

Société Française de Biosthétique

CAMPUS



3.25

Expertentipps: So wird Kosmetik zum Top-Business!
HBA 2.0 - Ausbildung & Qualitätssicherung vom Feinsten

HALLO



BEAUTYSERVICES IM SALON

- 04 Umsatzbooster Kosmetik
plus das „Best of“ an Weiterbildungen für Einsteiger & Profis

NEWS

- 12 Platin Circle Treff in Straßburg
ME TIME! Ein Tag voller Dankbarkeit und Entspannung
13 Leonie ist „Azubi des Sommers 2025“!
14 Mitmachen: Azubi Autumn Challenge!
15 Sommertreff in Kopenhagen

SFB AKTIVGRUPPEN

- 16 Sommer-Highlights der Aktivgruppen

SALONBUSINESS

- 20 HBA 2.0: Wenn Azubis fertige Stylisten schulen

TERMINE UND AUSBLICK

- 23 Uptodate

Liebe SFB-Kolleginnen und Kollegen,

wenn wir auf die vergangenen Sommermonate zurückblicken, erfüllt uns das mit großem Stolz und Dankbarkeit. Denn eines steht fest: Es ist richtig viel passiert! Gemeinsam haben wir ein großartiges Programm an SFB Exklusiv-Seminaren auf die Beine gestellt – praxisnah, inspirierend und voller Energie. Gleichzeitig haben wir uns intensiv vernetzt und einmal mehr erlebt, wie viel Power in unserer Community steckt. Besonders freut uns, dass viele Ideen und Beschlüsse der Teamleiter-Tagung vom Jahresanfang tatsächlich umgesetzt wurden. Das ist ein klares Zeichen dafür, dass unsere Gemeinschaft lebt, dass wir gestalten und bewegen. Natürlich wünschen wir uns, dass

noch mehr Aktivgruppen diesen Spirit aufnehmen – da geht noch was! Aber gerade dort, wo Engagement spürbar war, konnten wir richtig tolle Ergebnisse erzielen. Mit dem Hair & Beauty Artist 2.0 haben wir außerdem ein Tool an der Hand, das uns in der täglichen Arbeit im Salon enorm unterstützt: Es hilft, Reklamationen zu vermeiden, Qualität nachhaltig zu sichern und Quereinsteigerinnen und Quereinsteiger professionell einzuarbeiten. Und nicht zuletzt eröffnet es uns die Möglichkeit, Azubis bestmöglich auszubilden – mit und ohne Privatschule. Damit schaffen wir die Grundlage, dass junge Talente schnell Verantwortung übernehmen, im Salon mitarbeiten und Umsatz generieren können. Ein echtes Highlight war unser Som-

mertreff in Kopenhagen: Bei strahlendem Sonnenschein, in einem exklusiven, kleinen Rahmen, durften wir erleben, wie wertvoll der persönliche Austausch über die Grenzen hinweg ist. Deutschland, Österreich, die Schweiz und Dänemark – vier Länder, eine gemeinsame Leidenschaft, ein starkes Miteinander. Genau diese Momente machen die SFB für uns so besonders. Lasst uns dieses Gefühl der Verbundenheit, der Begeisterung und der Tatkraft mit in die kommenden Monate nehmen. Gemeinsam schaffen wir noch viel mehr!

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:





Umsatzbooster Kosmetik!
Die besten Tipps für erfolgreiche Beauty-Services!

Wohlfühloase statt „nur“ Friseurbesuch. Mit der Entscheidung für La Biosthétique als Partner habt Ihr das Ticket für das vollkommene Beautyerlebnis in eurem Friseursalon ja bereits gelöst. Zumindest in der Theorie. Aber wie wird Kosmetik im Salon auch zum richtigen Umsatzbooster? Wie begeisterte ich Kunden und Mitarbeiter gleichermaßen für kleine und große Schönheits- und Wellnessbehandlungen? Und mit welchen

Weiterbildungen und Quick-Seminaren stelle ich den Hebel im Dienstleistungsservice und Produktverkauf auf Durchbruch? Wir haben leidenschaftliche und überzeugte Biosthetikerinnen nach ihren Erfolgsgeheimnissen im Salon- und Beautybusiness gefragt. Hier ihre spannenden Strategien, Aktionen & Ideen am Stuhl und in der Kabine!

Verena Ehret, Salon Verena Ehret, Kenzingen

„Bei unseren kosmetischen Serviceangeboten orientieren wir uns am Marketingplan von La Biosthétique und wählen aus, was besonders gut zu uns passt und gut umsetzbar am Stuhl und in der Kabine ist. Neben der Arbeit mit Aufstellern und Menükarten setzen wir vor allem auf den persönlichen Dialog mit unseren Gästen, die wir individuell und jahreszeitlich abgestimmt beraten. Während im Frühling zum Beispiel Detox ein Schwerpunktthema ist, widmen wir uns im Herbst gern der intensiven Pflege der Haut, die nach dem Sommer mitunter Verhornungen aufweist. Im Winter stehen dann Dienstleistungen im Fokus, die zum Einkuscheln und Verwöhnen einladen, wie z. B. ein Parafinbad für die Hände. Bei uns im Team läuft sehr viel über das Prinzip „Feel & Touch“. Das bedeutet, dass unsere Kunden und Kundinnen die pflegende Produktwelt von La Biosthétique über eigenes Fühlen und Erfahren erleben.

Vor allem bei duftfreien Produktlinien können sich Kunden häufig gar nicht vorstellen, was genau das in der Praxis bedeutet. Kurze Momente wie diese überzeugen häufig, im Anschluss größere Behandlungen in der Kabine zu buchen und/oder Produkte für die Heimpflege zu kaufen. Was uns beim Produktverkauf sehr unterstützt, sind kleine Sondergrößen, wie sie kürzlich beim Start der Méthode Sensitive lanciert wurden. Diese „Minis“ eignen sich als perfektes Starterset zum zwei- oder dreiwöchigen Testen einer Pflegeserie und sind auch im Urlaubskoffer ein idealer Begleiter.

