 53, 56, 101, 105, 130, 8/22, 17/101, 538, 550, 560, 570



Lena

Diese Zweitfrisur ist von genialer Einfachheit. Ob lockig oder glatt: variieren Sie die Frisur durch einfaches Kämmen, Skineinsatz und Bändermontur.
Material: Novelle Natur.

Farben: 18, 4, 6, 8, 10, 12, 14, 16, 18, 22, 24, 26, 60Y, 32B, 33, 39, 51, 53, 56, 8/22, 18/22, 16/22, 538, 550, 560, 570



Eva

Diese Zweitfrisur ist modisch und vollkommen problemlos. Hervorragende Paßform und abgestufte Längen verleihen diesem Modell seinen unverwechselbaren Chic. Durch die aufwendige, diagonale Anordnung der Tressen am Vorderkopf, hat die Frisur Haarfülle ohne toupiert werden zu müssen.
Material: Kanekalon K 7.

Farben: 4, 6, 8, 10, 12, 14, 16, 22, 26, 130, 33, 38, 44, 53
Teddyfarben: 200, 201, 202, 205, 206, 207, 210, 211, 214, 216

ZARM & DENING

2 HAMBURG 13 · HOCHALLEE 32
TELEFON (040) 410 46 11 + 44 02 83

CLAUDIA



Modern und verwandelbar. Die Zweitfrisur für die Dame jeden Alters.

IVONNE



Handgeknüpft auf grobmaschigem Netz. Kleine Kopfgröße und sehr leicht.

DIE BOOMJAHRE

Aus dem Boden schoss zu dieser Zeit eine Vielzahl an Anbietern, die von der enormen Nachfrage profitieren wollten. Auch die Firma Zarm & Dening expandierte und zog 1970 in große helle Räume in den Mittelweg 169 in Hamburg um. Die insgesamt über 40 Angestellten waren mit der Vielzahl der Aufträge voll beschäftigt. Das Unternehmen Zarm & Dening investierte in ein exklusives Fotoshooting mit dem damals angesagten und berühmten Fotografen Günter Wolfson, der die Perücken glamourös in Szene setzte und mit den Bildern für Furore innerhalb der Branche sorgte.

Zu dieser Zeit wurden auch die ersten Pflegeprodukte auf den Markt gebracht. Bis heute hat sich das Sortiment stetig vergrößert, so dass es mittlerweile für die unterschiedlichen Haararten eine umfassende Reihe von Pflegeprodukten gibt, die alle Bedürfnisse abdeckt. Auch Zöpfe, Pferdeschwänze, anlebbare Wimpern dergleichen mehr wurden in den 70er Jahren ins Sortiment aufgenommen. Manches blieb eine kurze Modeerscheinung, anderes hielt sich viele Jahre lang in der Kollektion.

Leider währte der Perücken-Boom nur eine paar Jahre und so folgte auf den Höhenflug 1972 der Zusammenbruch des Marktes, den die meisten Händler und Firmen nicht überlebten. Einzig eine Handvoll Unternehmen überdauerte diese Zeit und konnten sich in diesem Segment bis heute fest etablieren – darunter die Firma Zarm & Dening, die davon profitierte, ihren Fokus bereits frühzeitig auf medizinische Perücken gelegt zu haben.

THE BOOM YEARS

Suddenly there were also a great many suppliers wanting to profit from the huge boost in demand. Zarm & Dening also expanded its base and moved in 1970 to the large and bright offices at Mittelweg 169 in Hamburg. They had then more than 40 employees who worked tirelessly to keep up with incoming orders. Zarm & Dening invested in an exclusive photoshoot with the popular and renowned photographer of the time, Günter Wolfson, who added a touch of glamour to the wigs and whose photos caused a sensation in the industry.

It was around this time that the first haircare products were launched on the market. The range of products has increased steadily ever since, and there are now products available for every hair type and to meet every consumer need. Other products such as braids, ponytails, and false eyelashes were introduced in the 70s. While some of these trends were short-lived, others were retained in the product range for many years.

