



**Businessplan
Meisterprüfung im Beruf
Friseur und Perückenmacher
(Stylist)
Beilage zu Skript
Planungskompetenz**

Auflage 1 / November 2025

Impressum

Medieninhaber und Hersteller:

Wirtschaftsförderungsinstitut der Wirtschaftskammer Österreich
(WIFI Österreich)
A-1045 Wien, Wiedner Hauptstraße 63

© 2025, alle Rechte vorbehalten

Auflage: 1 / November 2025

Manuskript: Businessplan Meisterprüfung im Beruf Friseur und Perückenmacher
(Stylist), Beilage zu Skript Planungskompetenz

Autor: LIM Mst. Diethard Mausser

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ohne Zustimmung des Wirtschaftsförderungsinstituts der Wirtschaftskammer Österreich ist unzulässig. Das gilt insbesondere für Fotokopien, Vervielfältigungen, Übersetzung, Mikroverfilmung und die Ein speicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Die mit „Wikipedia“ gekennzeichneten Stellen dürfen unter Einhaltung der Lizzenzen von Wikipedia frei vervielfältigt werden.

Soweit im Folgenden personenbezogene Bezeichnungen nur in der männlichen oder weiblichen Form angeführt sind, beziehen sie sich auf alle Geschlechter in gleicher Weise. Bei der Anwendung auf bestimmte Personen wird die jeweils geschlechtsspezifische Form verwendet.

Es wird darauf hingewiesen, dass alle Angaben trotz sorgfältiger Bearbeitung ohne Gewähr erfolgen. Eine Haftung des WIFI Österreich ist ausgeschlossen.

Inhalt

Seite

Einleitung	4
1 Executive Summary	5
1.1 Unternehmen	5
1.2 Markt und Zielgruppe.....	5
1.3 Status.....	5
2 Unternehmen.....	6
2.1 Eckdaten des Unternehmens	6
2.2 Unternehmensprofil.....	6
3 Unternehmerprofil/Gründerprofil	7
4 Unternehmensziele	8
4.1 Bisherige Entwicklung:.....	8
4.2 Kurz- und langfristige Ziele:	8
4.3 Erfolgsfaktoren:	8
5 Produkt oder Dienstleistung.....	9
6 Kundenvorteile/Kundennutzen.....	10
7 Branche und Markt	11
8 Standortanalyse	12
9 Marketing	13
10 Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein.....	14
11 Digitale Transformation im Friseurhandwerk.....	15

EINLEITUNG

Diese Unterlage coacht Sie durch den Prozess zur Erstellung eines Businessplans. Welche Hauptelemente relevant erscheinen, werden von Ihnen selbst beurteilt.

Der Businessplan für die Aufgabenstellung soll folgende Strukturelemente enthalten:

Strukturelemente des Businessplans	
1	Executive Summary
2	Unternehmen
3	Unternehmensprofil/Gründerprofil
4	Unternehmensziele
5	Produkte und Dienstleistung
6	Kundenvorteile/Kundennutzen
7	Branche und Markt
8	Standortanalyse
9	Marketing
10	Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein
11	Digitale Transformation im Friseurhandwerk
12	Mitarbeitergewinnung und -bindung

Unterschätzen Sie den **zeitlichen Aufwand** nicht!

1 EXECUTIVE SUMMARY

Die Executive Summary ist ein eigenständiger Bestandteil des Businessplans und sollte nicht mit einer Einleitung verwechselt werden. Dieser Teil wird erst nach Fertigstellung des Businessplans verfasst und sollte kurz präzise und ansprechend sein. Für einen Friseurbetrieb ist das die ideale Gelegenheit, die Einzigartigkeit des Konzepts klar und überzeugend darzustellen um potenziellen Investoren, Partnern oder Prüfern einen schnellen, präzisen Überblick zu bieten.

1.1 Unternehmen

- **Dienstleistung:** Welche speziellen Friseurleistungen (z. B. nachhaltige Produkte, personalisierte Haarpflege) bieten Sie an, und welches Bedürfnis wird gedeckt?
- **Wettbewerbsvorteil:** Was macht Ihren Salon einzigartig (z. B. Nachhaltigkeit, Digitalisierung, spezielle Zielgruppenansprache)?
- **Teamkompetenzen:** Welche Qualifikationen und Erfahrungen bringen Sie und Ihr Team mit?

1.2 Markt und Zielgruppe

- **Zielgruppe:** Wer sind Ihre Kunden, und welche Bedürfnisse bedienen Sie?
- **Mehrwert:** Wie unterscheidet sich Ihr Salon vom Wettbewerb, und welchen gesellschaftlichen Mehrwert bieten Sie (z. B. ökologische Verantwortung)?