Zum Preis von 35 € greifen Kundinnen gern zu, weil sie nicht von Null auf 100 gehen müssen. Sind sie dann erst überzeugt und das Grundvertrauen ist da, kaufen sie beim nächsten Salonbesuch größere Einheiten.“



Der Einstieg in das Beratungsgespräch erfolgt oft spontan während der Behandlung am Stuhl. Stelle ich hier fest, dass eine Kundin beispielsweise Rötungen oder Schuppenbildung auf der Kopfhaut hat, lade ich sie dazu ein, dass ich mir dahingehend auch mal ihre Gesichtshaut anschau. Dieser Bogen vom Haar in den Hautdialog erfolgt so sehr mühelos und meine Frage, ob diese Kundin an einem Tipp von mir interessiert ist, wird sehr gern bejaht. In nur 5–10 Minuten kann ich nun eine kleine Dienstleistung aus Reinigung, Toner und Creme anbieten, und die Kundin hat ein positives Ersterlebnis, indem sie die Textur der Produkte spürt und ihren Duft wahrnimmt.



FEEL & TOUCH



Nicole Donner, Friseur Donner, Berlin

„Das A & O für den Erfolg mit kosmetischen Dienstleistungen ist die gelungene Beratung im Vorfeld. Uns ist es immer wichtig, unseren Kunden und Kundinnen von Beginn an das Gefühl zu geben, dass wir uns um sie kümmern und ihnen eine ganz besondere Auszeit bieten möchten. Auftakt jeder Neukundenberatung ist daher die Analyse mit dem IDENTITEST, die mir Aufschluss über den Fett- und Feuchtigkeitsstatus der Haut gibt. Das bringt uns bereits gut ins Gespräch, weil Kunden eine solche Methode häufig nicht kennen. Anhand der Check-in-Karte kann ich zudem dann sehen, welche persönlichen Bedürfnisse die Kundin oder der Kunde mitbringt, und dahingehend abschätzen, welche Affinität für eine Hautpflegeberatung da ist. Auf diesen individuellen Bedarf und auf die jeweiligen Einwirkzeiten von Haarfarbe oder -pflege abgestimmt, bieten wir dann unsere Service-Specials für Hände, Gesicht oder Augenpflege an, die wir je nach Jahreszeit anpassen. Diese kleineren Aktionen machen oft Lust auf größere Behandlungen in einer unserer zwei Kosmetikkabinen.

Damit der Einstieg in diese Beratung unverkrampft ist, trainieren wir die Ansprache im Team, damit jeder seine Worte findet, die zu ihr oder ihm passen, und das Ganze authentisch und echt ist. Also intrinsisch motiviert. So wird Kommunikation klar, ehrlich und mühelos. Denn meine Erfahrung ist: Wenn ein Mitarbeiter beginnt, die Services spielerisch anzubieten, ziehen die anderen nach und es entsteht ein gewisses Schwarmverhalten. Auch in die Preiskalkulation dieser Services beziehe ich mein Team ein. Gelingt es am Ende, dass jede Mitarbeiterin pro Tag „nur“ vier kleine kosmetische Zusatzdienstleistungen à 15 Euro verkauft, sind das pro Kopf pro Monat 1.200 Euro Zusatzumsatz.“

KOMMUNIKATION

Überraschen & überzeugen!

Wir alle lieben Überraschungen – zumindest wenn sie gut duften und pflegend sind! Mit den neuen, herrlich designten XMas-Sets von La Biosthétique macht Ihr Salonkundinnen zu Beauty-Fans!

Der Weihnachtskalender voller Produktminis lässt eure Gäste voller Freude 24 Tage lang in die Welt von La Biosthétique eintauchen. Auch die liebevoll und fertig geschnürten Geschenkboxen – eine davon sogar nur mit Dermosthétique-Produkten! – machen Lust auf Schönheit.



Sandra Erhardt, Salon Sandra Erhardt, Auerbach

„Kosmetische Dienstleistungen am Behandlungsstuhl spielen in unserem Salon eine konstant wichtige Rolle und machen je nach Saison ca. 10 bis 15 % unseres Salonumsatzes aus. Für unsere aktuelle Herbst-Aktion haben wir eine eigene, von uns gestaltete Menükarte am Start, die sich optisch an der Menüübersicht eines Restaurants orientiert. Dort haben unsere Kunden die Auswahl zwischen vier verschiedenen Beauty- und Pflegedienstleistungen – von der Energie-Kopfmassage (15–20 min) über die Nackenmassage (15 min), der Mini-Gesichtssauna (5 min) und einem kleinen Gesichtstreatment (15 min) bis zur entspannenden Augenbehandlung (10 min). Wir bieten unseren Kunden bewusst nicht nur eine, sondern immer eine Auswahl an Dienstleistungen in verschiedenen Preiskategorien und für unterschiedliche Zeitfenster an, da wir wissen, dass sie sich dank der Auswahl meist immer für eines der Angebote entscheiden.



Bei einer fünfminütigen Gesichtssauna für 8 Euro fällt die Entscheidung der Kundin z. B. recht leicht, weil das kein großes Invest ist. Dennoch können wir damit die Einwirkzeit einer Kur oder eines Conditioners toll nutzen und haben dank der verschiedenen Behandlungsschritte, von der heißen Kompresse mit Aromakomplex bis zum abschließenden Auftragen einer passenden Hautpflege, ggfs. zur Verlängerung der Sommerbräune ergänzt durch die tollen La Biosthétique Tanning Drops, gleich mehrere Ansprechpunkte für den Produktverkauf der Heimpflege. Das funktioniert wunderbar, weil eine Vielzahl der Kunden mindestens ein Produkt mitnimmt. Sehr wichtig für den Erfolg unserer saisonalen Aktionsangebote ist das Teamtraining im Vorfeld der Aktion. Dafür planen wir uns gemeinsam immer einen halben Tag ein und trainieren die Abläufe gemeinsam, weil es mir wichtig ist, dass jeder, der oder die die Behandlung anbietet, sie nicht nur einmal selbst angewendet hat, sondern sie auch selbst durch eine Kollegin erfahren hat. So haben alle Lust, die Services auch anzubieten. Da wir ein kleines Team sind, setzen wir uns außerdem gemeinsame Ziele und belohnen uns, wenn wir sie erreichen, zum Beispiel mit einem Wellness-Tag oder einem gemeinsamen Abendessen. Die Vielseitigkeit dieser Angebote und die positive Resonanz der Kunden motivieren uns ebenfalls, immer wieder neue Ideen auszuprobieren.“

Ich fände es eine tolle Sache, wenn wir uns in den Aktivgruppen mal dem Thema widmen und uns dazu austauschen würden, wie es uns gelingt, aus kleinen Serviceleistungen im Salon abrechenbare Dienstleistungen zu machen. Es gibt ganz sicher Kolleginnen und Kollegen, die mit inspirierenden, spannenden und neuen Ideen gute Umsätze generieren.



