

# 10 Ideen, um mehr aus dem Web herauszuholen

von **Raphaela Kirschnick**



Photo: Elle Macchietto della Rossa

Das „.com“-Fieber hat sich einigermaßen gelegt, aber denken Sie nicht, dass dies ein Aus fürs Internet bedeutet. Im Gegenteil, immer mehr Leute sind online, rund um die Uhr ... Shoppen, Informationen suchen (neudeutsch: googeln) oder einfach nur um rumzuhängen (neudeutsch: chatten). Immer mehr Haushalte lassen sich eine High-Speed Internet Verbindung legen. Und wenn es um die Jobsuche geht, wer liest heute noch Zeitungsanzeigen.

Wer glaubt, dies seien Übertreibungen kann sich folgende Zahlen näher zu Gemüte führen: Laut Statistik Austria (vom Oktober 2004) sind 60% der Wiener Internetnutzer. 94% aller 16 – 23jährigen waren in den vergangenen 12 Monaten im „Web“; Erwerbstätige 66% und Pensionisten liegen derzeit noch hinten an mit 17%. Und Entwicklungsprognosen sagen einen weiterhin rasanten Anstieg voraus. Übrigens ist Email die beliebteste Art der Internetnutzung.

Auch im Salonalltag wird das Web bald nicht mehr wegzudenken sein. Sollten Sie noch keine Website oder gar noch keinen Internetzugang haben, dann ist es an der Zeit darüber nachzudenken. Nachfolgend finden Sie Anregungen, zum einen für den sinnvollen Umgang mit der eigenen Präsenz im Web und zum anderen zur Nutzung der zahlreichen Sites, die es bereits heute rund um die Friseurbranche gibt.

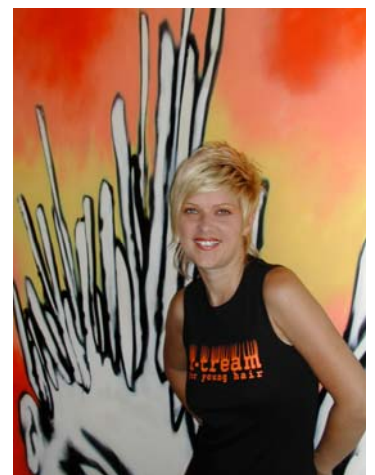
Ihre eigene Homepage ist wie ihre Visitenkarte im Web und ein relativ günstiger Weg, um Werbung für Ihren Salon zu machen. Zuerst gilt es das Augenmerk auf die Inhalte zu legen. **Herbert Kirchner von ‚Bathouse‘, Concepts + Mediendesign in Graz** empfiehlt: „Die **Basiseinträge** bei Homepages bestimmen sich über das **WER – WAS – WIE – WO**“. **„Wer** bin ich und mein Team! **Was** Mache ich! **Wie** unterscheide ich mich von meinen Mitbewerbern! **Wo** bin ich, die Kontaktinformationen!“

Sicherlich relevant im Entscheidungsfindungsprozess sind die **Kosten**. Eine einfache Präsenz kann man schon recht günstig haben, um relevante Informationen wie Preise, Öffnungszeiten und Adresse mitzuteilen. Herbert Kirchner hierzu: „Die Kosten einer Homepage variieren naturgemäß sehr stark. Man kann davon ausgehen, dass ‚einfache‘ Seiten ab €500,- zu bekommen sind. ‚Hochwertige‘ Auftritte ab €1.500,-, wobei die Grenzen nach oben offen sind.“

Bevor Sie also eine Website planen, erstellen Sie ein **Konzept** darüber, was Sie präsentieren wollen. Fragen Sie auch Ihre Kunden, was diese interessieren würde. Zum Thema Zielgruppengerechte Website sagt **Sandra Schwarz-Schenk von ‚X-tream‘** - einem Salonkonzept für Jugendliche im Vorarlberg -: „Die Jugendlichen interessieren sich nicht für Preisliste, Öffnungszeiten oder Ähnliches, diese Seiten haben bei uns kaum Klicks. Stark besucht sind die Seiten mit Fotos und Eventinformationen“. Auf der kreativen Website [www.x-tream.at](http://www.x-tream.at) findet sich deshalb eine Fotodatenbank der Besucher, die sich damit auch als Haarmodel anbieten. „Dadurch ist ‚X-tream‘ eine extrem emotionale Bindung der Jugendlichen gelungen“ so Sandra Schwarz-Schenk.



Das sehr junge Konzept von ‚X-tream‘ spiegelt sich auch in der Gestaltung der Website wieder.



Sandra Schwarz-Schenk von ‚X-tream‘ setzt auf Photos für eine starke emotionale Bindung der jugendlichen Zielgruppe

Sicher ist, dass **Kommunikation** via Email um einiges günstiger und schneller ist als herkömmliche Werbesendungen. Denken sie daran, sie sparen Druckkosten, Porto und vor allem Zeit. Auch Zusatzservice wie Terminerinnerung bis hin zu Mitteilungen über aktuelle Aktionen und Newsletter können sie per Knopfdruck versenden.

