

BRANCHENEINBLICK

Fakten, die über Ihren Erfolg entscheiden.

hauptberuflich Selbstständige (40-50h)

FRISEUR:INNEN

ALTERSSTRUKTUR DER UNTERNEHMER:IN

Das Alter der Unternehmer:innen hat häufig einen Einfluss auf die unternehmerische Tätigkeit: Wieviele Jahre Berufs- und Branchenerfahrung hat man bereits aus unselbstständiger Tätigkeit (vor der Gründung), welchen Kundenstamm hat man sich bereits aufgebaut bzw. welche potenzielle Kunden kann man ansprechen? Wie gelingt es, Neukunden ans Unternehmen zu binden?

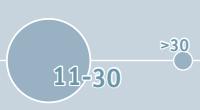
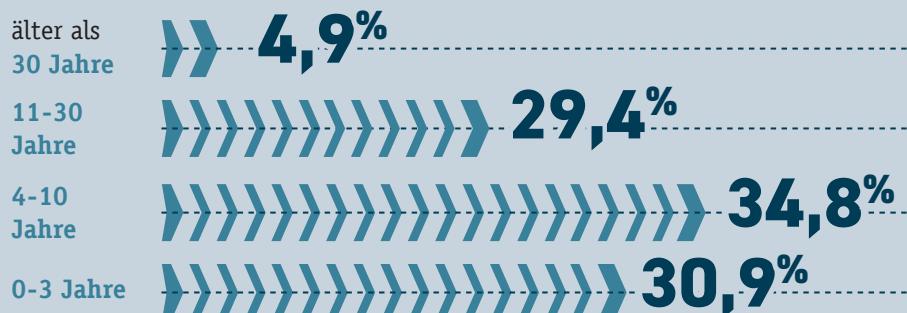


Später Schritt in die Selbstständigkeit.

Viele Unternehmer:innen gehen nicht als Selbstständige in die Pension.

ALTERSSTRUKTUR DER UNTERNEHMEN

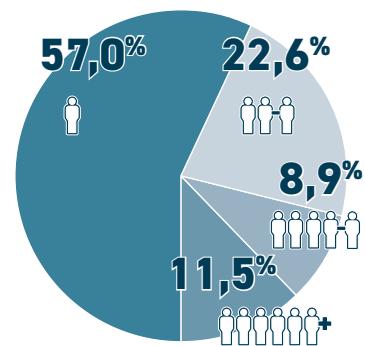
Ein hoher Anteil an jungen Unternehmen deutet auf rege Gründungsaktivität hin. Ein geringer Anteil an Unternehmen, die längerfristig bestehen, kann als Zeichen dafür gewertet werden, dass kein hinreichend großer Kundenstamm aufgebaut werden kann. Gründungen und Schließungen verändern die Wettbewerbsstruktur innerhalb der Branche.



