

Société Française de Biosthétique

CAMPUS



2.25

Expertise & Wohlgefühl: Willkommen, Head Spa!
SFB Live! Kongress: Wir lieben Gemeinschaft

HALLO



BEAUTY CONCEPT

- 04 Expertise trifft Wohlgefühl: Willkommen, Head Spa!
- 08 So wird Make-up zum Umsatz-Booster

NEWS

- 11 Der SFB Live! Kongress in Berlin – Gemeinschaft lieben! Gemeinschaft leben!
- 14 SFB Unplugged: Beauty Tasting - ein Tag für alle Sinne TOP Salons 2025: Drei La Biosthétique Teams unter den Besten
- 15 Makeover Challenge 2025 – Kreativität trifft Community Abgeliefert! Die La Biosthétique Testkunden-Challenge 2025 SFB Präsidiumssitzung in Kassel: Ideen, Austausch und echtes Teamwork

SFB AKTIVGRUPPEN

- 16 Gemeinsam stark! Ideen teilen! Impulse setzen!

MENSCHEN & EMOTIONEN

- 19 Die SFB Community trauert. Peter Schünemann ist gestorben

SALONBUSINESS

- 20 Was bleibt von 100 Euro Umsatz im Salon übrig?

TERMINE UND AUSBLICK

- 23 Uptodate

Liebe SFB-Kolleginnen und Kollegen,

was war das für ein Frühling! Unsere SFB-Community hat in den vergangenen Monaten wieder einmal eindrucksvoll gezeigt, was in ihr steckt: Ob beim großen Kongress in Berlin oder dem Unplugged Beauty Day in Östringen – überall spürte man die Energie, die Leidenschaft und den Willen, gemeinsam Neues zu gestalten. Auch in den Aktivgruppen wurde fleißig gearbeitet, diskutiert, ausprobiert und sich fachlich auf höchstem Niveau ausgetauscht. Es ist genau dieser Spirit, der uns ausmacht – die Bereitschaft, voneinander zu lernen und miteinander zu wachsen.

Ein starker Partner an unserer Seite: La Biosthétique! Innovationen wie das neue Head Spa, die aktuellen Trendimpulse und Produktneuheiten – darunter die Méthode Sensitive Skin Serie oder die neue Velvet Finish Paste

– zeigen einmal mehr: Wir sind mehr als „nur“ Friseure. In unseren Salons verbinden wir Haar, Kosmetik, Wellness und Make-up zu einem ganzheitlichen Beauty-Erlebnis – kompetent geschult von Top-Experten bis zum Diplom. Gerade in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten ist das ein entscheidender Wettbewerbsvorteil. Mit Angeboten wie dem exklusiven Workshop von Marlon Tietze „Was von 100 Euro übrig bleibt“ erhalten wir zusätzlich wichtige Impulse für nachhaltigen unternehmerischen Erfolg.

Auch die Umsetzung neuer Dienstleistungen gelingt uns – weil wir sie gemeinsam tragen. So wurde etwa das Head Spa-Konzept von den Teamleitern erfolgreich in die Aktivgruppen eingebracht und dort mit Leben gefüllt. Und unsere Young Talents? Sie sind das beste Gegenbeispiel zur oft zitierten „Quiet Quitting“-Generation. Mit ihrer mitreißenden Show in Berlin haben sie

eindrucksvoll bewiesen, was Engagement, Herzblut und Kreativität bewegen können.

All das erfüllt uns mit Stolz – auf jede und jeden Einzelnen von euch. Und es bestärkt uns in der Überzeugung: Unsere SFB-Community ist etwas ganz Besonderes. Mit dieser neuen Ausgabe des Campus Magazins, die wir euch in einem frischen, überarbeiteten Layout präsentieren, möchten wir diese Begeisterung mit euch teilen. Lasst euch inspirieren – und zeigt weiterhin, wie viel Kraft und Schönheit in unserer Gemeinschaft steckt.

Wir freuen uns auf euer Feedback zur neuen Campus unter office@sfb-d.de.

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
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.

Social Media

Folgt uns und macht mit unter [#sfbcommunity](#) [#welovesfb](#) [#exchange](#) [#sfbfamily](#) [#labiofamily](#) [#strongertogether](#)
www.instagram.com/sfbcommunity
www.instagram.com/hairandbeautyartist_de_at
www.facebook.com/hairbeautyartist



Société Française Biosthétique
www.sfb.world/de
www.hair-and-beauty-artist.de/
SFB-App:





Expertise trifft Wohlgefühl – Willkommen, Head Spa!

Es ist ein ganzheitliches Verwöhnerlebnis, das den Friseurbesuch auf eine neue Ebene katapultieren wird: das neue Head Spa-Konzept von La Biosthétique! Inspiriert ist diese angesagte Service- und Dienstleistungsinnovation von den wohltuenden Kopfhaut- und Haarritualen Asiens, bei denen anspruchsvolle Kundinnen und Kunden pflegende und revitalisierende Auszeiten, tiefe Ent-

spannung und umfassendes Wohlgefühl erleben. Kurz gesagt: Mit dem Head Spa-Konzept können Salonpartner ihre biosthetische Haar- und Kopfhautexpertise dank attraktiver Treatments und Wellness-Packages zu 100 % erlebbar machen. Modern. Jung. Lukrativ. Willkommen in der Welt moderner Haarpflege.

Claudia, du warst federführend bei der Entwicklung des La Biosthétique Head Spa-Konzepts. Was war die Intention für die Einführung dieser Neuheit?

Wir beobachten in den Massenmedien und vor allem auch auf Social Media sehr stark, dass sich das Kopfhautbewusstsein der Verbraucher verändert. Produkte und Treatments zur Haar- und Kopfhautpflege werden nicht mehr als dröge Problemlöser, sondern als kosmetische Treatments gehandelt, die neben einem hohen Wellnessfaktor auch zu tollen Traumhaaren führen können. Auch die Bereitschaft für Diagnose und Beratung steigt stetig. Das Thema Head oder auch Hair Spa spielt in diesem Zusammenhang eine immer größere Rolle. Bei La Biosthétique gehören Kopfhaut- und Hautpflege bereits seit 1948 zur DNA des Unternehmens. Mit dem Head Spa-Konzept haben wir ein modernes Dienstleistungsangebot, das nun auch eine beautyaffine, jüngere Zielgruppe für Kopfhautthemen und biosthetische Kompetenz begeistern kann. Denn letztlich haben wir angesagte kosmetische Behandlungen wie Detox, Peeling, Tiefenreinigung und Wellnessmassagen, die derzeit ein starker Beautytrend sind, passgenau auf Haar- und Kopfhaut-Anwendungen übertragen.



Claudia Zandron, Head of training design & senior consultant cosmetic La Biosthétique

Man sieht ja häufig, dass solche Head Spa-Behandlungen auf kostspieligen Liegen mit Stirnguss-Ringen etc. in separaten Spa-Räumlichkeiten gezeigt werden. Das wäre ein großer Invest für Salonunternehmer...

Ja, genau! Daher war es unser Ziel, ein salontaugliches Head Spa-Konzept zu entwickeln, mit dem unsere Partnersalons ohne große Investitionen sofort loslegen können. Wir haben zum Beispiel sehr lange nach einem wirklich bequemen und exklusiven Nackenkissen gesucht, mit dem für die Kundin pure Entspannung auch in einem herkömmlichen Waschsessel möglich ist. Und wir haben es gefunden! Außerdem bieten wir einige praktische und wunderbar ästhetische Tools an, mit denen die Umsetzung der La Biosthétique Head Spa-Treatments stilecht möglich ist, etwa Wasserkaraffen für den lauwarmen Aroma-Stirnguss. Auf Wunsch stellen wir auch Kontakt her zu Anbietern hochwertiger kuscheliger Kissen und Decken etc. Unser Head Spa-Konzept soll so einfach und erfolgreich wie möglich umgesetzt werden können. Darum umfasst unser Angebot für Salonpartner auch umfangreiches Marketingmaterial wie ein Social Media Video für die Werbung, Gutscheine für Head Spa-Erlebnisse, unterschiedliche Werbemittel sowie informative Massagevideos im Home of Education.

