

Das komplette Interview in Top Hair Business 04/2009

Top Hair Business: Wie, wann und ob überhaupt sich die Finanzkrise auf die Friseurbranche auswirkt, vermag keiner vorher zu sagen. Falls doch, welche Auswirkungen könnte dies (vor allem) auf den Mittelstand haben?



Rolf Züblin: So wie sich die Finanzkrise bereits spürbar auf die sog. Realwirtschaft ausgewirkt hat, wird sie sich auch mittelbar oder unmittelbar auf unsere Branche niederschlagen. Beispielsweise über ein sich veränderndes Konsumverhalten oder eine restriktivere Kreditvergabe der Finanzinstitute. Die Frage nach dem „wann“ ist berechtigt. Die Erfahrungen aus der Vergangenheit haben gezeigt, dass die Friseurbranche oftmals mit Verzögerung auf wirtschaftliche Veränderungen reagiert hat. Wie schnell wir also damit konfrontiert werden ist noch offen. Da wir voraussichtlich eine Vorbereitungszeit haben werden, können wir uns glücklicher schätzen als andere Branchen, wie z.B. die Automobil- oder Exportindustrie, welche die Finanz- und Wirtschaftskrise schon intensiv zu spüren bekommen.

Ich möchte jedoch ausdrücklich vor einem übertriebenen Pessimismus warnen, auch wenn man aktuell hierzu in den meisten Beiträgen vieler Medien leicht verleitet werden kann. Die aktuelle Krise muss sich nicht zwangsläufig negativ auf unsere Branche auswirken. In einem insgesamt „raueren“ Wirtschaftsklima kann ein Friseurbesuch, bei richtigem Angebot, durchaus eine willkommene „Auszeit“ vom Alltagsstress bedeuten. Das psychologische Phänomen, in schwierigeren Zeiten auf sein Äußeres stärker zu achten und seine „Fassade“ nach außen hin zu erhalten, kann uns auch zugute kommen. Weiterhin bin ich auch überzeugt, dass die Friseurpartner, also die Lieferanten, die Branche mit wichtigen positiven Impulsen unterstützen werden.

Welche Auswirkungen für das einzelne Friseurunternehmen zu erwarten sind hängt jeweils stark von den individuellen und standortspezifischen Gegebenheiten ab. Existiert ein schlüssiges und differenzierendes Konzept, ist der Kostenapparat in einem vernünftigen Verhältnis zum generierten Umsatz, bietet die Kapitaldecke und die Liquidität ausreichend Sicherheit, wie gut ist die Ausrichtung des Unternehmens auf bestehende und potentielle Kunden, usw. Obwohl sich diese Fragen grundsätzlich jedes Unternehmen in der Branche stellen sollte, stelle ich insbesondere einen hohen Handlungsbedarf bei mittelständischen Friseurunternehmen fest, welche in einem mittelpreisigen Segment mit einem klassischen Dienstleistungsangebot und einem nicht unbeträchtlichen Kostenapparat agieren.

Top Hair Business: Sollen/Müssen Friseure jetzt handeln oder abwarten?

Rolf Züblin: Im aktuellen Kontext sollte grundsätzlich die Maxime „agieren statt reagieren“ gelten. Nur wer sich jetzt schon gewissenhaft auf künftige, absehbare Veränderungen einstellt, schafft die Voraussetzungen für eine weitere positive Entwicklung seines Unternehmens. Wer für sein Unternehmen behaupten kann, dass er schon heute bestens am Markt aufgestellt ist, muss sich diese Fragen u.U. nicht mehr stellen. Allen anderen rate ich die Initiative jetzt zu ergreifen. Schließlich trägt jeder Unternehmer eine große Verantwortung, auch für das Wohlergehen seiner Mitarbeiter. Nutzen wir die Zeit also sinnvoll!

Top Hair Business: Analysieren und reagieren: Zu welchen Maßnahmen raten Sie? Was können der Chef und seine Mitarbeiter tun? Ist es z. B. eine Veränderung über den Preis herbeizuführen oder soll der Friseur vermehrt auf Qualität setzen oder soll er mit Sonderaktionen auf sich aufmerksam machen?)



Rolf Züblin: Leider wird allzu oft „das Pferd von hinten aufgezäumt“, also bereits über Maßnahmen nachgedacht bevor ein klares Bild über die Ist-Situation des Unternehmens und die Dimensionen des Handelns existiert! Wie bereits angedeutet, ist die Analyse der Ist-Situation sehr spezifisch und auf das jeweilige Umfeld auszurichten. Dabei sollten alle Facetten des Unternehmens kritisch durchleuchtet werden.

Ebenso individuell sollten die anschließenden Maßnahmen, als Antwort auf die eigenen Ziele, eventuelle Schief lagen oder noch nicht genutzte Potentiale ausfallen.

