

Société Française de Biosthétique

CAMPUS



2.24

Best Practice Mit Genuss Dienstleistungsfaktor erhöhen!
SFB inside Wir sind aktiv! *Relaunches* Dafür sind sie gut!

Liebe SFB-Kolleginnen und Kollegen,

wir freuen uns, die neue Frühjahrs-Ausgabe des Campus Magazins zu präsentieren und möchten euch nun offiziell als neues, frisch gewähltes Führungsduo der Société Française de Biosthétique begrüßen. Wir bilden mit der SFB und fast 1.500 Mitgliedsbetrieben eine starke und beständige Gemeinschaft, die auf den Grundwerten des Miteinanders, der Verlässlichkeit, der Wertschätzung, des voneinander Lernens und der Unterstützung unseres Partners basiert. Das gibt jedem Einzelnen von uns die Chance, sich weiterzuentwickeln!

Daher laden wir euch herzlich ein, aktiv an diesem Austausch teilzunehmen und unser Netzwerk eifrig zu nutzen, um voneinander zu profitieren. Möglichkeiten dazu gibt es viele: etwa unsere Aktivgruppen, Projektgruppen und Erfahrungsgruppen. Aber wir veranstalten auch kleine regionale und große Events, bei denen ihr

neues Know-how sammeln könnt.

Wir haben so viele kreative Mitglieder, die ihr Wissen der gesamten Gemeinschaft zur Verfügung stellen, damit wir ALLE diesem Wettbewerb gewachsen sind.

Unser Ziel ist es, diese gewachsene Community und diese wichtige Zusammenarbeit mit unserer ganzen Kraft weiter zu stärken, damit wir uns wie gehabt in guten und in schlechten Zeiten aufeinander verlassen können! Denn wir sind fest davon überzeugt, dass wir nur gemeinsam die großen Herausforderungen des Marktes meistern können. Lasst uns also für eine gesicherte und erfolgreiche Zukunft unsere Kräfte bündeln und unser volles Potenzial entfalten.

Wir freuen uns auf eine erfolgreiche Zusammenarbeit!

Herzlichst, Eure Gabi Stern und
Angela Schröder

Angela Schröder



Gabi Stern

IMPRESSUM

Société Française de Biosthétique, SFB Büro, Gülichstr. 5, 75179 Pforzheim

Persönliche Ansprechpartnerin: Roberta Metallo, Tel. 07231-456-272,

E-Mail office@sfb-d.de

Website: www.sfb.world

Redaktion: Simone Frieb und Gabriela Contoli

Grafik: reyesnova-design.de

Hinweis zum Gendern: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit verzichten wir im CAMPUS Magazin auf das Gendern.

Die verwendeten Personenbezeichnungen beziehen sich gleichermaßen auf alle Personen.

Umsatz mit Genuss: So erhöhen Biosthetiker den Dienstleistungsfaktor!

Gewusst wie! Erfolgreiches Salonbusiness braucht in Zeiten von sinkenden Kundenzahlen und verlängerten Besuchsfrequenzen kreative Zusatzangebote und neue Lösungen. Zum Glück haben Biosthetiker dank des Total Beauty Konzepts

unendlich viele Möglichkeiten, ihre Kunden zu verwöhnen und damit gleichzeitig ihren Dienstleistungsfaktor zu erhöhen! Hier verraten Friseurunternehmer ihre erfolgreichsten Salonaktionen und innovative Upgrade-Strategien.

Produkte spüren, verlieben, kaufen. Das **„Haben-Wollen-Gefühl“** entsteht durch sinnliches Erleben. **Upgrade ist die Chance der Stunde!** Biosthetiker haben viel Potenzial, fühlbaren Mehrwert und echte Beauty-Erlebnisse zu kreieren.

„Über eigenes Erleben der Innovationen wird der Verkauf der Produkte mühelos.“

Gemäß unserem Saloncredo „Beauty made for you“ beraten wir unsere Kundinnen ehrlich und fair, wie wir sie mit individuell geschnürten Dienstleistungs- und Pflegepaketen in ihrem Wunsch nach Schönheit unterstützen können. Derzeit machen wir beispielsweise eine achtwöchige „Frühlings-Fresh-up“-Aktion mit Méthode Régénérante. Das heißt, dass wir alle Kunden zu diesem Thema gezielt dreistufig adressieren. Wir stellen ihnen zunächst die Serie als Neuheit vor. Dann erfolgen die Haarwäsche mit dem Hairloss oder Fortifying Shampoo und die anschließende Kopfmassage mit einer jeweils abgestimmten Ampulle aus der neuen Linie. So lernen sie Duft und Wirkweise der Produkte kennen. Passend zum Frühjahr stellen wir zudem die neuen Food Supplement-Kapseln vor, die Wachstum und Regeneration von Haut, Haaren und Nägeln optimal unterstützen. Über dieses eigene Erleben der Innovationen wird der Verkauf der Produkte mühelos und bekommt einen freundschaftlichen Empfehlungscharakter.

Natalie Feustel, Biosthetikerin aus Neuss



Nachhaltigkeit überzeugt! 67 Prozent der Verbraucher wünschen sich alle Kosmetikprodukte nachhaltig! Mehr als die Hälfte (55%) der Deutschen wäre sogar bereit, dafür etwas mehr zu bezahlen.

Quelle: IKW, Studie Kosmetik und Nachhaltigkeit 2023



„Wir wollen Beauty-Erlebnis-Tage im Salon zukünftig jeden Monat stattfinden lassen.“

Wir lieben es, unsere Kunden immer wieder selbst erleben zu lassen, worin der Unterschied zwischen einem „normalen“ Friseur und einem biosthetischen Total Beauty Salon besteht. Als echtes Highlight hat sich unsere jüngste Aktion, der „Beauty Detox Day“ entpuppt, für den wir ohne große Werbung nach nur einem Tag ausgebucht waren – und gleich einen zweiten Zusatztermin für interessierte Kundinnen hinzufügen mussten. An diesem Beauty Detox Samstagvormittag konnten acht Frauen bei uns eine V.I.P. Beauty-Auszeit erleben, die mit einem herrlichen gemeinsamen Frühstück startete und neben einem Haarschnitt auch ca. 10-15 kleinere und größere Kosmetik-, Verwöhn- und Detox-Behandlungen umfasste. Während dieser entspannenden Treatments erlebten diese Kundinnen unsere große biosthetische Produktpalette und viele von ihnen nahmen anschließend mehr als nur ein Pflegeprodukt mit nach Hause. Zudem war es sehr schön, dass auch langjährige Stammkundinnen an diesem Tag zusätzlich zu ihrer Lieblingsfriseurin auch die anderen Friseurkolleginnen im Salon erlebten und kennenlernten. So entstehen nicht nur eine wunderbare Kundenbindung, sondern auch ein vertrautes Gefühl, wenn die „eigene“ Friseurin mal nicht im Salon, sondern im Urlaub ist. Aufgrund dieses Erfolgs arbeiten wir derzeit an einem Konzept, solche Erlebnistage monatlich stattfinden zu lassen.