Nun ist ja in den meisten Salons die Personaldecke recht dünn. Sind da solche aufwändigen Treatments überhaupt umsetzbar?

Diese Situation ist uns mehr als bewusst. Daher haben wir drei große und längere Treatments sowie mehrere kleine Anwendungen entwickelt, damit ganzheitliche Me-Time genauso möglich ist wie kleinere Genussmomente von 15 oder 20 Minuten. Diese sind einfach zu erlernen, lassen sich einfach in den Salonablauf einbauen und sind je nach Wunsch und zeitlichen Möglichkeiten und Mitarbeiterstruktur individuell ausbaubar. Interessant ist dieses Angebot auch, weil es nicht zwingend Friseurinnen und Friseure selbst ausführen müssen, sondern Beautyassistenten in wenigen Stunden angelernt und eingearbeitet werden können. Viele biosthetische Salonpartner bieten ja bereits schon lange Kopf- und Nackenmassagen an. Mit dem Head Spa-Konzept verbinden wir diese einzelnen, zum Teil schon bekannten Verwöhn- und Pflege-Bausteine mit der Beratungskompetenz der Friseure zu einem ganzheitlichen und modernen Pflege- und Verwöhnerlebnis. Das Gesamtpaket „Head Spa“ ist neu inszeniert: Mit modernem Wording, Kopfhaut-Know-how, Produktqualität und sinnlichem Erlebnis begeistert es Friseure und Kunden gleichermaßen.

Wie schätzt du in dem Zusammenhang die Umsatzchancen – auch für den Produktverkauf – ein?

Keine Frage: Für Friseurunternehmer öffnet diese Dienstleistung ein interessantes, neues Feld für zusätzliche Umsätze. Es gibt Salons, die eigene Head Spa-Events für stattliche Preise anbieten, bei denen Kundinnen und Kunden stundenlang umsorgt und verwöhnt werden. In solchen Zeiten kann der Profi natürlich viel eingehender beraten und Produktempfehlungen aussprechen, die sich im Verkauf deutlich abbilden. Aber auch kurze, 20-minütige Treatments, die mit 30 oder 40 Euro berechnet werden, sorgen für gute Umsätze. Vor allem bei sinkender Kundenfrequenz. Spannend dürfte dieses Konzept auch für Salons mit 4-Tage-Woche sein, die z. B. am fünften Tag statt des normalen Programms mit Schnitt und Farbe ausschließlich Head Spa-Termine vergeben, die optional auch von Beauty-Assistenten durchgeführt werden könnten. Dann ist es im Salon ruhig und gechillt – es gibt also eine Menge Möglichkeiten.

INTERVIEW



Irene Dangel, Teamleitung La Biosthétique Consulting

„Der Wellnessmarkt boomt – viele Kundinnen und Kunden suchen heute in ihrem Friseur-salon nicht nur einen Haarschnitt, sondern ein Erlebnis! Mit unserem Konzept lassen sich Head Spa-Elemente flexibel integrieren, z. B. als kurze, entspannende Treatments mit dem Shampooing Ritual oder dem Detox Care & Relax. Zudem gibt es auch voll umfassende Packages von 45 bis 90 Minuten. Head Spa-Behandlungen verwandeln den Friseurbesuch somit in eine Mini-Auszeit – und das schafft emotionale Bindung.

Außerdem ist Head Spa in vielen Regionen noch ein Nischenangebot – genau das macht es zu einem strategischen Alleinstellungsmerkmal im lokalen Wettbewerb. Das ganzheitliche Konzept steht für Achtsamkeit, Stressabbau und Gesundheit – Werte, die sich in vielen Zeitschriften und auf Social Media wiederfinden und so absolut am Puls der Zeit sind. Saloninhaber sprechen somit nicht nur Beauty-Kundinnen an, sondern auch Menschen mit Verspannungen, Schlafproblemen oder mentaler Erschöpfung – dies ist ein wertvoller, wachsender Markt.“

Benjamin Schmitt, Biosthetiker aus Reichartshausen

„Wir gestalten in unserem Salon regelmäßig exklusive Kundenevents wie etwa kürzlich erst den „Head Spa- & Detox-Tag“. An einem solchen Tag haben wir als 8-köpfiges Salon-team genau 8 Kundinnen, die wir dann 1:1 betreuen können. Das neue Head Spa-Konzept ist ganz hervorragend! Daher haben wir es zur großen Freude unserer Teilnehmer direkt eingebunden. Die 2 ½-stündige Event-Teilnahme kostet die Kundin 199 € – und dank der exklusiven Zeit, die wir mit den Gästen verbringen und der damit einhergehenden, ausgiebigen und individuellen Beratung, liegt der zusätzliche Verkaufsumsatz bei Haar- und Kopfhautpflegeprodukten nicht selten bei 200-300 Euro, manchmal sogar bei 500 Euro.



Auch im laufenden Salonalltag spielen Head Spa-Anwendungen inzwischen eine große Rolle. Wir haben alle 8 Wochen neue Salon-themen und Dienstleistungs-angebote, die wir aktiv an alle Kunden kommunizieren. Derzeit (und vermutlich lang-fristig) sind es die verschiedenen Head Spa-Treatments, die zwischen 20, 30 und 40 Minuten dauern und daher sehr gut im Vorfeld eingeplant werden können. Ich bin überrascht, dass vor allem die langen Behandlungen gern gebucht werden. Werden die kürzeren Treatments spontan angefragt, bauen wir sie nach Möglichkeit in den Ablauf ein.

Ich habe mir mittlerweile angewöhnt, mich mit meinem Marketingplan an dem von La Biosthétique zu orientieren. So habe ich immer aktuelle News für meine Kunden und das Thema Marketing ist für mich extrem zeitsparend geworden, weil ich mich an den ästhetischen und durchdachten Materialien aus der C & S bedienen kann.“

WELLNESS

Sonja Holzinger, Biosthetikerin aus Östringen

„Wir haben Head Spa-Dienstleistungen bereits Anfang des Jahres eingeführt, weil wir das große Glück haben, dass wir Camilla Schrader in unserem Salonteam haben, die auch bei La Biosthétique als Trainerin das Head Spa-Konzept schult. In nur zwei mal vier Stunden hat sie unser komplettes Team fit gemacht und regelrecht angefixt, das Ganze mit Spaß im Salon umzusetzen! Als langjährige Biosthetiker sind wir dank des Total Beauty Ansatzes natürlich bereits mit vielen Bausteinen des Konzepts wie etwa den Kopfmassagen und Ampullenanwendungen vertraut. Daher fangen wir nicht bei Null an. Aber dieser Ansatz, all unsere Kompetenzen in der Haar- und Kopfhautpflege in einer ganz neuen und extrem modernen Dienstleistung – dem Head Spa-Konzept – zu bündeln und modulartig upzugraden, macht einen erheblichen Unterschied!



Die Asia Spa Root Massage ist inzwischen ein richtiger Bestseller. Außerdem machen wir einmal monatlich einen Head Spa-Abend, an dem wir zwischen 17 und 19 Uhr nur Kundinnen für diese Behandlung im Salon haben. Dann dimmen wir das Licht und spielen spezielle Entspannungsmusik, um im Salon eine total ruhige und relaxte Spa-Atmosphäre zu schaffen. Wir Friseurinnen lieben diese Dienstleistung, weil wir auch selbst dabei entspannen und runterkommen können. Unsere Kunden sind begeistert über diese neuen Angebote im Salon, die wir immer direkt bei der Terminvergabe und der Terminerinnerung an sie kommunizieren. Um eine breite Bekanntheit zu erreichen, nutzen wir zudem die Möglichkeiten, das emotionale Wohlfühl-Erlebnis mit allen Tools – von der Kuscheldecke über die Stirnguss-Karaffe bis zum Kissen und zur Wärmflasche – lebendig und emotional auf Social Media rüberzubringen.“

Was bedeutet „Head Spa“?