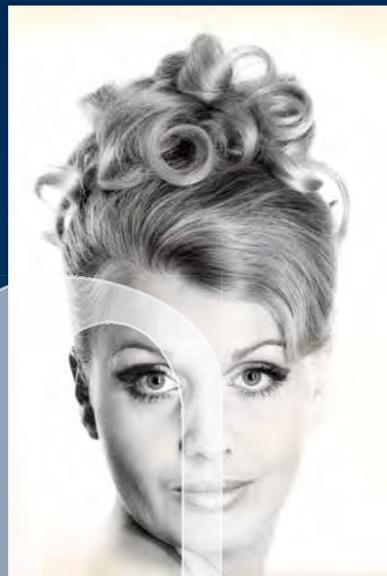
Sadly, the boom only lasted a few years and after the high point of 1972 the market collapsed, taking with it most of the retailers and companies. Only a handful of companies survived this crash and have been able to establish a firm position for themselves in the hair trade business – including Zarm & Dening, who benefited from having switched their focus to medical wigs early on.

1970

*Fotoshooting mit dem
Fotografen Günter Wolfson*



1960



ZEIT DER KONSOLIDIERUNG

Schwierig waren die nun folgenden Jahre allemal, so war es teilweise trotz geringer Nachfrage sogar problematisch Ware zu bekommen. Trotz allen Widrigkeiten wurde 1973 die bis heute gültige und für Qualität und Innovation stehende Eigenmarke BELLE MADAME offiziell als Marke eingetragen, unter der sämtliche Damenmodelle fortan zusammengefasst waren. Das Logo hierfür entwarf Diether Zarms Vater in Eigenregie bereits 1967. Mittlerweile wurde es mit Hilfe einiger Änderungen weiterentwickelt und zukunftsfähig gemacht. Gezwungen durch die Umstände stand 1973 ein weiterer Umzug an. Zurück in die Hochallee 32 ging es mit einem stark verkleinerten Mitarbeiterstab von vier Leuten und schließlich 1978 in die neuen Räume Beim Schlump 16, wo das Unternehmen bis heute ansässig ist. Seitdem haben sich die Turbulenzen gelegt, die Zeit der Konsolidierung begann.

Die Perücken wandelten sich vom Modeartikel zum Bedarfsartikel. Etwa in dieser Zeit zeichnete sich der erste deutlich erkennbare Aufwärtstrend nach der Flaute der Branche für die Firma Zarm & Denning ab. Begründet wurde diese Entwicklung mit der Einführung einer Perücke, die viele Jahre lang das Erfolgsmodell des Unternehmens bleiben sollte. Das Modell „Nina“ beendete die Talfahrt und läutete den Aufwärtstrend ein, der bis heute – fortgeführt mit einer Vielzahl von erfolgreichen Nachfolgerinnen – anhält. Nur drei Jahre später – 1979 – gab es eine weitere zukunftsweisende Neueinführung. Die Herreneigenmarke MANAGER TOP betrat die Bühne und mit ihr eine stetig wachsende Zahl hochwertiger Toupets und Perücken für den Mann.

