



# Der faire Salon


Die Wertegemeinschaft pro Qualität, Fairness und Miteinander im Friseurhandwerk


Fachkompetenz, Fairness, Qualität, Herzlichkeit und Service sind einige Kriterien der Initiative „Der faire Salon“


Ihr Unternehmen ist Eines, von rund 200, die sich in dieser Wertegemeinschaft zusammengeschlossen haben.


## INHALT


Veränderte Kundenansprüche	2
Veränderungen erkennen	3
Mitarbeiter mitnehmen	4
Motivation	5
Mutmacher	6
Teamwork	7
Kunden begeistern	8
Partnership	9
Nutze Deine Mitgliedschaft	10
Reden	11
Kooperationen	12


 [der-faire-salon.de](http://der-faire-salon.de)  
(Verbraucherseite)

 [wertegemeinschaft.info](http://wertegemeinschaft.info)  
(Friseur Intern)

 Der faire Salon  
(Verbraucher)

 Wertegemeinschaft  
(Friseur)

 Der faire Salon

 Friseur-news.de



**Mehr Erfolg durch**  
**Werteorientierung**  
**Wertschöpfung**  
**Wertschätzung**

# Herzlichen Glückwunsch!

Die Entscheidung, Dich mit Deinem Unternehmen in der Wertegemeinschaft „Der faire Salon“ zu engagieren, zeigt nicht nur Verantwortungsbewusstsein, sondern ist auch ein starkes Signal an Kunden und Mitarbeiter. Es ist ein wichtiger Schritt in Richtung besseres Image für das Friseurhandwerk.

Diese Mitgliedschaft ist ein erstklassiges Alleinstellungsmerkmal in Richtung Nachhaltigkeit, Fairness und Modernität. Sie wird Kunden und Mitarbeiter gleichermaßen begeistern. Ehrbares Handwerk im 21. Jahrhundert. Kunden erleben bei konsequente Umsetzung des Konzepts der Wertegemeinschaft für Qualität, Verlässlichkeit, Vertrauen.

Durch Deine Salonpräsentation im Portal der Gemeinschaft erreichst Du neue Kunden. Das Gütesiegel steht für Qualität - aber auch für nachhaltige Unternehmensführung in sozialer und ökologischer Hinsicht. Ein echter Mehrwert für Alle!

Hier kommt ein möglicher Fahrplan, wie Du notwendige Veränderungen erkennen, planen und kommunizieren kannst – inklusive Mitarbeiterbeteiligung, Motivation, Konzeptentwicklung und Öffentlichkeitsarbeit. Das Konzept der Wertegemeinschaft ist flexibel, eine Grundlage aus Werteorientierung, so dass jeder Salon seinen eigenen Weg suchen und erarbeiten kann. Viel Erfolg dabei!



Ab hier Erfolg garantiert!

## Das WIN Prinzip - ist einer der Grundpfeiler unserer Philosophie.

Es gibt Grundregeln im Markt, Konstellationen die stimmen müssen um langfristig erfolgreich zu sein.

Von der renommierten Harvard Universität stammt das Win-Prinzip und benennt die am Geschäft beteiligten: Kunde - Mitarbeiter - Betrieb /Unternehmer und besagt:

**Ein Geschäft wird langfristig nur erfolgreich, wenn alle drei Beteiligten ihre Interessen und Bedürfnisse befriedigt bekommen, zum GeWINner werden.**

## Kodex für Friseure in Europa

Er wurde unter Mitwirkung der EU erarbeitet und von allen Sozialpartnern Europas unterzeichnet. Er zeigt auf, was es braucht, um im Friseurhandwerk gemeinsam erfolgreich als Dienstleister/in tätig zu sein. In diesem Kodex sind Ziele, Leitlinien und Verhaltensweisen definiert, die in der täglichen Praxis beachtet und eingehalten werden sollen.

Die Wertegemeinschaft „DER FAIRE SALON“ begründet sich in weiten Bereichen u.a. auf diesen Kodex.

Deshalb wird den Mitgliedsbetrieben empfohlen, dieses Schriftstück als Anlage zum Arbeitsvertrag zu übernehmen, darüber zu reden und als richtungsweisend in den Salonalltag einfließen zu lassen.



## Kunden heute ...

In der Friseurbranche wird es immer deutlicher: „immer mehr“ hat ausgedient. Kunden sind zunehmend überfordert mit der Vielfalt an Angeboten, komplizierten Preismodellen und ständigen Zusatzleistungen. Viele sehnen sich nach Klarheit, Ehrlichkeit und einem echten Wohlfühlerlebnis statt Upselling-Marathons.