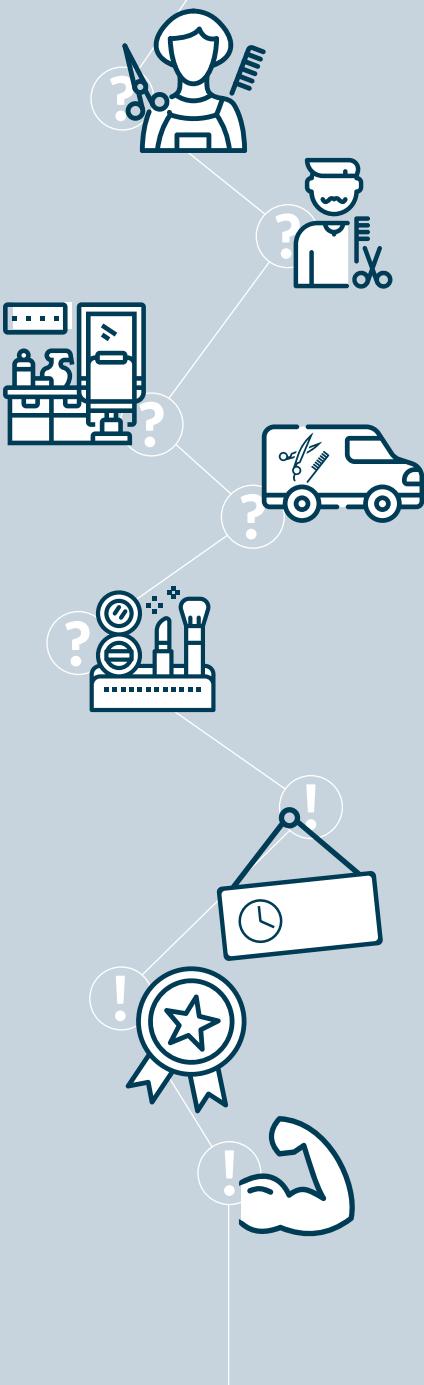
alle Angaben in Jahren

GRÖSSE DER UNTERNEHMEN (BESCHÄFTIGUNG)

Die Unternehmensgröße kann sowohl gemessen an Personen als auch am Umsatz dargestellt werden.



Rund 57 % der Unternehmen sind Ein-Personen-Unternehmen.



GESCHÄFTSMODELL

Das Geschäftsmodell beschreibt die Funktionsweise eines Unternehmens – wie und wodurch es Gewinne macht. Durch die Fokussierung kann man auf Veränderungen rascher und besser reagieren.

Es gibt unterschiedliche Geschäftsmodelle und Betriebstypen in der Branche. Exemplarisch sind einige mögliche Fokussierungen angeführt:

Spezialisierung

Eine Schwerpunktsetzung ist in mehreren Dimensionen möglich

- Herren /Damen
- dekorative Kosmetik, Nageldesign

Art der Berufsausübung (stationär im eigenen Salon oder mobil)

- Die meisten Friseur:innen haben einen eigenen Salon, der ausreichend Fläche umfasst, dass weitere Personen bzw. Mitarbeitende tätig werden könnten.
- Die Größe der häufig angemieteten Geschäftslokale beginnt typischerweise ab ca. 40 m²

Aus Kundenperspektive sind gleichbleibende **Öffnungszeiten** wichtig: Eine Kundschaft die zweimal vor verschlossener Tür steht, kommt nur in Ausnahmefällen wieder. Der Betriebsurlaub ist entsprechend frühzeitig bekannt zu geben bzw. offensiv zu kommunizieren.

Im Gegensatz zu Betrieben mit Mitarbeiter:innen unterliegen Selbstständige keiner gesetzlichen Regelung betreffend der Arbeits- und Öffnungszeiten.

Im Durchschnitt gibt es in jeder der rund 2.060 Gemeinden mehrere Anbieter (~ 5 Unternehmen). Ein zentraler Faktor beim Geschäftsmodell ist somit die preisliche **Positionierung**. Hier gibt es enorme Unterschiede. Wichtig ist, dass dieses aus Sicht der Kunden attraktiv ist, damit das Unternehmen wettbewerbsfähig ist. Sehr viele, sehr kleine Anbieter bedeuten aus Kundensicht eine Herausforderung, welcher Anbieter welche **Stärken** besitzt. Hier ist es wichtig, sich mit dem **Angebotsportfolio**, den eigenen Stärken auseinanderzusetzen und dies zu kommunizieren.

ARBEITSZEIT DER UNTERNEHMER:INNEN

Die Arbeitszeit ist gerade bei Ein-Personen-Unternehmen die Basis für die Geschäftstätigkeit. Die Unternehmer:innen müssen sich sowohl um die Kundschaft (Aufträge) als auch die administrativen Arbeiten (Buchhaltung, Einhaltung der rechtlichen Rahmenbedingungen etc.) kümmern. **Die Anzahl der Arbeitsstunden ist für die Umsatzhöhe ausschlaggebend.**



Selbstständige arbeiten in Österreich deutlich länger als unselbstständig Beschäftigte – insgesamt rund 2.100 Arbeitsstunden im Jahr.

