

Das eigene Kosmetikstudio: Erfolgreich gründen oder neuen Schwung „reinbringen“

Dies ist ein Expertentipp der Reihe „Prüfungswissen HWK/IHK“. Darin behandelt werden immer Themen, die bei einer möglichen Prüfung zum Fachwirt/zur Fachwirtin für Kosmetik (HWK/IHK) oder zum/zur Kosmetikmeister/-in (HWK) abgefragt werden könnten. Diese Expertentipps sind somit ein weiterer Service für unsere Absolventen über ihre Weiterbildung bei uns hinaus, um sie optimal auf ein möglicherweise zusätzlich angestrebtes Zertifikat einer HWK/IHK und die damit verbundene Prüfung vorzubereiten.

Sie möchten sich als Kosmetikern selbständig machen? Nun, nur zu! Aus über 30-jähriger Erfahrung kann ich sagen, es ist nicht immer leicht, aber es macht Freude!

In fast keiner anderen Branche ist der Weg zur Selbständigkeit so unkompliziert. Zumindest scheint es so. Denn natürlich lauern auch hier diverse Stolpersteine. Immer wieder werden die typischen Anfänger-Fehler, die leider oft zum „Aus“ der Selbständigkeit führen, gemacht.

Was also sollten Sie bedenken? Worauf müssen Sie achten?

Nun, als erstes sollten Sie vielleicht noch einmal über die Redewendung „selbst und ständig“ nachdenken. Denn im wahrsten Sinne der Worte werden Sie zumindest in den ersten Geschäftsjahren selbst und ständig für alles zuständig sein. Dies wird von Existenzgründern oft unterschätzt.

Es soll Sie nicht entmutigen, aber die ersten Jahre sind hart. Und wenn es dann mit der Kundengewinnung dann endlich geklappt hat, stehen plötzlich Fragen von Personalgewinnung und Personalführung an. Rechtliche Vorgaben ändern sich, Gebühren und Kosten müssen bewältigt werden. Kurz gesagt, Sie sind erst einmal alles in einem – Buchhalter, Jurist, Psychologe, Catering-Service und Kosmetik-Experte.

Sie merken, Fachkenntnis ist eine wichtige Grundlage, aber Fachwissen allein genügt nicht. Sie müssen sowohl über kaufmännisches als auch über betriebswirtschaftliches Wissen verfügen. Sie sind sich über diese Dinge im Klaren? Sie haben sich selbst hinterfragt und dabei festgestellt, Sie haben Unternehmergeist und Sie brennen für Ihr Vorhaben? Ok, dann fangen Sie an mit den Planungen.

Mit diesen Vorbereitungen sparen Sie Geld

Gefragt ist jetzt gründliche Vorbereitung. Lernen Sie aus Fehlern, die andere vor Ihnen gemacht haben. Gedanken wie: „Das wird schon werden“ oder „Darüber mache ich mir Gedanken wenn es soweit ist“ vergessen Sie am besten sofort. Wenn Sie sich erfolgreich am Markt positionieren möchten, so müssen Sie im Vorfeld akribisch und konzeptionell planen. Bleiben Sie dabei – bei aller Begeisterung für Ihr Vorhaben – realistisch. Denn nur mit einer nüchternen Beurteilung und einem klaren Blick werden Sie Fehleinschätzungen, die Sie später teuer bezahlen müssen, vermeiden.

Delegieren Sie und behalten Sie die Kontrolle

Gerade zu Beginn Ihrer Selbständigkeit ist es wichtig, Dinge auch abgeben zu können. Denn nach kurzer Zeit völlig überarbeitet zu sein bringt nichts. Wenn also z. B. Ihr Partner die Buchhaltung übernimmt, eine gute Freundin vielleicht Ihre Facebook- und Instagram-Seiten betreuen kann – super! Spart Ihnen Zeit und Kosten. Eine Freundin freut sich sicher über eine Gratis-Behandlung als Gegenleistung. Wichtig aber ist, die Kontrolle muss bei Ihnen liegen. Sie als Chef/-in müssen den Überblick behalten. Sie tragen die Verantwortung (Controlling).