Die wirtschaftliche Lage verschärft diesen Wandel zusätzlich. Sparzwänge führen dazu, dass Kunden/innen bewusster konsumieren und öfter zwischen Notwendigkeit und Luxus abwägen.

Gleichzeitig verändern sich die Erwartungen: Kunden wünschen sich nicht nur einen Haarschnitt, sondern Beratung auf Augenhöhe, ehrliche Empfehlungen und ein Gefühl des Verstanden werdens. Als Mensch mit seiner Persönlichkeit wahrgenommen zu werden, beim Friseurbesuch Ruhe und Entspannung in der heutigen Hektik zu finden, das verlangt nach einem neuen Fundament im Friseuralltag. Weg von der Massenabfertigung, hin zu individuellen, transparenten Dienstleistungen mit echtem Mehrwert. Verlässlichkeit statt Reizüberflutung.

Friseure stehen hier vor der Herausforderung, sich neu zu positionieren: Wer authentisch kommuniziert, Preise nachvollziehbar gestaltet und die Qualität in den Mittelpunkt stellt, schafft Vertrauen und langfristige Kundenbindung. Der Mensch zählt – und das spüren die Kunden. Weniger ist nicht nur mehr, sondern ehrlicher, wertschätzender und zukunftsfähiger. Werteorientierung hat wieder Zukunft!

## Veränderungen erkennen und planen

### Zunächst braucht es eine Selbstanalyse:

Prüfe, welche Anforderungen „Der faire Salon“ stellt: Themen wie Image des Salons, Kundenaufkommen, Ertragslage, Mitarbeiter, Löhne, Weiterbildung, Nachhaltigkeit, Transparenz und Umweltschutz sollten Eingang finden.

### Mache eine Bestandsaufnahme:

Welche dieser Werte lebst du bereits? Welche Ziele hast Du schon erreicht? Wo besteht Nachholbedarf?

### Ziele formulieren

Lege klar definierte Ziele fest (z. B. „Mehrverdienst für Alle“, „mehr Verständnis bei Kunden für den Friseurberuf“, „höhere Kundenzufriedenheit“).

### Maßnahmen planen

Erstelle für Dich eine To-do-Liste, mit grobem Zeitplan (z. B. die Punkte mit den Mitarbeitern besprechen und prüfen, im Team weitere Verbesserungsmöglichkeiten suchen, Fortbildung fürs Team, Marketingmaßnahmen).

Plane und verteile Verantwortlichkeiten! Wer aus dem Team könnte welche Aufgabe übernehmen?

# Unsere Mitarbeiter sind Menschen!



## Mitarbeitende einbeziehen, begeistern & motivieren

### Kick-off-Meeting

Lade Dein Team ein, Teil der „fairen Mission“ zu werden. Erkläre den Hintergrund, die Vorteile und was Ihr gemeinsam erreichen könnt.

Betone den Mehrwert für alle: ein besseres Arbeitsumfeld, faire Bedingungen und ein positives Image und letztlich auch besserer Verdienst.