1.3 Status

Hinweise:

- Schreiben Sie die Executive Summary zum Schluss!
- Der Umfang soll nicht mehr als eine bis maximal zwei Seiten betragen.
- Verwenden Sie leicht verständliche Formulierungen.

2 UNTERNEHMEN

In der Unternehmensbeschreibung geben Sie einen klaren Überblick über den Hintergrund, die Werte und Ziele Ihres Friseurgeschäfts. Dieser Abschnitt bildet die Grundlage Ihres Businessplans und beantwortet, wer Sie sind, was Sie machen und welche Philosophien Sie verfolgen.

2.1 Eckdaten des Unternehmens

- **Name und Anschrift des Unternehmens:** Wie lautet der Name und die Adresse Ihres Unternehmens?
- **Kontaktdaten des Gründers:** Welche Kontaktdaten haben Sie als Gründer(in)?
- **Geplante Rechtsform und Gründungsdatum:** Welche Rechtsform wählen Sie für Ihr Unternehmen, und wann planen Sie die Gründung?
- **Firmenwortlaut und Standort:** Wie lautet der Firmenname, und wo befindet sich Ihr Salon?

2.2 Unternehmensprofil

- **Geschäftsidee:** Was ist der Fokus Ihres Salons (z. B. nachhaltige Produkte, spezialisierte Dienstleistungen)?
- **Markt- und Leistungsbereiche:** Welche Zielgruppe möchten Sie ansprechen und welche besonderen Leistungen bieten Sie an?
- **Firmenphilosophie:** Welche Werte prägen Ihr Unternehmen (z. B. Kundenorientierung, Nachhaltigkeit, Innovation)?
- **Partnerschaften:** Gibt es Kooperationen mit renommierten Marken oder Lieferanten? Wer unterstützt Sie personell, ideell oder finanziell?
- **Team:** Wie setzt sich Ihr Team zusammen? Welche Qualifikationen und Kompetenzen bringen die Mitglieder Ihres Teams mit?

3 UNTERNEHMERPROFIL/GRÜNDERPROFIL

In diesem Abschnitt präsentieren Sie Ihre Qualifikationen sowie Ihre Erfahrungen. Hier zeigen Sie auf, warum Sie die richtige Person für die erfolgreiche Führung des Salons sind und welche Fähigkeiten sowie Kenntnisse Sie mitbringen, um das Unternehmen erfolgreich zu leiten.

- **Darstellung Ihres Werdegangs:** Wie gestaltet sich Ihr beruflicher Werdegang, und welche Fachkenntnisse im Friseurhandwerk sowie unternehmerischen Fähigkeiten bringen Sie mit?
- **Auszeichnungen und Zertifikate:** Welche Auszeichnungen oder Qualifikationen unterstreichen Ihre Expertise?
- **Erfahrungen in anderen Branchen:** Welche Erfahrungen aus anderen Bereichen haben Sie, die den Salonbetrieb positiv beeinflussen könnten?
- **Netzwerk und Kontakte:** Welche Netzwerke oder Beziehungen zu Lieferanten, Kunden oder anderen relevanten Partnern haben Sie aufgebaut?
- **Vision für das Unternehmen:** Was ist Ihre langfristige Vision für den Salon, und wie wollen Sie den Salon in den kommenden Jahren weiterentwickeln?

4 UNTERNEHMENSZIELE

Die Unternehmensziele befassen sich mit Ihren strategischen Zielen und der langfristigen Vision für die Entwicklung Ihres Friseursalons. In diesem Abschnitt gilt es, klare, realistische und messbare Ziele zu definieren und die wichtigsten Meilensteine festzulegen, die Sie auf dem Weg dorthin erreichen möchten.

4.1 Bisherige Entwicklung:

Welche Schritte haben Sie bereits unternommen (z. B. Standortwahl, Investitionen, Partnergewinnung)?

4.2 Kurz- und langfristige Ziele:

- Welche Meilensteine möchten Sie in den nächsten 3, 5 und 10 Jahren erreichen?
- Welche Ziele haben Sie sich für das erste Jahr gesetzt?
- Welche langfristigen Entwicklungen streben Sie an?

4.3 Erfolgsfaktoren:

Was sind die zentralen Aspekte, die Ihren Salon erfolgreich machen (z. B. exzellenter Kundenservice, moderne Technik, effiziente Abläufe)?

5 PRODUKT ODER DIENSTLEISTUNG

Dieser Abschnitt befasst sich mit den Produkten und Dienstleistungen Ihres Friseursalons. Erläutern Sie, wie Ihr Angebot gezielt die Bedürfnisse Ihrer Zielgruppe anspricht und heben Sie hervor, was Ihren Salon von der Konkurrenz unterscheidet.