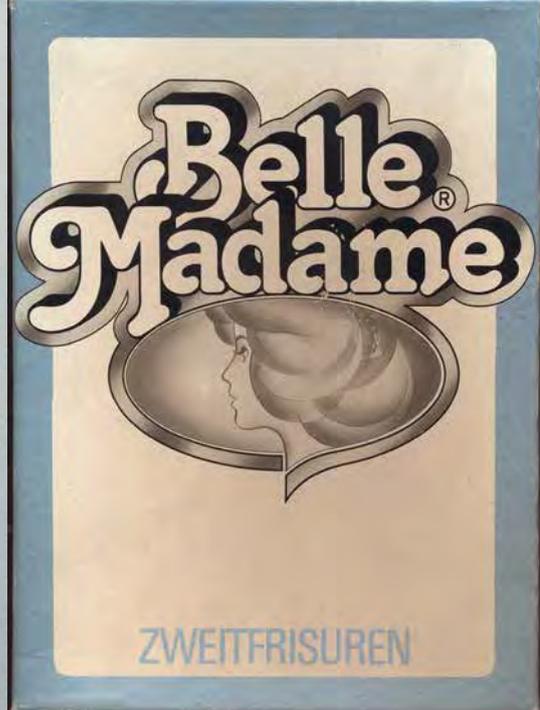
TIME FOR CONSOLIDATION

The years that followed were filled with difficulties and the biggest challenge was the production of high quality goods. Against all odds, the company's own brand BELLE MADAME, which was registered in 1973 and stands for quality and innovation, is now an official brand that encompasses all ladies' hair products. The brand's logo was designed by Diether Zarm's father back in 1967, and has since undergone some changes to adapt it for future success. After the turn down of 1973, the company was forced to move again, this time back to Hochallee 32 and with a much-reduced workforce of just four employees. Finally, the company moved to its current headquarters at Beim Schlump 16 in 1978. The turbulent years were at an end, and it was time for consolidation to start.

Wigs, while no longer fashionable, were still necessary. It was at this time that the company Zarm & Denning began to see its first leap forward after the earlier industry collapse. This development began with the introduction of a wig that proved to be a long-term success for the company. The "Nina" model put an end to the company's downward spiral and has kept the business going strong ever since, alongside its many popular successors. In 1979, just three years later, the company marked a further trendsetting development. The MANAGER TOP brand, designed exclusively for men, was launched, featuring a constantly expanding range of high-quality toupees and wigs for men.

1976

Modell Nina 1976



Belle Madame 1973
Manager Top 1979



1980



Jubiläumsfeier 15 Jahre

1980



*Karsten Dening und
Diether Zarm*



Belle Madame Katalog:

*„Die Freiheit
sich zu verändern“*

1983

INTERNATIONALE MÄRKTE

Von Beginn an legte das Unternehmen großen Wert darauf, neben dem deutschen auch internationale Märkte zu erschließen. So wurden quasi mit der Firmengründung bereits die Geschäftsverbindungen zu den Niederlanden und Dänemark aufgebaut. Was besonders kurios war, dass zur Zeit des ersten Perückenbooms, holländische Kunden teilweise mit dem PKW vorfuhren, das gesamte Auto hier mit Perücken füllten, um den Inhalt später im heimischen Holland zu verkaufen.

Auch die Verbindungen mit Schweden bestehen bereits seit den Anfängen der Firma, wobei sich das Prozedere anfänglich als schwierig herausstellte. So verlangten die Regularien des Landes zur Abrechnung mit den Krankenkassen, dass es einen einzigen Generalimporteur geben müsse. Es war folglich nicht möglich, mit dem Fachhandel direkt Geschäfte zu machen. Auf dieser Tatsache beruht die Partnerschaft seit 1989 mit Johnny Kjellström und dessen Firma „Johnnys – för håret“. Als Generalagent für Schweden verkaufte dieser später an „Elisabeth Nilson / BELLE MADAME Center i Sverige AB“, die bis heute in dieser Funktion Kunden in ganz Schweden mit Produkten der Dening Hair Company beliefert.

Heute pflegt das Unternehmen zu sämtlichen europäischen Ländern intensive Geschäftsbeziehungen. Die ca. 1.200 Fachhändler werden durch Vertreter und durch die Präsentation auf Messen über Neuheiten informiert, die auf die verschiedenen Geschmäcker und Modetrends der unterschiedlichen Länder und Märkte abgestimmt sind.

INTERNATIONAL MARKETS

From the very start, the company focussed on starting not only into the German market but international markets, too. Business relationships with e.g. the Netherlands and Denmark were in place virtually from the beginning. An interesting thing to mention here is that when the wig industry experienced its initial boom, customers from the Netherlands would travel over to Germany by car, which they would then fill with wigs to sell off back home.