Bei rechtlichen Themen wie Impressum Ihrer Internetseite, Datenschutz, Gewerbeanmeldung, Haftung, GEMA, Copyright, Internetrecht, Hygieneverordnung usw. ist es ebenfalls schön, einen Beraterstab in Anspruch nehmen zu können. Aber vertrauen Sie hier besser nicht irgendwelchen Foren im Netz, sondern greifen Sie auf offizielle Dokumente zurück. Die Industrie- und Handelskammer sowie auch die Handwerkskammer geben bereitwillig Auskunft und stehen hilfreich zur Seite.

Die einzelnen Schritte konkret

Wettbewerbsanalyse: Zahl der Mitbewerber und deren Angebote überprüfen

Standortwahl: Den geplanten Standort unter den Aspekten Mitbewerber und ihre Angebote sowie Kaufkraft potenzieller Kunden kritisch betrachten. Ist die Zahl der Mitbewerber zu groß; Standortwahl überdenken!

Räumlichkeiten: Folgendes sollte überprüft werden: entspricht die Größe des Objektes den Planungen, ist der Mietpreis marktüblich und vor allem bezahlbar? Kein Risiko durch zu hohe Miete! Entspricht die Ausstattung den Anforderungen der Arbeitsstättenverordnung?

Businessplan: Gerade das Erstellen eines Businessplans bereitet in der Gründungsphase oft Kopfzerbrechen. Aber der Business-Plan ist nicht nur in der Vorbereitungsphase sondern besonders auch in den ersten Geschäftsjahren ein guter Begleiter. Zu Beginn der Existenzgründung zwingt er Sie regelrecht Ihr Vorhaben gründlich zu überdenken und sich auch über unliebsame Themen Gedanken zu machen. So vermeiden Sie Fehler und Unstimmigkeiten und denken an wichtige Details, die sonst vielleicht vergessen würden. Er ist der „Rote Faden“, der auch in stürmischen Zeiten verhindert, dass Etappenziele aus dem Blickfeld geraten.

Fördermittel: Verschaffen Sie sich aus der Vielzahl unterschiedlicher staatlicher Fördermöglichkeiten den Überblick darüber, zu welchem Zeitpunkt der Gründerphase die jeweiligen Fördermittel greifen. Den richtigen Zeitpunkt verpasst? Pech gehabt, Geld verschenkt. Denn nachträgliche Beantragung von Fördermitteln ist nicht möglich.

Der Markt und Ihre Angebote

Der Markt, das sind Ihre Mitbewerber. Diese sollten Sie sich im Vorfeld genauer anschauen. Bringen Sie Ihre Beobachtungen dann in Verbindung mit Ihrer Person und Ihrem Plan. Prüfen Sie zuerst, wo genau Ihre Vorstellungen Ihre Angebote betreffend liegen, und schaffen Sie sich Ihre Unique Selling Proposition. Dieser Begriff entstammt dem Marketingbereich und bedeutet Alleinstellungsmerkmal. Überlegen Sie also wo genau Ihr Schwerpunkt liegen soll und wen genau Sie mit Ihren Angeboten ansprechen möchten. Überlegen Sie, ob die entsprechende Zielgruppe vorhanden ist. Welche Ausstattung und welches Ambiente zu Ihrem Konzept passen? Da trendige Themen allein Ihr Konzept nicht prägen sollten, schaffen Sie sich mit Ihrem Personal Branding und Ihren ganz speziellen Angeboten IHR Alleinstellungsmerkmal. Damit heben Sie sich von Ihren Mitbewerbern ab und machen sich unverwechselbar.

In meinem ersten Expertentipp zum Thema Personal Branding (vom 2. 2. 2019, bei Bedarf gern noch einmal anfordern) habe ich schon eine ganze Menge zu diesem Thema geschrieben. Dennoch hier noch einmal mein dringender Rat: Schauen Sie sich genau an, was Ihre Mitbewerber anbieten! Schauen Sie sich auch an, wie sich Ihre Mitbewerber präsentieren. Finden Sie die Stärken und die Schwächen Ihrer Mitbewerber heraus. Schauen Sie sich deren Internetauftritt genau an, machen Sie Probebehandlungen bei Ihren Mitbewerbern. Bedenken Sie: Alles was neu und alles was anders ist weckt Interesse.