Benjamin Schmitt, Biosthetiker aus Reichartshausen

„Es ist schön zu sehen, wie aufgeschlossenen Kunden in Eigenregie Produkte ausprobieren – und dann oft auch kaufen.“

Wir arbeiten im Salon nach dem Total Beauty Konzept. Und doch gibt es Situationen, in denen es aus zeitlichen oder personellen Gründen nicht immer klappt, innerhalb der Einwirkzeiten kleine Servicedienstleistungen anzubieten. Außerdem haben wir auch viele Kunden, die während dieser Zeiten gern ungestört lesen oder auch am Laptop arbeiten möchten. Für solche Fälle haben wir unsere „Do-it-yourself-Tablets“ kreiert. Das sind verschiedene Thementablets, die sich unsere Kunden gern nehmen können, um ganz nach Bedarf und Lust selbst unsere Produktwelten und -neuheiten zu erkunden. Wir haben zum Beispiel ein Trendtablet mit den neuen Make-up-Produkten zum Testen oder auch eines mit all unseren Nagellacken im Angebot, zusammen mit Nagellackentferner, Manicare und der tollen Handcreme. Für Männer stellen wir gern eines mit der Homme After Shave Lotion, einer Handcreme sowie dem Duft aus der Homme-Serie zur Verfügung. Außerdem gibt es immer je nach Saison auch mal ein Tablet mit Testprodukten aus der Spa- oder Soleil-Serie. Es ist erstaunlich und schön zu sehen, wie aufgeschlossenen Kunden in Eigenregie

Produkte ausprobieren – und dann oft auch kaufen.

Jule Köpp, Biosthetikerin aus Hamburg





„Wir machen Wohlfühlrituale durch Upgrades zu bezahlten Dienstleistungen.“

Mit dem Total Beauty Konzept haben wir Biosthetiker sehr viele Ansätze für Wohlfühlrituale, die wir in unserem Salon durch Upgrades zu bezahlten Servicedienstleistungen umwandeln. Beispielsweise bieten wir statt einer einfachen Handmassage das Paket „Fresh up Hände“ an, bei dem wir zusätzlich zur Manicare und der Massage auch die Fingernägel in Form bringen und polieren. Diese Dienstleistung lässt sich toll in die Einwirkzeit von Farbe einpassen und kostet 20 Euro. Auch die Augenbrauen- und Wimpernfarbe für 45 Euro wird durch das gleichzeitige Auflegen von Dérmos-thétique Augenpatches während des Färbens aufgewertet – und der Bon dadurch um zusätzliche 15 Euro erhöht. Aus einem zweiminütigen Aroma-Ritual mit Aroma Complexen zaubern wir zusammen mit einer Massage eine 15-Minuten-Duft- und Sinnesreise. Diesen Upgrade-Ansatz verfolgen wir über alle Servicedienstleistungen hinweg. Um Zeiteinteilung und Umsatz planbar zu machen, werden diese Zusatzdienstleistungen, die während der Einwirkzeiten stattfinden, bereits bei der Terminvereinbarung der Kunden angeboten und gebucht.

Regina Rieckmann, Biosthetikerin aus Bargteheide

„Wir halten Ausschau nach hochwertigen Marken, die unser biosthetisches Selbstverständnis unterstreichen.“

Als Biosthetiker haben wir naturgemäß einen hohen Anspruch an unsere Dienstleistungen und die Serviceangebote, die wir unseren Kunden bieten möchten. Daher ist es mir wichtig, auch über die reinen Haar- und Hautpflegeprodukte hinaus Ausschau nach hochwertigen Marken zu halten, die dieses biosthetische Selbstverständnis unterstreichen, ergänzen und das Friseurerlebnis noch exklusiver machen können. Der Verkauf des Dyson Föhns war beispielsweise zur Markteinführung ein tolles Geschäft. Heute arbeiten wir im Salon mit Dyson Haartrocknern. Seit 2011 bieten wir außerdem den Calligraphy Cut an, der preislich 14 Euro höher liegt als ein Scherenschnitt. Dieser Haarschnitt mit dem Calligraphen ist aufgrund des völlig anderen Schneidertools für Männer total spannend. Um die Verbindung zu unseren Produkten zu schaffen, verwende ich bereits beim Calligraphieren im kurzen Oberkopfhaar gern das Volumising Spray. So erlebt der Kunde gleich den tollen Effekt in der Kombi aus Schnitt und Produkt. Auch den Langhaarservice zelebrieren wir gern, indem wir den Calligraphen mit dem Einsatz der pflegenden Long Hair Serie kombinieren. Damit spürt die Kundin direkt, wie weich und geschmeidig ihr

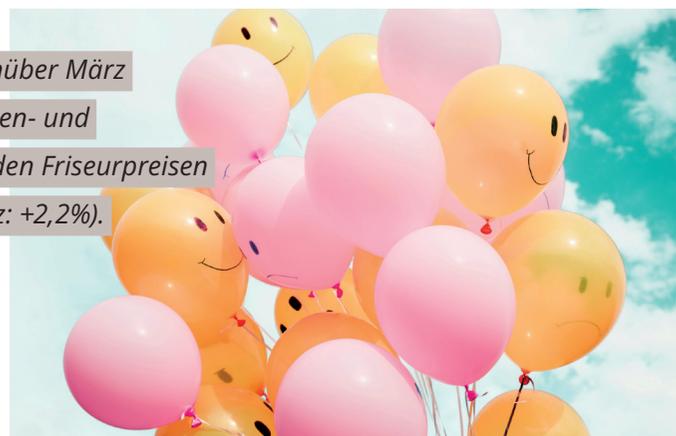
frisch calligraphiertes Haar fällt.

Sebastian Beck, Biosthetiker aus Ludwigsburg



Stabiler Frühlingsverlauf! Im April '24 gab's gegenüber März ein Preisplus von durchschnittlich +4,4% im Damen- und Herrensalon. Damit liegt die Preissteigerung bei den Friseurpreisen um mehr als + 2,0% über der Inflationsrate (März: +2,2%).

Quelle: ABSCHNITT Express 8-24, R. Osinski



Young Talent Trophy 2024 – strahlende Siegerinnen in Kassel!