Head Spa bedeutet weit mehr als „nur“ eine Kopfmassage oder Pflege. Am Anfang jedes Spa-Erlebnisses steht das Shampooing Ritual. Es hebt die klassische Verwöhnhaarwäsche auf ein neues Niveau. Durch eine durchblutungsfördernde Bürstenmassage, einen Aromaguss mit ätherischen Ölen und tiefenwirksamer Reinigung werden die Kopfhaut belebt und das Haar von Rückständen befreit und gepflegt. Dieses Ritual bildet das Herzstück aller Head Spa Behandlungen.

Welche Kunden spricht das Head Spa-Konzept an?

- Entspannungsorientierte Gäste (gestresste Berufstätige)
- Kunden mit Haar- oder Kopfhautproblemen (trockene, fettige, schuppige Kopfhaut/ Haarwachstumsstörungen)
- Beauty-Liebhaber (anspruchsvolle Gäste ca. 30 bis 60 Jahre)
- Männer mit Fokus auf Haar- und Kopfhautgesundheit
- Wellness-Fans (Yoga, Spa-Liebhaber)
- Junge, trendbewusste Gen Y & Z



So wird Make-up zum Umsatz-Booster

Ein tolles Make-up ist die wohl schönste Nebensache der Welt, oder? In Zeiten sinkender Besuchsfrequenzen beim Friseur, dem Wunsch der Kundinnen nach ganzheitlicher Schönheit und hohem Kostendruck in Salons kommt Make-up als Dienstleistung noch eine weitere Rolle zu: die des Umsatz-Boosters! Biosthetische Salons haben das Glück, aus einem wahren Füllhorn an Möglichkei-

ten zu schöpfen, um bei ihren Salongästen nicht nur in Sachen Haar, sondern auch bei Hautpflege und Maquillage einen bleibenden Eindruck zu hinterlassen. Wir haben mit Steffen Zoll, La Biosthétique Creative Director Make-up, über erfolgreiche Strategien für Make-up im Salon, die passende Weiterbildung und seinen aktuellen Lieblings-Trendlook gesprochen.

Steffen, ganz ehrlich: Kann ein Friseurbesuch ohne abschließendes Make-up ein gelungener Friseurbesuch sein? Oder anders: Wie wichtig ist Make-up im Total Beauty-Konzept von La Biosthétique?

Make-up ist das finale Element des Total Beauty-Gedankens. Es bringt nicht nur den Look zum Strahlen, sondern auch die Persönlichkeit. Ein Haarschnitt oder eine Coloration sind erst dann vollkommen, wenn der Teint der Kundin ausgeglichen, die Augen betont und die Lippen belebt sind. Das ist es, was einen guten Look von einem großartigen Look unterscheidet. Mein Tipp für Teams, die Make-up neu integrieren möchten: Speziell für sie bieten wir das zweitägige Seminar Make-up for Beginners an – ein idealer Einstieg in die dekorative Welt im Salonalltag.

Dein Lebensmittelpunkt ist in New York, und du kennst die Szene durch und durch. Wie sieht es in New York mit Make-up-Angeboten im Salon aus?

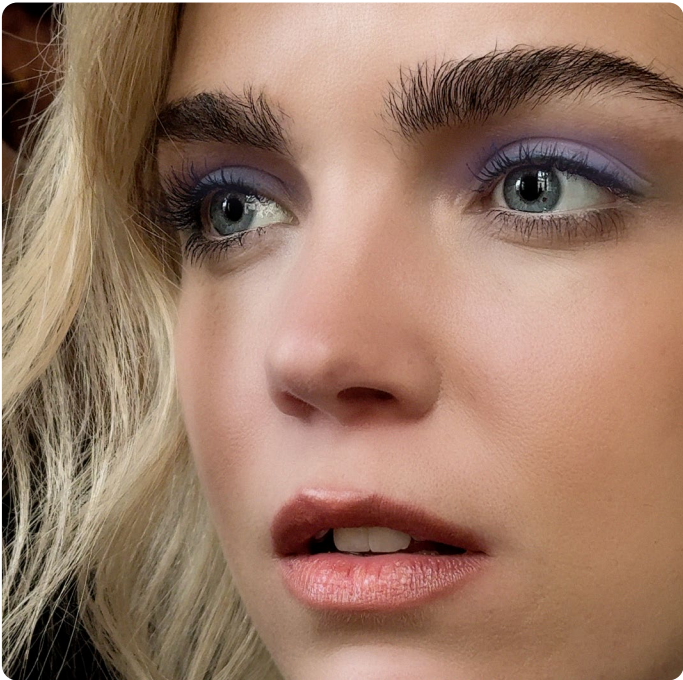
In New York gehören schnelle Make-up-Services zum Standard. Nach dem Blow-out wird direkt ein Touch-up angeboten – Augenbrauen, Lippen, ein Hauch Teint. Alles unkompliziert, professionell und auf den Punkt. Viele Salons arbeiten mit modularen Angeboten oder kleinen "Beauty Add-ons". Das zeigt: Make-up muss nicht aufwendig sein, um Eindruck zu machen. Genau das vermitteln wir auch in unseren Seminaren – von Einsteigertrainings bis zur Beautify Masterclass.

Seit Corona kränkt das Salongeschäft mit der dekorativen Kosmetik etwas. Welche Tipps hast du für Friseure, die diese wunderbare Dienstleistung wieder in ihren Salons beleben möchten?

Wichtig ist: Weniger planen – mehr machen! Schon ein kurzer Touch-up am Ende der Dienstleistung kann unkompliziert ein Verkaufsgespräch anstoßen. Statt aufwändiger Sessions empfehle ich, lieber gezielte Angebote wie Brautservice oder Eventlooks zu kommunizieren. Und: Das Team muss sich wirklich sicher fühlen, um Make-ups souverän, ästhetisch und professionell im Salon anbieten zu können. Mit unserem Seminar Make-up for Beginners und der intensiven Beautify Masterclass schaffen wir genau diese Basis – mit praxisnahen Inhalten, die sofort im Salon umsetzbar sind.

Brautservice ist im Salon tatsächlich ein sehr lukratives Business! Um ihn professionell umzusetzen, hast du kürzlich für Salonpartner den „Bride Guide“ kreiert. Was ist das Besondere an diesem Tool und wie unterstützt er Friseure im Salon?

Der Bride Guide ist mehr als ein Styling-Plan – er ist ein praxisnahes Tool zur Beratung. Er hilft Friseuren, den Brautservice strukturiert und emotional aufzubauen: mit Farbideen passend zum Kleid, Look-Vorschlägen für verschiedene Typen und einer klaren Checkliste für den Beratungstermin. Ergänzend bieten wir im Rahmen der Beautify Masterclass ein Brautmodul an, das Theorie, Technik und Kundenerlebnis ideal miteinander verbindet.



Steffen Zoll, La Biosthétique Creative Director Make-up

MAKE! ME! UP!

Seit einiger Zeit bist du bei La Biosthétique als Creative Director Make-up der „Master of Maquillage“. Auf welche Neuerungen und Impulse dürfen wir uns freuen?

Als Creative Director Make-up für La Biosthétique bringe ich das Wissen aus über 35 Jahren internationaler Erfahrung ein – von den Fashion Weeks der Metropolen bis zum Salonalltag. Mein Ziel ist es, Produkte, Texturen und Farben auf internationalem Niveau zu halten. Dabei denke ich bei all unseren Entwicklungen an beide Welten: die Bühne ebenso wie den Stuhl im Salon. Mein Versprechen: Unsere Produkte funktionieren überall – sie sind intuitiv, hochwertig und inspirierend. Neue Texturen, smarte Tools und praxisorientierte Looks werden die kommenden Kollektionen prägen.



Last but not least: Welcher der Looks aus der aktuellen Kollektion ist dein Liebling – und warum?