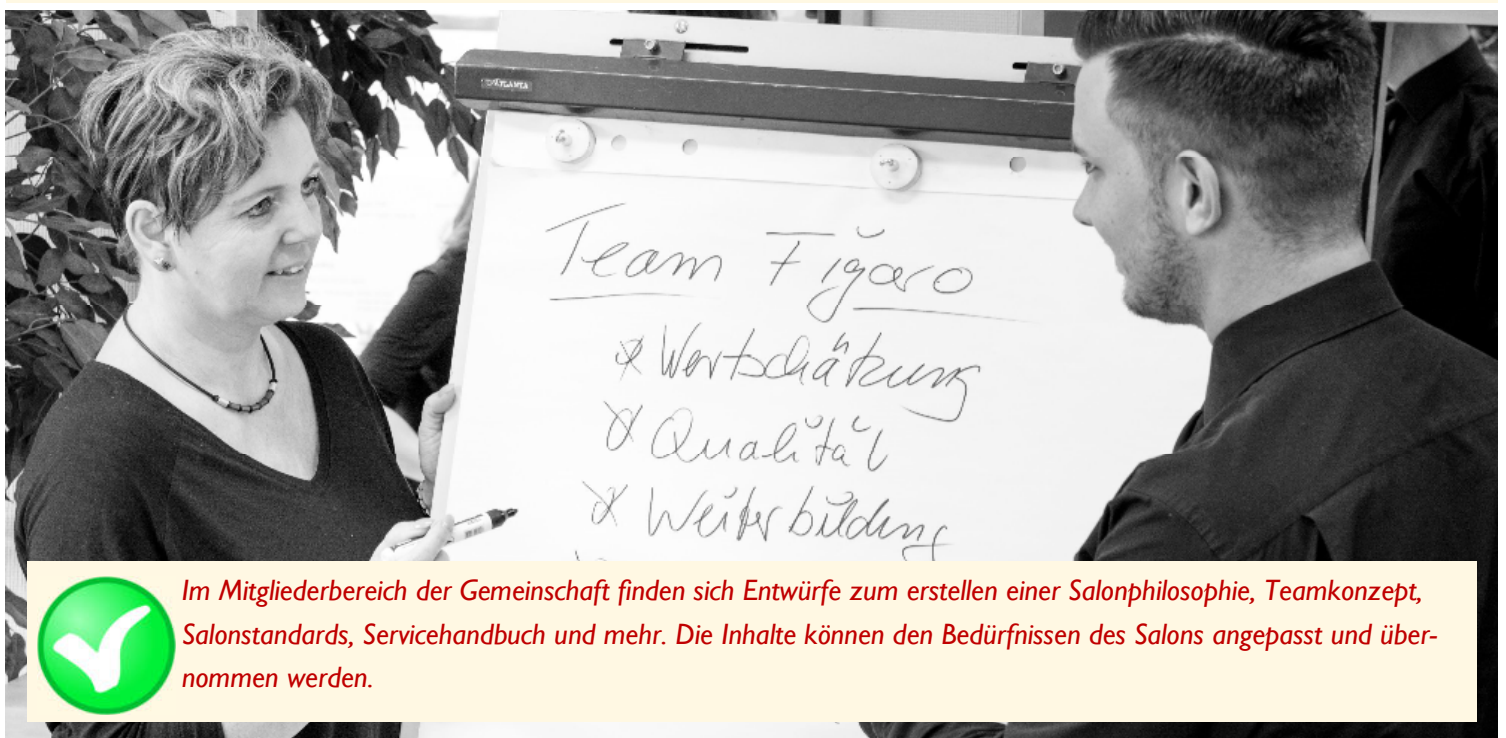
### Partizipation ermöglichen

Biete Workshops oder Brainstorming als Ideenfindung an: „Was bedeutet für Euch ein fairer Salon?“ Wie begeistern wir?“ Lass Mitarbeitende bei Entscheidungen mitsprechen – z. B. Auswahl neuer Produkte oder Aktionen oder Veränderungen.

### Motivation durch Sinn und Sichtbarkeit

Mitarbeitern sollte bewußt sein, das der Friseurberuf mehr als nur Handwerk ist. Durch unsere Tätigkeit am Äußeren des Menschen, nehmen wir direkten Einfluss auf sein Erscheinungsbild, Selbstwertgefühl und inneres Wohlbefinden.

Mach Erfolge sichtbar: kleine Meilensteine feiern, Lob im Team, Kundenfeedback teilen.



Im Mitgliederbereich der Gemeinschaft finden sich Entwürfe zum erstellen einer Salonphilosophie, Teamkonzept, Salonstandards, Servicehandbuch und mehr. Die Inhalte können den Bedürfnissen des Salons angepasst und übernommen werden.

## Wie begeistere ich mein Team für die neuen Standards?

Das ist eine ganz zentrale Frage für die langfristige Verankerung Deiner wertorientierten Arbeit im Salon. Standards wirken dann am besten, wenn sie nicht nur „vorgegeben“, sondern gemeinsam entwickelt werden. Hier ein Weg, wie Du mit Deinem Team gemeinsam Werte- und Verhaltensstandards erarbeiten, dabei echte Beteiligung schaffen und Motivation entfachen kannst

### Vorbereitung – klare Zielsetzung:

Definiere, warum und wofür Ihr Standards braucht (z. B. für „den Friseurbesuch aufwerten und erlebbarer machen“, „Qualität sichern“, „Arbeit und Werte nach innen und außen sichtbar machen“).

### Workshop-Format planen:

- Dauer: z. B. 90 Minuten
- Ort: ungestört, kreativ (vielleicht im leeren Salon, nach Feierabend mit Snacks)
- Material: Flipchart, Karten, Marker
- Frühzeitig bekanntgeben



### Beispiel Workshop – Standards gemeinsam erarbeiten

Einstieg mit Leitfragen:

- Was bedeutet „fair“, „nachhaltig“ oder „qualitativ hochwertig“ für Euch ganz konkret?
- Was möchten wir, dass Kund/innen über uns sagen? Was wollen wir (warum) erreichen?
- Wie behandeln wir jede Kundin mit Respekt, auch bei Reklamationen.
- Wie können wir die Beratung persönlicher und für die Kundin wertvoller gestalten?
- Wie können wir unseren Service im Salon verbessern?

