Mit alten Werten – Neu gewinnen!

Geiz ist geil – das war einmal!
Qualität ist wieder gefragt und nicht nur an dieser Stelle

Werte im Salonalltag – Haltung zeigen, Vertrauen schaffen

1. Verantwortung
Friseurinnen und Friseure arbeiten am Menschen – und damit auch mit seinem Selbstbild. Ein gelungener Haarschnitt kann Selbstbewusstsein stärken, ein misslungener verunsichern. Diese emotionale Wirkung verlangt Bewusstsein und Sorgfalt.

Verantwortung bedeutet auch wirtschaftliches Mitdenken: Mitarbeiter erhalten Lohn für zwölf Monate, arbeiten aber effektiv nur etwa zehn. Der Sollumsatz muss nicht nur den eigenen Lohn decken, sondern auch Miete, Energie und

Materialkosten. Jeder trägt zur wirtschaftlichen Stabilität des Salons bei.

Auch Kundinnen und Kunden tragen Verantwortung: Sie bringen das „Material“ mit – ihr Haar. Gute Ergebnisse sind nur möglich, wenn die Haarqualität stimmt. Heimpflege ist Teil des Erfolgs. Sprechen Sie das offen an.

2. Ehrlichkeit
Kundinnen erwarten keine Schönfärberei, sondern Klarheit. Sie sind informiert, vergleichen Angebote und wollen wissen, was realistisch ist – technisch, preislich und pflegerisch.

Ehrliche Beratung heißt: typgerecht arbeiten, negative Merkmale sensibel ansprechen und keine versteckten Kosten. Ein günstiger Haarschnitt mit teurem Zusatzprodukt ohne Hinweis wirkt unehrlich. Transparenz schafft Vertrauen.

3. Respekt
Kundinnen sind keine Objekte, sondern Menschen mit Erwartungen und Gefühlen. Wer sie abwertend als „zickig“ oder „kompliziert“ abstempelt, verliert ihre Wertschätzung – und oft auch ihre Treue.

Studien zeigen: Über 30 % der Kundinnen wechseln den Salon trotz fachlicher Zufriedenheit – wegen mangelnder emotionaler Qualität. Respekt zeigt sich im Umgangston, in der Haltung und im ehrlichen Interesse am Gegenüber. Auch Mitbewerber, Mitarbeiter und Vorgesetzte verdienen Anerkennung.

4. Treue & Verlässlichkeit
Treue entsteht durch Verlässlichkeit: gleichbleibende Qualität, Aufmerksamkeit und Service. Besonders Stammkundinnen erwarten Kontinuität – nicht Nachlässigkeit.

Auch im Team gilt: Chefs wünschen sich loyale Mitarbeiter, Mitarbeiter berechenbare Führung. Interna bleiben intern, und persönliche Informationen der Kundin sind vertraulich. Partnerschaft basiert auf Vertrauen – ob im Kundenkontakt oder

im Team.

5. Menschlichkeit
Der Beruf lebt vom Kontakt mit Menschen. Wer zuhören kann, wer erspürt, in welcher Lebensphase sich die Kundin befindet, kann individuell beraten und echte Bindung schaffen.
Empathie ist mehr als Mitgefühl – sie ist die Fähigkeit, sich in andere hineinzuversetzen. Das gilt auch für Unternehmer: Wer sich für die Sorgen und Ziele seiner Mitarbeiter interessiert, schafft ein Umfeld, in dem Engagement wachsen kann.