



## Kein Sudern, sondern Lösungen – Friseurkette bestehend aus kleinen und mittleren Friseursalons Nicht der höchste Preis, die höchste Auslastung zählt

**Vor kurzem waren wir bei Marcus Eisinger, Innungsmeister Wien, in den neuen Räumlichkeiten der Wiener Innung eingeladen. Dort sprachen wir mit Sascha Jederman, dem Gründer der ‚Jederman Academy‘, in den 2000er Jahren die größte private Friseurschule Österreichs, und haben ihn zu seinem neuen Projekt befragt.**

**Der Österreichische Friseur (DÖF):** *Hallo, Herr Jederman, schön Sie zu sehen! Wie geht es Ihnen?*

**Sascha Jederman (SJ):** Ich habe lange Jahre die von mir gegründete Jederman Academy, die größte private Friseurschule Österreichs, aufgebaut. Dazu kamen meine Salons an mehreren Standorten in ganz Österreich. Alles in allem hatte ich ein Team von über 140 Mitarbeitern geführt und dazu noch viele Schulungen und Shows veranstaltet. 2012 habe ich dann verkauft und bin in den letzten Jahren etwas kürzer getreten.

**DÖF:** *Hatten Sie in dieser Zeit viel mit dem Friseurberuf zu tun?*

**SJ:** Selbstverständlich! Ich war und bin Friseur aus Leidenschaft. Den Kontakt zur Branche habe ich nie verloren. Bei größeren Veranstaltungen und Podiumsdiskussionen war ich auch immer eingeladen – das hat mir die Gelegenheit verschafft, mich intensiv mit Kollegen auszutauschen. Während der letzten Jahre, als ich die Branche mit mehr Distanz verfolgte, hat sich mein Blick auf das Wesentliche geschärft. Und jetzt brennt es mir wieder unter den Nägeln, etwas für den Friseurberuf und die Friseure zu tun.

**DÖF:** *Was konkret planen Sie?*

**SJ:** Die Friseure sind heute mit nie dagewesenen Problemen konfrontiert. Keine Mitarbeiter, mangelnde Auslastung und kein Geld für Nachwuchs, dazu der erhebliche Kostendruck. Zu allem kommen noch die vielen Selbermachen-Videos auf den verschiedenen Plattformen als weiteres großes Übel für die Friseure. Es sind stürmische Zeiten für uns alle. Und doch bietet diese Situation auch Chancen: Wenn der Wind kommt, verkriechen sich

manche in ihren Höhlen, andere setzen die Segel Richtung Zukunft!

**DÖF:** *Welche Chancen sehen Sie?*

**SJ:** Generell wird aktuell zu viel gesudert (wienerisch für ‚klagen‘, Anm. d. Red.). Jeder hofft darauf, dass jemand anderer ihm in der aktuellen Situation hilft. Viele jammern, schimpfen über die Industrie, die Kollegen, die Branche, und verzweifeln immer mehr. Stattdessen möchte ich konkrete Lösungen anbieten, um sie mit Friseuren umzusetzen.

**DÖF:** *Es mangelt den Friseuren doch nicht an Möglichkeiten, sich über neue Ideen zu informieren!*

**SJ:** Ich habe diese ganzen Podiumsdiskussionen zur ‚Zukunft der Friseure‘ satt, wo am Ende nur geklagt wird und jeder ausschließlich Probleme diskutiert. Da gehe ich immer mit großer Hoffnung rein und komme mit Frust wieder heraus.

**DÖF:** *Was ist Ihre Lösung?*

**SJ:** Eine Friseurkette!

**DÖF:** *Noch eine Friseurkette?*

**SJ:** Ja, und zwar eine, die nicht den kleinen und mittleren Friseuren das Leben schwer macht, sondern eine, bei der diese kleinen und mittleren Läden Teil der Lösung sind! Wir setzen auf Hilfe zur Selbsthilfe mit einem einfachen, aber weitreichenden Konzept, das wir ‚Schulterlang‘ nennen. Damit richten wir uns an die vielen kleinen Friseurläden, deren Kräfte wir bündeln, um gemeinsam erfolgreich zu sein. Wir nutzen die Stärken der einzelnen Läden, die Begeisterung der Friseure für ihren Beruf, aber eben auch die Möglichkeiten der Zusammenarbeit. Mit ‚Schulterlang‘ schaffen wir eine Dachmarke, die für die neue Art des Haarschneidens steht.

