

Social Media. Ein Realitätscheck.

Kaum eine Veranstaltung bei der nicht die **Präsenz von Friseursalons in den Social Media** als **unabdingbar** bezeichnet und **Tipps für den optimalen Auftritt** in selbigen gegeben werden. Wie sieht es in der **Realität** tatsächlich aus? Wie **intensiv und wie professionell präsentieren sich Friseursalons** wirklich? Dazu die **Ergebnisse einer Stichprobe von Einzelsalons und Filialunternehmen** bei Facebook und Co.

Beschränkter Auftritt.

Facebook und Instagram. Das war's dann in den meisten Fällen. Ab und zu mal **zarte Ansätze** in Richtung **TikTok**. Bei X, früher Twitter läuft, so gut wir garnichts!

Einzelsalon: schwacher Auftritt.

9,9 Personen sind im Durchschnitt pro Salon in den **71** untersuchten **Auftritten** beschäftigt. Die durchschnittliche Zahl der **Follower** liegt bei **Facebook** bei **1.243** und bei **Instagram** bei **2.211**. Die **Spanne** zwischen hoher und niedriger Zahl von Followern ist **beachtlich**. Wenige Aktive liften den Durchschnittswert.

Wird die **Aktualität und Professionalität** auf einer **Skala** von **10** (sehr gute Nutzung) und **1** (sehr schlechte Nutzung) bewertet, liegt der Wert bei **Einzelsalons** bei **Facebook** bei **3,6** und bei **Instagram** bei **4,4**. Als "Marketinginstrument" wird Facebook kaum genutzt, überwiegend als **digitale Pinwand**.

Filialisten: etwas mehr "traffic".

11,8 Filialen betreiben die untersuchten Filialunternehmen im Durchschnitt. **43** Auftritte bei **Facebook** und **39** bei **Instagram** wurden analysiert. Die **durch-**

schnittliche Zahl der **Follower** liegt bei Filialisten bei **2.847** bei **Facebook** und **3.154** bei **Instagram**. Die deutlich höhere Zahl an Followern war zu erwarten.

Bei der Bewertung von **Aktualität und Professionalität** der **Auftritte** kommen Filialunternehmen besser weg. **5,2** beträgt der Durchschnittswert bei **Facebook** und **6,9** bei **Instagram**. Der positive Abstand zu den entsprechenden Werten für Einzelsalons ist markant!

Lage und Trends!

Der **"Klassiker" bei Facebook** sind **vermehrte Auftritte im Coronajahr 2020** und danach ein **rascher Abfall** der Zahl der Beiträge bis auf Null. Bisweilen waren Accounts auch nicht mehr aufrufbar. Bei **knapper Besetzung**, fehlenden Mitarbeitern **mangelt es oft schlicht an Zeit** um sich mit Facebook und Instagram zu befassen.

Fotos, vor allem **Hinterköpfe** mit langem Haar und allerlei Farbtechnik, **sind der Renner!** **Mit "Marketing" hat das allerdings wenig zu tun**. Zumal die Fotos **nicht "studioliike"** sind und damit **kaum Anreize** bieten.

Ein guter, **professioneller Auftritt** auch in Social Media ist wichtig. Unbestritten. Es geht dabei nicht nur um Frequenz (**traffic**), es geht **auch** um Inhalte (**content**)!

Verlag/Vertrieb Osinski

Inhaber Diplom-Ökonom Ralf Osinski

Auf der Schützenhöhe 27

D-56170 Bendorf

V.i.S.d.P. Ralf Osinski

ralf-osinski@t-online.de

www.abschnitt.org

