

## Cleverer Tipps für kleine Fische

**Sie sind nicht der größte Fisch im Friseurbecken? Führen einen ganz normalen Salon, haben ganz normale Probleme? Dann sind die Tipps von Friseur Konzept Bremer genau das Richtige für Sie.**

Stellen Sie sich vor, Ihr Salon befindet sich auf dem Land an einer gut befahrenen Straße. In Ihrer Gegend herrscht allerdings ein hoher Arbeitslosenanteil. Sie beschäftigen einen Lehrling und zwei Praktikanten, haben sich einen guten Namen gemacht, legen Wert auf Qualität, machen bei Wettbewerben mit. Trotzdem kämpfen Sie um Ihre Existenz. Damit können Sie sich identifizieren? Dann kommen Ihnen folgende Probleme sicher auch bekannt vor. Wir haben das Beraterteam von Friseur Konzept Bremer (FCB) um Lösungsansätze gebeten.

**Problem:** »Anfangs hat mich ein Unternehmensberater unterstützt. Es kamen zwar mehr Kunden, doch unterm Strich rechnete sich das Ganze nicht, weil ich den Berater teuer bezahlen musste. Oder habe ich falsch gerechnet?«

**FCB:** In erster Linie ist es wichtig, dass ein Berater projektbezogen arbeitet und sich auf die finanziellen Mittel des Salons einstellt. Als Inhaber eines Salons sollte man bei der Zusammenarbeit mit einem Berater ein konkretes, überprüfbares Ziel vor Augen haben, und die finanzielle Seite der Beratung darf keine Fragen offen lassen. Wichtig ist, dass sich das Ziel mit den konkreten Bedürfnissen und Möglichkeiten des Salons deckt.

Eine Zusammenarbeit von mehreren Salons in Form von Workshops oder Aktiv-Gruppen kann helfen, Kosten für den Einzelnen zu senken. Allerdings sollten die Salons auf ähnlichem Level arbeiten. Die konsequente Umsetzung der Beratungsergebnisse hat oberste Priorität. Nur wer mit seinem ganzen Team gewissenhaft und ausdauernd an einem Ziel arbeitet, kann es erreichen.

**Problem:** »Mir fällt es schwer, qualifizierte Mitarbeiter zu finden. Meine letzte Mitarbeiterin hat gerade mal den Umsatz erarbeitet, den sie brutto verdiente, und außerdem die Kunden vergault. Das kann man ja vorher nicht ahnen, oder?«

**FCB:** Bei der Einstellung neuer Mitarbeiter muss im Vorfeld der Bedarf genau abgeklärt werden. Brauche ich überhaupt einen neuen Mitarbeiter oder kann vielleicht die Effizienz des bestehenden Teams verbessert werden? Kann ich Gelder besser in die Qualifikation des vorhandenen Teams fließen lassen?

Welche Anreize haben die Mitarbeiter, damit sie ihre ganze Energie in den Salon stecken? Wie informiert sind die Mitarbeiter? Nur ein informierter Mitarbeiter ist ein motivierter Mitarbeiter! Hat der Mitarbeiter Kenntnis von seinen Umsätzen? Kennt er seine Stärken und Schwächen? Wird er gefördert? All diese Fragen können mit relativ geringem Aufwand geklärt werden.

Bei der Einstellung neuer Mitarbeiter ist immer das Risiko vorhanden, sich ein »faules Ei ins Nest zu holen«. Um das Risiko zu minimieren, sollten Sie vorher intensive Gespräche mit der neuen Friseurin führen und Ihre Mitarbeiter zum Teil in solche Gespräche einbeziehen. Sprechen Sie deutlich die Stärken und Schwächen der neuen Friseurin an und stellen Sie beim Probearbeiten ihre fachliche Kompetenz und Teamfähigkeit fest. Nutzen Sie die Möglichkeiten der Probezeit voll aus, sprechen Sie Probleme sofort an. Sollte die neue Mitarbeiterin nicht Ihre Erwartungen erfüllen, trennen Sie sich von ihr. Falsches Mitgefühl und Sentimentalität sind hier fehl am Platze.

**Problem:** »Um neue Ideen umzusetzen, fehlt mir das finanzielle Polster. Seminare kann ich mir kaum leisten. Wie bekomme ich mehr Handlungsspielraum?«

**FCB:** Um das finanzielle Polster zu erhöhen, ist es notwendig zu analysieren, wo und ob Potenzial zum Einsparen vorhanden ist. Oftmals gibt es Einsparungsmöglichkeiten im Bereich Personal, Wareneinsatz und Lagerhaltung. Eine Erhöhung des Umsatzes im Verkauf und der Zusatzdienstleistungen kann auch mit einfachen Mitteln und Aktionen schnell erreicht werden. Gelder, die zusätzlich erwirtschaftet werden, sollten dann der Fortbildung zugutekommen. Oder Sie arbeiten auch hier mit anderen Salons zusammen. Fünf Salons mit jeweils drei Mitarbeitern haben effizientere Möglichkeiten der Fortbildung als ein kleines Vier-Frauen-Team! Ein weiterer Aspekt ist die Zusammenarbeit mit Ihrem Zulieferer: Nahezu alle Firmen bieten zum Teil kostenlose Fortbildungen an.

**Problem:** »In meiner Gegend gibt es viel Schwarzarbeit. Andere Friseure versuchen mit Dumpingpreisen mitzuhalten, die ich als Friseurgeschäft mit hochwertigen Produkten nicht unterbieten kann. Ich frage mich, wie die das machen?«

**FCB:** Gehen Sie mit gutem Beispiel voran und sorgen Sie dafür, dass Ihre Mitarbeiter keine Schwarzarbeit machen. Ziehen Sie sofort Konsequenzen, wenn Sie über Schwarzarbeit Ihrer Mitarbeiter informiert werden. Sollten Sie Kenntnis davon haben, dass zwei Straßen weiter eine Friseurin privat einen »halben Friseursalon« führt, informieren Sie die Behörden. Hierdurch denunzieren Sie nicht, sondern sichern Ihre Existenz und die Arbeitsplätze Ihrer Angestellten. Was die Dumpingpreise anbelangt, dürfen Sie sich keinesfalls unter Wert verkaufen. Angebote im Zuge von Aktionen sind legitim, Sie sollten aber nicht dauerhaft mit niedrigen Preisen locken. Sorgen Sie dafür, dass Ihre Kunden erkennen, warum sie bei Ihnen einen höheren Preis zahlen. Perfekte Dienstleistung, individuelle Beratung, ein Wohlfühl-Ambiente, Sauberkeit und modische Innovationen zahlen sich auf Dauer aus.

Das Team

Friseur Konzept Bremer (FCB) wurde von Friseurmeister und Betriebswirt (dH) Oliver Bremer gegründet und ist ein Berater-Ring für Friseurunternehmer. Unsere Fragen beantworteten Oliver Bremer, Projektberaterin Katharina Engeln und Dipl. Betriebswirt und -Ökonom Alf Baumhöfer.

Mehr Infos gibt es bei: fcb Oliver Bremer, Oldenburger Str. 224, 26203 Wardenburg,  
Tel.: 04407/5178 oder online unter [www.friseurconceptbremer.de](http://www.friseurconceptbremer.de).