Auch in diesem Jahr haben Azubis aus allen drei Lehrjahren die Möglichkeit, bei der „Young Talent Trophy“ mitzumachen. In die erste Runde ging es bereits beim SFB-Kongress in Kassel, wo die Youngsters die Jury vor Ort mit kreativen Flecht- und Hochsteckfrisuren begeisterten. Bewertet wurden die Kriterien Kreativität, handwerkliche Ausführung sowie der Gesamteindruck. Die Arbeiten dieser drei jungen Nachwuchsfrieseurinnen überzeugten dabei am meisten:



Platz 1 - Maya Gräf, Salon Gräf & Gräf, Karben, Platz 2 - Soda Hajo Matto, Salon Pflips, Hildesheim Platz 3 - Marija Culjak, Salon Gräf & Gräf, Karben

Die nächste „Young Talent Trophy“ wird am 01.09.2024 in der Region 6, am 29.09.2024 beim SFB-Kongress in Bamberg und am 21.10.2024 in der Region 2 in Bremen entschieden. Hier geht's zu den Infos und zur Anmeldung!

>>>



Was geht ab? Jetzt die SFB-APP runterladen!

Du bist noch nicht dabei? Dann aber schnell, denn über 500 SFB-Mitglieder nutzen sie bereits – die neue SFB-APP: Einfacher und schneller kann man nicht miteinander kommunizieren, interagieren und sich über die neuesten Ereignisse innerhalb Eurer Community informieren! Wer sie nicht nutzt, verpasst wirklich was! Mit Tutorials für App-Einsteiger! Noch nicht registriert?

Hier geht's zur App

>>>



App für Apple Geräte

>>>



App für Android Geräte

>>>



SFB goes International

>>>



Große Wiedersehensfreude beim SFB-Platin Circle-Treff!

Ein Wochenende voller Emotionen und schönen Erinnerungen erwartete die 20 Teilnehmerinnen und Teilnehmer des „Platin Treffs“, organisiert und durchgeführt von den beiden SFB-Ehrenmitgliedern Ewald Dinter und Peter Schünemann. Vom 5.5. bis 6.5. bildete das Hotel Mosers Blume in Haslach im Kinzigtal die Basis für ein herzliches Wiedersehen sowohl aktiver als auch inzwischen inaktiver La Biosthétique-Freunde und Kollegen. Neben einem abwechslungsreichen und unterhaltsamen Rahmenprogramm wie der gemeinsamen Bahnfahrt nach Gutach zu den Vogts Bauernhöfen sowie einer geführten Erkundung des Fachwerkstädtchens Gengenbach erfreuten sich die „Platin-Gäste“ vor



allem am gegenseitigen Austausch. Beim gemeinsamen Essen und intensiven Gesprächen an der Bar wurden jahrzehntelange Erfahrungen und SFB-Erinnerungen ausgetauscht. Trotz des abwechslungsreichen Programms blieb den Teilnehmern genug Zeit, um das Hotel mit Sauna und Pool zu genießen oder Wanderungen zu unternehmen. Der erklärte Höhepunkt des Events war eine abschließende Firmenfüh-

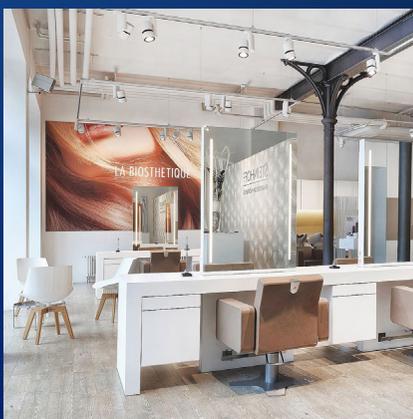
rung mit Verköstigung bei La Biosthétique in Pforzheim, zu der Jean-Marc Weiser eingeladen hatte. „Es war ein so unfassbar schönes Wochenende, das definitiv nach Wiederholung schreit“, fasst Ute Börsdamm zusammen und zeigt sich zuversichtlich, dass die bewährten Event-Manager Dinter und Schünemann in spätestens zwei Jahren erneut ihres Amtes walten werden.



Ralf Steinhoff

GESCHÄFTSFÜHRER VON STEINHOFF HAARDESIGN

„Unsere Gäste sind begeistert, so viele Zeitschriften zur Auswahl zu haben. Auch unsere älteren Gäste mit einer geringeren Affinität zur Digitalisierung konnten wir überzeugen. Mittlerweile freuen sie sich regelrecht auf ihr iPad. Wenn mehrere Gäste die gleiche Zeitschrift lesen möchten, ist das auch kein Problem mehr. Kurz: Wir möchten sharemagazines nicht mehr missen.“



Jetzt Kunde werden: www.sharemagazines.de



Sieben La Biosthétique Salons räumen bei „TOP Salon – The Challenge 2024“ ab

Wow! Wie spannend war das bitte wieder bei der Top Hair in Düsseldorf! Gleich sieben erfolgreiche La Biosthétique Salons hatten sich für den diesjährigen Wettbewerb „TOP Salon – The Challenge“ in vier von insgesamt fünf Kategorien unter die besten drei qualifiziert und feierten gemeinsam mit ihren Teams bei der Preisverleihung im Rahmen der Friseurfachmesse mit! Sensationell: Drei von ihnen schafften es sogar auf den ersten Platz!

Zwei Kategorien wurden dabei ausschließlich unter La Biosthétique Salons ausgemacht: So z. B. bei „Best Practice“: Um hier zu punkten, mussten die Bewerber der Fachjury überzeugend darlegen, wie sie die Verbindung von langjähriger Unternehmenstradition mit Erneuerung und Wachstum kontinuierlich herstellen. Kein Problem für Eileen Ege aus Biberach, Alexander von Trentini aus Wiesbaden und Georg Empl aus Glonn! Mit seinem Salon empl.friseure belegte der erfolgreiche Unternehmer hier nicht nur den ersten Platz, sondern war gleich in einer weiteren Kategorie nominiert. Gemeinsam mit Sylke Bahrenburg freute er sich über eine Platzierung unter den ersten drei in der Kategorie „Employer“, ebenso wie Maximilian Meyer aus München in der Kategorie „Digital Business“. Die Biosthetikerin Karina Herzig (Salon Schwetzingen) belegte den ersten Platz als Nominierte der Kategorie „Employer“, in der diejenigen Salons ausgezeichnet werden, die u. a. Nachwuchstalente fördern, arbeitnehmerfreundliche Konzepte bieten und für ein erfolgreiches Teambuilding sorgen. Das Fuchs Hairteam aus der Schweiz konnte die hochkarätige Fachjury in der Kategorie „Eco Future“ mit seinem nachhaltigen Konzept begeistern und belegte hier den ersten Platz.

