

Kundenwünsche und Salonangebot



Die deutsche Frau hat sich zum großen Teil vom Friseur abgewendet.

Die deutsche Frau und der Friseur – eine Beziehung im Wandel

Marktstudien zeigen: Viele Kundinnen haben sich vom Friseur abgewendet.

Die Gründe? Oft wird die Rezession bemüht, fehlendes Geld beim Verbraucher. Doch das greift zu kurz. Denn hochwertige Salons

mit klarer Positionierung verzeichnen zweistellige Umsatzsteigerungen – trotz wirtschaftlicher Unsicherheiten.

Geld ist vorhanden – aber die Ansprüche haben sich verändert.

Kundinnen sind heute preis- und qualitätsbewusster. Sie wollen mehr als nur eine Frisur – sie wollen ein Erlebnis, das zu ihrem Leben passt.

Was Kundinnen heute wirklich wollen

Eine Wohlfühlfrisur.

Und die sieht für jede Kundin anders aus:

Businessfrauen bevorzugen Eleganz, hochwertige Techniken und ein perfektes Finish.

Avantgardistische Kundinnen suchen kreative, individuelle Looks.

Berufstätige Hausfrauen wünschen sich typgerechte, wandelbare und vor allem pflegeleichte Frisuren.

Doch zu oft wird ihnen etwas verkauft, das nicht zu ihrem Alltag passt.

Die häufigste Klage: *„Ich habe morgens keine 30 Minuten fürs Styling.“*

Was sie brauchen: Ein 10-Minuten-Styling – plus Tipps für zu Hause.

Ehrliche und kompetente Beratung

Kundinnen sind informiert. Sie lesen Magazine, folgen Trends und erwarten Beratung auf Augenhöhe.

Was zählt, ist nicht nur Fachwissen – sondern Kommunikation, Einfühlungsvermögen und die Fähigkeit, Wünsche zu verstehen und realistisch umzusetzen.

Visuelle Hilfsmittel sind essenziell:

Frisurenbücher, Moodboards, Magazine – alles, was hilft, Vorstellungen zu konkretisieren.

Die Industrie ist gefordert:

Produktschulungen allein reichen nicht. Es braucht Rhetoriktrainings, Kommunikationstrainings und echte

Persönlichkeitsentwicklung.

Fachkompetenz und Führungskultur

Fachkompetenz bedeutet nicht nur Technik – sondern auch, Mitarbeiterinnen *stark zu machen*.

Perfektion ist gut, aber ständige Kritik im falschen Ton – besonders vor Kundinnen – ist destruktiv.

Führung bedeutet Vertrauen schaffen.

Leider fehlt es in vielen Salons an moderner Menschenführung.

Manche Chefs halten ihre Teams klein, statt sie zu fördern – aus Angst vor Gehaltsverhandlungen oder Kontrollverlust.

Das Wohlfühlerlebnis entscheidet

Wir leben in einer Erlebnisgesellschaft.

Kund*innen wollen nicht nur gut aussehen – sie wollen sich gut fühlen.

Ein Salonbesuch soll Genuss sein, kein Pflichttermin.

Doch viele Salons wirken wenig einladend:

Verstaubte Produkte, unklare Preislisten, liebloses Ambiente.

Dabei entscheidet das Erscheinungsbild über den ersten Eindruck – und ob jemand überhaupt eintritt.

Was gehört zum Wohlfühlfaktor?

Zielgruppenorientierte Einrichtung

Freundliche, motivierte Mitarbeiter*innen

Sauberkeit und Atmosphäre

Musik, Licht, Duft – abgestimmt auf die Kund*innen

Kleine Servicegesten: Regenschirmverleih, Geburtstagskarte, Make-up auffrischen, Stylingtipps

Mitarbeiterzufriedenheit = Kundenbegeisterung

Motivierte Mitarbeiter*innen sind das Herzstück eines erfolgreichen Salons.

Doch viele arbeiten für ein Gehalt, das kaum über dem Mindestlohn liegt – bei hoher Belastung und wenig Anerkennung.

Wer fair entlohnt und am Erfolg beteiligt, bekommt Engagement

zurück.

Freude an der Arbeit ist spürbar – und überträgt sich direkt auf die Kund*innen.

Preis und Leistung – eine Frage der Wahrnehmung

Eine schlechte Leistung ist immer zu teuer.

Doch auch eine fachlich perfekte Frisur kann enttäuschen – wenn sie nicht dem Wunsch der Kundin entspricht.

Pflegeleichtigkeit, Haltbarkeit, Natürlichkeit – das sind die Kriterien, die zählen.

Und wenn diese erfüllt sind, gibt es keine Preisdiskussion.

Image – was strahlt Ihr Salon aus?

Ist es „in“, zu Ihnen zu kommen?

Das Image der Branche schwankt zwischen Glamour und „Tante Emma“.

Ihr Salon steht für das, was Sie aus ihm machen – durch Ihre Mitarbeiter*innen, Ihre Führung und Ihre Vision.

Fazit: Die Zukunft liegt in Ihrer Hand

Die Friseurbranche ist das, was Sie daraus machen.

Sie bestimmen, ob Ihr Salon ein Ort der Inspiration, des Vertrauens und der Freude wird – oder nicht.

Denn die Friseurbranche – das sind Sie.