Rebecca Worsch, Salon Schedwill Rebecca Worsch, Eppelheim

„Als langjähriger La Biosthétique-Salon suchen und finden wir immer wieder neue Möglichkeiten, um unsere Gäste für den Produktkauf zu interessieren. Auch wenn es viele kaum glauben werden: Wir haben in unserem Salon viele Stammkundinnen, die die Salon Beauté lesen und sich darin über Neuheiten informieren. Jeder Gast bekommt von uns eine Ausgabe mit nach Hause, und häufig kommen Kunden zu ihrem nächsten Salonbesuch bereits mit einer Einkaufsliste und sagen: „Oh, da gibt es dieses neue ätherische Öl ...“ oder „Diese neue Gesichtscrème möchte ich gern mal ausprobieren.“ Außerdem kennen sie dann schon immer die neuesten Make-up-Farben und fragen von selbst danach. Alle Neuheiten setzen wir zudem im Salon in Szene. Tester der Soleil-Serie hatten wir in diesem Som-



mer prominent in einem schönen Strandkorb drapiert. Andere Serien, wie beispielsweise die Produkte des Clarifiante-Relaunches, stellen wir attraktiv auf einem Tablett zusammen, das auf einem Presenter steht. Kunden gehen dann gern mal durch den Salon und probieren die neuen Produkte selbst aus. Hat unsere Kosmetikerin ein Zeitfenster frei, besucht sie Kundinnen und Kunden auch gern mit diesen Testprodukten am Platz und lässt sie die Neuheiten auf dem Handrücken spüren und riechen. Zudem dekoriert sie die Liege in unserer Kosmetikkabine für jeden Gast mit den neuesten Produktinnovationen. So entsteht direkt ein selbstverständlicher Einstieg ins Gespräch. Ein guter Kaufanreiz ist es auch, Handcreme und Waschlotion der La Biosthétique Spa-Serie im WC ans Waschbecken zu stellen. So können Kunden beides für sich allein ausprobieren und genießen den Spa-Duft.

Der müheloseste Verkauf aber entsteht meiner Meinung nach durch überzeugte Mitarbeitende! Bei uns hat jede und jeder im Salon seine eigenen Produktliebhaber, die sich einfach durch Begeisterung und Empfehlung verkaufen. Unser Rezeptionist beispielsweise hat selbst Locken und ist total begeistert von den biosthetischen Curl-Produkten. Wenn er davon schwärmt, geht es weniger um friseurige Argumente, sondern er spricht von seinen Emotionen. Diese Begeisterung überträgt sich natürlich auf die Kundinnen – und sie kaufen. Damit das ganze Team auch wirklich unsere eigene La Biosthétique-Pflege daheim benutzt, gebe ich sie zum Selbstkostenpreis an meine Mitarbeiter weiter. Dann sind sie immer im Thema und berichten in der Beratung von ihren eigenen Erfahrungen. Insgesamt ist meine Erkenntnis: Produkte, die nur im Regal stehen, stauben im Zweifel ein! Die Hemmschwelle der Salonkunden ist einfach zu groß, die Produkte im Regal – wie sie es in der Drogerie tun – in die Hand zu nehmen. Daher bin ich ein großer Fan davon, dass wir von jeder Neuheit im Salon ein geöffnetes und gekennzeichnetes Testprodukt haben. Da bin ich großzügig – und es zahlt sich aus.“

Unsere Tipps für Kosmetik-Seminare in Präsenz!
Hier ist das Motto: Miteinander und voneinander lernen! In diesen Präsenzseminaren treffen sich La Biosthétique-Kenner und -Neulinge, um gemeinsam das Know-how in Sachen Kosmetik auf echtes Profi-Niveau zu bringen.

Skincare 2 – Salon Cosmetic
Bringe deinen Salon auf das nächste Level. In dem zweitägigen Training lernst du, das volle Potenzial an Skin Care Dienstleistungen auszuschöpfen. Für überzeugende Ergebnisse, einen hohen Erlebniswert für deine Kundinnen und ein 360°-Angebot an Beauty Services.
Für Unternehmer, Mitarbeiter, kosmetisch Tätige –
Dauer: 2 Tage – Termine: 2026

Cosmetic Global
Eine Intensiv-Woche auf dem Weg zum Cosmetic Expert. Erlebe die gesamte La Biosthétique Kosmetik-DNA in Theorie und Praxis – von dermatologischen Grundlagen bis zu individuellen Beauty Services in der Kabine. Als Beauty Expert hebst du deine Umsatzchancen auf das nächste Level.
Für angehende Kosmetikerinnen – Dauer 6,5 Tage –
Termine 2026

Cosmetic Professional
Als Cosmetic-Pro willst du dich jetzt schnell und gezielt in die Kosmetik-DNA von La Biosthétique einarbeiten? In diesem Intensiv-Seminar tauchst du tief in die Philosophie und die Beauty Rituale von La Biosthétique ein. Praxisnahes Behandeln und Üben festigt dein Können und gibt dir Sicherheit.
Für ausgebildete Kosmetikerinnen ohne biosthetische Erfahrung und als Refresh vor/nach dem Cosmetic Diploma – Dauer 3 Tage – Termin 10.11.2025 + 2026