The company's dealings with Sweden, too, can be traced back to the early years, although progress here proved to be difficult at first. Formalities in Sweden required that there be only one exclusive distributor in order to settle accounts with the health insurance companies. As a result, it was not possible to deal directly with the specialist retailers. This is the backstory behind the founding of a partnership in 1989 with Johnny Kjellström and his company, „Johnnys – för håret“. As the general agent for Sweden, Johnny later sold his company to „Elisabeth Nilson / BELLE MADAME Center i Sverige AB“, which has been supplying Dening Hair Company products to Swedish customers ever since.

The company now has close business relationships with all European countries and is selling to 1,200 specialist retailers. These are informed of new developments that are tailored to each country's tastes and fashion trends via company representatives and at trade fairs.

1989





1995 wurde neben der klassischen BELLE MADAME und der MANAGER TOP Kollektion eine weitere Produktlinie eingeführt. BELLE MADAME HAIR EXTENSIONS bietet Produkte für Haarverlängerungen und -verdichtungen in Remy-Qualität.

Building on the success of the BELLE MADAME and MANAGER TOP brands, a new collection was introduced in 1995. BELLE MADAME HAIR EXTENSIONS is a range of hair extension and integration products made from Remy hair.





1995



1991

1995

30 Jahre Zarm & Dening

SCHICKSALSSCHLÄGE FÜHREN ZU NEUANFANG

Das Jahr 1996 stellte das Unternehmen vor eine neuerliche Herausforderung. Im Januar verstarb plötzlich und unerwartet Diether Zarm an einem Herzinfarkt, so dass Karsten Dening fortan alleiniger Geschäftsführer des Unternehmens wurde. Sein Sohn Alexander unterbrach daraufhin sein Studium der Betriebswirtschaftslehre für ein halbes Jahr, um die Firma zu unterstützen. Später beendete der heutige Geschäftsführer dieses erfolgreich als Diplomkaufmann und trat 1998 fest ins Unternehmen ein.

Diether Zarm, † 1996



*Diether Zarm stirbt an
einem Herzinfarkt*

1996

STROKES OF FATE LEAD TO NEW BEGINNING

In 1996, the company faced a new challenge. Diether Zarm died suddenly and unexpectedly of a heart attack, leaving Karsten Dening to continue with the business alone. His son Alexander postponed his studies in business economics for six months to assist his father run the company. He then returned to graduate from university and finally joined the company in 1998.



*Alexander Dening steigt als
fertiger Diplomkaufmann fest
ins Unternehmen ein*

1998

Als trauriges und bewegtes Jahr geht auch die Jahrtausendwende in die Geschichte des Unternehmens ein. Karsten Dening stirbt im April 2000 nach einer kurzen, aber schweren Krankheit. Schwer getroffen und doch zukunftsorientiert ordnen Karstens Frau Bibbi und Sohn Alexander in diesem Jahr die Geschicke der Firma. So werden die Erben der Familie Zarm ausgezahlt und das Unternehmen auf ein frisches Fundament gestellt.

Fortan heißt es „Dening Hair Company“ und erhält mit Alexander Dening einen neuen Geschäftsführer, der sich im Sinne seines Vaters dafür einsetzt, das Unternehmen für das anstehende neue Jahrtausend zukunftsfähig zu machen.

Karsten Dening, † 2000



Karsten Dening stirbt nach einer kurzen, aber schweren Krankheit

2000

The turn of the millennium approached, and 2000 was a sad and emotional year. Karsten Dening passed away in April 2000 after a short but serious illness, which came as a heavy blow for his wife Bibbi and son Alexander. Yet they continued to look to the future of the company. In doing so, they bought out the Zarm's company share and made a fresh start for the business.

They changed the company's name to Dening Hair Company and Alexander Dening took over as managing director, following in his father's footsteps and preparing the company to succeed in the new millennium.



