

Friseurhandwerk: Branchenentwicklung 2009

Friseurunternehmen zeigen sich relativ krisenfest

Im Jahr des größten Konjunkturabsturzes der Nachkriegszeit hat sich das Friseurhandwerk vergleichsweise krisenfest gezeigt. Friseurunternehmen waren weit weniger von der Krise betroffen als viele Industriezweige, konnten aber auch weniger von den Konjunkturprogrammen profitieren. Durchschnittlich gingen die Unternehmensumsätze in 2009 nach Angaben des Statistischen Bundesamtes um 1,3 Prozent, die Beschäftigung um 2,9 Prozent zurück. Im Jahresverlauf hat sich die Branchenentwicklung stabilisiert. Vor allem in der zweiten Hälfte behaupteten sich die Unternehmen gegen die deutlich nachlassende Kaufkraft der Verbraucher.

Auch wenn die Branche insgesamt nicht von den politischen Konjunkturprogrammen im Krisenjahr profitieren konnte, gab es doch eine bemerkenswerte Zahl erfreulicher Unternehmenskonjunkturen im Krisenjahr 2009. Das belegen zwei (nicht-repräsentative) Online-Umfragen des Zentralverbandes des Deutschen Friseurhandwerks (ZV). Darin bewertete der weitaus überwiegende Teil der Teilnehmer die wirtschaftliche Entwicklung ihres Salons positiv. So antworteten 40,61 Prozent der Unternehmen auf die Frage nach dem Verlauf der Geschäftsentwicklung in den ersten sechs Monaten 2009 mit „gut“, 38,31 Prozent bewerteten ihr Ergebnis als „befriedigend“ und nur 21,07 Prozent als „schlecht“. Auch für die zweite Jahreshälfte zeigt sich ein überwiegend positives Bild: Demnach erzielten 27,64 Prozent der befragten Unternehmen ein „gutes“ und 30,91 Prozent ein „befriedigendes“ Geschäftsergebnis. Dagegen waren 41,45 Prozent unzufrieden mit dem Verlauf zum Ende des Jahres 2009.

Insgesamt arbeiteten im Jahr 2009 über 260.000 Friseurinnen und Friseure in den rund 77.000 Friseursalons und erwirtschafteten einen Branchenumsatz von schätzungsweise 5,5 bis 6 Milliarden Euro. Die Nachfrage nach professionellen Colorationen ist auch in 2009 weiter gestiegen. In den Salons hat sich die Dienstleistung „Haarfarbe“ in den letzten Jahren zum wichtigsten Umsatzträger nach dem „Haarschnitt“ entwickelt.

Der Zentralverband geht davon aus, dass sich die Branche in 2010 weiter stabilisiert und sieht grundsätzlich eine positive Wachstumsperspektive für die Friseurunternehmen. Denn schöne Haare und ein gepflegtes Aussehen gehören zu den hygienischen Grundbedürfnissen der Menschen, und sie gewinnen ständig an Bedeutung. Zugleich wird mit dem demographischen Wandel der Anteil älterer Menschen weit stärker zunehmen und damit auch das Bedürfnis nach hochwertiger Haarpflege, speziellen Modekreationen und altersgerechten Serviceangeboten. In haar- und hautkosmetischen Dienstleistungen für die sogenannte „Silver-Generation“ liegt für Friseurunternehmen ein großes Potenzial. Als Schönheitsprofis für Haut und Haar haben sie ihr Serviceangebot in den letzten Jahren ausgebaut und optimiert. Damit wurde eine gute Grundlage geschaffen, die sich rasch wandelnden Wünsche und wachsenden Ansprüche der Kunden erfolgreich zu bedienen. Das dokumentiert die gleichbleibend hohe, durch entsprechende Umfragen belegte Kundenzufriedenheit mit der Dienstleistungs- und Servicequalität in den Salons. Entscheidend wird jedoch sein, das Angebotsprofil marketingorientiert weiterzuentwickeln, die Qualität friseurhandwerklicher Leistungen dauerhaft zu stärken und das Unternehmen mit einem unverkennbaren Profil am Markt zu positionieren.

Essen, 14.06.2010
16/2010 dik