SEMINARE

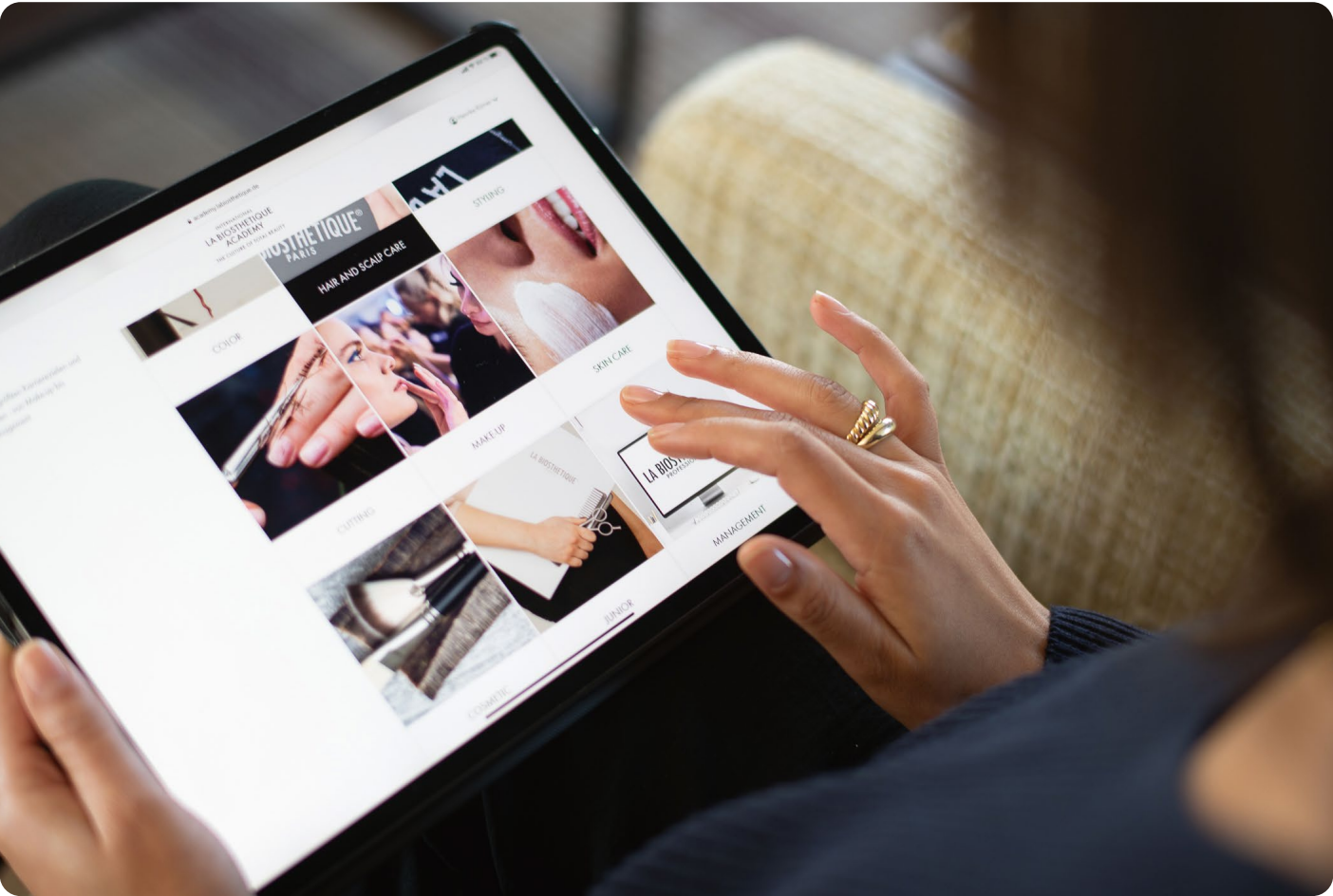


EXPERTEN-TIPP

Claudia Zandron, Head of Training Design & Senior Consultant Cosmetic

„Für Friseurunternehmer, die kosmetische Dienstleistungen in ihrem Salon aufnehmen oder ausbauen möchten, bietet die digitale Lernplattform „Home of Education“ von La Biosthétique tolle Möglichkeiten zur flexiblen und kostengünstigen Weiterbildung. Die wunderschönen, sehr unterschiedlich langen Schulungsvideos sind ideal, um sich gezielt und punktuell z. B. spezielle Massagetechniken oder Produkt-Know-how für saisonale Aktionen anzueignen.

Vor allem Mitarbeiter der jungen Generation lernen nicht mehr gern auf Vorrat, sondern eher dann, wenn Themen aktuell interessant für sie sind. Im HOE können sie auf das biosthetische „Stand-by-Wissen“ rund um die Uhr genau dann zugreifen, wenn sie Bedarf und Zeit haben. Ich empfehle, die Inhalte der Lernvideos im Anschluss gemeinsam im Salonteam praktisch anzuwenden und einzuüben. Dieses Miteinanderarbeiten und Erleben der Servicedienstleistungen schult nicht nur die Hände, um Griffe und Berührungen sanft und sicher umsetzen zu können. Durch die eigenen Erfahrungen und Rückmeldungen meiner Kollegen lerne ich auch, wie ich die Begeisterung für diese Angebote an die Kundin kommunizieren kann. Alles in allem ist das digitale E-Learning eine sehr gute Ergänzung zu den Präsenzseminaren, weil es u. a. kosmetisches Grundlagenwissen einfach, anschaulich und immer wieder wiederholbar vermittelt. Von großem Vorteil ist es, wenn Chefinnen und Chefs gezielt Lernzeiten für Mitarbeiter einbauen.“



Unsere Tipps für kosmetische Online- & E-Learnings!

Erlebe kleine Lerneinheiten wunderbar & praxisnah verpackt. Diese Online-Module bringen dein Kosmetikbusiness in Schwung. Mit Abo jederzeit praktisch abrufbar im La Biosthétique Home of Education.

Cosmetic Basics
Tauche in die Welt der Biosthétique Kosmetik-Rituale ein. Lerne grundlegende Anwendungen kennen, erhalte einen Überblick über verschiedene Massagetechniken und deren individuelle Abstimmung auf Kundenbedürfnisse.
Für neue Biosthetikerinnen oder angehende Kosmetikerinnen – Dauer 10 Minuten – Online jederzeit verfügbar mit HOE-Abo

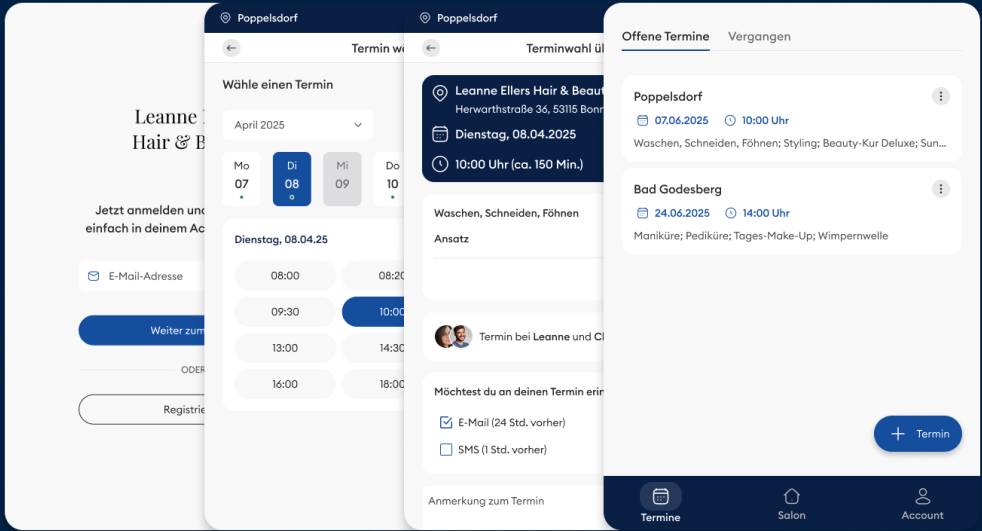
Feel & Touch – Méthode Régénérante
2 Minuten gut investiert! Neue Inspiration für deine Beauty Express Behandlung mit der Méthode Régénérante.
Für Unternehmer, Mitarbeiter, kosmetisch Tätige – Dauer 2 Minuten - Online jederzeit verfügbar mit HOE-Abo