Das ist eine schwierige Frage – denn jeder Look trägt meine Handschrift und ist Teil einer eigenen kreativen Idee, die sich aus der Sweet Escape Make-up Trend Collection entwickelt hat. Die unterschiedlichen Styles spiegeln meine Vision der La Biosthétique Kundin im Frühjahr/Sommer 2025: selbstbewusst, verspielt und emotional verbunden mit ihrer Vergangenheit. Es geht um die Erinnerung an unbeschwerte Kindheitsmomente – transformiert ins Hier und Jetzt. Der Blick in den Spiegel offenbart Leichtigkeit und Mut zugleich.

How to ... Die La Biosthétique Trainingsformate für jedes Level

Make-up for Beginners

Das zweitägige Einsteigerseminar für alle, die Make-up neu entdecken oder professionell in den Salon integrieren möchten. Ideal für Friseur*innen ohne Vorkenntnisse. Fokus: Grundtechniken, Produktsicherheit und schnelle Salon-Services.

Beautify Make-up Class

Das intensive 5-tägige Profi-Training für Fortgeschrittene. Perfekt für alle, die bereits Make-up anbieten, aber mehr Technik, Struktur und kreatives Repertoire erlernen möchten. Von Contouring über Augenformen bis zum Braut-Look – inklusive Praxismodulen und Facechart-Arbeit.

Make-up Aufsteller: Make-up erfolgreich im Salon verkaufen! So gelingt's:

1. Sichtbar machen: Make-up-Station oder Trolley in die Beratung einbeziehen
2. Kurz und effektiv: 5-Minuten-Touch-ups direkt nach dem Haarschnitt anbieten
3. Lust auf Farbe wecken: Produkte in der Anwendung zeigen – nicht nur ausstellen
4. Momente schaffen: Schmink-Events, saisonale Looks, Brauttage
5. Team mitnehmen: Mit Make-up for Beginners und der Beautify Masterclass Know-how aufbauen



Der SFB Live! Kongress in Berlin - Gemeinschaft lieben! Gemeinschaft leben!

Ein Kongress ist dann ein Volltreffer, wenn er alle Teilnehmer begeistert von den Stühlen reißt! In diesem Sinne: Mission mehr als erfüllt! Beim heiß ersehnten SFB Live! Kongress in Berlin, der im Mai in Kooperation mit La Biosthétique stattfand, ging es mehr als nur rund: 600 begeisterte Biosthetiker aus Deutschland erlebten in den Berliner Bolle Festsälen einen Tag mit Emotionen pur und

viel spannendem Input rund um Zukunftsvisionen und Mental Health. Für tolle Fashion-Inspirationen sorgten die SFB Young Talents sowie das La Biosthétique Artistic Team um Alex Dinter und Steffen Zoll. Und wie immer, wenn die SFB-Community live zusammentrifft, wurde ein wahres Feuerwerk aus Herzensverbindungen gezündet! What a day.





Renè Borninkhof

„Für mich war der SFB Kongress eine Mischung aus inspirierenden Personen und modernem Lifestyle. Die Speaker haben mich sehr abgeholt, und besonders beeindruckend fand ich die Young Talent Show mit Ihrer außergewöhnlichen Umsetzung der vier Elemente. Ich hatte viele Magic Moments mit Kollegen und lieben Menschen. Diese ganze Mischung hat es für mich zu einem ganz besonderen Erlebnis gemacht.“

Nicole Cross

„Der Besuch des La Biosthétique Events 2025 in Berlin mit meinem gesamten Team war ein voller Erfolg! Gemeinsam neue Impulse zu erleben, stärkt nicht nur unseren Teamgeist, sondern auch unsere Leidenschaft für Frisuren, Mode und aktuelle Trends – essentielle Elemente unseres Berufs. Besonders inspirierend war die Young Talent Gruppe, die mit Kreativität und Engagement zeigt, wie viel Potenzial in der Zukunft unseres schönen Handwerks steckt. Voller Energie und Ideen blicken wir motiviert nach vorn!“



Rena Rados

„Mir hat beim SFB Kongress vor allem die Verbundenheit gefallen; dieses Gefühl, mit allen an einem Ort zu sein. Die Inspiration war stark - besonders der Moment mit der Psychologin. Sie hat auf den Punkt gebracht, was wir wirklich leisten. Mein Wunsch ist es, dass Psychologie als Fach in der Friseurausbildung gelehrt wird. Unser Beruf ist so viel mehr als Haarschneiden. Dieser Kongress bleibt im Herzen und im Kopf.“

Gabi Stern

„Ich war von der fantastischen Stimmung in Berlin und von dem Family-Gefühl total begeistert. Endlich sind sich alle wieder begegnet nach dieser langen Auszeit. Hoffnungsvoll stimmt mich die Jugend, die bei ihrer Bühnenshow mega abgeliefert hat - allen Unkenrufen zum Trotz. Eine weitere tolle Botschaft des Kongresses: „Wir sind nicht verloren“, hat mir Tristan Horx glaubwürdig und auf unterhaltsame Weise vermittelt.“



Micha Pelz

„Mein Highlight des Kongresses war der Vortrag von Tristan Horx. Er hat mich mit seinem Blick in die Zukunft begeistert. Besonders gefreut habe ich mich über das Wiedersehen mit so vielen tollen Kolleginnen und Kollegen. Denn der direkte Austausch mit Gleichgesinnten ist und bleibt für mich einfach unschlagbar.“

Stefanie Ehrich

„Der SFB-Kongress in Berlin war für mich ein bewegender Moment voller Aufbruch, Stolz und Miteinander. Junge Talente standen auf der großen Bühne – nicht als Nachwuchs, sondern als echte Stimmen der Branche. Es war inspirierend zu sehen, mit welchem Feuer, Wissen und Herzblut sie aufgetreten sind. Die Atmosphäre war geprägt von gegenseitigem Respekt, Offenheit und ehrlicher Begeisterung. Und auch die Speaker auf der Hauptbühne haben mit Zeitgeist, Tiefgang und nahbarer Präsenz bleibende Impulse gesetzt. Für mich war das nicht nur ein Fachkongress – es war ein Statement für die Zukunft unseres Berufs.“



Norma, Ihr habt mit dem Young Talent Team beim Berliner Kongress mit einer eigenen Show richtig die Bühne gerockt. Erzähl, wie kam es zu diesem großartigen Auftritt?

Die Idee dahinter war es, der Jugendarbeit innerhalb der SFB noch mehr Raum und vor allem auch Bühne als bislang zu geben. Da ich das jüngste Mitglied im Präsidium bin, war schnell klar, dass ich diese Aufgabe übernehme. Gemeinsam mit Theo Dimitri, der über viel Erfahrung bei Shows und bei der Fashion Week verfügt, und Roberta Metallo haben wir dieses Projekt ins Leben gerufen. Uns war es dabei wichtig, dass die jungen Talente und Azubis aus ganz Deutschland kommen sollten.

Die Azubis on Stage waren sichtbar bis in die Haarspitzen motiviert. Wie haben sie es geschafft, dass sie dabei sein durften?

Ja, wir hatten im Team von Tag eins an ein unglaubliches Engagement und eine riesige Motivation. Die insgesamt 13 Teilnehmer – 8 auf der Bühne und 5 backstage – kamen aus zwei Bereichen: zum einen waren es Mitglieder der zwei SFB Jugendgruppen, die wir im Norden und im Raum Frankfurt Main haben. Zum anderen hatten wir Gewinner der Talent Trophys am Start. Dank der Erfahrungen, die die Youngsters bereits in den Jugendgruppen und durch ihre Teilnahme an den Wettbewerben gesammelt haben, konnten sie gleich durchstarten und sprühten nur vor Ideen.

Was mussten die jungen Talente alles für diese schöne Bühnenshow vorbereiten?

