**Hinweis**

Liebe Gründerin, lieber Gründer,

wir freuen uns, dass Sie Ihr Gründungsvorhaben mit unseren Mustervorlagen vorbereiten wollen.

Die Mustervorlagen werden Ihnen von [selbständig-im-handwerk.de](https://www.selbstaendig-im-handwerk.de/), dem Internetportal der acht baden-württembergischen Handwerkskammern kostenfrei zur Verfügung gestellt.

Sie haben Fragen zu einzelnen Positionen oder sind beim Ausfüllen unsicher? Kein Problem!

Die Betriebsberaterinnen und Betriebsberater Ihrer Handwerkskammer stehen Ihnen mit Ihrem Beratungsangebot zur Verfügung. Hier finden Sie eine Übersicht über die [Ansprechpartner](https://www.selbstaendig-im-handwerk.de/Beratung/Ansprechpartner/Handwerkskammern/) aller acht Handwerkskammern.

**Weitere hilfreiche Links:**

Unserer Broschüre "[Selbständig im Handwerk](https://www.selbstaendig-im-handwerk.de/downloads/Broschueren/Broschuere_Selbstaendig_im_Handwerk_Selbststaendig_im_Handwerk.pdf?m=1689082677&)" als PDF.

|  |  |
| --- | --- |
| Weitere nützliche Downloads zur **Selbständigkeit im Handwerk** | <https://www.selbstaendig-im-handwerk.de/Links_Downloads/Downloads/> |
| Zusätzliche Infos zur Erstellung eines **Businessplans** und weitere Vorlagen | <https://www.selbstaendig-im-handwerk.de/gruendung_vorbereiten/businessplan/> |
| Unser **Businessplan-Tool** (als Excel-Vorlage) | <https://www.selbstaendig-im-handwerk.de/gruendung_vorbereiten/businessplan/> |
| Interessante Hinweise und weiterführende Links für Ihr **Marketing** | <https://www.selbstaendig-im-handwerk.de/betriebe_fuehren/unternehmenssteuerung/marketing_und_vertrieb/> |
| Übersicht der **Fördermöglichkeiten** für Ihre Selbstständigkeit im Handwerk | <https://www.selbstaendig-im-handwerk.de/betriebe_fuehren/foerderung/> |
| Nach Kategorien geordnete Übersicht rund um das Thema **Gründerwissen** | <https://www.selbstaendig-im-handwerk.de/gruendung_vorbereiten/gruendungswissen/> |

Jetzt aber viel Erfolg bei der Planung

Ihre baden-württembergischen Handwerkskammern

**+++ Bitte löschen Sie diese Seite aus der**

**Vorlage vor der Verwendung +++**



BUSINESSPLAN

“Friseur Klein“

Carla Klein Friseurmeisterin

Stand: 16. April 2024
Version 1.0

**Vertraulich**

Dieser Businessplan ist vertraulich. Ohne vorherige Genehmigung der Autoren dürfen weder der Businessplan selbst noch einzelne Informationen daraus reproduziert oder an Dritte weitergegeben werden.

**Unternehmensgründerin:**

Carla Klein

Friseurmeisterin

Landstr. 9

77777 Musterstadt

Tel 0170-12 34 56 78

E-Mail: info@friseur-klein.de

Website: [www.friseur-klein.de](http://www.friseur-klein.de/)

# Zusammenfassung

Carla Klein plant die Eröffnung eines Friseursalons als Einzelunternehmen in Musterstadt. Nach fünf Jahren Erfahrung als Leiterin eines Damen- und Herrensalons und mit Meistertitel wuchs der Wunsch, ein eigenes Geschäft zu gründen und eigene Visionen zu verwirklichen. Der Fokus der selbständigen Tätigkeit wird auf typgerechten Haarschnitten, Styling, Farbveränderungen und Haarverlängerungen liegen. Ergänzt werden die Salonleistungen um ein Angebot an hochwertigen Haarpflegeprodukten des Herstellers XY.