Natürlich sollten Sie dafür sorgen gefunden zu werden. **Salonfinder Seiten** bringen potentielle Neukunden direkt zu Ihnen. So können Sie z.B. bei [www.beautywelt.at](http://www.beautywelt.at) ihren Betrieb umfangreich präsentieren und Aufmerksamkeit auf Ihren Salon lenken.

Natürlich ist Mundpropaganda die beste Werbung. Aber für viele, vor allem jüngere Kunden ist das Web ein erster Orientierungspunkt. Und häufig läuft das so, dass man Sie erst mal im Internet „googelt“. Hat man Sie gefunden, wird geprüft, ob der Salon gefällt und man der Empfehlung folgt.

Um möglichst oft gesehen zu werden, ist auch eine umfangreiche **Verlinkung** mit Gewerbetreibenden in Ihrer Umgebung zu einem **Web-Network** (z.B. Boutiquen, Hotels, Optiker, Bars, Orts-Seiten usw.) zu empfehlen. Durchforsten Sie Websites in Ihrem Ort, die eine ähnliche Zielgruppe ansprechen und suchen Sie nach **Kooperationsmöglichkeiten**.

Wenn Sie es leid sind auf Bewerbungen zu warten, dann können Sie neue **Mitarbeiter** im Web finden. Immer häufiger wird das Internet zur Jobsuche genutzt, vor allem von der jungen Generation (18 – 30). [www.friseurjobagent.at](http://www.friseurjobagent.at) ist eine friseurexklusive, firmenunabhängige Jobbörse, die neben vielen topaktuellen Jobangeboten auch viele Jobgesuche interessierter Friseure enthält. Eine direkte Vernetzung mit Partnersites in Deutschland, Schweiz und Holland erweitert die Anzahl potentieller Kandidaten, vor allem für Salons im grenznahen Raum. Und Sie können mit einer Webverlinkung Interessenten direkt zu sich auf Ihre Homepage holen.

**Bestellungen online:** Auch der Friseurgroßhandel baut stärker auf das Web. Immer mehr werden Online-Bestellungen angeboten (z.B. [www.jantscha.com](http://www.jantscha.com) oder auch in Arbeit bei [www.roma.at](http://www.roma.at)).

**Oder einfach mit Kollegen chatten ...** Länderübergreifende Kontakte knüpfen mit Friseurkollegen wird einem leichtgemacht auf Seiten wie z.B. [www.headbiz.de](http://www.headbiz.de). Diese 3Länderseite (D, CH, AT) ist eine Austauschplattform mit 600 verschiedenen Themen und über 4000 Beiträgen. „Dazu führen wir die größte Adress- und Linkdatenbank für Friseure im Netz.“ so Thorsten Becker, Gründer von [www.headbiz.de](http://www.headbiz.de). „Bei uns treten Friseure in den Dialog, die sich sonst sicherlich nicht kennen gelernt hätten“, so T. Becker.

Gehen Sie auf **Trendscouting** im WorldWideWeb. Nirgends kann man schneller und günstiger an weltweite Trends herankommen. Internationale Friseur-Seiten von Top-Salons aus Metropolen wie Paris (z.B. [www.dessange.com](http://www.dessange.com)), New York (z.B. [www.bumbleandbumble.com](http://www.bumbleandbumble.com)) oder London (z.B. [www.mahoganyhair.com](http://www.mahoganyhair.com)) zeigen nicht nur kreatives Webdesign sondern geben Einblicke in aktuelle Kollektionen.

Aber auch branchenbezogene Firmenseiten sind gute **Informationsquellen** zu Trends und neuen Produkten. Und bei einigen finden Sie viele Unterlagen zu Techniken oder umfangreiche, fachliche Informationen. Ob Sie also etwas über Saloneinrichtungen (z.B. [www.welonda.at](http://www.welonda.at)), Kassensysteme (z.B. [www.hugin-sweda.at](http://www.hugin-sweda.at)), Friseurfachzeitschriften (z.B. [www.friseurzeitschrift.at](http://www.friseurzeitschrift.at)), Akademien (z.B. [www.headquarters.at](http://www.headquarters.at)) oder „sonstiges Friseuriges“ etwas suchen, Sie können es finden! Die Liste ist lang und vielseitig, wie unsere Branche eben ist.

In diesem Sinne...inspiriertes Nachdenken und fröhliches Surfen!

---

Raphaela Kirschnick ist Gründerin und Geschäftsführerin von ‚Vivid Consulting‘.

**Benötigen Sie kreative Ideen und neue Konzepte für Ihren Salon, dann kontaktieren Sie uns für ein unverbindliches und kostenloses Beratungsgespräch!**

Vivid Consulting, 1040 Wien, Argentinierstr. 54/ 23,  
E-Mail [info@vividconsulting.com](mailto:info@vividconsulting.com), Fon 0676/ 780 8177



Sichern sie sich ihre Präsenz auf Fremdseiten, wie Salonfinderseiten, z.B. [www.beautywelt.net](http://www.beautywelt.net)!

**friseurjobagent.at**

Durch viele topaktuelle Jobangebote und Jobgesuche surfen geht bei [www.friseurjobagent.at](http://www.friseurjobagent.at) !



Informationsaustausch mit Kollegen leichtgemacht im unabhängigen Friseurforum [www.headbiz.de](http://www.headbiz.de)!



Marketing  
Kommunikation  
Personal  
für das Friseurhandwerk