Eigentlich alles! Sie haben das Thema „Wasser, Feuer, Erde, Luft“ eigenständig erarbeitet – auch die Inspiration selbst kam aus der Gruppe. Umsetzung der Themen in den Haaren und als Make-up, die Auswahl der Klamotte, der Musik, der Choreographie – das alles fiel in ihren Kompetenzbereich. Und sie haben es unglaublich professionell umgesetzt! Wir als Trainer und Organunterstützung haben sie wirklich nur flankierend begleitet und haben ihnen Support gegeben, wenn er gefragt war. Man muss dazu sagen: Wir haben uns als gesamtes Team tatsächlich nur 2 x online und 1 x in Präsenz getroffen, weil wir ja aus allen Teilen Deutschlands kommen. Es war enorm, wie toll sich Azu-

bis weitestgehend selbstständig organisiert und sich gegenseitig durch einen intensiven Austausch über WhatsApp unterstützt haben. Die Stimmung miteinander war einfach nur Klasse.

Gibt es schon Pläne, wie es mit tollen Aktionen wie diesen weitergeht?

Nach dieser mehr als gelungenen Premiere haben wir alle Lust, dass es irgendwie weitergeht. Momentan sind wir noch in der Findungsphase, aber wir möchten diesen positiven Spirit auf jeden Fall gern weiterführen und ihn als Startrampe für eine neue und breitere Jugendarbeit innerhalb der SFB nutzen. Fest steht, dass es die Talent Trophys weiterhin geben wird. Mit etwas Glück können wir mit Projekten wie diesen auch wieder Ausbilder und ihren Nachwuchs für die Gründung weiterer Jugendgruppen motivieren. Für Azubis kann dieses „Out of-the box“-Denken und dieses Gefühl, auf der Bühne abzuliefern und dafür gefeiert zu werden, jedenfalls ein Gamechanger sein – in Sachen Motivation und auch was die Karrieremöglichkeiten in diesem wunderbaren Beruf angeht.



Norma Garwels, SFB Präsidiumsmitglied



SFB Unplugged:
Beauty Tasting – ein Tag
für alle Sinne

Wie sich fachlicher Austausch, Inspiration und Herzlichkeit perfekt verbinden lassen, zeigte die Region 7 beim SFB Unplugged „Beauty Tasting“ am 13. April im badischen Östringen. Rund 100 Teilnehmer folgten der Einladung von Gastgeberin Sonja Holzinger und ihrem Vorstandskollegen Benjamin Schmitt ins stimmungsvolle Weingut Honold – ein Ort, der wie gemacht war für dieses besondere Event.

Herzstück des Tages waren sechs „Beauty-Tasting“-Stationen, die im Halbstundentakt besucht wurden: von Aromatherapie und Haut-Haar-Identitest bis zur Präsentation der Pflegeserien Methode Régénérante und Sensitive Skin Care. Auch das neue „Head Spa“-Ritual wurde live erlebbar – ein multisensorisches Verwöhnerlebnis für Kopfhaut, Haar und Seele. Marlon Tietze informierte zum Thema Salonmarketing und stellte die Weiterbildungsplattform „Home of Education“ vor. Beim Make-up-Spot wurde der Frühjahrs-/Sommerlook 2025 vorgestellt –

begleitet von kleinen Verwönmomenten wie Augenpads und Aroma-Towels. „Wir wollten echtes Beauty-Tasting: erleben, ausprobieren, genießen“, so Holzinger und Schmitt. Nach dem Mittagessen überraschte Marcus Matthes mit einer Qi-Gong-Session für alle – ein wohltuender Kontrapunkt zum inspirierenden Input des Tages. Weinverkostung und Tapas rundeten das Erlebnis ab. Zum Abschluss wurden neue Mitglieder in die SFB aufgenommen, ein Gewinnspiel verlost und Goodie-Bags verteilt.



TOP Salons 2025: Drei La Biosthétique
Teams unter den Besten

Einmal im Jahr wird's in Düsseldorf richtig spannend: Bei der Fachmesse TOP HAIR International trifft sich die Crème de la Crème der Friseurwelt – und kämpft um das wohl begehrteste Gütesiegel der Branche: den TOP Salon – The Challenge. Seit über 20 Jahren zeichnet dieser Wettbewerb Salons aus, die nicht nur kreativ sind, sondern auch unternehmerisch richtig was draufhaben. Nur wer hier glänzt, darf aufs Treppchen – und das haben in diesem Jahr wieder gleich drei La Biosthétique-Salons geschafft! Herzlichen Glückwunsch an Eileen Ege Friseure, Biberach an der Riß (Kategorie Best Practice), Louise & Fred, München (Kategorie Design), Haar & Beauty Zauber by Ute Berg, Hattingen (Kategorie Employer & Eco Future)



Fotocredit: Messe Düsseldorf / ctilmann

Makeover Challenge 2025 -
Kreativität trifft Community

Was für ein Debüt! Die Makeover Challenge 2025 von SFB und La Biosthétique war mehr als ein Wettbewerb – sie war ein kreatives Feuerwerk junger Friseurtalente. Vom 24. Februar bis 24. März zeigten Nachwuchsstylisten in 60-sekündigen Instagram-Reels

Die Gewinner, ermittelt von einer hochkarätigen
Fachjury:

- 1. Madeleine & Nafiz, Eileen Ege Friseure
- 2. Lisa, Salon Bahrenburg
- 3. Zehra & Aylin, Salon Zehra Ho

Der Siegerlook: coole Blondnuancen, blaue Längen, knalliges Make-up – Fashion-Statement pur! Die Challenge war ein voller Erfolg – voller Kreativität, Leidenschaft und Teamspirit. Und: Die Erstplatzierten fahren zur Fashion Week Berlin 2025!

ihre Makeover-Interpretationen – von Cut und Colour bis Make-up und Fashion. Alles mit Produkten von La Biosthétique, alles mit maximaler Freiheit! Innovation, Mut und echtes Handwerk standen im Fokus. Teilnehmen durften alle Young Stylists vom 1. Lehrjahr bis zum 8. Gesellenjahr – gepostet wurde direkt auf Instagram unter #sfbmakeoverchallenge.



Abgeliefert! Die La
Biosthétique Testkun-
den-Challenge 2025

„Zeigt, was Ihr könnt!“ – diesem Aufruf sind im März viele La Biosthétique-Saloninhaber gefolgt. Bei der großen Test-

kunden-Challenge 2025 ging's ans Eingemachte: Anonyme Testkunden haben sich undercover in die teilnehmenden Salons geschlichen und genau hingeschaut – und zwar bei Optik, Beratung, Erlebnis und Ergebnis. Das Fazit? Alle Teilnehmer haben großartig performt – mit Kompetenz, Herz und Stil!



And the winners are...

- 1. Sandra Hoops, Karlsruhe
- 2. Ursula Beier, München
- 3. Friseur Naturel, Pasewalk
- 4. Uta Groth, Karlsdorf-Neuthard
- 5. Andrea Zacher, Oberpfaffmarn
- 6. Christine & Marc, Vöcklamarkt
- 7. Beauty-Park Happel-Reiling, Pforzheim
- 8. Ute Börsdamm, Tarmstedt
- 9. Friseur Schraufstetter, Straßkirchen
- 10. Gabi Stern beauty-team, Asperg

SFB-Präsidiumssitzung
in Kassel: Ideen, Aus-
tausch und echtes
Teamwork

Vom 27. bis 29. April wurde in Kassel nicht nur diskutiert, sondern richtig rangeklotzt: Das SFB-Präsidium traf sich zur Frühjahrstagung – mit jeder Menge Themen im Gepäck und einer klaren Mission: die Zukunft der SFB aktiv gestalten! Ganze 1,5 Tage widmete sich das Team allein der Hair & Beauty Artist Ausbildung – dem Aushängeschild für Qualität im Friseurhandwerk. Ziel: Noch sichtba-

rer machen, weiterentwickeln und mit voller Power pushen! Auch weitere zukunftsweisende Themen kamen auf den Tisch: Young Talents Öffentlichkeitsarbeit & SFB-Campus, Website & App sowie Events wie der SFB-Kongress in Berlin und die beliebten Unplugged-Formate in den Regionen. Natürlich wurde auch an den SFB Exklusiv-Angeboten gefeilt – stay tuned! „Unsere Agenda war lang – aber wir haben sie mit Herz und Verstand durchgearbeitet“, berichtet SFB-Präsidentin Gabi Stern. „Demokratisch, herzlich und auf Augenhöhe – genau so soll es sein!“, freut sich die Präsidentin.