### Zusammenführung & Priorisierung

Jeder Mitarbeiter stellt seine Vorschläge vor – gemeinsam diskutiert Ihr, was verbindlich werden soll und was optional bleibt.

### Dokumentieren & sichtbar machen / Dokumentation als Teamprodukt:

Formuliere die wichtigsten Leitsätze aus dem Workshop in einfache, positive Sprache. Beispiel: „Im fairen Salon sprechen wir Probleme direkt an – respektvoll und lösungsorientiert.“

### Visualisierung

Gestalte mit Team gemeinsam ein Poster, eine Wertetafel oder ein kleines Handbuch. Lass dabei gern eine Mitarbeiterin gestalten, die kreativ ist – das fördert die Identifikation.

Eine Signatur aller Beteiligten fördert die Bedeutung und Verbindlichkeit.

## Ablauf eines Brainstormings

1. Phase: Die Ideen werden gesammelt. Alle Anwesenden bringen Ideen ein, die bei der Bewältigung der Aufgabenstellung dienlich sein könnten. ...
2. Phase: Die Ideen werden geclustert und strukturiert. ...
3. Phase: Alle Ideen werden bewertet. ...
4. Phase: Das Meeting wird nachbereitet und die Ideen umgesetzt.

Meist dauert eine Brainstorming-Session zwischen 30 und 45 Minuten, die Beurteilung anschließend zwischen 30 und 60 Minuten. Dabei ist es wichtig die geplante Zeit auch wirklich auszunutzen und den Prozess der Ideenfindung nicht vorzeitig abubrechen.



# Die Mutmacher



## Das Education Team der Wertegemeinschaft

Die Installationsphase eines wertorientierten Unternehmenskonzepts birgt Gefahren. Nicht alle im Team sind begeistert, manche auch nicht geeignet...! Wie organisiert man das Ganze, ohne sich zu verzetteln? Was ist mit Neuen im Team? Wie erreiche ich junge Menschen? Was brauche ich an Umsatz, um erfolgsorientierte Provisionen zahlen zu können? Mach es wie die Profis und hole Dir Hilfe! Lass Dich von den Mutmachern coachen oder beraten.

Die Mutmacher, das sind gestandene und erfolgreiche Unternehmer/innen aus dem Kreis dieser Wertegemeinschaft, die sich zusammengefunden haben, um im Friseurmarkt ein Umdenken im Sinne des „Kodex für Friseure in Europa“ anzuregen.

Was diese Mannschaft auszeichnet, ist langjährige, erfolgreiche Berufspraxis und bereits erprobte Lösungen, welche sie den Friseuren als Hilfestellung anbieten wollen.

### Kommunikation:

#### Dirk Teß - der Teamflüsterer

Mit meinem Workshop und dem dazugehörigen Workbook schaffst Du eine positive Arbeitsatmosphäre und motivierst Deine Mitarbeiter.

Dein Nutzen: Praxisnahe Lösungen: Sofort umsetzbare Tipps für den Arbeitsalltag. Nachhaltige Ergebnisse: Ein besseres Betriebsklima und gesteigerte Kundenbindung.

### Organisation - Navigare

#### Jörg Wilken

Die Einarbeitung neuer Teammitglieder verschlingt in der Regel nicht nur viel Zeit, sondern auch viel Geld. Auch, weil Fehler passieren und Arbeitsabläufe vielfach unbekannt oder noch nicht richtig abgestimmt sind.

Friseurunternehmer und Betriebsberater Jörg Wilken hat mit Navigare ein Instrument geschaffen, mit welchen Salons durchstrukturiert und mit Standards versehen werden können.



### Motivation:

#### Ralf Baier

Die Ausbildung im Friseurhandwerk ist nicht zeitgemäß. Vieles ist verbesserungswürdig, das kann und wird Jahre dauern....

Wenn Ihr also nicht Jahre warten wollt, bis sich etwas ändert, dann ist Ralf Baier für Euch der ideale Gesprächspartner, um Neue Wege zu gehen.



### Kalkulation

#### Michael Löbl

Wird eine häufig praktizierte Dienstleistung auch nur einen Euro zu billig angeboten, entsteht ein Fehlbetrag in fünfstelliger Höhe pro Jahr.

Sollumsätze der Mitarbeiter sind ebenfalls ein großes Thema im Friseurhandwerk. Michael Löbel schafft mit seinem SVE Tool Abhilfe. (SVE = Sowas Von Einfach) Ohne großen Aufwand können, nach Eingabe von nur 3-4 Daten aus der BWA, Minutenpreise, Gewinnspannen, Mitarbeiter Sollumsätze und Bedienungspreise mühelos kalkuliert werden.