**DÖF:** *Verliere ich als Friseur damit meine Unabhängigkeit?*

**SJ:** Ihr Salon bleibt weiterhin ihr Salon und auch der Name auf

dem Salon ist weiterhin ihrer. Er wird lediglich durch die Zusatzmarke ‚Schulterlang‘ ergänzt, um den Kunden die Zugehörigkeit zu signalisieren und einen gemeinsamen Marketingansatz zu ermöglichen.

**DÖF:** *Was kennzeichnet Ihr Konzept?*

**SJ:** Die Weiterentwicklung des Haarschneidens, neue Lösungen zu finden sind praktisch meine DNA. Über die letzten Jahre habe ich ein System entwickelt, wie die Dienstleistung am Kunden effizienter wird, ohne Kompromisse bei der Qualität einzugehen. Die Weitergabe dieses Wissens und die ständigen Updates zu aktuellen Trends sind das erste Kernelement von „Schulterlang“

**DÖF:** *Was ist der zweite Teil?*

**SJ:** Dazu möchte ich etwas ausholen: Wir alle haben diesen Beruf aus der Begeisterung für das Haarschneiden, für das Gestalten und aufgrund unserer Kreativität gewählt. In der Realität ist es dann aber so, dass Haarschneiden allein nicht ausreicht. Die Führung eines Friseursalons verlangt danach, sich über die Strategie des Salons Gedanken zu machen, die Positionierung, die Preispolitik, es muss Marketing gemacht werden und neue Kunden sollen gefunden werden. Eigentlich alles Dinge, mit denen wir nichts zu tun haben wollten. Bei ‚Schulterlang‘ entlasten wir die Friseure von diesen Tätigkeiten der Unternehmensführung, indem wir das für sie erledigen.

**DÖF:** *Was hat der Friseur davon?*

**SJ:** Mit unserem System kann der Friseur sich darauf konzentrieren, was er kann und liebt – nämlich Haare schneiden und den Kunden beraten. Wir helfen dem Friseur, mehr Kunden in die Salons zu bringen. Das sorgt für eine höhere Auslastung und damit mehr Umsatz und ein höheres Ergebnis.

**DÖF:** *Das klingt zu schön, um wahr zu sein! Funktioniert das in der Praxis?*

**SJ:** Wir haben das Konzept tatsächlich schon mehrfach ausprobiert. Immer wieder hat sich bestätigt, dass Friseure die neue Art des Haarschneidens sehr schnell verinnerlichen. Durch die unternehmerischen Aktivitäten um das Geschäft herum, konnte innerhalb von wenigen Wochen eine signifikant höhere Auslastung und Ergebnisverbesserung erzielt werden.

**DÖF:** *Mit allem Respekt, Herr Jederman, - ganz schön große Töne! Haben Sie ein Allheilmittel für die Branche entdeckt?*

**SJ:** Ich vergleiche das gerne mit dem Motel One. Das ist die am schnellsten wachsende Hotelkette weltweit – in einer Branche, die es auch schon ein Weilchen gibt. Allein in einer Stadt wie Wien finden Sie vier Häuser dieser Marke. Gehen Sie dort mal rein, Sie werden überrascht sein: Der Anspruch an die Qualität ist außerordentlich hoch, ebenso an die Effizienz der Leistungserbringung. Und wenn Sie dann den Preis sehen, sind Sie gleich nochmals überrascht. Motel One bestätigt unser Konzept, dass der Erfolg nicht über den höchsten Preis, sondern die höchste Auslastung kommt. Erst wenn das Geschäft brummt, raschelt es auch in der Kassa.