Um sich für den Award, bei dem das Unternehmenskonzept, der wirtschaftliche Erfolg und die Qualität der angebotenen Dienstleistung ausschlaggebend sind, zu qualifizieren, waren die Betriebe aufgefordert, eine Bewerbungsmappe einzureichen. In jeder Kategorie benannte die Jury drei Nominierte, die anschließend durch anonyme Testkunden unter die Lupe genommen wurden. Am Ende zählte das Gesamtpaket. Mit dem Einzug ins Finale gehören die Saloninhaber außerdem dem TOP Salon „Club der Besten“ an - einem exklusiven Kreis von TOP Salon-Siegern und -Nominierten der vergangenen Jahre, die sich regelmäßig treffen, um über Herausforderungen in der Branche zu sprechen.

Herzlichen Glückwunsch allen La Biosthétique Gewinnerinnen und Gewinnern!

>>>



Gemeinsam an die Spitze! SFB-Power beim Kongress in Kassel!

Einen spannenden Mix aus Information, Weiterbildung, Wettbewerb und Show bot der SFB-Regionalkongress am 21.4.2024 im Schlosshotel Kassel, zu dem rund 130 Gäste anreisten. Die neue SFB-Präsidentin Gabi Stern moderierte durch einen energiegeladenen Kongresstag mit einem abwechslungsreichen und hochkarätigen Programm. Während es am Vormittag im Plenum um die Mode- und Hairtrends der aktuellen La Biosthétique Spring/Summer Collection inklusive der Fashion Week Looks sowie um das Thema



Nachhaltigkeit „1,5° C Salon Target“ ging, konnten die Teilnehmer am Nachmittag ihr Wissen zu diesen beiden Themen sowie in fünf weiteren Workshops vertiefen. Höhepunkte: die Verleihung der Young Talent Trophy sowie die Bühnen-Performance der Young Talents aus der Region 2. Gabi Stern: „Es war wieder ein Feuerwerk an inspirierenden Angeboten! Für jeden Teilnehmer war etwas dabei, was ihn in seiner täglichen Salonarbeit weiterbringen wird.“

>>>



Mit Herz und Ziel in eine neue Legislaturperiode!



Das neue SFB-Präsidium:

Präsidentin: Gabi Stern

Vize-Präsidentin: Angela Schröder

Schatzmeister: Marcus Matthes

Schriftführerin: Nicole Donner

Beisitzer: Info Lefering

Beisitzer: Norma Garwels

Event- und Kooperationsbeauftragte:

Sigrid Haspel (nicht auf dem Bild)

Externer Berater für Digitales:

Patrick Lamp

Bei der SFB-Mitgliederversammlung am 15. April, die sowohl virtuell als auch in Präsenz stattfand, wurde das neue Präsidium offiziell bestätigt. Die bisherige Vize-Präsidentin Gabi Stern wurde für die nächsten drei Jahre zur Präsidentin gewählt. In ihrer Antrittsrede wandte sie sich unter anderem mit folgenden motivierenden Worten an ihre Kolleginnen und Kollegen: „Um im Wettbewerb zu bestehen, erfordert es Mut, Entschlossenheit und Zusammenhalt. Und ich bin fest davon überzeugt, dass wir nur gemeinsam die Herausforderungen meistern können, denen wir uns auf dem Markt gegenübersehen. Lasst uns unsere Kräfte bündeln und unser volles Potenzial entfalten, um in eine gesicherte und erfolgreiche Zukunft zu blicken!“ Den Schwerpunkt der kommenden drei Jahre möchte das SFB-Präsidium in Themen setzen, die dem Friseurhandwerk derzeit unter den Nägeln brennen und hier die Kompetenz aus der starken Symbiose von SFB und La Biosthétique

noch deutlicher in der Öffentlichkeit präsentieren: Somit wird die Weiterentwicklung des branchenweit einzigartigen Ausbildungskonzepts zum „Hair & Beauty Artist“ ein wichtiger Punkt in der SFB-Arbeit bleiben. Auch die Projekte der Aktivgruppen, mit ihren ehrenamtlichen Teamleitern das Herzstück der SFB-Community, sollen ihre Aktionen zum Nutzen aller Mitglieder noch präsenter machen. Um SFB-Events - auch überregional - noch attraktiver zu gestalten, soll die Förderung mittels organisatorischer Unterstützung noch intensiver in den Fokus rücken. Wichtig auch, die künftige Außendarstellung der SFB im gesamten Friseurhandwerk, die das neue Präsidium durch gezielte Maßnahmen in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit noch transparenter machen möchte. Um allen SFB-Mitgliedern einen aktuellen und umfassenden Informationsstatus zu bieten, stehen das Printmagazin **Campus**, die **SFB-App** sowie die neue Homepage **www.sfb.world** zur Verfügung.

ANZEIGE

TIME GLOBE

KASSE | KALENDER | APP



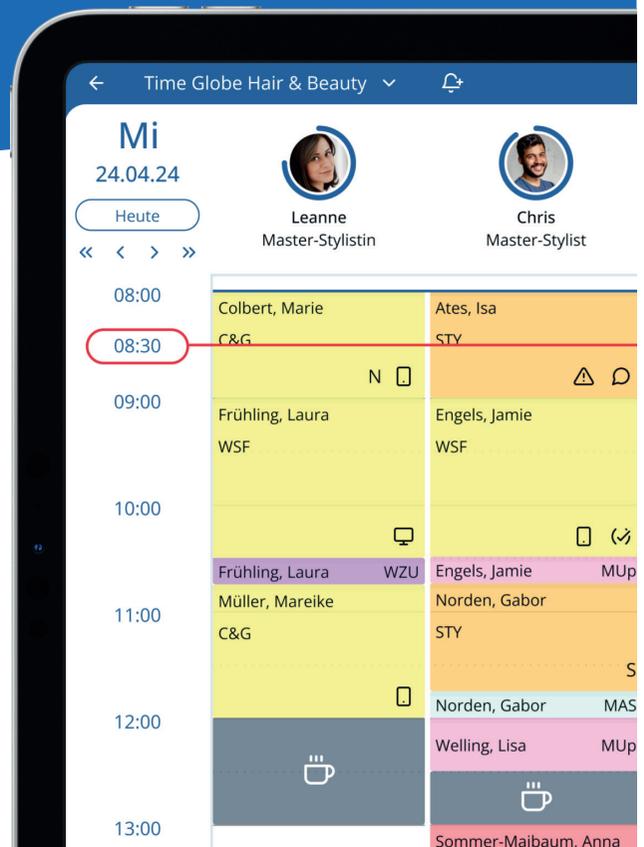
Time Globe hat uns eine extreme Steigerung gegeben, wenn wir uns Jahresumsätze anschauen.