Cocooning Feel & Touch – Méthode Sensitive
Hier gibts frische Inspirationen für deine nächste Beauty Express Behandlung – schnell & easy mit der Méthode Sensitive.
Für Unternehmer, Mitarbeiter, kosmetisch Tätige – Dauer 2 Minuten - Online jederzeit verfügbar mit HOE-Abo



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



10 % Rabatt
La Biosthétique
Sonderkonditionen

Jetzt Demo buchen





Platin Circle Treff 2025 in Straßburg

Vom 16. bis 19. Juni 2025 fand in Haslach im Kinzigtal und im nahegelegenen Straßburg der diesjährige Platin Circle Treff ehemaliger SFB-Mitglieder statt. Wie in den Jahren zuvor wurde die Veranstaltung von Ewald Dinter und Peter Schünemann mit viel Herzblut vorbereitet. Umso schwerer wiegt der Verlust, der die Gemeinschaft in diesem Jahr tief erschüttert hat: Peter Schünemann ist nur wenige Wochen vor dem Treffen überraschend verstorben. Viele langjährige Weggefährten nutzten die Tage nicht nur zum Austausch und Wiedersehen,

sondern auch, um seinem Wirken in besonderer Weise zu gedenken.

Untergebracht im traditionsreichen Hotel „Mosers Blume“, bot das Treffen ein gelungenes Programm mit vielen Höhepunkten – darunter eine Bootstour durch die Altstadt Straßburgs, Stadtführungen und viel Gelegenheit für persönliche Gespräche. Besonders eindrucksvoll war der Besuch im Europäischen Parlament, wo die Gruppe nicht nur die Besuchertribüne einer Plenarsitzung erleben konnte, sondern auch an einem angeregten Gespräch mit dem Europaabgeordneten Daniel Caspary (CDU) teilnahm. Dieser gab Einblicke in seine Arbeit im

Ausschuss für Internationalen Handel, schilderte seinen Werdegang und stellte sich offen den Fragen der Gruppe. Sein abschließender Appell „Europa lebt vom Mitmachen – lassen Sie uns in Kontakt bleiben!“ fand bei vielen Anklang.

Mit vielen neuen Eindrücken und bewegenden Momenten im Gepäck traten die Teilnehmenden am Fronleichnamstag die Heimreise an.

Der Platin Circle Treff 2025 war ein voller Erfolg – und ein stilles, würdiges Andenken an einen, der ihn über Jahre hinweg entscheidend mitgestaltet hat: Danke, Peter! Du fehlst!

ME TIME! Ein Tag voller Dankbarkeit und Entspannung

Am 31. August 2025 war es soweit: Die Teamleiterinnen der Region 0/1 hatten ein außergewöhnliches Event vorbereitet. Bereits im Vorfeld motivierten sie die Salonchefs und -chefinnen, ihre Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen zu einem besonderen Tag einzuladen – als Ausdruck der Anerkennung und des Dankes für deren großartiges Engagement im vergangenen Jahr. Insgesamt 57 Gäste – einige sogar in kompletter Salonbesetzung – folgten der Einladung in das exklusive Wellness-Refugium Zur Bleiche im Spreewald, wo sie ein einmaliges Verwöhnprogramm erwartete.

Unter dem Motto „ME TIME“ drehte sich alles um Innehalten, Loslassen und Selbstfürsorge – darum, den Mitarbeitenden



jene Aufmerksamkeit und Wertschätzung zu schenken, die sie sonst ihren eigenen Kundinnen und Kunden entgegenbringen.

Ein vielseitiges La Biosthétique-Wellnessangebot lud zum Ausprobieren ein: energetisierende Augenmassagen, ein Aroma-Ritual mit individuellem Kopfhaut-Check sowie wohltuende Gesichtskompressen, die eindrucksvoll zeigten, wie schnell sich Kosmetik am Platz umsetzen lässt und welch strahlende Wirkung schon kleine Behandlungen entfalten können. Premiere feierte zudem die tiefenentspannende Asia-Spa-Kopfmassage, die künftig als Teil der neuen Dienstleistung Head Spa für Begeisterung sorgen wird.

Auch die neuesten Make-up-Farben für Herbst/Winter 2025/26 „Re-Connect“ sorgten für Freude: Mit sichtlichem Vergnügen testeten die Teilnehmenden die Produkte aneinander und probierten neue Looks aus. Besonders das Contouring erwies sich als absoluter Favorit.

„Wer dieses La Biosthétique-Erlebnis einmal selbst genießen durfte, kann es Kundinnen und Kunden mit noch mehr Begeisterung und Überzeugung nahebringen“, lautete die einhellige Meinung. Darüber hinaus erhielt das Thema Social Media eine eigene



Bühne: In praxisnahen Sessions wurde vermittelt, wie leicht sich mit kurzen Clips oder Fotos ansprechende Inhalte gestalten lassen – um den Salon modern, authentisch und attraktiv zu präsentieren.

Auch kulinarisch blieben keine Wünsche offen: Mit viel Liebe zubereitete Speisen machten den Tag zu einem Fest für alle Sinne.

Das Regionstreffen war weit mehr als nur ein gemeinsamer Ausflug – es war ein herzliches Dankeschön an alle, die täglich ihr Bestes geben. Die Rückmeldungen sprachen Bände: Viele nahmen nicht nur neue Energie und Motivation mit nach Hause, sondern auch den festen Vorsatz, die hochwertigen Wellness-Angebote künftig noch gezielter in ihren Salons einzusetzen.

„Es ist einfach schön zu erleben, wie harmonisch und engagiert wir Teamleiterinnen und Teamleiter in unserer Region zusammenarbeiten und die SFB-Gemeinschaft wirklich leben“, schwärmt Sandra Ehrhardt, Vorstand der Region 0/1.

Ein Tag für Menschen, die Besonderes leisten – und gemeinsam an einem Strang ziehen.

Leonie ist „Azubi des Sommers 2025“!

