



treatwell

Der Stand der Friseur- und Beauty-Branche

Der nationale Hair & Beauty Report 2020

Das Jahr 2020 ist noch lange nicht vorbei, aber es stellte uns bereits vor einige der größten Herausforderungen, die unsere Branche je bewältigen musste.

Nachdem der Lockdown in Deutschland aufgehoben wurde und die gesamte Friseur- und Beauty-Branche versucht, sich an die neue Normalität anzupassen, möchten wir sicherstellen, dass Treatwell hier ist, um zu helfen.

Egal, ob es darum geht Ihnen dabei zu helfen, sich in diesem Jahr und darüber hinaus mit wichtigen Brancheneinblicken zurechtzufinden, mit Ihren Kunden in Kontakt zu treten oder Ihnen die digitalen Tools zur Verfügung zu stellen, die Sie für ein erfolgreiches Unternehmen benötigen. Wir sind hier, um Sie zu unterstützen.

Wir hoffen, dass Sie diesen Bericht nützlich finden - zögern Sie nicht, eine kostenlose Beratung mit unserem Team zu vereinbaren, wenn Sie herausfinden möchten, wie Treatwell Ihrem Unternehmen sonst noch helfen kann.

Kei Kaji, CEO von Treatwell



treatwell

Bei Treatwell bearbeiten wir jedes Jahr Millionen von Friseur- und Beauty-Buchungen. Um diese Erkenntnisse an Sie weiter zu geben, haben wir uns eingehend mit unseren Daten befasst, um zu erfahren, wie (und was) Kunden jetzt buchen.

Inhalt

01

Behandlungstrends
nach dem
Lockdown

02

Änderung des
Kundenverhaltens

03

Was bringt einen
Kunden dazu, einen
Salon zu wählen?

04

Planen für die
Zukunft



Behandlungstrends nach dem Lockdown

Wie hat sich die Friseur-
und Beauty-Branche in
Deutschland verändert?

Die meist gebuchten Behandlungen diesen Sommer:

1. Herrenhaarschnitte
2. Damenhaarschnitte & Styling
3. Pediküre
4. Wimpernverlängerung
5. Maniküre

Im Hinblick auf die Buchungstrends im Jahresvergleich (August 2019 vs. August 2020) haben wir gesehen, dass einige der “näheren” Behandlungen wie Gesichtsbehandlungen und Massagen in den Hintergrund treten, während Sommer-Essentials wie Pediküre und Augenbrauenfärben ganz oben auf der Liste stehen. Klassischerweise stiegen die Haarschnitte für Männer und Frauen, sowie Färben und Highlights.

Die größten Aufsteiger

Unterschiedliche Zeiten bedeuten unterschiedliche Prioritäten. Als die Salons wieder eröffnet wurden, hat die Mehrheit der Leute nach neuen Behandlungsarten gesucht (um vielleicht einige DIY-Katastrophen zu reparieren...).

Kinderhaarschnitt **+1103%+**

Pony Schneiden **+1087%+**

Lipo Treatment **+516%+**

Gel Nägel **+315%+**

Permanent- und-Semi-Permanent Make-up **+190%**

Die jetztigen Preise für Friseur- und Beauty-Behandlungen

Wie sehen die Preise nach dem Lockdown im Vergleich zu davor aus?

Durchschnittliche Kosten pro Behandlung

Im Juli stiegen die Behandlungspreise auf breiter Front, da die Kosten für den Kauf zusätzlicher Schutzmaßnahmen und den höheren Reinigungsaufwand in den Salons berücksichtigt wurden. Während die Preise im Jahresvergleich gestiegen sind, hat sich dies im August eingependelt, als die Salons begannen, Rabatte zu gewähren, um Ihre Umsätze zu steigern.

Haarschnitt: **35€ (+6.9%)**

Balayage: **99€ (+30%)**

Gel-Maniküre: **28€ (+3.7%)**

Hollywood Waxing: **31€ (+4%)**

Tiefengewebsmassage **49€ (+2.7%)**

Um detailliertere lokale Einblicke in die Friseur- und Beauty-Branche in Ihrer Nähe zu erhalten, werden sie Partner unter treatwell.de/partner

(Daten basierend auf Aug. 2019 & Aug. 2020)

2022

Verändertes Buchungsverhalten

Wie Kunden ihr
Buchungsverhalten ändern,
um den neuen Umständen
gerecht zu werden



Spitzenzeiten verschwinden

Die Tage des Ansturms in der Mittagspause sind vorbei. Vor dem Lockdown, waren Termine zwischen 12 und 14 Uhr besonders beliebt (mit bis zu 60% der Buchungen in diesem Zeitraum). Das ist nun vorrüber. Da mehr Kunden flexibel von Zuhause aus arbeiten, haben wir einen starken Anstieg an Buchungen in bisherigen “Nebenzeiten” verzeichnet - 10 Uhr morgens ist nun der beliebteste Zeitpunkt.