Tim Schädlich, Friseurunternehmer & Speaker



Mehrwert: Zeitersparnis, eine bessere Arbeits- und Lebensqualität

Alexander von Trentini, Friseurunternehmer



TIME GLOBE

KASSE | KALENDER | APP

www.timeglobe.de
info@timeglobe.de
0228 / 38 75 92 80

10% Rabatt
La Biosthétique
Sonderkonditionen

Imagevideo
ansehen





„Bei unserem Treffen Ende März in Itzehoe hatten wir das Privileg, gleich zwei tolle Salons zu besichtigen. Wir starteten bei Henrike Körner mit einem Rundgang in ihren sehr schicken Räumlichkeiten.

Anschließend erwartete uns bei Annette und Karen im Salon „de Hoormoker“ ein schönes und gemütliches Ambiente. Nach einem leckeren italienischen Essen beschäftigten wir uns mit den kommenden, für unsere Region geplanten Events wie dem Haarschneidetraining mit Pam (Vidal Sassoon) Ende August, einem Make-up- und Hautpflegeseminar mit Henrike sowie dem für Herbst/Winter 24-25 vorgesehenen Stylingseminar. Wir tauschten uns aus über allgemeine Themen, die unsere tägliche Salonarbeit betreffen wie Level-Systeme, Preisanpassungen und Teambuilding.“

Nicole Schaaf, Aktivgruppe Itzehoe

„Bei unserem Aktivgruppentreffen Mitte April haben wir mit 12 Personen und 5 teilnehmenden Salons Service-Dienstleistungen wie Aromaservice sowie Augen- und Handmassage geübt. Das war vor allem für „Neu-Biosthetiker sehr informativ.“

Frank Köster, Aktivgruppe Hamburg

„Bei unserem Hochsteckseminar im April haben wir rund um das Thema Locken, Wellen und Volumen viel gelernt. Dabei ging es um Wasserwellentechnik sowie um Tipps und Tricks, wie einfach sich Volumen aufbauen lässt, Locken und Wellen richtig platziert werden und welche Produkte gezielt zum Einsatz kommen, damit die Frisur bei jedem Wetter hält. Alle waren total begeistert, und wir haben es uns richtig gutgehen lassen mit einem leckeren Buffet.“

Ilona Brand Fuhrmann, Aktivgruppe Süd-Oldenburg

„Wir blicken auf zwei sehr interessante Treffen zurück. Unter dem Motto „Soleil Challenge“ haben wir gemeinsam erarbeitet, wie wir die Dienstleistungen und den Produktverkauf rund um die La Biosthétique Sonnenpflege unseren Kunden näherbringen können. Wir hatten einen sehr guten Austausch und das „Feel und Touch“ der Soleilprodukte war super!

Am 15. April beschäftigen wir uns mit dem Thema „KI im Friseursalon“. Klaus Schuster erklärte uns die Entstehung der Künstlichen Intelligenz und wie diese sich in den Salonbetrieb integrieren lässt. Klaus gab uns hier tolle Tricks und Tipps an die Hand und hat uns darüber hinaus bei der Einrichtung von KI-Maßnahmen geholfen.“

Sabina Götz, Aktivgruppe Oberpfalz

„Friederike Kommos hat uns ein tolles Seminar zum Thema „Pro Grey“ gegeben. Dabei konnte sie uns vor allem die Angst nehmen, dass man mit weißem Ansatz bei gefärbten oder Naturfarbe-Längen und Spitzen ruhig mal zur Blondierung greifen kann. Diese können dann mit Tint & Tone, Color & Gloss, Glam Colour Toner für die Herren oder Shine & Tone ausgeglichen werden. Es ist also gar kein Problem, die Längen und Spitzen heller zu machen und hinterher eine schöne Gesamtfarbe zu erhalten. Es war ein superschöner Tag, der allen viel Spaß gemacht hat!“

Fabian Tietz, Aktivgruppe Stuttgart





„Wir blicken zurück auf ein absolutes Highlight-Event mit Star-Vlogger Daniel Golz in Niebüll. Daniel erklärte uns auf seine unnachahmlich humorvolle Weise schnell umsetzbare Social-Media-Techniken und vermittelte uns noch mehr Kompetenz in unserer Kundenberatung. Wertvollen Input gab uns der authentische und sympathische Daniel auch für den Umgang mit Kundenwünschen und -argumentationen. Das anschließende Fotoshooting hat uns besonders viel Spaß gemacht!“

Uta Frahm-BochentIn, Aktivgruppe Holstein



„Bei unserem Treffen ging es um das Thema „Haarpflege“ in Theorie und Praxis. Zunächst haben wir uns die Tabelle der La Biosh tique Haarpflege erarbeitet und dabei z. B. definiert, welche der Kuren das meiste Volumen, die beste Geschmeidigkeit etc. bewirken. Anschließend haben wir an zwei Modellen gearbeitet und die Unterschiede besprochen. Zudem gab es jede Menge Erfahrungsaustausch. Es war ein tolles Treffen!“

Sandra Ehrhardt, Aktivgruppe Vogtland



„Alles zum Thema Preise und Zahlen vermittelte uns bei unserem letzten Treffen Marlon Tietze. Dabei lernten wir, Preise richtig zu kalkulieren und erfuhren, was uns von 100 Euro Umsatz eigentlich übrigbleibt. Anhand von Fallbeispielen erläuterte er uns eine BWA und errechnete für uns, welchen Umsatz ein Mitarbeiter machen muss, um kostendeckend zu arbeiten und welche Umsatzkennzahlen man für seinen Salon nutzen kann. Unglaublich wertvolles Wissen innerhalb kürzester Zeit! Vielen Dank, lieber Marlon!“

