

Zeit ist Geld



Umsatz ergibt sich aus der Formel: Menge mal Preis

Umsatz braucht Struktur – Zeit ist Geld

Der Umsatz eines Salons ergibt sich aus einer einfachen Formel: **Menge × Preis**. Die Menge ist im Friseurhandwerk die Zahl der Kunden. Wer mehr Umsatz erzielen will, muss sich also fragen: Wie viele Kunden besuchen täglich den Salon? Und wie viel Zeit steht pro Kunde zur Verfügung?

Ein Beispiel: Wenn Sie pro Stunde 60 € erwirtschaften müssen, können Sie das mit sechs Behandlungen à 10 €, zwei à 30 € oder einer Kundin, die 60 € zahlt, erreichen. Welches Modell Sie wählen, hängt von Ihrem Konzept ab. Discounter setzen auf hohe Kundenzahlen bei niedrigen Preisen – mit Erfolg.

Zeitmanagement – der unterschätzte Erfolgsfaktor

Kundenbesuche schwanken täglich. Ist der Salon voll, kommen oft auch Spontankunden. Doch wenn der Terminplan dicht ist, können diese nicht mehr integriert werden – und gehen zur Konkurrenz, die ohne Termin arbeitet. Deshalb sind **optimierte Abläufe und eine durchdachte Zeitplanung** entscheidend.

In vielen Salons wird täglich wertvolle Zeit verschenkt. Ein typischer Ablauf: Beratung, Gang zur Kundenkartei, Rezeptur suchen, Farbe mischen, ein Kaffee – und schon sind 10–15 Minuten vergangen. Doch jede Minute kostet Geld. Wissen Sie, was Ihre Arbeitsminute wert ist?

Termine – Chancen und Risiken

Besonders junge Kundinnen vereinbaren gerne Wochenendtermine. Doch wenn die Party am Freitagabend zu lang war, bleibt Ihre Friseurin am Samstagmorgen untätig. Auch Senioren vergessen Termine. Die Lösung: **automatisierte Terminerinnerungen per SMS**, wie sie moderne Kassensysteme bieten. So vermeiden Sie Leerlauf und unnötige Kosten.

Discounter umgehen dieses Problem, indem sie gar keine Termine anbieten – und so unproduktive Lohnkosten vermeiden.

Behandlungszeiten prüfen

Werfen Sie einen Blick in Ihr Terminbuch. Wird für einen Männerhaarschnitt 30 Minuten eingeplant, aber nur 15 Minuten benötigt, entstehen 15 Minuten Leerlauf – also Kosten ohne Gegenwert.

Stellen Sie alle Behandlungszeiten auf den Prüfstand.

Jede Dienstleistung hat eine kalkulierte Zeit. Wird diese überschritten, stimmt der Preis nicht mehr. Natürlich sind individuelle Abweichungen möglich – aber die Richtwerte sollten klar sein:

Dienstleistung	Zeit in Minuten
Schnitt + Fönen kurz	30
Schnitt + Fönen mittel	40
Schnitt + Fönen lang	60
Fönfrisur	25
Dauerwelle kurz	30
Dauerwelle mittel	40
Dauerwelle lang	60
Coloration	20
Strähnen mittel	45
Strähnen lang	60
Männerhaarschnitt trocken	15
Männerhaarschnitt nass	20

Mitarbeiter und Zeitkontrolle

Zeitcontrolling stößt oft auf Widerstand. „Mit Liebe und Sorgfalt“ arbeiten ist wichtig – aber Zeit zu vertrödeln kostet Geld. Es gibt Friseure, die im 10-Minuten-Takt hochwertige Schnitte anbieten und dafür Preise erzielen, von denen andere nur träumen.

Gerade angesichts steigender Lohnkosten wird **Zeitmanagement** immer relevanter. Discounter setzen auf standardisierte Systemschnitte und geschulte Abläufe. Doch 25–30 Kundenbehandlungen pro Mitarbeiter und Tag sind grenzwertig. Akkordarbeit am Menschen darf nicht zur Norm werden.

Schneller arbeiten, um günstigere Preise zu ermöglichen? Ja – wenn es dem Kundenwunsch entspricht und nicht auf Kosten der Mitarbeiter geht. Denn auch mit straffem Zeitmanagement lässt sich sorgfältig und kundenorientiert arbeiten. Eine zügige, liebevoll ausgeführte Dienstleistung ohne Wartezeit entspricht dem heutigen Kundenbedürfnis.

EU-Kodex für das Friseurhandwerk

Ein soziales Arbeitsumfeld ist offen, kreativ und fördert die persönliche Entwicklung. Es ermutigt Mitarbeiter zu Eigenverantwortung und Weiterbildung, ermöglicht Jobrotation und schafft ein Gefühl von gemeinsamer Bedeutung. Ein angenehmes Arbeitsklima führt zu einer echten Win-win-Situation – für Kunden, Mitarbeiter und Unternehmer.