

Werte als Grundlage



Viele Wert(-vorstellungen) wurden in den letzten Jahren über Bord geworfen.

Inzwischen findet ein Umdenken statt und die Neuorientierung ist im vollen Gange.

Über so manche Werte lohnt sich ein Nachdenken, Wertzuwachs nicht ausgeschlossen

Es ist eindrucksvoll, wie klassische Tugenden wie Treue, Ehrlichkeit, Respekt und Verantwortung (nicht nur) im Friseurhandwerk wieder an Bedeutung gewinnen – und warum sie gerade heute aktueller sind denn je.

Nachhaltigkeit durch Werteorientierung

Während Nachhaltigkeit oft mit ökologischen Maßnahmen wie Naturkosmetik oder ressourcenschonender Produktverwendung verbunden wird, zeigt dieser Beitrag, dass auch ethische Prinzipien eine tragende Rolle spielen. Die Rückbesinnung auf Werte wie *Verlässlichkeit*, *Menschlichkeit* und *Respekt* schafft eine Form von sozialer Nachhaltigkeit, die weit über den Salonalltag hinaus wirkt.

Verantwortung – für Mensch und Betrieb

Friseurinnen und Friseure beeinflussen nicht nur das äußere Erscheinungsbild ihrer Kundinnen, sondern auch deren Selbstwertgefühl. Diese Verantwortung verlangt Achtsamkeit, Empathie und fachliche Ehrlichkeit. Gleichzeitig tragen Mitarbeitende auch wirtschaftliche Verantwortung: Sie erwirtschaften mit ihrem Einsatz nicht nur ihren Lohn, sondern auch Fixkosten wie Miete und Energie. Ein nachhaltiges Salonmanagement erkennt diese Zusammenhänge und fördert ein Bewusstsein für den eigenen Beitrag zum Unternehmenserfolg.

Ehrlichkeit – als Basis für Vertrauen

Kundinnen erwarten heute nicht nur handwerkliches Können, sondern auch transparente Beratung. Ehrlichkeit bedeutet, realistische Ergebnisse zu kommunizieren, typgerecht zu arbeiten und Zusatzkosten offen zu benennen. Wer ehrlich berät, schafft Vertrauen – und damit die Grundlage für langfristige Kundenbindung.

Respekt – als Erfolgsfaktor

Respekt ist mehr als Höflichkeit. Er zeigt sich im Umgang mit

Kunden, Kolleginnen und Mitbewerbern. Der Artikel verweist auf Studien, die belegen: Viele Kundinnen wechseln den Salon nicht wegen mangelnder fachlicher Leistung, sondern weil die emotionale Qualität der Betreuung fehlt. Nachhaltigkeit bedeutet also auch, Menschen in ihrer Einzigartigkeit zu achten und wertschätzend zu begleiten.

Treue und Verlässlichkeit – als partnerschaftliches Prinzip

Die Beziehung zwischen Friseur und Kundin ist eine Form der Partnerschaft. Treue entsteht durch gleichbleibende Qualität, Aufmerksamkeit und Diskretion. Auch Mitarbeitende wünschen sich verlässliche Führung – und umgekehrt. Ein werteorientierter Salon schafft stabile Beziehungen, die wirtschaftlich und menschlich tragfähig sind.

Fazit:

Nachhaltigkeit im Friseurberuf beginnt nicht nur beim Produkt, sondern bei der Haltung. Die Wertegemeinschaft „Der faire Salon“ greift diese Prinzipien auf und zeigt, wie alte Werte neu gelebt werden können – als ethisches Fundament für eine zukunftsfähige Branche.