Kathleen Wecke, Aktivgruppe Berlin



„Mit 16 Teilnehmer und Teilnehmer waren wir am 23. Februar beim Semper Opernball in Dresden im kreativen Einsatz und durften glamouröse Hochsteck- und Flechtfrisuren sowie festliche Kurzhaar-Stylings und passende Make-ups für die Mitwirkenden des Events kreieren. Es war eine echte Herausforderung, den Haar-Look mit den festlichen Roben um die Wette strahlen zu lassen, da die Zeit knapp bemessen war und die spontanen kreativen Ideen unter Hochdruck umgesetzt werden mussten. Perfektion war dabei oberstes Gebot, denn der Look musste nicht nur perfekt, sondern auch „tanzbar“ sein und dem rauschenden Wirbeln übers Parkett bis tief in die Nacht Stand halten. Zur Belohnung für die erfolgreiche Vollendung aller Looks hatten wir nach getaner Arbeit die Gelegenheit, mit den rund 2.500 Gästen an dem hochkarätigen Galaprogramm teilzunehmen. Und erlebten dabei die Liveauftritte von Weltstar Rolando Villaz n sowie Giovanni Zarrella. Es ist eine unbezahlbare Erfahrung, für ein so bedeutendes Event wie den Semper Opernball zu stylen! Es erweitert den kreativen Horizont und fordert einen heraus, auch unter Stress ein perfektes Ergebnis zu erzielen. Wir sind sehr stolz und glücklich, dass wir mit unserem SFB-Team dabei sein durften!“

Heike Hinsche, Aktivgruppe Dresden

Produkt- Relaunches – Dafür sind sie gut!

Neue Serie, anderer Name, verändertes Design. Sortimentsanpassungen gibt es auch beim Traditionsunternehmen La Biothétique immer wieder. Ein Gespräch mit Dr. Christian Ader über die Frage, warum selbst heißgeliebte Lieblings-Produkte manchmal Veränderung brauchen.



Es gibt immer wieder Neuerungen im La Biothétique Sortiment. Warum ändern Sie bekannte Rezepturen und Verpackungen?

Bei La Biothétique setzen wir uns leidenschaftlich dafür ein, dass unsere Produkte nicht nur effektiv, sondern auch sicher und umweltfreundlich sind. Unsere Rezeptur- und Verpackungsänderungen folgen vier wichtigen Prinzipien: Erstens reagieren wir auf neue gesetzliche Bestimmungen wie den EU Green Deal, um Allergien vorzubeugen und die Umweltverträglichkeit unserer Verpackungen zu verbessern. Zweitens passen wir uns an Veränderungen in der Verfügbarkeit von Inhaltsstoffen an, um stets die hohe Qualität unserer Produkte zu gewährleisten. Drittens sind über 90% der Inhaltsstoffmengen, die wir in unserer Produktion in Pforzheim verwenden, natürlichen Ursprungs. Unser Ziel ist es, diesen Anteil weiter zu erhöhen, indem wir innovative, natürliche Alternativen wie die Ersatzstoffe für Silikone entwickeln. Viertens



Dr. Christian Ader,
Mitglied Geschäftsführung,
COO La Biothétique.



führen wir Produktinnovationen ein, um unseren Salonpartnern und Kunden die bestmögliche Performance zu bieten, wie beispielsweise unsere neueste Entwicklung, die *Méthode Régénérante* mit verkapseltem Edelweißextrakt

Und weshalb werden manche Produkte sogar ganz aus dem Sortiment genommen?

Die Entscheidung, ein Produkt aus unserem Sortiment zu nehmen, trifft La Biothétique niemals leichtfertig. Gründe hierfür können sein, dass wir die gewohnte hohe Qualität aufgrund fehlender essenzieller Inhaltsstoffe nicht mehr garantieren können. Zudem ist es uns wichtig, dass jedes Produkt bei unseren Kunden Anklang findet. Sollte ein Produkt die Erwartungen nicht erfüllen oder nicht genügend Unterstützung finden, entscheiden wir uns bewusst dafür, es aus dem Sortiment zu entfernen. Diese Entscheidungen ermöglichen es uns, unser Angebot klar und fokussiert zu halten, was letztendlich unseren

Salonpartnern und Kunden zu Gute kommt.

Mitunter ändern sich auch die Namen von La Biothétique Produkten – warum ist das so?

Eine klare und direkte Kommunikation ist uns wichtig. Die Umbenennung unserer Produkte zielt darauf ab, die Verständlichkeit und Transparenz zu verbessern. Unsere Produktnamen sollen auf den ersten Blick erkennen lassen, was das Produkt leistet und welche Vorteile es bietet. Ein gutes Beispiel hierfür ist der Wechsel von „Shampooing Actif“ zu „Hairloss Control Shampoo“, ein Name, der den Produktnutzen deutlich macht. Zusätzlich bieten wir auf unseren Verpackungen Übersetzungen der Produktnamen in unseren Hauptsprachen Französisch und Deutsch, um die Zugänglichkeit unserer Produkte noch besser zu gewährleisten. Mit diesen Maßnahmen möchten wir sicherstellen, dass unsere Salonpartner und Kunden immer schnell und sicher zum Produkt greifen, das optimal zur Aufgabe passt.



No show? Ein No go!

So vermeidet Ihr Umsatzverlust durch nicht erscheinende Kunden!

Ärzte, Physiotherapeuten und Kosmetikerinnen tun es! Sie sorgen dafür, dass nicht eingehaltene bzw. kurzfristig abgesagte Termine Patienten und Kunden in Rechnung gestellt werden. Viele Friseure tun sich damit eher schwer. Warum eigentlich? Denn der Verlust durch nicht eingehaltene oder kurzfristig abgesagte Termine nimmt in vielen Salons ruinöse Züge an! Bis in einen fünfstelligen Bereich gehen diese Verluste, so die Aussagen einiger Friseure.

Es ist 9.20 Uhr. Warten auf Frau Schmickler! Die Kundin war eigentlich um 9.00 Uhr terminiert: Balayage, Schneiden, Stylen! Nach weiteren 10 Minuten immer noch gährende Leere am Bedienplatz, der für Frau Schmickler bereits liebevoll gerichtet ist! Nicht ungewöhnlich für Frau Schmickler, gehört sie doch zu der Spezies „nicht zuverlässig“! Doch an diesem Tag kommt sie nicht wie üblich zu spät, sondern sie kommt einfach gar nicht! Auf ihrem Handy ist sie „vorübergehend nicht erreichbar“! Die Friseurmeisterin, die noch vor einer halben Stunde eine Spontankundin wieder weggeschickt hat in der Annahme, sie sei heute Vormittag schon „voll“, hat nun 3,5 Stunden Leerlauf. Ärgerlich, aber leider keine Seltenheit!

Wie gehe ich mit Kunden um, die zum vereinbarten Termin nicht kommen bzw. ihn so kurzfristig absagen, dass dieser nicht mehr durch einen anderen Kunden ersetzt werden kann?

Wir haben uns umgehört und SFB-Kolleginnen und Kollegen gefragt, die das Problem „No Show“ bereits erfolgreich angehen. Auf der SFB-Website (siehe QR-Code) führen wir das Thema weiter und ihr erhaltet ein durch Herrn Rechtsanwalt und Notar Dr. Sebastian Hahn ausgearbeitetes Dokument zur Vereinbarung von No Show-Gebühren zwischen euch und euren Kunden.