Dabei geht es nie nur um den Preis, sondern immer um das Preis-Leistungs-Verhältnis. Leistung setzt sich aus rationalen und emotionalen Komponenten zusammen. Umso stärker ein Salon die (positiven) Emotionen seiner Kunden wecken kann, umso weniger wird er mit der Durchsetzung seiner Preispolitik zu kämpfen haben.

Top Hair Business: Ist professioneller Rat (Steuerberater, Unternehmensberater) ratsam?

Rolf Züblin: Auch für Friseurbetriebe werden die Aufgabenstellungen und Herausforderungen immer komplexer. Die Mehrheit der Saloninhaber sind hervorragende Handwerker, welche ihre Managementfunktionen größtenteils erst in der Praxis, also bei der Ausübung ihres Berufs erlernt haben. Die Erfahrung zeigt, dass vieles auch intuitiv richtig angegangen wird, es jedoch öfters bei der Methodik und Auswahl der richtigen Maßnahmen hapert. Hierfür gibt es diverse Gründe, so z.B. die intensive Einbindung ins Tagesgeschäft, welche wenig Zeit für die anderen, ebenfalls wichtigen Aufgaben übrig lässt oder eine gewisse „Betriebsblindheit“, welche immer wieder zu vergleichbaren Lösungsansätzen führt.

In einem komplexer werdenden Umfeld, das eine starke Spezialisierung bei der Aufgabenbewältigung nach sich zieht, kann eine externe Unterstützung durch einen Berater durchaus sinnvoll sein. Auf welcher Basis dies geschehen soll, muss im Einzelfall entschieden werden: Reicht es aus „die Weichen“ erfolgreich zu stellen oder soll der Berater das Unternehmen über einen bestimmten Zeitraum begleiten?

Sicher sollten sich auch die Kosten einer Beratung in einem für das Unternehmen angemessenen Rahmen bewegen.

Top Hair Business: Können auch Friseurbetriebe vom Konjunkturprogramm der Bundesregierung profitieren?

Rolf Züblin: Bisher wurden 2 Konjunkturpakete geschnürt. Über deren Wirkung auf die Wirtschaft sind sich bisher weder die politischen Parteien noch die Wissenschaftler einig. Sollten die Maßnahmen greifen, wird auch unsere Branche mittelbar davon profitieren. Die Stützung der Kaufkraft, Steuererleichterungen

oder die Senkung der Krankenkassenbeiträge werden auch die Friseurbetriebe erreichen und können sich auf das Konsumverhalten beim Friseurbesuch positiv auswirken.

Direkte Vorteile der Konjunkturprogramme für die Friseurbetriebe sehe ich momentan jedoch noch nicht.

Top Hair Business: Wie wird sich die Kreditvergabe entwickeln? Wird es schwieriger für Mittelständler, Geld zu erhalten?

Rolf Züblin: Die bisherige Erfahrung hat gezeigt, dass die Stützung des Bankensektors durch den Staat nur zögernd von den Finanzinstituten angenommen wird. Aufgrund der vorgeschriebenen Eigenkapitaldecke der Banken schränkt dieses Verhalten die Kreditvergabe und damit die Ankurbelung der Wirtschaft und Versorgung der Betriebe mit Liquidität vorerst ein.

Auch in diesem Kontext ist es wichtig das eigene Unternehmen „auf Vordermann“ zu bringen, um mit dem richtigen Konzept und einem glaubwürdigen Business Plan die Bank überzeugen zu können, dass die Darlehensgelder gut angelegt sein werden!

An diesem Grundsatz hat sich auch seit der Finanzkrise nichts geändert, zumindest wenn ich die positiven Beurteilungen unserer jüngsten Finanzierungsprojekte betrachte.

Top Hair Business: Was leistet Ihr Fitness Check?

Rolf Züblin: Mit dem Fitness Check möchten wir interessierten Friseurunternehmern die Gelegenheit bieten mit professioneller Unterstützung und einem „externen“ Blickwinkel

- Die aktuelle Situation ihres Salons zu durchleuchten, mit den jeweiligen Stärken und Schwächen in unterschiedlichen Dimensionen Ihrer Tätigkeit
- Die damit verbundenen Chancen und Gefahren aufzeigen, welche das Unternehmen, insbesondere in der jetzigen wirtschaftlichen Entwicklung antreffen würde
- Ein leistungsfähiges Maßnahmenpaket zu schnüren, das auch den künftigen Unternehmenserfolg sichern kann

Wichtig ist hierbei die Tatsache, dass unsere Beratungstätigkeit individuell auf das beratene Unternehmen zugeschnitten ist und wir auch vor Ort anwesend sein werden.

Aufgrund der besonderen Aktualität der Thematik und um einer größeren Anzahl von Unternehmern die Möglichkeit eines Fitness Checks zu bieten, haben wir uns für ein besonders attraktives Angebot entschieden. Darüber hinaus bestehen keinerlei weitere Verpflichtungen für die Interessenten. Natürlich sind wir gerne bereit auch bei der Umsetzung der empfohlenen Maßnahmen mitzuwirken, doch zunächst gilt „ein Schritt nach dem anderen“!