

Friseur – Fast Friseur – Discountfriseur



Kunden sehen in erster Linie eines: den Preis!

Fair ist das Ganze nicht! Denn Kunden werden bei Discountern und Billiganbietern gerne in dem Glauben gelassen, das es sich um die gleiche Leistung wie beim herkömmlichen Friseur handelt. Das allerdings ist ein Irrtum!

Jede Arbeit hat Ihren Preis.

Im Friseurhandwerk werden Preise anders kalkuliert als im Handel, wo teilweise bis zu 400% Gewinnspanne aufgeschlagen werden.

Es werden die entstehenden Kosten für Miete, Energie, Waren und Material, Personal und viele andere zusammengerechnet und durch die Öffnungszeit geteilt. So werden die Kosten pro Stunde ermittelt. Danach werden diese Kosten plus geringen

Gewinnanteil auf die einzelnen Dienstleistungen zeitanteilig umgerechnet.

Wenn hier etwas billiger werden soll, funktioniert das nur durch Optimierung der Auslastung und Arbeitsabläufe. Umsatz ergibt sich aus dem Faktor Menge mal Preis!

Discounter sind meistens FAST Friseure (Fast = schnell)

Leistung auf den Grundnutzen reduziert – Haare kürzen, fertig!

- Keine feste Zielgruppe = Ziel ist einzig der Umsatz
- Ergebnisorientiert – schneller Umsatz, Kosten sparen, kein Service
- Selten spezielle Dienstleistungen wie Welle, hochstecken usw
- Kein Treueverhalten von Kunden erwartet – wer kommt der kommt.
- Kunden müssen je nach Preissegment gewisse Mängel tolerieren

Discounter oder Fast – Friseure müssen nicht unbedingt negativ gesehen werden.

Aber es ist ein anderes, meist abgespecktes, Angebot.

Vielfach wird in diesem Preissegment auf Weiterbildung, Service und Beratungszeit verzichtet, in der zur Verfügung stehenden Zeit müssen deutlich mehr Kunden behandelt werden, was durchaus Einfluss auf die Qualität hat. Auch an- oder ungelernte Arbeitskräfte werden zur Kundenbehandlung eingesetzt.

Diese Hintergründe und Zusammenhänge zwischen Höhe des Preises und Qualität der Leistung sind Kunden aber meist unbekannt. Mängel werden eher der vermeintlichen Unfähigkeit der Friseurin angelastet, als dem Konzept welches dahintersteht.

Noch bedenklicher sind Billig-, oder 10,- €uro Friseure.

Um mit einem Geschäft zu überleben, müssen die Kosten gedeckt werden, indem ein bestimmter Umsatz erreicht werden muss.

Das bedeutet, wenn der Salon 10.000 Euro an Kosten verursacht, gibt es mehrere Möglichkeiten diese Kosten zu decken. Dazu braucht es

1.000 Kunden die jeweils 10,- €uro bezahlen oder
500 Kunden mit jeweils 20,- €uro oder
200 Kunden mit je 50,- €uro

Je preiswerter eine Dienstleistung angeboten wird, je mehr Kunden sind nötig, um die Kosten zu decken. Und genau hier wird es problematisch, weil auch Billiganbieter dem Verdrängungswettbewerb unterliegen und nicht immer die erforderlichen Umsätze erreichen. Was bedeutet, dass weitere Einsparungen vorgenommen werden müssen