*Profis lassen sich coachen, wenn es schwierig wird! Also hole auch Du Dir Hilfe, bevor es zu spät ist. Greife auf erprobte Hilfen und viel Erfahrung zurück. Unsere Mutmacher kommen alle aus dem Friseurhandwerk und kennen den Salonalltag.*

*Dieses Angebot kann für Mitglieder der Wertegemeinschaft zu Sonderkonditionen genutzt werden. Mitglieder erhalten einen Rabatt.*

*Wer Hilfe darüber hinaus benötigt, z.B. fachliche Weiterbildung, der darf uns gerne kontaktieren.*



Damit die vereinbarten Standards nicht nur verstanden, sondern auch gelebt werden, kommt es auf die richtige Mischung aus Klarheit, Beteiligung und Inspiration an. Hier sind ein paar erprobte Wege, wie Du die Werte und Standards erfolgreich an Dein Team kommunizieren kannst:

### 1. Kommunikation auf Augenhöhe

Sprache der Zusammenarbeit: Vermeide reines „Top-down“. Stelle Deine Standards nicht als Vorgabe, sondern als gemeinsame Richtung dar. Sag z. B. nicht „Ab jetzt machen wir ...“, sondern „Wir wollen als Team ...“.

Frage statt Vortrag: Sprich über Ziele und frage: „Wie würdet Ihr das umsetzen?“ Das schafft Engagement.

### 2. Standards greifbar machen

Beispielhafte Szenen: Beschreibe typische Alltagssituationen im Salon und wie Eure Werte darin sichtbar werden:

„Wie sieht fairer Umgang bei Reklamationen aus?“ Was entgegnet Ihr, wenn die Kundin den Preis bemängelt?

Visualisierung: Nutze Poster, kleine Karten am Arbeitsplatz oder digitale Mini-Workshops mit kurzen Fragen:

„Was bedeutet Qualität für uns?“

### 3. Wiederholung durch Routine

Fixe Formate schaffen:

Nutze z. B. den ersten Mittwoch im Monat für ein kurzes „Werte-Update“.

Mach „Standards“ zum festen Bestandteil von Mitarbeiterereignissen.

Alltagssprache: Sprich die Werte nicht nur bei Sitzungen an. Auch kleine Hinweise im Alltag („Das ist echt ein schönes Beispiel für nachhaltiges Handeln“) wirken.

### 4. Motivation & Identifikation

Lob & Beispiele feiern: Wenn jemand z. B. besonders wertschätzend mit einem schwierigen Kunden umgegangen ist – hervorheben! Das zeigt: Die Standards sind gelebte Kultur, kein Papierkram.

Symbolik & Beteiligung: Vielleicht entwerft Ihr gemeinsam eine „Wertelandkarte“ oder ein Team-Motto. Je mehr eigene Ideen einfließen, desto stärker die Identifikation.

**ACHTUNG GEFAHR** Solche wertorientierten Konzepte machen nur Sinn, wenn sie im ganzen Team konsequent gelebt werden. Darum ist es wichtig, dass alle erarbeiteten Standards unterschrieben werden. Das ist dann eine verbindliche Arbeitsanweisung.

Die Einhaltung als Grundlage der Unternehmenskultur hat allerdings eine deutlich höhere Priorität, als die Befindlichkeiten einzelner Teammitglieder! Hier müssen Entscheidungen getroffen werden.



*Diskussionen wird es immer mal wieder geben. Wichtig dabei ist, dass Mitarbeiter bestimmte Vorgaben und dessen Grund verstehen. Aus diesem Grund findet sich im Mitgliederbereich eine ganze Bibliothek an Fallbeispielen, die den Mitarbeitern das Wie und Warum erklärt. Für die Teamarbeit empfohlen!*



## Begeisterung beginnt dort, wo Erwartungen nicht nur erfüllt, sondern übertroffen werden

Hier sind einige Ideen, wie Du dein Friseurerlebnis auf das nächste Level heben kannst:

### **Personalisierte Beratung:**

Biete eine Beratung an, bei der die individuelle Haarstruktur, Gesichtsform, Statur des Gegenüber, Wünsche und Trends, aber auch der Typ der Person, analysiert und dokumentiert wird.

### **VIP-Kundenerlebnis:**

Begrüßung mit Getränk, eine entspannende Kopfmassage oder ein Mini-Wellness-Service (z. B. warme Kompressen, Aromatherapie) machen den Besuch besonders.