Gemeinsam stark -
Ideen teilen! Impulse setzen!

Zur Website



„Bei uns hieß es kürzlich: kleine Wellness-Auszeit beim Thema Head Spa. Wir haben uns gefragt: Worin besteht der echte Mehrwert für unsere Kunden? Wie positionieren wir uns als Experten? Und wie können wir uns exklusiv verkaufen – mit all den großartigen Produkten und Möglichkeiten von La Biosthétique? Es war ein richtig inspirierender Austausch. Inputs aus dem Social-Media-Seminar und von der Top Hair Messe haben unseren Tag perfekt abgerundet. Kollegen zu begeistern und zu motivieren – genau das brauchen wir in dieser Zeit!“

Jana Ebenroth, Aktivgruppe Elbflorenz



„Ein großartiger Tag bei Coiffeur Marcello in Remscheid – wir haben uns mit Emmanuel Shesher intensiv dem Thema Fade und Taper gewidmet. Fazit: Wir Friseure sollten uns viel öfter an die Maschine trauen! Außerdem hatten wir einen zweiten fantastischen Aktivgruppen-Tag mit Lisa von Kiwiblu – Thema: Braut & besondere Anlässe. Es wurde fleißig gesteckt, gestylt und getüftelt. Wir nehmen ganz viel Inspiration mit zurück in den Salon!“

Sabine Erber, Aktivgruppe Remscheid



„Unsere Aktivgruppe besteht seit vielen Jahren aus denselben Mitgliedern und hat sich zu etwas ganz Besonderem entwickelt. Über die regelmäßigen Treffen hinaus sind wir nicht nur gemeinsam älter geworden, sondern auch enger zusammengewachsen. Was als beruflicher Austausch begann, hat zu tiefen Freundschaften geführt, die weit über die Arbeit hinausgehen. Wir teilen nicht nur unser Wissen und unsere Leidenschaft für La Biosthétique, sondern auch unsere Lebenserfahrungen, Herausforderungen und Erfolge. Selbst zu denen, die inzwischen in den Ruhestand gegangen sind, ist der Kontakt nie abgebrochen – sie bleiben ein wertvoller Teil unserer Gemeinschaft. Diese Verbundenheit macht uns zu einer Familie, die sich gegenseitig inspiriert und unterstützt, sowohl beruflich als auch privat.“

Sabina Götz, Aktivgruppe Oberpfalz



„Unser Treffen in Wermelskirchen stand ganz im Zeichen von Freehand-Techniken und Color & Gloss Farbveredelung – unter der Leitung von Katja Salewski. Von Brush Lights über Air Touch bis hin zu Face Framing und Rootshadow: Wir haben nicht nur besprochen, sondern auch direkt praktisch umgesetzt. Alle Teilnehmer konnten sich kreativ entfalten – und unsere Modelle waren einfach super drauf!“

Linda Spitzer, Aktivgruppe Rhein-Berg/Mettmann



„Wir sind die Aktivgruppe Stuttgart! Gemeinsam sind wir klüger, kreativer und erfolgreicher als allein – genau deshalb schätzen wir den offenen Austausch in unserer Gruppe. Seit rund 14 Jahren treffen wir uns regelmäßig, um über fachliche Themen, neue Produkte, betriebswirtschaftliche und personelle Fragen zu sprechen. Dabei kommt auch der persönliche Austausch nicht zu kurz – gemeinsames Lachen gehört genauso dazu wie wertvolle Impulse für unseren Berufsalltag. Unsere Treffen finden in Salons, Restaurants oder bei spannenden Unternehmungen statt. Zudem organisieren wir Seminare für uns und unsere Teams. Offenheit, Ehrlichkeit und gegenseitige Unterstützung sind uns besonders wichtig. Arbeitest du in der Region Stuttgart und hast Lust, dabei zu sein? Dann melde dich – wir freuen uns auf dich!“

Fabian Tietz, Aktivgruppe Stuttgart



„Wir hatten Florian Lanzel bei uns im Salon – und der Tag war prall gefüllt: Color Protection, Skin Care, Haarausfall, neue Produkte ... es ging richtig in die Tiefe! Jeder von uns hat sich ein Produkt aus dem Regal geschnappt, bei dem wir noch unsicher waren – und Florian hat alles super verständlich erklärt. Ein spannender, lehrreicher Austausch für uns alle!“

Conny Reiß, Aktivgruppe Visagisten Region 8



VOLL
VERNETZT



„Wir hatten einen richtig gelungenen Info-Abend zur Dermosthétique Serie – offen gestaltet, voller Austausch und mit ganz viel Freude daran, unser Wissen weiterzugeben. Gemeinsam mit Susanne Brandis haben wir nicht nur die Produkte vorgestellt, sondern auch intensiv über Zielgruppen, Wirkstoffe, Hautwirkung und Pflegeroutinen gesprochen. Unsere Gäste konnten alles selbst ausprobieren – das kam super an! Ein schöner, erfolgreicher Abend mit echten Aha-Momenten für Kundinnen und Kolleginnen gleichermaßen.“

Ilona Brand-Fuhrmann, Aktivgruppe Südoldenburg

„Wir hatten mit der Aktivgruppe Bonn ein intensives Seminar aus der How to Care-Reihe – Thema: Damaged Hair. Wir sind tief in die Haarstruktur eingestiegen und haben erlebt, wie kraftvoll unsere Pflegeprodukte sind. Es war ein Vormittag voller Input, Motivation und echtem Know-how. Genau das brauchen wir, um unsere Kunden noch besser zu beraten und zu begeistern!“

Stephan Sundermann, Aktivgruppe Bonn



„Das Seminar Hair & Scalp Care 1 mit Frank Hermanns war für uns ein echtes Highlight! Wir haben spannende Einblicke in die Kopfhautgesundheit erhalten und gelernt, wie wichtig professionelle Beratung und gezielte Pflegeprodukte dabei sind. Besonders stark war die Kombination aus Theorie und Praxis: Wir konnten Beratungsgespräche simulieren, Massagetechniken ausprobieren und die hochwertigen Produkte direkt anwenden. Der Austausch unter Kollegen und mit Frank als Experten hat das Ganze zu einer richtig inspirierenden und lehrreichen Erfahrung gemacht!“

Tobias Behrendt, Aktivgruppe Bingen/Koblenz



„Unsere Aktivgruppe zeichnet sich durch den gemeinsamen Willen zur Weiterentwicklung aus. Jeder bringt Erfahrungen ein, und alle profitieren durch den Austausch wertvoller Erkenntnisse. Unsere Treffen bieten eine Plattform, um Herausforderungen zu diskutieren, Ideen zu präsentieren und Best Practices zu teilen – in einem Umfeld ohne Missgunst und Konkurrenzdenken. Neben informellen Gesprächen gehören auch strukturierte Präsentationen und Workshops dazu, oft mit Experten, die spezifische Themen vertiefen. Offenheit und Vertrauen ermöglichen es, Herausforderungen und Erfolge ehrlich zu teilen. Dieser regelmäßige Austausch stärkt unser Gemeinschaftsgefühl, unterstützt uns im Alltag und inspiriert uns, während wir unsere Ziele weiterverfolgen.“

Uwe Posorski, Aktivgruppe Harz



Die SFB-Community trauert Peter Schünemann ist gestorben

Die SFB-Community trauert um ihren ehemaligen Präsidenten und Schatzmeister Peter Schünemann, der am 17. März 2025 plötzlich und unerwartet im Alter von 75 Jahren verstarb.

Ein großer Verlust nicht nur für seine Familie und Freunde, sondern auch für die SFB und das gesamte Friseurhandwerk.