>>>



Nicole Cross: „Durch unsere Möglichkeit, bei Terminvereinbarung dem Kunden digital eine Bestätigung zuzusenden und kurz vor dem gebuchten Termin eine Erinnerung zukommen zu lassen, kommt es mittlerweile bedeutend seltener vor, dass die Termine vergessen werden.“

Wenn es dann doch zu Absagen kommt, geschieht das meist aus verständlichen Gründen. Ich erwarte ja von meinen Kunden auch Verständnis, wenn von unserer Seite Termine kurzfristig verschoben werden müssen, weil ein Mitarbeiter erkrankt ist.“

Jana Ebenroth: „Da sich unser Salon eher im ländlichen Bereich befindet, kennen wir 90% unserer Kunden. Dennoch hat es sich in der vergangenen Zeit gehäuft, dass Kunden nicht zum vereinbarten Termin erschienen sind. Bei 1-2 Kunden täglich ist das sehr ärgerlich! Wir haben dann über Aufsteller den Kunden kommuniziert, dass ab 1.8. 2023 eine Ausfallgebühr entfällt, sollte der Kunde nicht 24 h vorher absagen. Wir möchten mit dieser Maßnahme keinen Krieg anzetteln, aber dem Kunden verdeutlichen, was für einen finanziellen Ausfall sein Wegbleiben für uns bedeutet.“



Sabrina Poser: „Rechtlich ist es ja so, dass das Erheben einer Ausfallgebühr in den AGB enthalten sein muss. Wir machen das so, dass Neukunden entweder online buchen und diese Information mit 50 % Ausfallgebühr in der Bestätigung der Buchung enthalten ist, oder – wenn die Kundin anruft – wir ihr eine Email mit vorgefertigtem Text senden, die sie innerhalb von 24 Stunden bestätigen muss. Bucht sie längere Behandlungen online, wird eine automatische Anzahlung über Paypal von 30 % gezahlt. Erst dann ist der Termin verbindlich.“



Sonja Holzinger: „Wir nehmen schon lange eine Anzahlung/Reservierungsgebühr bei Neukunden und Bräuten. Bei Nichterscheinen oder kurzfristigen Absagen stellen wir die gebuchte Dienstleistung in Rechnung, falls wir den Termin nicht mehr vererben können. 95 % meiner Kunden sehen das als selbstverständlich an. Diejenigen, die das nicht akzeptieren, machen dann auch keinen Termin. Aber manchmal ist es halt so, dass man nicht zusammenpasst! Mein Ziel ist es ja nicht, Rechnungen zu schreiben, sondern unsere Kunden sollen ihren Termin wertschätzen. Ich kann diese Vorgehensweise nur empfehlen. Beim Arzt, bei der Hotelreservierung – überall funktioniert das. Warum nicht auch beim Friseur?“



KOSTENGÜNSTIG - AKTUELL - UMWELTFREUNDLICH

sharemagazines – Der digitale Lesezirkel für Friseursalons



Ob BUNTE, GALA, SÜDDEUTSCHE ZEITUNG oder VOGUE – Salonkund*innen lieben beim Friseurbesuch ihr mediales Entertainment. Warum **sharemagazines** die zeitgemäße, umweltfreundlichere und kostengünstigere Alternative zum herkömmlichen Zeitschriftenabo für den modernen Friseursalon ist, erklärt Euch Jan van Ahrens, CEO bei sharemagazines.

Jan, aus welcher Motivation heraus wurde sharemagazines gegründet?

„Zusammen mit meinen damaligen Kommilitonen Oliver Krause und Gunnar Sieweke habe ich 2014 sharemagazines aus einem Uniprojekt heraus gegründet. Mit unserer Idee des digitalen Lesezirkels, Zeitungen und Magazine digital und umweltfreundlich per App zugänglich zu machen, gewannen wir damals den Gründerpreis der Uni Oldenburg. Unser Bestreben war und ist es, mit einer innovativen und umweltfreundlichen Entertainmentlösung, Wartezeiten im Friseursalon, beim Arzt, im Hotel und vielen weiteren Locations spannend und komfortabel zu gestalten.“

Welche Vorteile bietet sharemagazines gegenüber anderen Aboanbietern?

„Wir bieten eine breite Auswahl an Zeitschriften und Zeitungen, die verschiedene Interessen abdecken und sicherstellen, dass für jeden Geschmack etwas dabei ist. Ein weiterer wesentlicher Vorteil ist die Umweltfreundlichkeit unseres Angebots. Indem wir digitale Versionen bereitstellen, reduzieren wir den Papierverbrauch und damit auch den ökologischen Fußabdruck unserer Nutzer*innen. Die Einrichtung unseres Services ist schnell und unkompliziert. Der Salon muss lediglich das Paket auspacken, die QR-Codes prominent platzieren

und schon kann gelesen werden. Diese Einfachheit in der Handhabung spart Zeit und macht den Zugang zu unseren Medieninhalten unkompliziert. Zusätzlich wird das Lesen über das eigene Endgerät als hygienischer empfunden.“

Warum geht die Tendenz zum Onlinelesen?

„Im Rahmen der fortschreitenden Digitalisierung ist insbesondere das Smartphone nicht mehr wegzudenken. Googeln, online Nachrichten lesen oder über Social Media Plattformen interagieren gehören zum gelebten Alltag. Das digitale Lesen wird dabei von allen Altersklassen angenommen. Unsere Plattform hat auf dieses Mediennutzungsverhalten reagiert. Wir bieten unsere Inhalte gezielt in Situationen an, in denen Menschen Zeit haben zu lesen und sich inspirieren lassen möchten. Unsere vielfältigen, qualitativ hochwertigen Magazine und Tageszeitungen sind darauf ausgerichtet, Leser*innen genau in den Momenten zu erreichen, in denen sie offen sind für neue Ideen und Informationen. Wir sorgen dafür, dass unsere Inhalte da verfügbar sind, wo und wann sie am meisten geschätzt werden, um das Leseerlebnis zu einem bereichernden Teil des Tages zu machen.“

Warum eignet sich ein Abo von sharemagazines insbesondere für Friseure?