- **Angebotene Dienstleistungen:** Welche Friseurleistungen bieten Sie an (z. B. Haarschnitte, Colorationen, Stylings, Wellness-Behandlungen)?
- **Spezialisierung:** Haben Sie eine spezielle Ausrichtung oder Nische (z. B. nachhaltige Produkte, besondere Haarschnitt-Techniken)?
- **Produktangebot:** Welche Produkte (z. B. Haarpflegeprodukte, Stylingprodukte) bieten Sie an, und wie unterscheiden sie sich von anderen auf dem Markt?
- **Innovationsfaktor:** Welche neuen oder innovativen Dienstleistungen möchten Sie in den Markt einführen?
- **Kundennutzen:** Wie profitieren Ihre Kunden von Ihrem Service und Produktangebot?

6 KUNDENVORTEILE/KUNDENNUTZEN

Hier geht es darum, warum Kunden Ihr Angebot wählen sollten. Der Fokus liegt auf den einzigartigen Vorteilen und dem Mehrwert, den Ihr Friseursalon seinen Kunden bietet. Zeigen Sie auf, wie Ihre Dienstleistungen und Produkte die Bedürfnisse der Kunden erfüllen und was Ihr Angebot von anderen abhebt.

7 BRANCHE UND MARKT

Eine fundierte Marktanalyse hilft, Wettbewerbsvorteile zu erkennen und Ihre strategische Ausrichtung festzulegen. Dabei werden aktuelle Trends, Kundenbedürfnisse und das Wettbewerbsumfeld berücksichtigt, um Ihr Unternehmen optimal zu positionieren. Analysieren Sie, wie sich Ihr Unternehmen in der Friseurbranche positioniert und welche Chancen der Markt bietet.

- **Nachfrageanalyse:** Wie untersuchen Sie die Nachfrage nach nachhaltigen Dienstleistungen in der Friseurbranche?
- **Trendanalyse:** Welche Auswirkungen haben Trends wie Naturkosmetik und vegane Produkte auf den Markt?
- **Wachstums potenzial:** Wie bewerten Sie die Wachstumschancen in kleinen und mittelgroßen Städten?
- **Best Practices:** Wie vergleichen Sie sich mit anderen europäischen Märkten, um erfolgreiche Strategien zu identifizieren?
- **Technologie und Digitalisierung:** Welche Auswirkungen haben digitale Buchungsplattformen auf die Friseurbranche, und wie können Sie diese nutzen?

8 STANDORTANALYSE

In diesem Abschnitt geht es darum, warum Sie sich für diesen Standort entschieden haben und welche strategischen Vorteile er mit sich bringt. Erklären Sie, wie der Standort die Erreichbarkeit Ihrer Zielgruppe optimiert, die Kundengewinnung fördert und das Potenzial zur Umsatzsteigerung erhöht. Wichtige Faktoren wie die Laufkundschaft, die Wettbewerbssituation und mögliche zukünftige Entwicklungsmöglichkeiten sollten dabei berücksichtigt werden, um zu verdeutlichen, wie der Standort ideal zu Ihrem Geschäftskonzept passt und welche langfristigen Chancen sich daraus ergeben

9 MARKETING

Marketing spielt eine entscheidende Rolle bei der Steigerung der Sichtbarkeit, Reichweite und Markenidentität. Besonders wichtig sind digitale Kanäle und innovative Ansätze, um Ihre Zielgruppe effektiv anzusprechen und zu binden. Erläutern Sie in diesem Abschnitt, welche Strategien Sie nutzen, um Kunden zu gewinnen und langfristig zu binden.

10 NACHHALTIGKEIT UND UMWELTBEWUSSTSEIN

Hier können Sie aufzeigen, wie Ihr Salon umweltbewusst agiert und innovative Ressourcenschonung verfolgt. Erläutern Sie, wie nachhaltige Praktiken in Ihren Friseurbetrieb integriert werden, um ökologische Verantwortung zu übernehmen und langfristige Wettbewerbsvorteile zu sichern.

11 DIGITALE TRANSFORMATION IM FRISEURHANDWERK

Die digitale Transformation in Ihrem Friseursalon steigert nicht nur die Effizienz, sondern stärkt auch die Kundenbindung und modernisiert den gesamten Betrieb. Beschreiben Sie, wie Sie durch den Einsatz digitaler Technologien Arbeitsprozesse optimieren und gleichzeitig innovative Möglichkeiten der Kundenbetreuung schaffen. Zeigen Sie auf, wie digitale Tools wie Online-Buchungssysteme, digitale Kundenkarten oder Social-Media-Kanäle die Interaktion mit Ihren Kunden verbessern und den Salonbetrieb effizienter gestalten.