Ihre mittelfristigen und langfristigen Ziele: Innerhalb von drei Jahren soll sich der Salon als Dienstleister in Musterstadt etabliert haben. Bis zu diesem Zeitpunkt sollen zwei Friseure eingestellt werden. In etwa fünf Jahren soll der Salon auf fünf Mitarbeiter angewachsen sein. Das Geschäft soll dann nicht mehr von einzelnen Kunden abhängig sein.

# Unternehmerpersönlichkeit

Die Gründerin, Carla Klein, ist 34 Jahre alt, verheiratet und hat ein Kind. Nach ihrer Ausbildung zur Friseurin bei Valentin Schulze in Musterdorf und der anschließenden Tätigkeit als Gesellin, hat sie vor fünf Jahren die Meisterprüfung im Friseurhandwerk abgelegt. Seitdem arbeitet sie bei Bernd Müller in Musterstadt als Salonleiterin. Dort leitet sie ein Team aus vier Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und konnte so bereits erste Führungserfahrung sammeln. Im Salon ist sie u.a. für die Arbeitspläne, die Kundenbetreuung, die Durchführung von Sonderaktionen, den Einkauf und die Abrechnung zuständig. Während ihrer Tätigkeit hat sie verschiedene Weiterbildungen absolviert, unter anderem zur Fachkraft für Coloration.

# Geschäftsidee

Die Gründerin plant, sich auf dem Markt mit einem Damen- und Herren Friseursalon im mittleren bis höheren Preis-Segment zu etablieren. Dabei werden den Kunden neben den klassischen Friseurangeboten noch weitere Dienstleistungen angeboten. Dazu zählen mobile Friseur-Dienste z. B. für ältere oder in ihrer Mobilität eingeschränkte Kunden. Durch den Kontakt zu einem Betreiber von Pflegeeinrichtungen in der Region kann diese Zielgruppe direkt erreicht werden. Der Service eignet sich aber auch für Events, Messen oder Girlfriend-Abende. Außerdem plant die Gründerin die Zusammenarbeit mit einer erfahrenen selbständigen Kosmetikerin, die eine Kabine in den Salonräumen anmieten und Beauty-Behandlungen anbieten wird. Dieses Geschäftsmodell soll vor allem Kundinnen und Kunden zwischen 25 und 75 Jahren ansprechen, die Wert auf ein gepflegtes Äußeres legen und bereit sind, einen angemessenen Preis dafür zu bezahlen.

# Produkt- und Leistungsprogramm

Der Schwerpunkt des Angebots wird auf Haarschnitten und Styling sowie Färben und Tönen liegen. Hinzu kommen Haarverlängerungen und Haarverdichtungen für einen speziellen Kundenkreis. Bei Bedarf auch mobil und vor Ort beim Kunden.

Besonderes Augenmerk wird die Gründerin auf eine gute Kundenbetreuung und individuelle Beratungsgespräche zur Auswahl der besten Frisuren und Pflegeprodukte legen. Für Herren bietet der Salon zusätzlich Bartpflege und –styling an. Ergänzt wird das klassische Angebot um Hochsteckfrisuren und einen Event-Service für spezielle Anlässe wie Hochzeiten, Partys etc.

Dank der Kooperation mit einer Kosmetikerin können die Kunden unabhängig oder in Verbindung mit dem Friseurbesuch Beautybehandlungen für Gesicht und Körper genießen. Die Kosmetikerin ist selbständig und arbeitet auf eigene Rechnung.

Die Kunden erwartet während der Behandlung ein Rundum-Wohlfühl-Paket. Sie sollen in der Zeit im Salon eine Auszeit vom Alltag erleben und abschalten. Mit Kopfmassagen, Wohlfühltees und Aromatherapie sowie einem ansprechenden Einrichtungskonzept soll dieses Ziel erreicht werden.

Das Thema Nachhaltigkeit ist der Gründerin sehr wichtig. Die Kundinnen und Kunden zeigen zunehmend Interesse an umweltfreundlichen und nachhaltigen Produkten. Diesem Wunsch entspricht die Gründerin, in dem sie wo es geht ökologisch unbedenkliche Produkte einsetzt und diese auch im Verkauf für die Nutzung zuhause anbietet.

