

Umfrage Friseur- handwerk

Was Kund:innen wirklich denken, wollen und bereit sind zu zahlen

Ergebnisse einer Befragung unter 163 Friseurkund:innen Tirol & Westösterreich

Key Takeaways

- **Qualität zählt, nicht der Preis:** 81% der Befragten nennen fachliches Können als wichtigsten Aspekt. Nur 10% wählen ihren Friseur nach Preis.
- **Kundenbindung ist stark:** 82% sind Stammkund:innen. 69% kamen über persönliche Empfehlung.
- **Zahlungsbereitschaft ist hoch:** 93% finden faire Entlohnung wichtig. 85% zahlen gerne mehr für bessere Leistung.
- **Image-Lücke:** Das Handwerk wird als persönlich und anspruchsvoll wahrgenommen, aber Status und Ansehen liegen unter dem Durchschnitt.
- **Pause vom Alltag flucht:** Der Friseurbesuch ist für die Mehrheit vor allem eine willkommene Auszeit vom Alltag.

Wer wurde befragt?

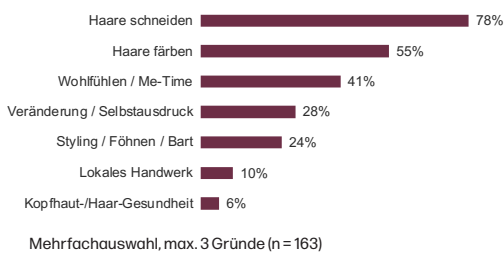
Im Rahmen der Studie haben 163 Personen die Umfrage vollständig ausgefüllt.

163	79%	82%	69%
Befragte	weiblich	Stammkund:innen	kamen per Empfehlung

Die Altersgruppen sind breit verteilt: Von 18 bis 75+, mit einem Schwerpunkt zwischen 25 und 64 Jahren. Rund ein Drittel geht 3- bis 5 Mal pro Jahr zum Friseur, ein weiteres Drittel 6 bis 10 Mal. Der Großteil gibt zwischen 60 und 139 Euro pro Besuch aus.

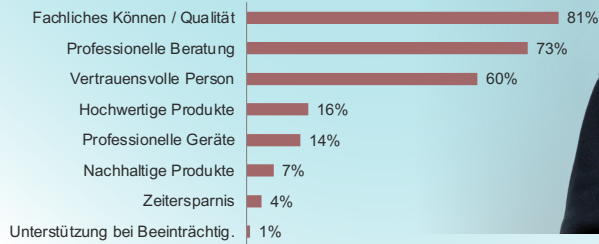
Warum gehen Kund:innen zum Friseur?

Die Gründe sind klar: Haare schneiden (78%) und Haare färben (55%) stehen an erster Stelle. Aber dahinter zeigt sich ein wichtiger Trend: 41% der Befragten gehen zum Friseur, um sich wohlfühlen und sich eine Auszeit zu gönnen.



Was zählt am meisten?

Bei der Frage nach den wichtigsten Aspekten zeigt sich ein klares Bild: Können und Vertrauen schlagen Produkte und Technik.



Was bedeutet das für Sie? Ihre Kund:innen kommen vor allem wegen Ihnen bzw. Ihren Teammitgliedern als Person und deren fachlichem Können. Investieren Sie in Weiterbildung und in die Beziehung zu Ihren Kund:innen. Das ist Ihr größter Wettbewerbsvorteil!

Wohlbefinden beim Friseurbesuch

Wir wollten wissen: Ist der Friseurbesuch auch eine Art Auszeit vom Alltag? Die Antwort: Ja, aber mit Nuancen.

Das stärkste Motiv ist: „**Sich eine Pause gönnen**“ (Mittelwert 3,8 von 5). Kund:innen schätzen den Friseurbesuch also vor allem als bewusste Auszeit. Andere Motive wie „die Realität vergessen“ oder „Sorgen verdrängen“ spielen dagegen eine geringere Rolle (Mittelwerte um 2,5).