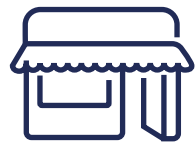
Bargeldlose Zahlungen

Ebenfalls feststellen ließ sich, dass die Zahl der Kunden, die Ihre Dienstleistung bar im Salon bezahlen, gesunken ist. Kontaktlose Methoden sind, und das ist ein allgemein beobachtbarer Trend, auf dem Vormarsch, nicht zuletzt um das Ansteckungsrisiko zu minimieren.



Im Voraus buchen

Nachdem der Lockdown aufgehoben wurde und die Kunden sich wieder freier bewegen, sind viele immer noch nicht gewillt, mit anderen gemeinsam zu warten. Stattdessen wenden sie sich der Online-Buchung zu, um sich ihre wichtigen Termine frühzeitig zu sichern. So kann das ungeliebte Verweilen im Wartebereich größtenteils vermieden werden. Wir haben sogar Leute gesehen, die bis zu drei Monate im Voraus gebucht haben.



Keine Walk-Ins mehr

Dieser Anstieg der Vorausbuchungen bedeutet auch eine große Veränderung für die Teile unserer Branche, die sich traditionell darauf verlassen haben, dass Kunden einfach vorbeikommen - insbesondere für Friseure. Durch die strengen gesetzlichen Maßnahmen und der Tatsache geschuldet, dass Kunden es bevorzugen nicht im Wartebereich mit anderen zu verweilen, gehen immer mehr Friseure online, um ihre Kunden und Termine zu verwalten.

40% der Männer planen jetzt, online zu buchen





Was bringt einen Kunden wirklich dazu, einen Salon zu wählen?

Wir haben gefragt,
was ihnen jetzt
wirklich wichtig ist



Standort

Da mehr Menschen von Zuhause aus arbeiten und weniger bereit sind, öffentliche Verkehrsmittel zu nutzen, sofern dies nicht unbedingt erforderlich ist, konnten wir beobachten, dass sich die Nachfrage nach Friseur- und Beauty-Dienstleistungen in die Wohnorte der Kunden verlagert hat. Der Loyalitätsgedanke, lokale Geschäfte zu unterstützen, spielt dabei eine große Rolle. So gaben 32% aller Befragten an, einen Salon bevorzugt in der Nähe Ihres Zuhauses zu suchen.



Reputation

Kunden möchten sicher sein, dass sie bei der Buchung die richtige Entscheidung treffen. Daher ist der Aufbau von Vertrauen ein wichtiger Faktor. 41% der Befragten geben an, dass sie bei Freunden und Familie nach Salonempfehlungen fragen. Darüber hinaus interessieren sie sich auch für die Bewertungen anderer Kunden. Der Zugang zu Salonbewertungen ist der Hauptgrund, warum unsere Kunden sagen, dass sie Treatwell nach dem Lockdown verwenden.





Hygiene

Seit dem Ende des Lockdowns haben sich gesteigerte Hygienemaßnahmen durchgesetzt. Kunden achten mehr denn je auf eindeutige Anzeichen dafür, dass ihre Gesundheit und Sicherheit ernst genommen werden. Für fast ein viertel der Kunden wurde Hygiene als Hauptanliegen bei der Wahl eines Salons angesehen.



Preis

Keine Überraschungen hier. Kunden werden letztendlich immer daran interessiert sein, wie viel Ihre Dienstleistungen kosten. In der Zeit nach dem Lockdown geben Kunden jedoch an, dass sie tatsächlich bereit sind, für Termine etwas mehr zu zahlen, solange sie sich in sicheren Händen fühlen - und unsere Daten bestätigen das.

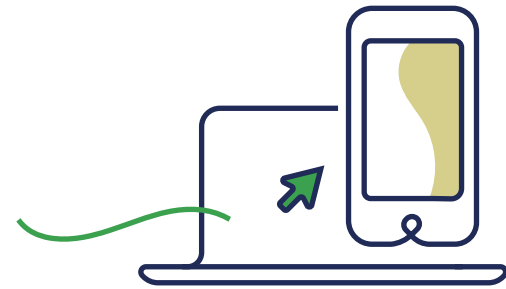
04

Planung für die Zukunft der Friseur- und Beauty-Branche

4 Dinge, die Sie jetzt tun
können, um sicherzustellen,
dass Sie zukünftig gut
aufgestellt sind

1

Stellen Sie sicher, dass Sie online präsent sind

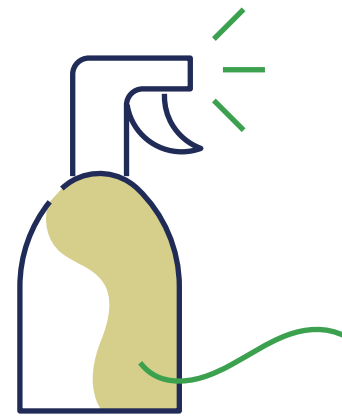


Vorbei sind die Tage der Laufkundschaft - Kunden recherchieren vor der eigentlichen Buchung online, also müssen Sie dort sein, wo die Kunden suchen. Investieren Sie etwas Mühe in Ihre Social-Media-Profile, erstellen Sie eine Website, bringen Sie Ihr Unternehmen online - wo immer Ihre Kunden suchen - Sie müssen präsent sein.