Die Campus-Redaktion hatte über die SFB-App in den vergangenen Wochen alle Chefs und Chefinnen eingeladen, ihren „Azubi des Sommers 2025“ zu nominieren – ein Nachwuchstalente, das durch außergewöhnliche Leistungen und besonderes Engagement hervorsteht.

Jetzt dürfen wir voller Freude die Siegerin der ersten Runde verkünden: Leonie!

Sie ist Quereinsteigerin und seit dem 1. August 2025 Teil des Teams von Sylke Bahrenburg in Hellwege. Schon zuvor hat Leonie die La Biosthétique Onlineakademie mit dem HBA 2.0-Konzept erfolgreich absolviert – und genau das zahlte sich aus: Bereits in ihrer zweiten Woche überzeugte sie am Kunden mit professionellen Behandlungen wie Augenpflege, Augenmassage, Maniküre und Handmassage.

Doch damit nicht genug: Im ersten Monat besuchte Leonie zusätzlich die Seminare Hair and Scalp Care 1 sowie Junior Basic und setzte ihr neues Wissen sofort in die Praxis um. Kurze Zeit später färbte sie selbstständig ihre erste Ansatzfarbe mit anschließendem Föhnen und begeisterte Kundinnen und Kunden auch mit kosmetischen Anwendungen. Ihr erstes Verkaufsprodukt – die Age Reversing Day Cream – konnte sie direkt im Rahmen einer Behandlung am Friseurstuhl erfolgreich empfehlen.

Ihre Chefin, Sylke Bahrenburg, ist sichtlich stolz: „Eine herausragende Leistung für jemanden, der erst seit sechs Wochen im Friseurberuf arbeitet!“



Euer Wow-Moment:
Azubi Autumn Challenge 2025

Dein Azubi ist einfach der Hammer?
Dann her mit dem Beweis – und abstauben, was geht!

Die SFB-Campus-Crew will euren Wow-Moment sehen:
Ob freshester Haarschnitt, knallige Farbe, krasse Verkaufszahlen oder einfach mega Teamspirit – zeigt uns, was euren Azubi unvergesslich macht!

So läuft's:

- 1. Schnapp dir den Wow-Moment.
- 2. Schick uns:
Foto, Name + Ausbildungsjahr
Mini-Story: Was macht den Moment so besonders?
- 3. Deadline: 01. November 2025
Ab in den Privat-Chat in der App an **SFB Office – Roberta Metallo** oder per Email an: **rmetallo@sfb-d-de.**
(Mit dem Einsenden seid ihr cool damit, dass wir es im Magazin & auf Social Media teilen.)

Was gibt's zu holen?

- Eure Story im nächsten **SFB-Campus-Magazin** + Präsenz auf Social Media
- Dazu: richtig nice Überraschungsgoodies

Also: Handy raus, Moment einfangen, rüberschicken – und Teil der Azubi Summer Challenge 2025 werden!

Let's go – wir freuen uns auf eure Highlights!



SFB-Sommertreff in Kopenhagen

Unter dem Motto Sommertreff 2025 verbrachten 23 SFB-Mitglieder aus Deutschland, Österreich und der Schweiz Anfang September drei erlebnisreiche Tage in Kopenhagen. Schon beim entspannten Get-together am Samstagabend im Restaurant des Scandic Spectrum kam die Gruppe in stilvoller Atmosphäre zusammen. Bei gutem Essen und anregenden Gesprächen entstand sofort eine herzliche Stimmung und die Vorfreude auf ein inspirierendes Wochenende. Am Sonntag zeigte sich die dänische Hauptstadt von ihrer schönsten Seite. Bei einer geführten Bootstour durch die historischen Kanäle erlebten die Teilnehmenden Kopenhagen vom Wasser aus, genossen Snacks und Getränke und lie-

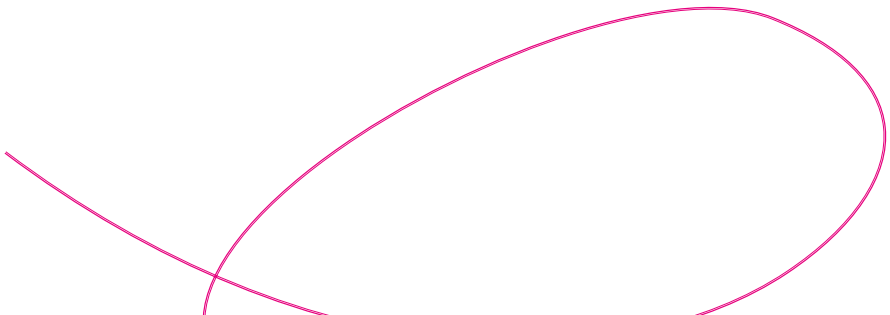
Fotocredit: Messe Düsseldorf / ctilmann

ßen sich von spannenden Geschichten und architektonischen Highlights begeistern. Der anschließende Blick hinter die Kulissen des imposanten Opernhauses verband eindrucksvolle Architektur mit dem Zauber der Akustik – ein Erlebnis, das lange in Erinnerung bleiben wird. Den Abend ließ die Gruppe in lockerer Atmosphäre am Streetfood Market Reffen ausklingen, wo dänische Spezialitäten und internationale Köstlichkeiten ebenso genossen wurden wie das entspannte Miteinander direkt am Wasser. Der Montag stand ganz im Zeichen von Fachwissen und internationalem Austausch. Im Styleroom von Berit Kloster präsentierte das Team von La Biosthétique Denmark aktuelle Trends, Techniken und Einblicke in das Kundenverhalten des dänischen Marktes. Inspirierende Modelle, präzises Handwerk und offener Dialog machten diesen Vormittag zu einem besonders berei-

chernden Abschluss. Beim gemeinsamen Lunch klang die Reise harmonisch aus, bevor alle voller neuer Eindrücke, frischer Motivation und gestärktem Gemeinschaftsgefühl die Heimreise antraten. Teilnehmerin Stephanie Bezler bringt es auf den Punkt: „Unvergessliche Momente, beeindruckende Erlebnisse und unzählige inspirierende Eindrücke auf Kopenhagens Straßen haben die zwei Tage mit meinen Kollegen so intensiv gemacht, dass sie sich fast wie eine ganze Woche angefühlt haben.“ Fazit: Der Sommertreff in Kopenhagen war weit mehr als nur ein Ausflug – er war ein lebendiges Zeichen gelebter SFB-Community, geprägt von Inspiration, Austausch und echter Verbundenheit.