# Markteinschätzung

Branchensituation:
Die Friseurbranche muss sich auch künftig einigen Herausforderungen stellen. So stieg das Lohnniveau in den letzten Jahren stetig an und verteuert damit die Friseurdienstleistungen für den Kunden. Viele Kunden sind preissensibler geworden und überlegen genau, für was sie Geld ausgeben und welche Leistungen ihnen wichtig sind. Auch der Arbeitsmarkt ist angespannter als noch vor Jahren; weniger Auszubildende in der Branche wirken sich langfristig verschärfend auf die Verfügbarkeit qualifizierter Fachkräfte aus. Das Thema Arbeitgeberattraktivität rückt zunehmend in den Fokus. Dies alles muss die Gründerin bei ihrer Planung und ihrer strategischen Aufstellung berücksichtigen.

Ungeachtet dessen sind die Marktaussichten für engagierte Unternehmer insgesamt positiv. Es gibt weiterhin eine stabile Nachfrage nach Friseurdienstleistungen, da Haarpflege und Styling ein unverzichtbarer Bestandteil des täglichen Lebens sind. Wer sich positiv von den Mitbewerbern abhebt, sich auf die Bedürfnisse der Kunden einstellt und auf moderne Technologie und neue Trends setzt, kann auch in einem schwieriger gewordenen Marktumfeld bestehen.

Wettbewerb:
Der Wettbewerb im Friseurhandwerk ist tendenziell hoch. Neben klassischen Friseursalons, die in der Handwerksrolle eingetragen sind, sorgen sogenannte Billig-Friseure aber zunehmend auch Barbershops für lebhafte Konkurrenz. Im Friseurhandwerk ist außerdem das Thema Schwarzarbeit präsent.

In Musterstadt mit seinen knapp 15.000 Einwohnern gibt es derzeit drei weitere Friseursalons. Während ein Mitbewerber sich im niedrigen Preissegment positioniert hat, bieten die beiden anderen Salons als Familienfriseur klassische Friseurdienstleistungen an. Es ist daher wichtig, dass sich der Salon durch einzigartige Dienstleistungen, besondere Produkte und ein besonderes Kundenerlebnis von der Konkurrenz abhebt. Daher plant die Gründerin eine Fokussierung auf anspruchsvollere Kunden und das Thema „Wohlbefinden / Wellness“ in ihrem Salon.

Zielgruppe:
Das Angebot von Carla Klein wird sich vor allem an Männer und Frauen zwischen 25 und 75 Jahren richten. Während besonders junge Menschen Wert auf trendige Haarschnitte und Styling legen, schätzen ältere Kunden eine professionelle Haarpflege und
-behandlung verbunden mit einer guten Beratung.

Die Hauptzielgruppe der Gründerin sind berufstätige Frauen, die den Friseur häufiger pro Jahr aufsuchen und auch pro Besuch einen höheren Umsatz generieren. Gerade Frauen sind durch die Doppelbelastung von Familie und Beruf häufig stark gefordert und suchen im Alltag die kleine Auszeit, wie der Salon sie bieten wird.

Standort:
Der Standort in der Innenstadt von Musterstadt ist ideal, da er eine hohe Passantenfrequenz hat. Das Ladengeschäft ist barrierefrei zu betreten, Parkmöglichkeiten sind direkt am Salon gegeben. Das Geschäft wurde bereits vorher als Friseursalon genutzt, so dass alle erforderlichen Leitungen und Einrichtungen vorhanden sind und von der Gründerin genutzt werden können. Die Nähe zu anderen Geschäften wie einem Optiker und einem Juwelier kann zusätzliche Kunden anziehen.

Lieferanten:
Die Zusammenarbeit mit renommierten Herstellern wie XYZ gewährleistet die Qualität der verwendeten Produkte und die Verfügbarkeit über verlässliche Lieferantenbeziehungen. Da die Hersteller auch beim Privatkunden bekannt sind und über ein gutes Image verfügen, stärkt dies das Vertrauen der Kunden in den Salon und sein Leistungsangebot.