Seit 1979 war Peter Schünemann mit Leib und Seele Biosthetiker und Friseurunternehmer. Obwohl er seinen Salon im westfälischen Hamm bereits Ende 2009 an seine Kinder Michael und Nicole übergeben hatte, konnte ihn nichts davon abhalten, jeden Freitag weiterhin seine treuen Stammkunden zu bedienen. Denn Haare schneiden war für ihn nicht nur Beruf, sondern Passion.



In der SFB engagierte sich Peter Schünemann über vier Jahrzehnte lang unermüdlich und durchlief nahezu alle Positionen: vom Sekretär über den Präsidenten bis hin zum Schatzmeister, letztere Funktion teilte er sich viele Jahre mit seinem Kollegen, Freund und Weggefährten Ewald Dinter. Gemeinsam bildeten die beiden als „Schatz & Meister“ ein unschlagbares Duo, das die SFB nicht nur monetär erfolgreich führte, sondern auch mit Herz und Humor prägte. Morgendliche Verspätungen bei Tagungen - um 7.00 Uhr war das Frühstück angesagt - wurden mit einem Augenzwinkern quittiert („Hast du verschlafen?“), und bei abendlichen Treffen ließ es sich Peter Schünemann nicht nehmen, die Runde mit seinem westfälischen Charme zu erheitern („Wir treffen uns bei Anne!“ – gemeint war „anne“ Bar).

Sein Engagement wurde seitens der SFB sowie von La Biosthétique vielfach gewürdigt. 2011 wurde ihm die Ehrenmitgliedschaft der SFB verliehen. Was Peter Schünemann besonders auszeichnete, war seine Fähigkeit, Probleme auf eine Art und Weise anzugehen, dass sie am Ende gar keine mehr waren. Er war ein Diplomat mit unerschütterlichem Vertrauen in seine Mitmenschen.

Neben seiner Liebe zum Friseurhandwerk war das Wandern seine große Leidenschaft, bevorzugt mit seiner Marita sowie mit den gemeinsamen Freunden Ewald und Marianne Dinter. „Auf diesen Touren wurden die besten Ideen und Strategien für die SFB geboren“, erinnert sich Ewald Dinter.



Als Familienmensch durch und durch, hinterlässt Peter Schünemann seine geliebte Frau Marita, seine Kinder Michael und Nicole sowie sechs Enkelkinder, die sein ganzer Stolz waren. Die SFB-Community verneigt sich vor Peter Schünemann in Dankbarkeit und mit schönen Erinnerungen an einen humorvollen, herzlichen und inspirierenden Menschen, der für immer ein Herzstück der SFB bleiben wird.

Gleichermaßen schätzte und erwartete er auch, dass ihm das gleiche Vertrauen entgegengebracht wurde. Noch im vergangenen Jahr organisierte Peter Schünemann gemeinsam mit Ewald Dinter für Anfang Mai den SFB-Platin Circle-Treff und erlebte mit rund 20 SFB-„Veteranen“ ein unvergessliches Wochenende im Kinzigtal.

Peter Schünemann fand immer die richtigen Worte, wenn andere sprachlos oder ratlos blieben. Er war stets der Letzte, der einen Raum betrat, nochmal nach draußen blickend, ob auch niemand fehlen würde und dann die Tür hinter sich schloss – ein echter „Herdenschützer“.

Und so, wie er immer als Letzter die Tür hinter sich schloss, hat er es diesmal wieder getan – leider zum allerletzten Mal, aber sicherlich mit der Gewissheit, dass alle gut aufgehoben sind.



Die ernüchternde Antwort: Oft sind es nur wenige Euro! Auch wenn 100 Euro Umsatz zunächst mal nach einem erfolgreichen Termin im Salon klingt, lautet die existenzielle Frage, wie viel nach Abzug von Löhnen, Miete, Produkten, Energie, etc. am Ende davon wirklich als Gewinn übrigbleiben. Dass Preisgestaltung kein Bauchgefühl ist, sondern betriebswirtschaftliches Handwerk, erklärt

Marlon, warum ist es gerade für Friseure wichtig, sich mit dem Thema Wirtschaftlichkeit und Preisgestaltung intensiver zu beschäftigen?

Marlon Tietze: Der Friseurmarkt ist hart umkämpft. Wirtschaftliche Stabilität und eine professionelle Preisstrategie sind daher entscheidend. Der wirtschaftliche Erfolg eines Salons hängt maßgeblich von einem gesunden Verhältnis zwischen Umsatz, Kosten und Mitarbeiterkapazität ab. Die Preisgestaltung spielt dabei eine zentrale Rolle – sie beeinflusst direkt den Umsatz und damit die finanzielle Leistungsfähigkeit des Betriebs. Viele Salons passen ihre Preise nicht regelmäßig an veränderte Kostenstrukturen an. Besonders im Bereich der Gemeinkosten (z. B. Miete, Energie, Produktverbrauch) wird häufig zu nachlässig kalkuliert.

Was bleibt typischerweise von 100 Euro Umsatz in einem Friseursalon übrig?

Leider oft weniger als 5 Euro – manchmal sogar deutlich darunter! Viele unterschätzen, wie stark Fixkosten, Personalkosten und Wareneinsatz den Umsatz schmälern. Nur wer seine Zahlen kennt und wirtschaftlich denkt, kann seinen Salon nachhaltig und gewinnbringend führen.

Marlon Tietze, La Biosthétique Consultant, exklusiv im Campus-Interview. Darin zeigt er auf, welche Denkfehler in vielen Salons gemacht werden, warum Verkauf und Auslastung entscheidend sind – und wie wirtschaftliches Verständnis zu mehr Selbstbewusstsein und monetären Erfolg im Salonbusiness führen kann.

Welche Denkfehler sind besonders häufig?

Viele unterschätzen die Fixkosten pro Mitarbeiter: In vielen Salons sind die Fix- und Gemeinkosten – also Miete, Energie, Verwaltung, Versicherungen etc. – im Verhältnis zur Anzahl der produktiven Kräfte zu hoch. Das bedeutet, dass diese unvermeidbaren Kosten auf zu wenige Schultern verteilt werden. Das macht sich besonders in kleineren Betrieben bemerkbar. Zudem werden die Preise oft zu selten oder zu zögerlich angepasst, obwohl steigende Kosten (z. B. durch Inflation, höhere Löhne oder Energiepreise) eine kontinuierliche Anpassung notwendig machen würden. Die Folge: Die realen Margen schrumpfen, und selbst engagierte Arbeit rechnet sich am Ende nicht mehr. Wer langfristig wirtschaftlich arbeiten will, muss sich regelmäßig mit der eigenen Kostenstruktur auseinandersetzen und auf dieser Basis mutige, aber fundierte Preisentscheidungen treffen.

Warum tun sich so viele Friseure schwer damit, angemessene Preise zu verlangen – und wie kann man diese innere Hürde überwinden?

Viele Friseurunternehmen sind bereits auf einem sehr guten Weg und verlangen heute faire, angemessene Preise für ihre hochwertigen Leistungen. Doch oft fehlt das Selbstbewusstsein, aus Angst vor Kundenverlust. Der erste Schritt ist eine ehrliche Auseinandersetzung mit dem eigenen Preis-Leistungs-Verhältnis. Ich halte nichts von willkürlichen Preiserhöhungen ohne erkennbaren Mehrwert. Aber wer echte Qualität und ein besonderes Erlebnis bietet, kann sich von der Vergleichbarkeit lösen und braucht keine Angst vor Preisgesprächen haben.



Wie finde ich als Saloninhaber heraus, was ein fairer und wirtschaftlich sinnvoller Preis für meine Dienstleistung ist? Und inwiefern hilft hier dein Seminar?

