

Ferienzeit



In der Ferienzeit bekommen manche Friseurunternehmer Probleme.

Herausforderungen erkennen – Lösungen gestalten

Ferienzeit im Salon: Herausforderungen erkennen – Lösungen gestalten

Die Sommermonate bringen für viele Friseurunternehmer nicht nur Sonnenschein, sondern auch wirtschaftliche Schattenseiten. Wenn mehrere Mitarbeitende gleichzeitig Urlaub nehmen, entstehen personelle Engpässe – und damit oft auch Liquiditätsprobleme. Doch mit vorausschauender Planung und kreativem Marketing lässt sich dieser Herausforderung wirksam begegnen.

Liquiditätsengpass durch fehlende Kapazitäten

In vielen Salons arbeiten zwischen ein und fünf Personen. Wenn im Sommer mehrere oder sogar alle Mitarbeitenden gleichzeitig Urlaub nehmen, steht der Inhaber oft mit Auszubildenden oder

Aushilfen allein da. Die Folge: geringere Umsätze bei gleichbleibenden Personalkosten. Das kann zu finanziellen Engpässen führen – und im schlimmsten Fall zum unangenehmen Anruf des Bankberaters.

Lösungsansatz:

Frühzeitige Urlaubsplanung

Realistisches Marketing

Maßvolle Privatentnahmen

Sommermarketing: Chancen erkennen und nutzen

Viele Menschen verzichten heute aus finanziellen Gründen auf Urlaubsreisen. Stattdessen gönnen sie sich kleine Auszeiten zu Hause – und investieren in persönliche Pflege und Wohlbefinden. Gerade Frauen nutzen die Ferienzeit für Verwönmomente im Salon.

Empfehlung:

Fullservice-Angebote

Verwöhnaktionen

Sommer-Specials für Daheimgebliebene

So wird die Ferienzeit zur Umsatzchance – statt zur Durststrecke.

Vermeidung von Überlastungssituationen

Ein überfüllter Salon mit überfordertem Personal wirkt abschreckend. Wenn Kundinnen sehen, dass der Auszubildende überlastet ist und der Chef unter Hochdruck arbeitet, entsteht kein Wohlfühlklima. Die Folge: Die Kundin lässt sich vielleicht noch die Spitzen schneiden – und geht danach zur Konkurrenz.

Ziel:

Entspannte Atmosphäre

Ausreichend Personal

Wertschätzende Kundenbetreuung

Kreative und faire Urlaubsplanung

Kein Chef kann den gesamten Umsatz allein erwirtschaften. Deshalb ist es wichtig, die Urlaubszeiten so zu koordinieren,

dass stets genügend Mitarbeitende im Salon sind. Die beste Zeit für die Planung ist der November des Vorjahres – so können alle Beteiligten ihre Ferien besser abstimmen.

Tipp für den Jahresbeginn:

Nach dem umsatzstarken Dezember ist der Januar erfahrungsgemäß ruhiger. Eine Woche Urlaub für jede Mitarbeiterin im Januar oder Februar sorgt für Erholung – ohne den Betrieb zu belasten.

Fazit: Mit Planung und Empathie durch die Ferienzeit

Wer rechtzeitig plant, kreativ vermarktet und auf eine faire Personalpolitik setzt, meistert die Sommermonate souverän. Erholte Mitarbeitende, zufriedene Kundinnen und stabile Umsätze sind das Ergebnis einer wertorientierten Salonführung – ganz im Sinne der Gemeinschaft „Der faire Salon“.