SFB AKTUELL



Inspirierend und praxisnah – Sommer-Highlights der Aktivgruppen

Zur Website



Sommerevent Pforzheim

„Unser Sommerevent in der Goldstadt Pforzheim war rundum gelungen. Vom Empfang im Beauty Park, über spannende Einblicke in das Familienprojekt Happel Reiling, den vielen Stationen in und um Pforzheim sowie die kulinarischen Erlebnisse – wir haben die Stadt auf ganz neue Weise entdeckt. Besonders schön war das Miteinander, der lebendige Austausch unter Kollegen und die Überraschung, wie vielseitig und attraktiv Pforzheim ist. Ein herzliches Dankeschön gilt der Familie Happel Reiling für die perfekte Organisation sowie Herrn Weiser für die liebevolle Unterstützung unterwegs.“

Uta Groth, Aktivgruppe Karlsruhe



Einführung Methode Clarifiante

„Was für ein großartiger Vormittag! Gemeinsam mit 12 motivierten Kolleginnen und Mitarbeitern waren wir zu Gast im Salon von Carola Wilke – einer langjährigen und sehr erfolgreichen Biosthetikerin. Unsere neuen Mitarbeiterinnen konnten viel über unsere Arbeitsweise lernen, und alle erhielten eine Einführung in die neuen Produkte der Methode Clarifiante – inklusive kleiner Anwendungen direkt am Stuhl. Es war bereichernd, vom Wissen einer so kompetenten Kosmetikerin zu profitieren. Genau dieser Austausch von Mensch zu Mensch – riechen, anfassen, ausprobieren – macht unsere Zukunft erfolgreich. Ich bin voller Inspiration nach Hause gefahren und freue mich schon auf die nächsten Treffen.“

Jana Ebenroth, Aktivgruppe Elbflorenz

Teamleitertreff Brombachtal

„Unser Teamleitertreff im Hotel Burghof Brombachtal war ein voller Erfolg. Schon am Vorabend nutzten einige von uns die Gelegenheit zum intensiven Austausch bei einem wunderbaren Abendessen. Am Sonntag starteten wir energiegeladene mit Qi-Gong und gingen danach mit einer Vorstellungsrunde in die inhaltliche Arbeit. Besonders schön war zu erleben, wie die neu zusammengefundene Gruppe in unserer Region erfolgreich miteinander kooperiert. Im Mittelpunkt stand die finale Planung unseres UNPLUGGED-Events Ende September. Darüber hinaus war es uns ein Anliegen, die Vorteile der SFB-Mitgliedschaft transparenter zu machen – auch in Bezug auf Kosten und Mehrwert. So wird klar: Mitglied zu sein lohnt sich!“

Stephanie Bezler, Region 6

- SOCIAL MEDIA ●
- COLOR / -GLOSS ●●●
- HBA-PRÜFUNG AG1 ●●●●
- KASSENSYSTEME / GOOGLE
- SKIN / KOSMETIK AM STUHL ●●
- J. ZIMMER HAARSCHNITT ●●
- VERKAUF ●
- SFB - WAS KANN DIE SFB? ●●●
- WAS IST DEIN LIEBLINGSPRODUKT?
- RITUALE Z.B. SINNESREISE USW. ●●
- MAKE-UP
- LOCKEN / CURLING

HOW TO CARE – Hairloss

„Unser HOW TO CARE-Workshop zum Thema Haarausfall mit Katja Salewski war unglaublich wertvoll. Haarausfall ist ein Thema, das uns im Salonalltag immer wieder begegnet. Gemeinsam haben wir die verschiedenen Ursachen wie Stress, hormonelle Veränderungen, Medikamente, Chemo oder Ernährungsmängel betrachtet und besprochen, wie wir in den einzelnen Fällen bestmöglich beraten und behandeln können. Besonders spannend war der Austausch darüber, welche Fragen in der Beratung entscheidend sind, welche Rolle Nahrungsergänzung und Supplemente spielen und wie wichtig ein gezielter Kopfhautaufbau bleibt. Es waren vier inspirierende Stunden voller Wissen, Praxisnähe und lebendigem Austausch mit Katja und der Aktivgruppe Ruhrgebiet. Ich gehe mit vielen neuen Impulsen nach Hause.“

Frauke Waschhof, Aktivgruppe Ruhrgebiet



Daten, Fakten, Zahlen

„Nach einem gemeinsamen Frühstück haben wir uns intensiv über die aktuellen Neuheiten von La Biosthétique ausgetauscht und unsere Erfahrungen im Umgang mit den Produkten besprochen. Anschließend führte uns Alexandra Geinert durch eine spannende Einheit zum Thema Zahlen, Fakten und deren Einfluss auf unternehmerische Entscheidungen. Besonders deutlich wurde: Zahlen geben uns die Richtung vor, die Entwicklung der letzten sechs Monate ist entscheidend, Veränderungen in Strukturen erfordern klare Kostenanalysen – und eine solide betriebliche Basis ist unverzichtbar für nachhaltigen Erfolg.“

Sabine Bokelmann, Aktivgruppe Rhade



VOLL VERNETZT



Head Spa Training

„Unser Head Spa Training am 14.07.2025 in Pasewalk war ein voller Erfolg. Gemeinsam haben wir die entspannende Head Spa Massage Detox nicht nur theoretisch besprochen, sondern auch praktisch geübt und ihre wohltuende Wirkung selbst erlebt. Neben den fachlichen Inhalten standen auch der Kostenfaktor und die Umsetzung im Salon im Fokus. Es war ein lehrreicher Nachmittag voller neuer Ideen, der uns inspiriert hat, unser Dienstleistungsangebot zu erweitern. Wir freuen uns darauf, diese neuen Fähigkeiten bald in die Praxis umzusetzen und unseren Kunden ein noch intensiveres Wellness-Erlebnis zu bieten.“

Kathleen Wecke, Aktivgruppe Erfolg mit Kamm und Schere

ChatGPT und Canva

„Beim jüngsten Unternehmertreffen stand das Thema Social Media im Mittelpunkt – und wir durften dank unserer Kollegin Jessica Philps erleben, wie einfach und effektiv sich mit ChatGPT und Canva professionelle Instagram-Posts erstellen lassen. ChatGPT liefert in Sekunden kreative Texte und Hashtags, während Canva die visuelle Umsetzung spielerisch leicht macht. So entsteht in weniger als 15 Minuten ein kompletter, hochwertiger Beitrag. Die Begeisterung in der Runde war groß: Viele waren überrascht, wie schnell sich diese Tools in den Unternehmeralltag integrieren lassen und wie viel Zeit und Kosten sie sparen. Das Fazit des Abends: Digitale Helfer wie ChatGPT und Canva sind keine Zukunftsmusik mehr, sondern echte Unterstützung, um sich professionell und markengerecht in den sozialen Medien zu präsentieren.“