Bibbi und Alexander Dening stellen das Unternehmen auf ein frisches Fundament. Fortan heißt die Firma „Dening Hair Company“ und erhält mit Alexander Dening einen neuen Geschäftsführer

RASANTE ENTWICKLUNG

2003 erweiterte die Dening Hair Company ihre Produkte um Kopfbedeckungen. Der Buff hielt Einzug in die Kollektion und setzte sich durch, so dass 2005 eine komplette Kollektion mit Kopftüchern von Christine Headwear aufgelegt wurde. 2015 erscheint nun erstmals eine eigene Kopftuchmarke unter dem Label BELLE MADAME HEADWEAR. Über die Jahre hat sich die Firma regelmäßig bei den Messen anlässlich der deutschen Meisterschaft der Friseure an wechselnden Orten präsentiert. Seit 2005 ist die Dening Hair Company kontinuierlich mit einem Stand auf der BVZ Zweithaarmesse vertreten, welche die Zielgruppe optimal abdeckt.

2007 gab es einen weiteren Durchbruch. Die Kollektion wurde mit einer Vielzahl von Modellen radikal verjüngt und durch die Einführung der Root-Colours deutlich modischer. Ein Trend, der sich mittlerweile auf ganzer Linie durchgesetzt hat, so dass heutzutage kaum ein Modell ohne Root-Colours ausgestattet ist.



Die heute vielbeachtete und etablierte SUPER-FRONT wurde im Jahr 2010 mit dem Modell Emilia Super-Front eingeführt. Die revolutionäre Technik ermöglicht stirnfreie Frisuren durch ein ultraleichtes Material, das quasi in der Haut versinkt und so nahezu unsichtbar ist. Mittlerweile wird die SUPER-FRONT bei fast 60 Prozent der Modelle angeboten und sehr gut angenommen. Die innovative Technik darf man zurecht als Meilenstein in der Entwicklung des Haarersatzes bezeichnen.

RAPID DEVELOPMENT

In 2003 Dening Hair Company added a new range of headwear to its collection. The new products were so successful that a whole new range of headscarves by Christine Headwear were added to the range in 2005. In 2015 an own scarves collection under the new brand BELLE MADAME HEADWEAR was launched which completed the entire range of headwear. Over the years, the company has regularly attended the „Deutsche Meisterschaft der Friseure“ (German Hairdressing Championships) as part of trade shows at various locations. Dening Hair Company has held a booth at the BVZ wig and hairpiece trade fair every year since 2005 as the event draws in the company's target market perfectly.

A further breakthrough came in 2007. New models brought back the youthfulness of the collection and the introduction of Root-Colours added a fashionable element. The trend has since spread over the entire product line and there are now very few models that don't incorporate Root-Colours.

Today's popular and well-established SUPER-FRONT range was launched in 2010 with the Emilia Super-Front model. The revolutionary technology behind this product means that hair can be worn pulled back from the face as the ultra-light material practically merges with the skin and is thus invisible. The SUPER-FRONT option is now offered for almost 60 percent of all models, and is hugely popular. The innovative technology marks a milestone in the development of wigs and hairpieces.



1990

2003

2005

2009

2011

2015

Zarm & Dening
GmbH

HAARTEILE
MODEPERÜCKEN
TOUPETS



DENING HAIR COMPANY
HAMBURG

ZARM & DENING
INTERNATIONAL



Belle Madame

Belle Madame
HAIR COLLECTION

Belle Madame

Belle Madame
Natural Hair Line

**manager
top**

managertop
Hair Systems

1965

1978

1996

2000

2012

Im Nachhinein betrachtet liegt eine gewaltige Entwicklung nicht nur hinter dem Unternehmen an sich, sondern auch hinter den Produkten. Über die letzten fünfzig Jahre sind die Perücken quasi von „Haaren auf Mützen“ zu federleichten Monofilament-Modellen avanciert. Die herkömmliche PU-Front wurde von der stirnfreien SUPER-FRONT ersetzt. Die Farben sind mittlerweile derart natürlich in Strählung und Färbung, dass die Modelle von natürlich gewachsenem Haar nicht mehr zu unterscheiden sind. Allein die BELLE MADAME HAIR COLLECTION umfasst ca. 100 Modelle und 20 Haarteile aus synthetischem Haar. In der BELLE MADAME NATURAL HAIR LINE gibt es 12 Ready-to-Wear Modelle und über 30 weitere Perücken und Haarteile aus Echthaar. Hinzu kommen noch über 30 Modelle für die Herren aus der MANAGER TOP Kollektion. Und selbstverständlich ist das Ende der Fahnenstange was die Weiterentwicklung der Produkte angeht noch lange nicht erreicht.

