



Vitalia Safranova, Foto: Zukunftsinstitut Workshop GmbH

## 6 Trends für das Salonbusiness

**Die Trendforscherin Vitalia Safranova erklärt, welche gesellschaftlichen Trends wichtig für das Salongeschäft sind und welchen Einfluss die Covid-19-Pandemie darauf hat.**

Covid-19 hat als Katalysator für die Top-Trends in der Gesellschaft gewirkt. Dabei ist generell der Fokus von langfristigen Trends auf das Unmittelbare umgeschwenkt. „Im Wesentlichen geht es jetzt vermehrt um die Fragestellung, wie und in welcher Welt wir nach Corona leben möchten,“ so Trendforscherin Vitalia Safranova vom Zukunftsinstitut Workshop GmbH. Für Friseure identifiziert sie folgende Trends:

### **1. New Work**

Kund\*innen und Angestellte möchten flexible Arbeitszeitmodelle nutzen. Kund\*innen arbeiten mehr aus dem Homeoffice, die Präsenz im Büro wird etwas Besonderes. Da können spezielle Angebote und Services beim Friseur Sinn machen.

### **2. Digitalisierung**

Online-Buchungssysteme beim Friseur, digitale Angebote für individuelle Beratungen oder Workshops werden immer wichtiger.

### **3. Individualisierung und Diversität**

Viele Menschen möchten noch mehr als bislang mit ihrer Individualität experimentieren und diese ausleben. Dafür braucht es Möglichkeiten und Räume.

### **4. Gesundheit, Sicherheit und innere Schönheit**

Die Gewichtung verschiebt sich vom Gut-Aussehen zum Sich-Gut-Fühlen. Menschen möchten über ihre Gefühle reden und sich auch gesehen fühlen, wenn es ihnen mal nicht gut geht. All das braucht Strukturen, die das akzeptieren und auffangen. Außerdem haben sich höhere Hygienestandards etabliert. Fragen Sie sich: „Mit welchen neuen Angeboten in Technik, Produkten oder Dienstleistung kann man dem gesteigerten Bedürfnis der Menschen nach Sicherheit und Gesundheit nachkommen?“

### **5. Verantwortungsbewusstsein**

Authentizität und verantwortungsvoller Umgang mit dem Planeten erwarten die Kund\*innen auch von ihrem Salon. Nachhaltig und ressourcenschonendes Handeln beeinflusst zunehmend Kaufentscheidungen.

### **6. Bedeutsamkeit**

Die Menschen suchen die Verbindung zu anderen Menschen, die Verbindung zu sich selbst und nach bedeutsamen Kontakten. Deshalb müssen Friseure ihre Kund\*innen kennen. Fragen Sie sie nach ihren Träumen, Wünschen und Sehnsüchten. „Sind es junge Menschen, die einen Ort der Inszenierung im Sinne von Social Media suchen, oder möchten meine Kund\*innen vielleicht in einem Raum der Stille entspannen? Einige Bedürfnisse sind trotz Pandemie gleichgeblieben, andere haben sich verändert. Aus meiner Sicht macht es Sinn, genau jetzt mit Stammkund\*innen ins Gespräch darüber zu kommen, was sie sich am meisten wünschen, wenn sie in den Salon kommen und was sie am meisten vermissen.“ So lassen sich neue Angebote entwickeln – auch für alte Bedürfnisse, so die Zukunftsforscherin.

*Quelle 1: Vitalia Safranova hat die Trends im Auftrag von La Bioesthétique für die Friseurbranche identifiziert.*

*Quelle 2: Artikel „6 Trends für das Salonbusiness“ vom 28.06.21, TOP HAIR online*