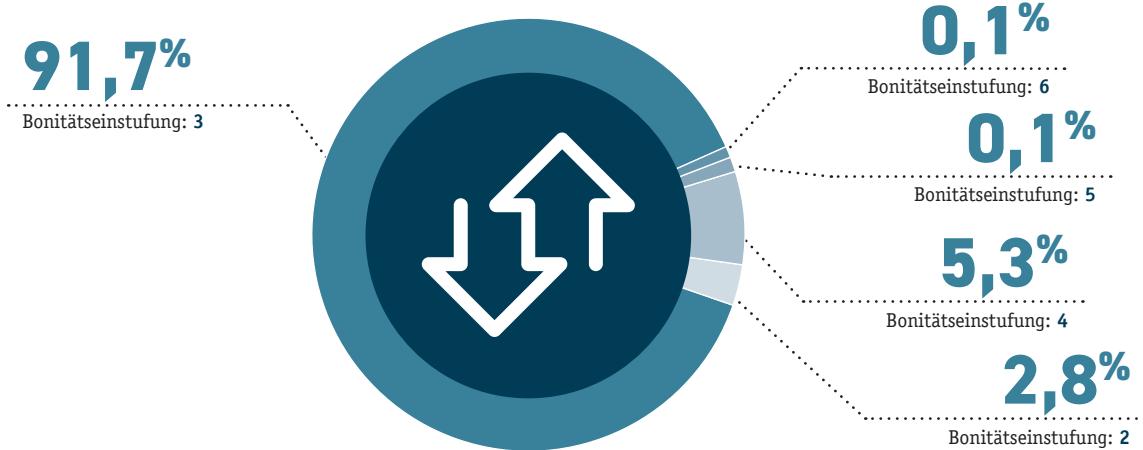
Unter Berücksichtigung von Urlaub, Feiertagen bzw. Krankenständen ergibt sich eine typische

Arbeitswoche von 50 Arbeitsstunden (gegenüber z.B. 40 Stunden bei einem Vollzeitdienstverhältnis).

Der überwiegende Teil der Arbeitszeit (jedenfalls im Ausmaß einer Vollzeitarbeitskraft) ist für die berufliche Tätigkeit für Kunden zu verwenden, der kleinere Teil (wohl max. 20 %) für die weitere administrative Arbeit.

RATING

Das Rating stellt eine Bonitätseinstufung von Unternehmen dar. Es erfolgt eine Einstufung der wirtschaftlichen Lage anhand von Finanzkennzahlen. Die Bonitätsstufen 1 und 2 bedeuten, dass eingestufte Unternehmen ein sehr geringes (Ausfalls- bzw. Insolvenz-)Risiko haben. Die Klasse 3 entspricht einer „durchschnittlichen Bonität“. Die Stufen 4 bis 6 weisen eine sehr schlechte Bonität aus – das (Ausfalls- bzw. Insolvenz-)Risiko liegt über dem Durchschnitt.



Die eher schwache Ertragssituation in der Branche spiegelt sich im Rating wider. Ein Rating schlechter als 3 bedeutet, dass keine zusätzlichen Bankverbindlichkeiten verfügbar sind.

BANKVERBINDLICHKEITEN

Bankverbindlichkeiten sind verzinstes rückzahlbares Fremdkapital, für das typischerweise auch Sicherheiten (z.B. die persönliche Haftung von Unternehmer:innen) übernommen werden muss. Langfristige Bankverbindlichkeiten dienen typischerweise zur Finanzierung von Investitionen. Der Kontokorrentkredit zählt zu den kurzfristigen Bankverbindlichkeiten, hierüber erfolgt vielfach die Finanzierung des laufenden Betriebes.



Bei einem Jahresumsatz von € 78.000,- wird im Durchschnitt eine Bankfinanzierung im Ausmaß von rd. € 10.300,- in Anspruch genommen.

BREAK EVEN UMSATZ - DIE GEWINNSCHWELLE

Der Break-Even-Point ist jener Wert, bei dem die Einnahmen (Umsatzerlöse) den Ausgaben (Gesamtkosten) entsprechen. Über diesem Punkt wird ein Gewinn erwirtschaftet, darunter ein Verlust.



Auf Basis der o.a. Kostenstruktur ergibt sich ein Mindestumsatz von rd. € 78.000,- p.a.

Bei einem angenommenen Durchschnittsbon von € 55,- exkl. USt (sohin 66,- inkl. USt) erfordert die Erreichung des Mindestumsatzes insgesamt rd. 1.400 Dienstleistungen – sohin rd. 7 am Tag.

Erforderlicher

Mindestjahresumsatz: € 78.000,-

Arbeitstage	215
Arbeitsstunden (p.a.)	1.720
Mindest-Stundenumsatz Ø	45,-
Annahme: Bon je Kunde	55,-
Anzahl (Kunden/Jahr)	1.412
Anzahl (Kunden/Tag)	7

Anmerkung: Viele Unternehmen werden die Kleinunternehmerregelung betreffend USt in Anspruch nehmen.