Ein fairer und wirtschaftlich tragfähiger Preis basiert auf den eigenen Kosten, Zielmargen und dem Kundennutzen. Um diesen Preis zu ermitteln, braucht es Klarheit über alle relevanten Kostenbestandteile, die Produktivität des Teams und die betriebswirtschaftlichen Ziele des Salons. Unser Seminar vermittelt wirtschaftliches Grundverständnis – insbesondere für Mitarbeitende, um ein besseres Verständnis für die wirtschaftlichen Zusammenhänge im Salonalltag zu gewinnen. Gleichzeitig profitieren auch Unternehmer davon, denn das Seminar schafft die Basis für eine fundierte interne Preisdiskussion. Es zeigt auf, warum „gefühlte“ Preise oft nicht ausreichen – und wie wichtig es ist, Preisentscheidungen auf einer realistischen Kalkulationsgrundlage zu treffen. Auch wenn die konkrete Preiskalkulation nicht im Mittelpunkt steht, liefert das Seminar wertvolle Impulse, um bestehende Preise zu hinterfragen und wirtschaftlicher zu denken.

TimeGlobe

Dein Tag, perfekt organisiert – Steigere deine Zeit, Auslastung und Umsatz.

Neuer, moderner Look • Optimiert für alle Endgeräte • Schnellbuchungen • Vor-Ort-Leistungen • Nahtlose Website integration ... und vieles mehr!

24/7 Terminservice
Unser Bot macht's möglich

Bald verfügbar

10 % Rabatt
La Biosthétique
Sonderkonditionen

Jetzt Demo buchen

Wie wichtig ist das Team-Verständnis für wirtschaftliche Zusammenhänge im Salon – und wie schafft man es, dass alle mitziehen?

Nur wer weiß, was eine Stunde Arbeit kostet, versteht den Wert seiner Zeit. Transparenz und klare Kommunikation fördern dieses Bewusstsein. Wirtschaftlich denken heißt nicht nur sparen – es bedeutet, bewusst und vorausschauend zu handeln. Wer etwa erkennt, dass viele kleine „Lücken“ im Tagesplan den Umsatz schmälern oder zu günstige Preise die Rentabilität gefährden, wird automatisch verantwortungsbewusster handeln. Ein starkes Team zieht nicht nur fachlich an einem Strang, sondern versteht auch die wirtschaftliche Seite des Berufs – und genau hier setzt unser Seminar an.

Lieber Marlon,
herzlichen Dank für das inspirierende Interview!

Workshop „Was von 100 Euro übrigbleibt“

Ziel dieses für SFB-Mitglieder kostenlosen und praxisnahen Workshops ist es, dem gesamten Team ein fundiertes Verständnis für die wirtschaftlichen Zusammenhänge im Salonbetrieb zu vermitteln. Im Fokus stehen dabei sowohl die Gemeinkosten als auch der Personalbereich:

- Welche Kosten fallen im Salon an – und in welcher Höhe?
- Was bleibt tatsächlich von 100 Euro Umsatz übrig?
- Warum sind Auslastung und Verkauf so entscheidend für den Gewinn?

Dieses Seminar ist mehr als ein Zahlen-Workshop – es ist ein Perspektivwechsel

Nächster Termin: 13.10.2025 Webinar



Stefan Woestendiek, La Biosthétique Woestendiek, Beckum:

„Marlon schafft es, selbst trockene Zahlen auf charmante und witzige Weise verständlich zu machen. Wenn er vorrechnet, wie wenig von 100 Euro Umsatz tatsächlich übrigbleibt, sorgt das regelmäßig für Aha-Momente. Nach dem Seminar sind alle sensibilisiert für Kosten und motiviert, Zusatzleistungen und Produktverkäufe gezielt zu stärken.“



Marius Lill, Lill&Lill, Dachau:

„Das Seminar hat uns die Augen geöffnet: Was bleibt wirklich von 100 Euro übrig – und wie steuern wir gezielt dagegen? Es war für uns ein wichtiger Impuls, besonders im Hinblick auf unseren Generationswechsel bei LILL and LILL. Die BWA ist unser Kompass geworden – für Preise, Löhne und echte Weiterentwicklung. Dieses Seminar ist der Startschuss für unternehmerisches Denken im Salon.“



UPTODATE

Anmeldungen zu den Terminen bitte über die SFB-Website



August

31.08.25 9-17 Uhr	Pforzheim	Workshop	„In der Ruhe liegt die Kraft“ - neue Energie tanken, die eigene Balance wiederfinden. Marcus Matthes & Martina Bauer
31.08.25 10-14 Uhr	Burg/Spreewald	SFB Unplugged für Mitarbeiter	„Deine Auszeit - eine Liebeserklärung an dich selbst“ - neue Perspektiven für die Salon- und Teamarbeit

September

01.09.25 10-13 Uhr	Online	Chefs und leitende Mitarbeiter, Ausbilder	„Lernen heute“ - Ausbildung, Einarbeitung & Qualitätssicherung gut umgesetzt. Marcus Matthes, Angela Schröder, Gabi Stern, Carina Wettstein
06.- 08.09.2025	Kopenhagen	Sommertreff 2025	Ein unvergessliches Wochenende voller Kultur, Austausch und gemeinsamer Entdeckungen
22.09.25 16-19 Uhr	Berlin	Neumitglieder Region 0/1 sowie nicht aktive Mitglieder, Aktivgruppen	„Community & Network“ Jasmin Fischer, Marlon Tietze
22.09.25 10-11 Uhr	Online	Chefs & leitende Mitarbeiter	„Steuergespräche“ - Aktuelle Steuerthemen Torsten Albrecht
28.09.25 17-22 Uhr	Eppstein	Für Jugend und Mitarbeiter	SFB Unplugged: Region 6

Oktober

13.10.25 8-19 Uhr	Online	Webinar für Mitarbeiter	„Was bleibt von 100 Euro Umsatz übrig?“ Marlon Tietze
13.10.25 9-17 Uhr	Pforzheim	Chefs und leitende Mitarbeiter	„Lernen heute“ - Ausbildung, Einarbeitung & Qualitätssicherung gut umgesetzt, Marcus Matthes, Angela Schröder, Gabi Stern, Carina Wettstein
20.10.25 18-19 Uhr	Online	Webinar für Chefs und leitende Mitarbeiter	„Das bin ich mir wert“ - Preise und Löhne Alfred Wilfert
27.10.25 18-19.30 Uhr	Online	Webinar für Chefs und Mitarbeiter	Entdecke „Die Kraft der Werte“ im Salonalltag Ricardo Donner

November

03.11.25 18-19 Uhr	Online	Chefs und Mitarbeiter	Online Beratung als Marketing Tool zur Kundengewinnung und Kundenpflege, Natalie Feustel
10.11.20225	München	Für Jugend und Mitarbeiter	SFB Unplugged: „Activity meets 2026“

Société Française de Biosthétique

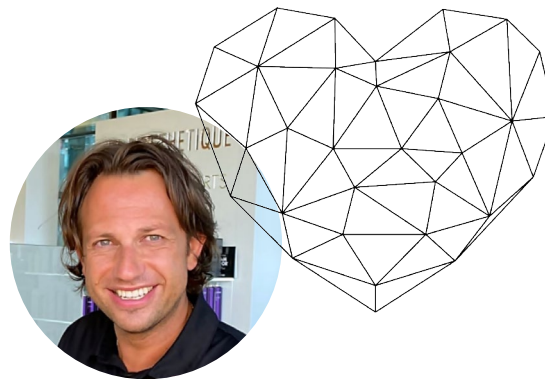


Wer wir sind: Wir sind Kreative, Künstler, Unternehmer, Gestalter, Neugierige – vom Anfänger bis zum Vollprofi – aus insgesamt 1.500 La Biosthétique Salons. Und wir sind die größte private Friseur- und Kosmetikvereinigung im deutschsprachigen Raum.

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...

*... der Austausch mit den Kollegen immer sehr bereichernd ist!
Außerdem ist es wertvoll zu sehen, dass man weder mit seinen
Sorgen noch mit seinen Ideen allein ist. Sorgen teilen wir, und
Ideen werden oft gemeinsam weiterentwickelt.“*

Marcus Hertel