### **Saisonale Spezialaktionen:**

Sommer-Haarkur-Woche, Herbst-Farbberatungstage oder Advents-Verwöhnpakete machen Deinen Salon erlebbar.

### **Event-Tage im Salon**

Themenabende wie „Ladies Night“, „Vater-Tochter-Tag“ oder „After-Work-Hairstyling“ mit Prosecco, Musik und kleinen Goodies, machen den Besuch zum Erlebnis.

### **Kundenbindung durch persönliche Note**

Überrasch Kunden mit kleinen Aufmerksamkeiten – etwa einer Geburtstagskarte oder einem Pflegeprodukt mit persönlicher Widmung.

### **Ehrliche Beratung statt Ja-Sagen**

setze auf Authentizität: Wenn ein Wunschlook nicht passt, wird das offen kommuniziert – aber immer mit einer charman-ten Alternative. Das schafft Respekt und Loyalität.



*Im Mitgliederbereich der Gemeinschaft finden sich weitere Ideen und Vorschläge zur Kundenbindung so wie ein Leit-faden und Hilfsmittel für die professionelle Beratung.*

*Ein Servicehandbuch mit vielen wertvollen Hinweisen und Ideen für möglichen Kundenservice steht ebenfalls zum Download bereit.*



## Innovationen mit Wow-Effekt

### Anders sein als Andere mit neuen Ideen Kunden begeistern...

**Digitale Style-Vorschau:** Nutze Tablet oder AR-Apps, mit denen Kunden sehen können, wie ein Schnitt oder eine Farbe an ihnen aussieht.

**Online-Beratung per Video:** Für größere Typveränderungen kann ein 10-minütiges virtuelles Vorgespräch Vertrauen schaffen. Das ist auch als Meeting möglich, um beispielsweise Beratungszeiten anzubieten oder Trends vorzustellen.

**Green Salon Konzept:** Nachhaltigkeit ist ein echter Pluspunkt: Salons, die auf vegane Produkte, plastikfreie Verpackung und Ökostrom setzen, ziehen bewusste Kunden an – und heben sich klar ab.

**Selfie-Zone mit Ringlicht:** Nach dem Styling können Kunden ein professionelles Foto machen – perfekt für Social Media und gleichzeitig kostenlose Werbung für Dich.

**Styling-Coaching:** Biete kurze 1:1-Sessions an, in denen Du Kunden zeigst, wie sie ihre Frisur zu Hause perfekt stylen. Das schafft Vertrauen und Mehrwert. Idee: Beratungsabend organisieren.

**„Bring a Friend“- Aktionen:** Kunden, die einen Freund mitbringen, erhalten Beide einen Rabatt oder ein kleines Geschenk. Das kurbelt die Neukundengewinnung an



Neben den Mutmachern und unseren Kooperationspartnern TOP HAIR International und Schaefer und Partner Consulting unterstützen auch andere Firmen die Mitgliedschaft durch Sonderkonditionen. (Infos im Mitgliederbereich)



CUT CLIMATE CHANGE hat sich zum Ziel gesetzt klimaneutrale Friseursalons zu schaffen.

Hier bietet CCC seine Dienste an: Mit der Zertifizierung zum „Klimapositiven Friseursalon“ leistet der Salon einen starken Beitrag der Nachhaltigkeit.

Die Mitglieder unserer Wertegemeinschaft profitieren von einem ermäßigten Beitrag.



Seit 2004 ist die erfolgreiche Online-Jobbörse für die Friseurbranche am Start.

Mitglieder von „Der faire Salon“ erhalten einen Gutschein im Wert von 150 Euro bei Schaltung eines Jobinserats mit einem Jahr Laufzeit auf friseurjobagent.de. Das Jobangebot wird außerdem durch den Newsletter weiterverbreitet, den rund 49 000 Empfänger bekommen.



Kostenlos dabei sein!

Werden Sie im Hair & Beauty Finder gefunden

Auch im Hair- und Beauty-Finder auf myhairandme.de finden immer mehr Kunden die Mitglieder unserer Wertegemeinschaft.

Einfach anmelden, fertig!

Infos im Mitgliederbereich



Die Mitgliedschaft bei „Der faire Salon“ ist nicht nur ein Gütesiegel, sondern auch ein echtes Alleinstellungsmerkmal! Hier sind konkrete Wege, wie Du es für Dein Marketing nutzen kannst:

#### **Sichtbarkeit im Salon**

- Platziere das „Der faire Salon-Logo“ gut sichtbar im Eingangsbereich, Schaufenster oder am Bedienungsplatz.
- im „fair Shop“ gibt es themenbezogene Plakate, die Du käuflich erwerben oder kostenlos downloaden kannst.
- Nutze Aufsteller oder Flyer, die erklären, wofür die Wertegemeinschaft steht: Fairness, Nachhaltigkeit, Qualität. Ebenfalls im „fair Shop“ zu finden.

