



Der faire Salon

Die Wertegemeinschaft für das Friseurhandwerk



Das Image des Friseurberufs ist nicht unbedingt das Beste. Vorurteile, aber auch betrübliche und weniger schöne Tatsachen, werfen Schatten auf diese Branche, die sich eigentlich lieber als trendig und modern im Scheinwerferlicht repräsentiert.

Hinter den Kulissen, im Salon Alltag, sieht es nicht immer so rosig aus.

Dieses Handwerk ist mit etlichen Problemen behaftet. Die Erkenntnis, dass diese meist hausgemacht sind, hilft auch nicht immer weiter.

Haben Sie sich schon einmal gefragt, wie sich ihre Mitarbeiter in diesem Beruf fühlen?

Offensichtlich sind die Antworten nicht immer so positiv, sonst würden nicht 50 % der Berufsanfänger während und nach Abschluss der Lehre den Beruf wechseln. 10 Millionen Euro die der deutsche Staat monatlich für arbeitslose Friseurinnen ausgibt während viele Betriebe händeringend Mitarbeiter suchen, zeichnen ein ähnliches Bild. Natürlich lockt auch der (schwarze) Nebenverdienst zum Arbeitslosengeld, aber das ist nicht die Regel.

Wie können wir diese Situation verbessern und unsere Mitarbeiter motivieren?

Menschen wollen in der Regel etwas leisten, Anerkennung ernten und sich selbst beweisen, diese wissenschaftlich fundierte Erkenntnis sollten sich Unternehmer zu Nutze machen.

Neue Wege gehen

In der Zeit des Lockdowns haben wir die Zeit genutzt und unser Team zu intensiven Gesprächsrunden eingeladen. Diese wurden selbstverständlich als Arbeitszeit entlohnt, auch wenn das meiste digital geschah. Wir haben das zum Thema gemacht, was zu dieser Zeit über unser Handwerk in den Medien berichtet wurde. Das war einiges und vieles war positiv dabei.

Wir haben auch zurückgeschaut, um zu erkennen, was in den letzten Jahren in dieser Branche schiefgelaufen ist, eine ebenfalls wertvolle Erkenntnis, aus welcher sich Schlüsse zum Bessermachen ableiten lassen.

So haben wir es geschafft, für unser Team das Berufsbild neu zu definieren und den Gedanken unserer Wertegemeinschaft „Der faire Salon“ zu intensivieren und als Mehrwert für Kunden neu zu interpretieren. Ein Alleinstellungsmerkmal sondergleichen welches alle, vom Zukunftsinstitut genannten Megatrends der Nach-Coronazeit, erfüllt.

Nachhaltigkeit zu interpretieren und für sein eigenes Handwerk zu nutzen, das bedeutet sich selbst neu erfinden. Ein spannendes Unterfangen.

Als Chef war ich erstaunt über viele Ideen die dazu auch aus meinem Team kamen.

Eines hatte ich zuvor gar nicht auf dem Schirm: unsere Mitarbeiter erlebten eine neue, aufwertende Sinnggebung des Friseurberufes und ihrer Arbeit.

Das macht Spaß, das fordert und alle im Team erkennen, dass sie den Erfolg und das Ansehen dieses Berufes selbst in den Händen haben.

Unsere Vorgehensweise, Erkenntnisse, unseren Weg, all das haben wir im Mitgliederbereich der Wertegemeinschaft mit Lehrinhalten versehen und dokumentiert.

Zur Nachahmung empfohlen.... Viel Erfolg dabei!