

Meine Kundin hat kein Geld!

„Alles so teuer?“

Ein Gespräch, das sich lohnt! Viele Kunden (und auch Mitarbeiter) haben ein verzerrtes Bild davon, wie sich Preise im Friseurhandwerk zusammensetzen. Manche glauben, ein Haarschnitt bringe 70 % Gewinn – dabei fließen allein rund **45 % direkt in Steuern und Sozialabgaben**. Vom Rest müssen Miete, Personal, Produkte, Energie und viele weitere Kosten gedeckt werden.

Diese Fakten widersprechen nicht dem Wunsch nach Wohlfühlatmosphäre im Salon. Im Gegenteil: **Transparenz schafft Vertrauen**. Ein, zwei Sätze genügen oft, um Kunden ein neues Verständnis zu vermitteln – vorausgesetzt, Ihre Mitarbeiter sind informiert und kommunikationsstark.

Empathie ist gut – aber nicht um jeden Preis

Wenn Kunden seufzen: „Schon wieder teurer...“, ist oft auch der Friseurbesuch gemeint. Wir nehmen Anteil – und das ist gefährlich. Denn zu viel Einfühlungsvermögen kann dazu führen, dass wir uns rechtfertigen, entschuldigen oder sogar Rabatte gewähren, ohne Not.

Fakt ist: Rund 75 % der Menschen um uns herum verdienen mehr als die meisten Friseurinnen und Friseure. Dienstleistung am Menschen wird in Deutschland oft unterbewertet – und wir tragen selbst dazu bei, wenn wir unsere Preise nicht selbstbewusst vertreten.

Preissteigerungen sind überall – auch bei uns

In den letzten 20 Jahren sind die Kosten für Friseurdienstleistungen um etwa **100 % gestiegen**. Klingt viel? Nicht im Vergleich: Telekommunikation stieg um **600 %**, Reisen um **450 %**. Trotzdem wird konsumiert – ohne Diskussion.

Nur Friseure neigen dazu, sich zu rechtfertigen. Dabei ist

klar: **Wenn alles teurer wird, müssen auch wir unsere Preise anpassen.** Ohne schlechtes Gewissen.

Unsere Konkurrenz? Nicht nur der Billigfriseur

Die wahre Konkurrenz sind Reiseportale, Gastronomie und Technikmärkte, die mit attraktiven Angeboten locken. Früher war auswärts essen ein Luxus – heute Alltag. Warum? Weil die Angebote stimmen.

Genau hier muss das Friseurhandwerk nachziehen. Wenn wir unsere Leistungen so gestalten, dass sie den Bedürfnissen und Wünschen der Kunden entsprechen, hören auch die Preisdebatten auf. Dann sind wir unseren Preis wert.

☐ CHECK – Sind Sie und Ihr Team bereit?

Können Ihre Mitarbeiter Preisangleichungen positiv kommunizieren?

Kennen sie die betriebswirtschaftlichen Grundlagen Ihres Salons?

Sprechen Sie offen mit Kunden über Preise und Kosten?

Prüfen Sie Preisnachlässe auf ihre Notwendigkeit und Begründbarkeit?