#### **Website & Social Media**

- Integriere das Siegel auf Deiner Website – am besten mit einem kurzen Text wie: „Wir sind Teil der Wertegemeinschaft ‚Der faire Salon‘ – für ehrliches Handwerk und faire Arbeitsbedingungen“
- Poste regelmäßig Inhalte zu den Werten, z. B. „Warum faire Löhne für uns selbstverständlich sind“ oder „So leben wir Nachhaltigkeit im Salon“.
- verbinde Dich mit den Accounts der Gemeinschaft auf social Media, like teile und kommentiere dortige Post's und mach sie so auch Deiner Community zugänglich.

#### **Storytelling statt Werbung**

Erzähle Deine Geschichte: Warum bist Du Mitglied geworden? Was bedeutet Dir Fairness im Handwerk? Authentische Einblicke schaffen Vertrauen und machen Deine Marke greifbar.

#### **Deine Salonpräsentation im Portal der Gemeinschaft**

Hier landen Endverbraucher auf der Suche nach neuen Friseuren, wenn sie bestimmte Begriffe verwenden. Das ist Dein Erstkontakt zu neuen Kunden? Gestalte den Inhalt ansprechend und aktuell.

#### **4. Presse & Lokale Medien**

Nutze die Mitgliedschaft für Deinen Bekanntheitsgrad. Redaktionen sind hier meistens sehr interessiert.



*Im Mitgliederbereich findest Du fertige Vorlagen. Du bist neu in der Wertegemeinschaft? Dann erkläre Deiner Lokalredaktion warum. Unsere Vorlagen kannst Du für Deinen Salon personalisieren und verwenden. Auch Pressemeldungen von uns dürfen jederzeit von den Mitgliedsalons genutzt und lokal weitergegeben werden. Das betrifft auch unsere Meldungen auf social Media.*



Als Mitglied im „Fairen Salon“ kannst Du auf eine besonders wertschätzende und wertebasierte Kommunikation setzen, um Deine Dienstleistung nicht nur als Handwerk, sondern als Erlebnis mit echtem Mehrwert, zu positionieren.

Hier ein paar Ideen, wie du das strategisch angehen kannst:

### **Transparente Kommunikation schafft Vertrauen**

Erkläre Deinen Kundinnen und Kunden, was in Deiner Dienstleistung steckt: Ausbildung, Weiterbildung, hochwertige Produkte, faire Löhne im Team. Wenn Du so den Preis begründest, wird er oft auch mehr respektiert.

### **Storytelling stärkt Deine Marke**

Erzähle Deine persönliche Geschichte als Friseur/in: Was bedeutet Fairness für Dich? Warum hast du Dich dem „Fairen Salon“ angeschlossen? Solche emotionalen Einblicke machen Dich und Dein Team nahbar.

### **Wert durch Beratung vermitteln**

Nutze jedes Kundengespräch, um Dein Fachwissen sichtbar zu machen. Wenn Du z. B. eine Frisur erklärst, Typberatung gibst oder Pflegeprodukte individuell empfiehlst, wird die Dienstleistung greifbarer und wertvoller.

### **Social Media als Bühne**

Zeige in Deinen sozialen Kanälen nicht nur Ergebnisse, sondern auch Arbeitsprozesse, Teammomente und klare Statements für Fairness. Ein kurzer Clip mit „Was kostet ein Haarschnitt wirklich?“ kann zum Aha-Erlebnis werden.

### **Kundenbindung durch Haltung**

Menschen lieben Marken mit Haltung. Wenn Deine Kund/innen merken, dass Du Dich nicht verbiegst, sondern konsequent für Qualität, Fairness und Nachhaltigkeit stehst, schaffst Du Bindung auf einem ganz anderen Level.

### **Vorurteile abbauen**

Es braucht nur Kamm, Schere, einen Stuhl und etwas Wasser? An den 50 € für meinen Haarschnitt sind 40 € Gewinn?! Vorurteile gilt es zu widerlegen. Eine kleine Information reicht manchmal aus, um ins Gespräch zu kommen. „Neue Schere? Der Hinweis, das eine Friseurschere auch 1.000 € kosten kann, macht nicht wenige Kunden sprachlos.