**DIE KOMMENDEN 50 JAHRE VERSPRECHEN
MINDESTENS GENAUSO SPANNEND,
INNOVATIV UND UNVORHERSEHBAR ZU WERDEN
WIE DIE VERGANGENEN 50!**

Looking back at the company's history, there has been a major development not just for the company but for its products, too. Over the past 50 years, the wig industry has advanced from "hair on thick caps" to lightweight monofilament models. The traditional PU-Front wig has been replaced by the fringeless SUPER-FRONT models. Hair colours used in wigs have become more natural through the application of streaks and hair colouring, making it harder to tell the difference between a wig and a person's natural hair. The BELLE MADAME HAIR COLLECTION alone comprises around 100 models and 20 hairpieces made from synthetic hair. The BELLE MADAME NATURAL HAIR LINE features 12 Ready-to-Wear models and more than 30 other wigs and hairpieces made from human hair. The MANAGER TOP collection includes a further 30 models exclusively for men. And in terms of further advancement, this is far from the end of the road for product development.

**THE NEXT 50 YEARS PROMISE TO BE JUST
AS EXCITING, INNOVATIVE AND UNPREDICTABLE
AS THE LAST 50!**

|
2015

|
∞

LANGJÄHRIGE MITARBEITER

Die Dening Hair Company zeichnet sich von Beginn an durch eine dauerhafte Mitarbeiterstruktur aus. Ein Mann der frühen Stunde war beispielsweise Diether Basedow, der 1971 als Lagermitarbeiter begann und im Folgenden fast 30 Jahre für die Kommissionierung und den Versand der Waren im Lager zuständig war. Aber auch Marion Petersen (35 Jahre / 1977-2013) in der Buchhaltung, Sigrun Spitzer (24 Jahre / 1981-2005) in der Auftragsabwicklung und Margret Nelling (16 Jahre / 1980-1996) im Sekretariat waren Mitarbeiter, die sich jahrzehntelang für das Unternehmen einsetzten. Zurzeit sind Sylvia Machel mit fast 20 Jahren und Dorothea Kamp und Karin Dethlefsen mit je 15 Jahren die dienstältesten Mitarbeiterinnen. Insgesamt ist die Zeitspanne, die die Mitarbeiter bei der Dening Hair Company verbringen, hoch. Sie beträgt im Durchschnitt weit über 15 Jahre.

LONGSTANDING EMPLOYEES

From the very beginning Dening Hair Company has prided itself on its enduring employee structure. Diether Basedow, for example, joined the company very early on in 1971 and was responsible for the commissioning and packing of products in the warehouse for almost 30 years. And he was not the only one: Marion Petersen (35 years / 1977-2013) in accounting, Sigrun Spitzer (24 years / 1981-2005) in order processing, and Margret Nelling (16 years / 1980-1996) in administration all stayed with the company for at least a decade. The longest serving employees currently working at Dening Hair Company are Sylvia Machel (almost 20 years), Dorothea Kamp (15 years) and Karin Dethlefsen (also 15 years). On average, employees tend to stay with the company for at least 15 years.



*Dorothea Kamp, Karin Dethlefsen
und Sylvia Machel (2012)*



20 jähriges Jubiläum Diether Basedow (1991)



Bibbi Dening, Sigrun Spitzer und Marion Petersen (2001)



Marion Petersen und Margret Nelling (2006)



Thank  you

FOR 50 YEARS