Preisgestaltung:
Die Preisgestaltung soll darauf abzielen, kostendeckende Dienstleistungspreise zu verlangen. Gleichzeitig orientiert sich die Gründerin am Preisniveau vergleichbarer Salons, um wettbewerbsfähig zu sein. Um richtig zu kalkulieren, werden die erforderlichen Stundenverrechnungssätze regelmäßig ermittelt und überprüft. Regelmäßige Sonderaktionen sowie Treue- bzw. Abo-Angebote für Stammkunden sorgen für eine starke Kundenbindung und stabile Einnahmen; unabhängig von saisonalen Schwankungen.

Marketing:
Effektives Marketing ist entscheidend für den Erfolg des Salons. Deshalb plant die Gründerin vor allem zu Beginn regelmäßige Anzeigenwerbung in den lokalen Medien. Mit einer eigenen Internetseite wird der Marktauftritt verstärkt, dabei ist es wichtig, in Suchmaschinen gut gefunden zu werden, weshalb sich die Gründerin durch eine Internet-Agentur zum optimalen SEO/Online-Marketing beraten lässt. Spezielle Aktionen und Treueangebote sorgen für Kundenbindung und eine gute Auslastung. Mit dem Aufbau einer aktuellen Kundendatenbank sollen gute Kunden immer wieder per E-Mail oder WhatsApp mit Neuigkeiten und Angeboten erreicht werden.

# Rechtsform und Firmierung

Das Unternehmen wird als Einzelunternehmen geführt. Inhaberin ist Carla Klein, Friseurmeisterin. Der Betrieb wird am Markt unter der Bezeichnung „Carla Klein – Frisuren und mehr“ auftreten.

# Organisation und Mitarbeiter

Die Gründerin wird vollumfänglich im Salon tätig sein und zusätzlich die administrativen Aufgaben und die Geschäftsführung übernehmen. Ein Online-Terminplanungs-Tool soll die Terminvergabe vereinfachen. Bei den Büroaufgaben wird Carla Klein von ihrem Ehemann, einem ausgebildeten Einzelhandelskaufmann, unterstützt.
Nach der Anfangsphase von etwa 6 -12 Monaten ist geplant, ein bis zwei Fachkräfte einzustellen. Hierfür kommen zwei ehemalige Kolleginnen in Frage. Innerhalb der kommenden drei bis fünf Jahre sollen bis zu fünf Fachkräfte beschäftigt werden.

# Analyse von Chancen und Risiken

Chancen: Der Markt für Friseurdienstleistungen und Kundenservice zeigt eine positive Tendenz. Dank bereits bestehender Kundenbeziehungen und der guten Vernetzung der Gründerin in Musterstadt wird der Salon auch zu Beginn ordentlich ausgelastet sein. Mit ihrem Fachwissen und der Kundenorientierung kann sich Carla Klein gegenüber anderen Mitbewerbern positiv abheben.

Risiken: Risiken bestehen vor allem in der Unsicherheit der Anfangsphase. Diese Risiken werden jedoch durch zahlreiche Kundenkontakte sowie durch die geplanten Werbemaßnahmen zur Eröffnung minimiert. Das Risiko eines Zahlungsausfalls ist in dieser Branche eher gering, da die Bezahlung in der Regel sofort nach der Dienstleistung erfolgt. Eine umfassende Betriebshaftpflichtversicherung schützt vor Risiken, die bei der Durchführung der Dienstleistungen auftreten können. Durch einen ständigen Vergleich der tatsächlichen Zahlen der betriebswirtschaftlichen Auswertung mit den geplanten Zahlen der Rentabilitätsprognose können Fehlentwicklungen frühzeitig erkannt werden. Carla Klein nutzt dazu die Beratung der Handwerkskammer und will nach der ersten Anlaufphase eine Check-up Beratung in Anspruch nehmen.

# Anlagen

Kapitalbedarfsplan - siehe Investitionsplan im Anhang.

Finanzierungsplan - siehe Finanzierungsplan im Anhang.

Rentabilitätsvorschau - siehe Umsatz- und Ertragsplanung im Anhang.

Lebenslauf

**11 Sonstiges**

Vor der Gründung wurde ich durch meine Steuerberaterin, Frau XY in Musterstadt, sowie die Unternehmensberatung der Handwerkskammer, Frau XY, beraten.

Musterstadt, Datum Unterschrift Carla Klein