Es geht nicht nur darum, bemerkt zu werden - die Online-Welt ist der perfekte Ort, um Ihre besten Bewertungen zu teilen, Kunden über Ihre Hygieneprotokolle zu informieren und Vertrauen aufzubauen, bevor Sie überhaupt gebucht haben.

2

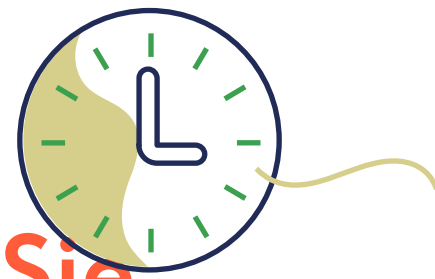
Verbessern Sie Ihre Hygiene- und Sicherheitsmaßnahmen



Und teilen Sie diese überall. Da fast ein Viertel der Kunden Hygiene und Sicherheit als Hauptanliegen bei der Buchung von Behandlungen nach dem Lockdown ansehen, ist es wichtiger denn je, dass Sie hier gut aufgestellt sind.

Lassen Sie zwischen den Terminen zusätzliche Zeit für die Reinigung, stellen Sie sicher, dass Ihre Mitarbeiter die Richtlinien sichtbar befolgen und veröffentlichen Sie Ihre Hygienestandards - hängen Sie diese in Ihrem Schaufenster aus und teilen Sie diese in Ihren sozialen Medien oder auf Ihrer Website. Wie auch immer die Leute auf Ihren Salon aufmerksam werden, Sie sollten da sein, um ihnen zu versichern, wie ernst Sie ihre Sicherheit nehmen.

3 Erwägen Sie, Ihre Öffnungszeiten zu ändern



Da die traditionellen Stoßzeiten weitgehend verschwinden, sind die Buchungszeiten der Kunden viel weniger vorhersehbar. Kombinieren Sie dies mit längeren Ruhezeiten zwischen Kunden, während Sie reinigen und desinfizieren und stellen Sie sicher, dass Sie jede Stunde des Tages optimal nutzen.

Probieren Sie längere Öffnungszeiten aus, um festzustellen, ob sich dies positiv auswirkt

- beispielsweise durch Staffelung der Schichten Ihrer Mitarbeiter, besonders wenn Sie ohnehin nicht alle auf einmal in den Salon passen.

Denken Sie daran, sich nicht zu breit aufzustellen

- jeder Zeitplan, den Sie in Erwägung ziehen, muss nachhaltig sein. Kein Kunde möchte, dass Sie sich persönlich nicht wohl fühlen.

4 Überprüfen Sie Ihre Preise



Recherchieren Sie - Kunden sind bereit, etwas mehr für ihre Behandlungen zu bezahlen. Sie müssen jedoch sicherstellen, dass Sie die richtige Erwartungshaltung wecken. Ein zu hoher Preis wirkt abschreckend. Ist er zu niedrig, werden sie Ihnen möglicherweise nicht vertrauen.

Informieren Sie sich über die Servicepreise Ihrer Mitbewerber, recherchieren Sie nach ähnlichen Unternehmen oder fragen Sie Ihre bestehenden Kunden direkt um Rat. Es geht darum, die richtige Balance zu finden.

Tipp: Wenn Sie ein Treatwell-Partner sind, wenden Sie sich an uns. Wir helfen Ihnen dabei, die perfekte Preisliste für Ihre Region zu finden und festzulegen.

Einfach schöner arbeiten mit Treatwell

Unsere Mission ist es, die Art und Weise, wie sich die Friseur- und Beauty-Branche mit ihren Kunden vernetzt, zu verändern. Deshalb arbeiten wir hart daran, unseren Salonpartnern alle digitalen Werkzeuge, das Marketing und die Inspiration zu bieten, die sie benötigen, um erfolgreich zu sein.

Dieser Bericht gibt einen Überblick darüber, wie sich die Branchenlandschaft in Deutschland verändert hat.

Um detailliertere lokale Einblicke in die Friseur- und Beauty-Branche zu erhalten, sprechen Sie mit uns darüber, heute noch Partner zu werden.

**Mehr erfahren unter:
treatwell.de/partner**