**DÖF:** *Was haben die Mitarbeiter davon?*

**SJ:** Die höhere Auslastung führt zunächst mal zu mehr Aktivität im Salon, damit sichern die Mitarbeiter ihre Jobs. Außerdem macht die Arbeit viel mehr Spaß, wenn es etwas zu tun gibt. Während der Testphase gab es einen unerwarteten Nebeneffekt: Die Mitarbeiter haben, wegen der verbesserten Dienstleistungsqualität und weil mehr Kunden kamen, deutlich mehr Trinkgeld

bekommen. Durch Top-Auslastung sind dann auch Top-Gehälter möglich.

**DÖF:** *Welche Friseure können an ‚Schulterlang‘ teilnehmen?*

**SJ:** Wir richten uns an kleine und mittlere Läden, sowie kleine Ketten. Wichtig ist: Der Friseur muss sich auf die Veränderung einlassen. Wir wissen, dass unser Konzept funktioniert, sind allerdings darauf angewiesen, dass die Friseure auch bereit sind, ihren Beitrag zu leisten. Einfach daran teilzunehmen, in der Hoffnung, dass wir die Arbeit für ihn machen, wird nicht ausreichen. Wir können die Friseurbranche nicht ändern, wenn wir uns nicht auch selbst ändern. Andererseits erleben wir fast immer, dass die Friseure, sobald die ersten Erfolge sichtbar werden, einen riesigen Motivationsschub bekommen.

**DÖF:** *Wird das für den einzelnen Friseur teuer?*

**SJ:** Uns ist klar, dass wir in der aktuellen Lage den Friseuren nicht auch noch Investitionen von mehreren zehntausend Euro auflasten können. Die Umgestaltung des Salons ist auch nicht unser Kernthema. Natürlich soll für den Kunden erkennbar sein, dass es sich um einen Friseursalon handelt, der nach dem ‚Schulterlang‘-Prinzip arbeitet, dafür muss ich aber nicht viel Geld ausgeben. Sollte doch etwas Geld notwendig sein, um das Geschäft aufzupeppen, wird ‚Schulterlang‘ aushelfen. Daneben haben wir eine äußerst geringe monatliche Gebühr. Alles andere wird ausschließlich umsatzabhängig gestaltet – wir verdienen also erst dann Geld, sobald sich der Erfolg für die Friseure einstellt.

**DÖF:** *Herr Eisinger, warum unterstützen Sie als Innungsmeister dieses Konzept?*

**Marcus Eisinger:** Ich unterstütze das Projekt, weil die kleinen und mittleren Friseure nicht darunter leiden, sondern Teil dieser revolutionären neuen Idee für die Friseurbranche sind. Die Entwicklung der letzten Jahre verfolge ich mit wachsender Sorge. Allen ist klar, dass etwas getan werden muss und wir als Innung stehen den Friseuren unterstützend zur Seite. Bei ‚Schulterlang‘ gefällt mir, dass es sich tatsächlich um einen lösungsorientierten Ansatz handelt, mit vielen konkreten Schritten, die jeder einzelne Friseur umsetzen kann.

**DÖF:** *Herr Jedermann, machen Sie dieses Projekt alleine?*

**SJ:** Schulterlang ist das gemeinsame Projekt von meinem Partner Mag. Erik Petraschek und mir. Erik hat in Wien und Frankreich BWL studiert und war anschließend lange Jahre in der Unternehmenssanierung im Ausland tätig. Seit vielen Jahren ist er Unternehmer und hat unter anderem in Deutschland erfolgreich eine Gießerei betrieben. Er kommt also aus einer anderen Ecke und hat mit Haarschneiden nichts zu tun, dafür umso mehr mit der Unternehmensführung und der Entwicklung von Unternehmen. Wir leiten Schulterlang gemeinsam, Mag. Petraschek stellt sicher, dass die Zahlen am Ende passen und alle miteinander Geld verdienen.

**DÖF:** *Wo kann man mehr über ‚Schulterlang‘ erfahren?*

**SJ:** Im Jänner 2024 bieten wir in Zusammenarbeit mit der Wiener Innung Informationsveranstaltungen an. Dort möchten wir auch die ersten ca. 10 Partner für die Pilotphase aussuchen, die in Wien und Umgebung stattfinden wird.

**DÖF:** *Herr Jederman, vielen Dank für das spannende Gespräch und alles Gute für ‚Schulterlang‘!*