Interessant: Der Friseurbesuch wird tendenziell als luxuriös („Luxus im Alltag“) empfunden (Mittelwert 3,5 von 5). Das ist eine Chance: Sie bieten Ihren Kund:innen nicht nur einen Haarschnitt, sondern ein kleines Erlebnis.

Wie wird das Friseurhandwerk gesehen?

Das Image des Friseurhandwerks ist gemischt. Die gute Nachricht: Es wird als persönlich und anspruchsvoll wahrgenommen. Die weniger gute: Status und Ansehen liegen unter dem, was die Branche verdient.

Eigenschaft	Mittelwerte	Bewertung
Persönlich	4,5	1 (nicht zutreffend)
Anspruchsvoll	4,2	bis
Modern	3,9	7 (sehr zutreffend)
Innovativ	3,5	
Angesehen	3,4	

Ein wichtiger Befund: Die Befragten stimmen deutlich zu, dass das fachliche Können im Friseurhandwerk gesellschaftlich unterschätzt wird. Die Bereitschaft, Freund:innen oder Familienmitgliedern eine Friseur-Ausbildung zu empfehlen, liegt aber nur bei im mittleren Bereich 3,4 von 5. Hier gibt es Luft nach oben.

Zahlungsbereitschaft & Preis

Die Ergebnisse zur Zahlungsbereitschaft sind eindeutig positiv:

- **93% finden**, dass gute handwerkliche Arbeit angemessen entlohnt werden soll.
- **85% sind bereit**, für bessere Leistung mehr zu bezahlen.
- **85% finden** Preisanpassungen aufgrund gestiegener Kosten verständlich.
- **Nur 10% wählen** ihren Friseur vorrangig nach dem Preis aus.

Was bedeutet das für Sie? Ihre Kund:innen verstehen, dass Qualität ihren Preis hat. Scheuen Sie sich nicht, faire Preise zu verlangen und Preisanpassungen transparent zu kommunizieren. Die Mehrheit Ihrer Kund:innen trägt das mit.

Aber Achtung: 40% der Befragten empfinden regelmäßige Friseurbesuche als kaum noch leistbar. Auch wenn die Zahlungsbereitschaft grundsätzlich da ist, spüren viele die gestiegenen Kosten, d.h. höhere Preise müssen sich in besseren Leistungsangeboten niederschlagen, sonst besteht die Gefahr, dass die Preisakzeptanz sinkt.

Fazit & Ausblick

Die Ergebnisse zeigen ein klares Bild: Ihre Kund:innen schätzen Ihr Können bzw. das Können Ihres Teams, vertrauen Ihnen und Ihrem Team als Person und sind bereit, für gute Arbeit einen fairen Preis zu zahlen. Das sind starke Grundlagen. Gleichzeitig gibt es bei Image und gesellschaftlicher Anerkennung noch Potenzial nach oben. Nutzen Sie diese Erkenntnisse, um Ihre Stärken noch bewusster zu kommunizieren und die Bindung zu Ihren Kund:innen weiter auszubauen.

In der nächsten Aussendung **widmen wir uns den Innovationspotenzialen im Friseurhandwerk:** Welche neuen Angebote wünschen sich Kund:innen wirklich? Wir zeigen Ihnen, wo sich Investitionen lohnen und welche Trends Sie ggf. getrost ignorieren können. Bleiben Sie dran!

Über die Studie Diese Ergebnisse basieren auf einer Online-Umfrage der Tiroler Friseurinnung und des MCI | Die Unternehmerische Hochschule unter 163 vollständig ausgefüllten Fragebögen. Die Befragung ist Teil des Projekts „Zukunft.Neu.Gestalten“ und richtete sich an Friseurkund:innen in Tirol und Westösterreich. Die Stichprobe umfasst alle Altersgruppen von 18 bis 75+ Jahren, mit einem Schwerpunkt auf der Altersgruppe 25 bis 64. 82% der Befragten sind Stammkund:innen von Tiroler Friseurbetrieben.