Überprüfen Sie Ihre Mitbewerber

Wie angenehm sind Empfangs-und Wartebereich gestaltet, wie ist die Schaufenstergestaltung, wie professionell wirkt die Arbeitskleidung, liegen Visitenkarten und Flyer aus und machen diese einen professionellen Eindruck? Gibt es ein Corporate Identity (Wiedererkennung)? Welche Produkte werden verwendet, wie ist die Kabinenausstattung, gibt es über die klassischen Anwendungen hinaus Zusatzangebote? Wie ist das Preis-Leistungsverhältnis? Und ganz besonders den Service „rund um die eigentliche Behandlung“ anschauen. Denn genau hier können Sie noch einmal durch ganz besonderen Service punkten. Seien Sie dabei einfallsreich. Das Glas Wasser oder die Tasse Kaffee sind sicherlich bei Kunden oft willkommen und werden als nette Geste wahrgenommen. Aber etwas Besonderes sind sie nicht. Lassen Sie sich etwas anderes einfallen, die Palette der Möglichkeiten ist groß.

Setzen Sie nun genau da an, wo Sie bei Ihren Mitbewerbern Defizite gesehen haben. Stellen Sie den Angeboten Ihrer Mitbewerber deutlich bessere Angebote gegenüber. Sehen Sie herausragende Ergebnisse beim Mitbewerber, so müssen Sie einerseits natürlich unbedingt mithalten und zudem müssen Sie Möglichkeiten der Unterscheidung finden.

Ein Beispiel: Mitbewerber stellen bei ihren Angeboten besonders die rein manuellen Tätigkeiten in den Vordergrund und werben nach dem Motto: Die goldenen Hände der Kosmetikerin. Ok, dann bieten Sie alternativ innovative, ergebnisorientierte Apparatebehandlungen an. Die „Goldenen Hände“ haben Sie zudem natürlich auch.

Last but not least: Die Startphase

Warum beschreibe ich die Startphase zuletzt? Nun, ganz einfach, ich möchte Ihnen diese Phase noch einmal ganz besonders vor Augen führen. Weil genau diese Zeit der Existenzgründung oft schon Vorzeichen eines bitteren Endes beinhaltet. Das muss aber nicht sein!

Wie lange dauert also die Startphase und was sollten Sie in dieser Zeit besonders beachten? In der Regel handelt es sich hier um einen Zeitraum zwischen einem und zwei Jahren. Tendenz eher in Richtung zwei Jahre. Abgesehen von Kosten für die Ausstattung des Institutes ist für diese Zeit ein ausreichend großes finanzielles Polster notwendig. Warum? Neben Lebenshaltungskosten sind Miete, Nebenkosten, Versicherungen – wie z. B. eine Berufshaftpflicht – Produkte für das Institut zu berücksichtigen. Die Umsatzerwartungen sollten nicht zu hoch geschraubt werden. Die entscheidende Basis ist also ein solider Finanzplan.

Sie sehen, eine Menge Arbeit liegt vor Ihrer eigentlichen Existenzgründung. Aber glauben Sie mir, die investierte Zeit wird sich lohnen.

Ich bin mir sicher, Sie werden von diesem Expertentipp profitieren – egal, ob als selbstständige, angestellte oder angehende Kosmetikerin.

Für den Fall, dass Sie später vielleicht zusätzlich zu unseren Abschlüssen vielleicht noch den Abschluss einer HWK/IHK erwerben möchten, sollten Sie sich diesen Expertentipp abspeichern. Dieser Inhalt könnte bei einer Prüfung der HWK/IHK abgefragt werden.

*Alle Expertentipps der Reihe „Prüfungswissen HWK/IHK“ finden Sie jederzeit unter:
<https://elite-fernakademie.de/pruefungswissen>*

Herzliche Grüße

Waltraud Böhme

Unser Seminarangebot finden Sie unter

<https://elite-fernakademie.de>

Und so erreichen Sie uns

Telefon 08165 62441

Fax 08165 970 018

w.boehme@elite-fernakademie.de

www.elite-fernakademie.de