„Der Friseursalon ist für viele ein Ort des Wohl-

befindens, an dem man entspannen und gerne längere Zeit verbringen mag. Gerade bei einem aufwendigeren Styling oder dem Einwirken einer Coloration stellt sharemagazines die ideale Unterhaltung dar. Kund*innen scannen dazu lediglich einen QR-Code und können anschließend direkt auf das vielfältige Portfolio zugreifen. Die digitale Nutzung hat zum Vorteil, dass Zeitungen und Magazine jederzeit aktuell und nie vergriffen sind. Durch das Entfallen des Auslegens, Aussortierens und Entsorgens der Presseerzeugnisse schonen Friseurinhaber*innen zudem ihre personellen Ressourcen und können die Zeit mehr der Kundschaft und des Handwerks widmen.“

Wie sind die Konditionen bei sharemagazines?

„sharemagazines kostet exklusiv für La Biothétique Salons 39,90 € pro Standort/Monat statt regulär 49,90 € pro Standort/Monat.“

Welche Titel umfasst sharemagazines?

„Unser Portfolio beinhaltet die beliebtesten Tageszeitungen und Magazine wie beispielsweise BILD, BRIGITTE, BUNTE, COSMOPOLITAN, DIE WELT, ELLE, FOCUS, GEO, GALA, HANDELSBLATT, KICKER, NEWSWEEK, STERN, SÜDDEUTSCHE ZEITUNG, TIME oder VOGUE. Wir bieten eine vielfältige Auswahl an qualitativ hochwertigen nationalen und internationalen Zeitungen und Magazinen an.“



TERMINE TO FOLLOW

20.07-22.07.2024 Sommertreff – AUSGEBUCHT! Verona

01.09.2024 „Young Generation“ Event Inkl. „Talent Trophy“
(Azubi Wettbewerb) Region 6, in Planung

14.09.-16.09.24 Excellence Day „Made in Pforzheim“
Pforzheim Infos & Anmeldung unter: Excellence Day « Made
in Pforzheim » – La Biosthétique Professionnelle (labiosthetique.de)

29.09.2024 SFB-Kongress by Reg. 9 Inkl. „Talent Trophy“
(Azubi Wettbewerb), Bamberg

21.10.2024 „Region 2 Unplugged“ Mitgliedertreffen
inkl. „Talent Trophy“ (Azubi Wettbewerb), Bremen

**Weitere Infos & Buchungsdetails folgen mit der offiziellen
Event Einladung via E-Mail & App. Änderungen vorbehalten.**



Offen, ehrlich, konstruktiv! Kommt ins digitale **SFB Clubhaus**, in dem sich die #sfbcommunity jeden zweiten Mittwoch im Monat von 19-20 Uhr online trifft. Wechselnde, aktuelle Themen besprechen wir in offenen Austauschrunden oder mit Gast-Referenten. Teilt Sorgen, Nöte & Begeisterung mit uns. Wir freuen uns auf euch!
12.06.24: Thema „Azubi vs. Beauty-Assistenz“ mit C&S und Ingo
10.07.24: tbd, Sommerpause August, 11.09.24: tbd, 09.10.24: tbd,
13.11.24: tbd, Winterpause Dezember



Follow us:

www.instagram.com/sfbcommunity
www.instagram.com/hairandbeautyartist_de_at
www.facebook.com/hairbeautyartist

Infos rund um die sfb: www.sfb.world/de

Infos rund um die Zusatzausbildung Hair & Beauty Artist
www.hair-and-beauty-artist.de/

#sfbcommunity #welovesfb #exchange #sfbfamily
#labiofamily #strongertogether

Ihr habt Lust, euren Salonerfolg mit uns zusammen auf allen Ebenen zu beflügeln? Dann ist unser Bereich SFB Exklusiv perfekt für euch. Freut euch auf Kollegen und Experten, die über erfolgreiche und spannende Projekte aus der Salonpraxis berichten und hier ihre Tipps verraten:



Schnell, kurz, einfach - direkt auf euer Smartphone.

Tipps rund um die Salonerbeit, News, Termine, Projekte und mehr von der SFB für alle SFB-Mitglieder! Mit diesen Tools halten wir euch auf dem Laufenden: Meldet euch direkt an, schaut immer wieder rein, seid gut informiert

Instagram

Stories, Termine, News und natürlich schöne Bilder aus der Community gibt's auch hier. Folgt uns und macht mit unter #welovesfb #sfbcommunity



Die neue SFB-App ist da! Austauschen, neueste Infos aus der Community erfahren. Jetzt registrieren und dabei sein



3.24

Titelthema: So geht gelungene Ausbildung!
Top-Event: Sommertreff Verona SFB-Community in Aktion

Société Française de Biesthétique

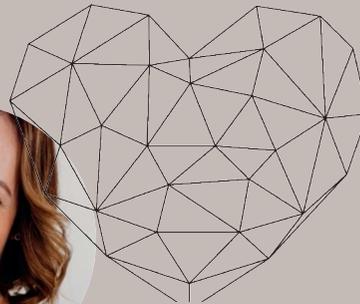


Wer wir sind: Wir sind Kreative, Künstler, Unternehmer, Gestalter, Neugierige – vom Anfänger bis zum Vollprofi – aus insgesamt 1.500 La Biesthétique Salons. Und wir sind die größte private Friseur- und Kosmetikvereinigung im deutschsprachigen Raum.

Was wir tun: Wir lieben Austausch! Als Unternehmer und Fachleute unterstützen wir uns gegenseitig und profitieren von unseren facettenreichen Erfahrungen. Dafür treffen wir uns bundesweit in mehr als 80 Gruppen und Projekten und bespielen zusammen die gesamte Klaviatur unternehmerischer Themen von Ausbildung über

Kosmetik bis Zukunftstrends. Wir feiern Freundschaft, Gemeinschaft und Erfolge auf exklusiven Events – von klein & fein bis groß & glamourös.

Warum du dabei sein musst! Mit deinem Engagement gestaltest du mit uns zusammen die Zukunft unserer Branche! Neben vielen spannenden Inspirationen gewinnst du sehr wahrscheinlich auch viele neue Freunde. Unsere Community bietet dir tausend Möglichkeiten – als Mitglied einer Jugend-, Projekt- oder Managementgruppe – und vielleicht auch irgendwann als Teamleiter, im Vorstand oder im Präsidium? It's your choice!



„Ich bin SFB-Mitglied, weil...

...ich bereits als Kind mit der Biesthetik aufgewachsen bin und so schon vor meiner Friseurausbildung den Zusammenhalt in der SFB erleben durfte. Wir Mitglieder haben keinerlei Hemmschwelle, uns bei Fragen oder Problemen gegenseitig anzurufen und um Rat zu fragen. Das ist ein ungeheurer Mehrwert für Azubis, für frische Selbstständige aber auch für gestandene Unternehmer.“

Alexandra Meeß