### **Eigene Leistung stärken**

Preisdiskussion? Warum jeden Euro mit gestiegenen Kosten begründen? Bringt doch mal den Nutzen für die Kunden als Argumentation! 2 Monate gut aussehen, 2 Monate Wohlfühlen und Freude an der Frisur!

### **Kommunikation im Salon - Mitarbeiter mitnehmen!**

Richtig! Kunden sollen sich bei uns wohlfühlen und wir sollten sie nicht mit unseren Sorgen belasten. Trotzdem gilt es wach zu sein, und hin und wieder Fakten kurz und bestimmt zu erklären.



Besonders den Mitarbeitern kommt hier eine tragende Rolle zu. Als Sprachrohr des Unternehmens sind sie für Kunden glaubhaft, sollten also geschult und aufgeklärt sein.

Jede Menge Beiträge und Hintergrundwissen findest Du im Mitgliederbereich!

Ideal auch als Grundlage für Team-Meetings und Personalgespräche.



# TOP HAIR



# FRI.SO

TOP HAIR International ist das größte europäische Fachmagazin für Friseure. Chefredakteurin Rebecca Kandler zeigte sich begeistert als Ihr der Gedanke von „Der faire Salon“ vorgestellt wurde. Seitdem ist eine enge und fruchtbare Partnerschaft entstanden.

TOP HAIR International ist Kooperationspartner unsere Wertegemeinschaft.

Unsere Beiträge aus TOP HAIR über die verschiedensten Themen im Friseurhandwerk finden sich auch im Mitgliederbereich. Ein Mehrwert an Wissen !

Schaefer & Partner Consulting, die größte deutschsprachige Unternehmensberatung für Friseure. Ein Unternehmen, welches nicht nur als Brandwehr in Zeiten der Not agiert, sondern Friseure, Mitarbeiter und Unternehmen langfristig aufbaut, stärkt und erfolgreich macht.

Auch wenn SPC ein wirtschaftliches Unternehmen ist, schließt es Menschlichkeit nicht aus. Clienting, Persönlichkeitsentwicklung und Mitarbeiterführung stehen im Vordergrund des Denkens.

Auch darum ist SPC unser Kooperationspartner der Euch bei Bedarf mit einem Beratungsgutschein begrüßt.

Neu ist die Kooperation mit der Fri.So Group, die für innovative Lösungen, nachhaltiges Wachstum und den Aufbau starker Netzwerke steht.

Die Fri.So Group hat starke Partner im Boot, sie versteht sich als eine Art „Automobilclub“ für Friseure, der schnelle Hilfe, Orientierung und klare Vorteile bietet, um den Herausforderungen der Branche zu begegnen.

Auch die Fri.So Group gewährt unseren Mitgliedern Sonderkonditionen.

## Werteorientierung ist Grundlage für unsere Gemeinschaft.

Wertschätzung ist der Schlüssel zu nachhaltigem Erfolg. Kunden, die sich ernst genommen fühlen, bleiben loyal und empfehlen weiter. Mitarbeiter, die Anerkennung erfahren, sind engagierter, motivierter und innovativer.

Ein respektvoller Umgang schafft Vertrauen, stärkt die Zusammenarbeit und bildet die Basis für ein positives Arbeitsklima. Unternehmen, die Wertschätzung leben, investieren nicht nur in Menschen, sondern auch in ihre Zukunft. Erfolg beginnt mit echtem Miteinander.

Wir wissen aber auch: das ist nicht immer einfach! Kunden haben Vorurteile, Ansprüche und eigene Interessen.

Wir wünschen uns eigenverantwortliche Mitarbeiter - wären sie das, dann wären sie wahrscheinlich auch selbstständig.

Also geht es darum, einen Konsens zu schaffen, sich auszutauschen und gegenseitig zu verstehen.



*Als Grundlage und Information für einen solchen Meinungs austausch findest Du im Mitgliederbereich einige hundert Beiträge aus der Salonpraxis zu nahezu jedem Thema. Nutze es auch für Dein Team!*

Natürlich sind wir auch in den sozialen Medien vertreten! Jederzeit informieren wir hier aktuell über aktuelle News.

**Facebook / Instagram:**  
**Der faire Salon**

- > folgt uns!
- > teilt unsere Post's !
- > gebt uns ein... >



## Der faire Salon

Mitgliederbroschüre der Initiative: „Der faire Salon“

Weitere Vervielfältigung , Abdruck auch Auszugsweise, nur mit Genehmigung von:

Krombholz cross-media

Bilker Allee 20 - 40219 Düsseldorf

Telefon: 0211 317 90 24 mail@der-faire-salon.de

Fotos: eigene / Pixabay / Fotolia