Um diese Kundenanzahl zu erreichen, ist ein gutes Zeitmanagement notwendig! Besonders in der Zeit nach der Unternehmensgründung, in der Aufbauphase des Kundenstammes, aber auch in Urlaubszeiten etc. kann es zu erheblichen Stehzeiten kommen.

Neben der Verteilung zwischen Stamm- und Laufkunden ist im Hinblick auf den erforderlichen Kundenstamm (Anzahl der Stammkunden) natürlich die Wiederkaufhäufigkeit (Häufigkeit der Friseurbesuche) pro Jahr relevant.

UMSATZNIVEAUS DER UNTERNEHMEN

Die Höhe der Umsätze ist zentral für den nachhaltigen Bestand des Unternehmens. Eine zu geringe Umsatzhöhe kann dazu führen, dass die Kosten nicht zur Gänze gedeckt werden können. Das bedeutet, dass der/die Unternehmer:in nicht zur Gänze das Unternehmerentgelt verdienen.



! Die meisten Unternehmen mit weniger als € 100.000,- sind Ein-Personen-Unternehmen.

KOSTENSTRUKTUR

Es ist zwischen fixen und variablen Kosten zu unterscheiden. Die fixen Kosten fallen an, unabhängig ob das Unternehmen Umsätze erzielt. Es sind die Kosten der Infrastruktur des Unternehmens. Dazu zählen insbesondere die Personalkosten (Entgelt für Arbeitsleistung der Selbstständigen und/oder Beschäftigte) sowie die sonstigen Kosten (z.B. Miete, Versicherungen, ...), aber auch die Abschreibung für Investitionen. Variable Kosten sind abhängig vom Umsatz. Darunter fällt der Material- und Handelswareneinsatz.



Die Branche ist gekennzeichnet von hohen Fixkosten und gerin- gen variablen Kosten (rd. 11 % des Umsatzes).

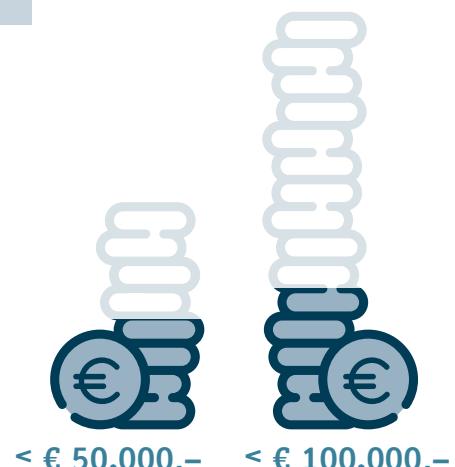
Hohe Fixkosten bedeuten eine hohe Gewinnsschwelle (Break-Even-Punkt). Im Branchendurchschnitt betragen die Fixkosten für ein Unternehmen (EPU), welches das gesamte Jahr tätig ist, rund € 69.000,-.

ERTRAGSKRAFT

Die Ertragskraft gibt das Ergebnis der Unternehmen wieder.

Im Durchschnitt sind die Unternehmen bis € 100.000,- Jahresumsatz nicht in der Lage, das komplette Unternehmerentgelt zu verdienen.

! In der Größenklasse bis € 50.000,- wird im Durchschnitt rund 49% des benötigten (kalkulatorischen) Entgelts erwirtschaftet.
Bei Unternehmen bis € 100.000,- Jahresumsatz in der Regel nur 37 %, da fast immer Aushilfen bzw. Teilzeitbeschäftigte benötigt werden.



Impressum: Wirtschaftskammer Österreich, Abteilung Zielgruppenmanagement, Wiedner Hauptstraße 63, 1045 Wien, <http://epu.wko.at>, für den Inhalt verantwortlich: Lukas Sprenger, MSc, BSc, Mag. Roman Riedl, Autor: Mag. Peter Voithofer, Grafik: nw-partner.at, Quellen: KMU Forschung Austria, KSV 1870 Information GmbH, Statistik Austria, Wirtschaftskammer Österreich, Interviews mit Unternehmer:innen

WEITERE INFOS UND KONTAKTE



Friseure:
bit.ly/3ECwXvL



epu.wko.at/kontakt



gruenderservice.at/kontakt