Entwicklung Betriebsstätten

FRISEURMARKT VERSTEHEN

Entwicklung der Betriebsstätten

Wie viele Salons gibt es eigentlich? Diese scheinbar einfache Frage führt schnell zu unterschiedlichen Antworten. Das liegt nicht daran, dass eine Zahl richtig und die andere falsch sein muss. Es liegt daran, dass verschiedene Stellen unterschiedlich zählen und unterschiedliche Begriffe verwenden.

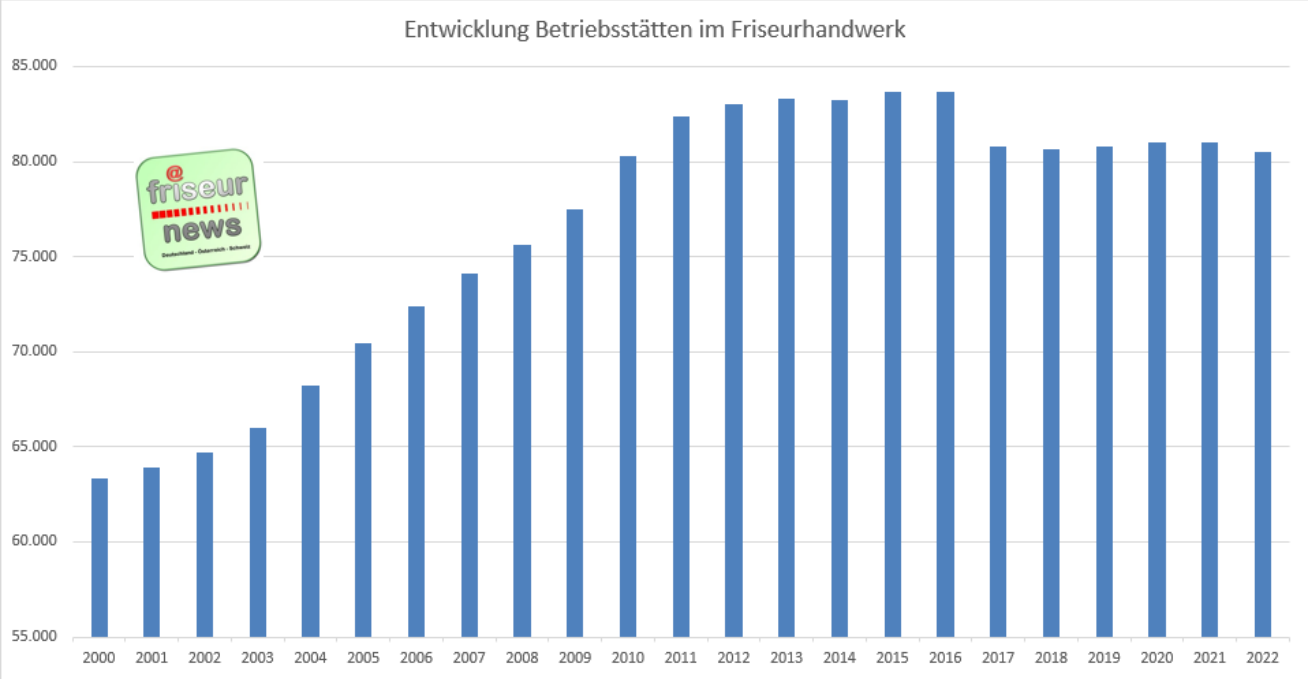
Wer den Friseurmarkt verstehen möchte, sollte deshalb genau hinschauen: Sprechen wir von Unternehmen, von Betriebsstätten, von Ein-Personen-Salons oder von mobilen Angeboten? Erst dann lassen sich Zahlen sinnvoll einordnen.

Unternehmen und Betriebsstätte sind nicht dasselbe

Ein Unternehmen kann einen Hauptsitz und mehrere Filialen haben. In der Unternehmensstatistik ist es ein Unternehmen; im Alltag des Marktes stehen ihm mehrere Betriebsstätten gegenüber. Ein Betrieb mit einer Zentrale und 30 Filialen bildet also 31 Salonstandorte ab. Diese Unterscheidung ist wichtig, wenn über die Dichte des Angebots und die Verteilung von Kundschaft gesprochen wird.

Auch die Datenquellen setzen unterschiedliche

Schwerpunkte: Die Handwerksrolle und die Berufsgenossenschaft erfassen den Markt anders als die Umsatzsteuerstatistik. In der Umsatzsteuerstatistik erscheinen umsatzsteuerbefreite Kleinstunternehmen nicht. Die Zahlen lassen sich deshalb nicht eins zu eins übereinanderlegen – zusammen helfen sie aber, ein realistischeres Bild zu zeichnen.



Friseurhandwerk - Anzahl der Betriebsstätten
Zeitraum 2000 bis 20 22

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
63.317	63885	64678	65975	68226	70470	72388	74084	75629	77.483	80.322

2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
82.389	82.986	83.274	83.225	83.698	83.693	80.769	80.625	80.767	80.989

2021	2022	2023	2024	2025
81.029	80.476			

Feste Salons und mobile Angebote

Zu den festen Salonstandorten kommen mobile Friseurinnen und Friseure hinzu. Ihre genaue Zahl ist nicht vollständig erfasst; Schätzungen liegen bei etwa 15.000 bis 18.000

mobilen Unternehmerinnen und Unternehmern. Damit kann die Zahl fester und mobiler Angebote zusammen deutlich über 90.000 liegen. Als Schätzung ist diese Zahl eine Orientierung – keine punktgenaue Marktstatistik.

Mobile und spezialisierte Konzepte können Kundinnen und Kunden eine sinnvolle Ergänzung bieten. Sie erhöhen aber auch die Vielfalt und die Dichte des Angebots. Für den einzelnen Salon bedeutet das: Kundschaft, Personal und Aufmerksamkeit verteilen sich auf mehr Marktteilnehmende. Eine gute fachliche Leistung allein bleibt wichtig, aber sie braucht heute mehr denn je ein klares Profil und eine nachvollziehbare Positionierung.

Der Markt wird kleinteiliger

Die Struktur verändert sich: Klassische größere Salons mit mehreren Mitarbeitenden werden weniger, während Klein- und Kleinstbetriebe zunehmen. Dahinter stehen ganz unterschiedliche Motive – der Wunsch nach Selbstständigkeit, flexiblere Arbeitsmodelle, geringere Einstiegshürden oder eine bewusste Spezialisierung.

Diese Entwicklung bringt Chancen mit sich. Kleine Konzepte können persönlich, beweglich und sehr nah an ihrer Kundschaft sein. Gleichzeitig wird es schwieriger, Ausbildungsplätze, verlässliche Teamstrukturen und langfristige Entwicklungsmöglichkeiten zu schaffen. Genau deshalb braucht das Friseurhandwerk Betriebe jeder Größe – und einen fairen Blick auf die jeweilige Verantwortung.

Die Einordnung

Mehr Betriebsstätten bedeuten nicht automatisch mehr wirtschaftliche Stabilität. Entscheidend ist, ob Betriebe langfristig tragfähig arbeiten, Menschen ausbilden und ihren Kundinnen und Kunden Qualität bieten können. Zahlen helfen bei der Orientierung – sie ersetzen jedoch nicht den Blick auf die konkrete Leistung und Haltung eines Salons.

Hinweis zu den Zahlen: Die Angaben beruhen auf den jeweils verwendeten Erhebungen von Handwerksrolle, Berufsgenossenschaft und Umsatzsteuerstatistik. Mobile Angebote sind nur geschätzt erfasst.