

Das ist aber teuer....



Aus Kundensicht sind Friseurpreise oft teuer, aus Unwissenheit nicht nachvollziehbar und werden mit anderen Dienstleistungen verglichen.

Warum Friseurpreise gerechtfertigt sind – ein Blick hinter die Kulissen

Aus Kundensicht wirken Friseurpreise oft hoch – und sind schwer nachvollziehbar.

Sie werden mit anderen Dienstleistungen verglichen: mit dem Restaurantbesuch, der Autowerkstatt oder dem Einkauf im Drogeriemarkt. Doch solche Vergleiche greifen zu kurz.

Ein paar Stimmen aus Internetforen zeigen, wie emotional das Thema diskutiert wird:

„Für 13 € bekomme ich eine große Pizza und ein Bier – inklusive Koch, Bedienung, Putzkraft, Miete und Material. Beim Friseur zahle ich 18 € für 15 Minuten Arbeit. Ich finde das

unverschämt teuer und gebe kein Trinkgeld mehr.“

„Warum kostet ein Männerhaarschnitt so viel? In der Werkstatt braucht man eine Ausbildung, teures Werkzeug und Platz. Beim Friseur? Da sehe ich keine komplizierten Techniken.“

Doch genau hier liegt der Denkfehler.

Friseure sind Handwerker – mit eigener Kalkulation, eigenen Kostenstrukturen und eigenen Herausforderungen.

Ein paar Fakten, die oft übersehen werden:

Zeit ist Geld: Ein Männerhaarschnitt dauert im Schnitt 15–20 Minuten. Hochgerechnet ergibt das einen Stundenlohn von etwa 60 €. Klingt viel – ist aber notwendig, um wirtschaftlich zu arbeiten.

Leerlaufzeiten: Anders als in der Werkstatt sind Friseursalons oft mit 30 % oder mehr Leerlauf konfrontiert – Zeiten, in denen kein Umsatz generiert wird.

Personalkosten: In vielen Salons machen Löhne und Sozialabgaben bis zu 50 % der Gesamtkosten aus.

Gewinnspanne: Von 100 € Umsatz bleiben dem Salon durchschnittlich nur etwa 4,30 € Gewinn übrig.

Hinzu kommen weitere Kosten:

Miete, Energie, Wasser

Geräte, Pflegeprodukte, Hygieneartikel

Weiterbildung, Mode- und Trendanpassung

Werbung, Buchhaltung, Versicherungen

Friseurarbeit ist mehr als „nur Haare schneiden“

Sie ist Beratung, Handwerk, Kreativität und Dienstleistung zugleich.

Und sie muss sich rechnen – wie jede andere unternehmerische Tätigkeit auch.

Das Ziel ist klar:

Ein Salon muss genügend Kundinnen und Kunden gewinnen, um

wirtschaftlich arbeiten zu können.

Denn nur wer solide kalkuliert, kann langfristig Qualität bieten – und faire Löhne zahlen.