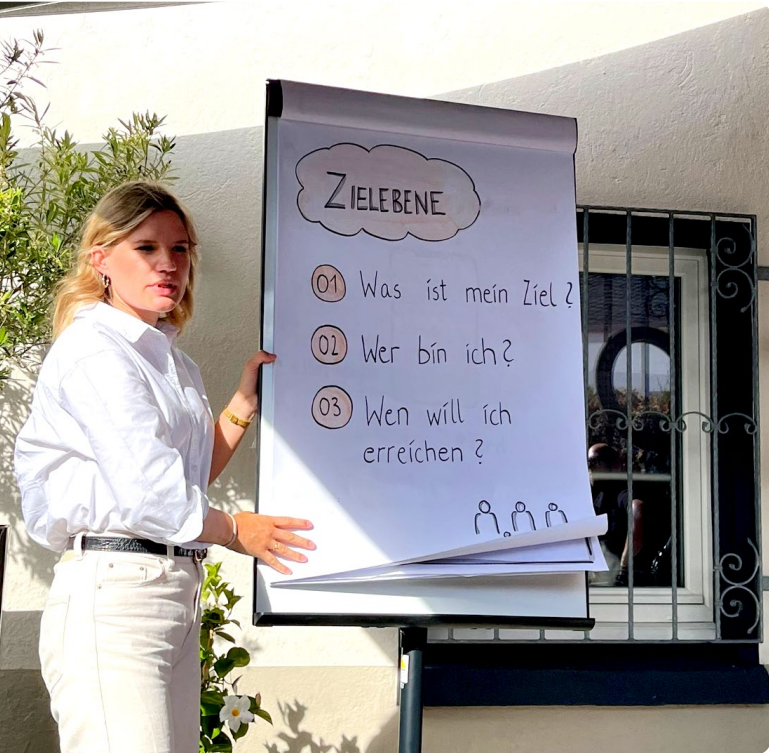
Uwe Posorski, Aktivgruppe Harz



Social Media

„Die praxisnahe Schulung mit Alicia Jansen war ein großer Gewinn für unsere Aktivgruppe. Wir haben gelernt, wie wir uns auf Plattformen wie Instagram und Facebook professionell präsentieren, welche Inhalte besonders gut funktionieren und wie wir Texte, Bilder und Videos optimal einsetzen. Ebenso wichtig waren Tipps zum sicheren Umgang mit Kommentaren und Datenschutz sowie Strategien, um Reichweite zu steigern, ohne uns zu verbiegen. Unser gemeinsames Ziel ist klar: fit werden für einen selbstbewussten, kreativen und wirkungsvollen Auftritt in den sozialen Medien – und damit unser Engagement noch sichtbarer machen.“

Giuseppe Vitaliti, Aktivgruppe Frankfurt



SFB D+A: Highlights im Burgenland

„Unser deutsch-österreichischer SFB-Sommertreff im Burgenland war einfach einzigartig! Dank unserer Freunde Elisabeth und Helmut Grabner sowie Martina und Charly Plasil durften wir eine unvergessliche Woche voller Kultur, Kulinarik, Bike & Wine und auch fachlichem Austausch erleben. Gestartet sind wir in Percholdsdorf beim Heurigen. Von Wien mit all seinen Highlights – inklusive Martinas besonderer Führung und dem Besuch ihres Flagship-Salons Ossig am Stephansdom – bis zum wunderschönen Burgenland mit Eisenstadt, Rust und Mörbisch am Neusiedler See: Wir sind immer noch geflasht. Es war eine perfekte Mischung aus Inspiration, Natur, Genuss und vor allem gelebter Freundschaft. Ein herzliches Dankeschön an unsere wunderbaren Gastgeber – wir kommen definitiv wieder! Und wir alle waren uns einig: So ein Erlebnis wäre auch großartig für unsere ganze SFB-Gemeinschaft.“

Andrea Zacher, Aktivgruppe Rosenheim

How to Care

„Unser Workshop am 12.06. in der HWK Osnabrück war ein voller Erfolg. Der Fokus lag auf der Kopfhaut – und Katja Salewski hat uns mit vielen praktischen Tipps und Tricks gezeigt, wie wir unsere großartigen Produkte noch gezielter empfehlen können. Mit Leichtigkeit hat sie uns vermittelt, welche Hilfsmittel, Fragen und Ideen die Basis für ein erfolgreiches Beratungsgespräch sind. Dabei wurde uns allen noch einmal bewusst, welche Schätze wir im Verkaufsregal haben. Ein herzliches Dankeschön an La Biosthétique, die SFB und natürlich an Katja für diesen inspirierenden Vormittag, der uns viel Spaß gemacht hat und uns motiviert, das Gelernte direkt im Salonalltag umzusetzen. Oder wie Katja es so schön formulierte: ‚Es war mir ein inneres Blumenpflücken‘.“

Jutta Meyer zu Bergsten, Aktivgruppe Osnabrück/Münster



Fundiertes Produktwissen

„Die Produktschulung mit Friederike Kommass war ein voller Erfolg und bot unseren Teilnehmern eine gelungene Mischung aus Theorie und Praxis rund um die Anwendung und Wirkung von La Biosthétique Produkten. Nach einem herzlichen Empfang bei Sektfrühstück und Snacks startete die Schulung mit fundiertem Produktwissen, Hintergrundinformationen zu Inhaltsstoffen und praxisnahen Tipps zur optimalen Anwendung. Besonders wertvoll waren die Übungen in kleinen Gruppen, die es ermöglichten, die erlernten Techniken direkt umzusetzen und das Kundenerlebnis aktiv zu gestalten. Ein Highlight war die Vorstellung der neuen Bleaching Drops – eine innovative Technologie, die die Neutralisierung der Haarfarbe direkt in den Aufhellungsprozess integriert. Besonders geschätzt wurde die offene Atmosphäre und der Austausch zwischen den Salons.“

Mario Visel, Aktivgruppe Tübingen



HBA 2.0. „Unsere Azubis schulen inzwischen selbst ausgelernte Stylisten!“

Achtung, Achtung: Wer Azubis zu Hair & Beauty Artists ausbildet, stellt vielleicht – natürlich im besten Sinne – sein ganzes Unternehmen auf den Kopf. So oder so ähnlich könnten sich die Risiken und Nebenwirkungen anhören, wenn man mit Annette Kurz-Mähringer über diese einzigartige

Annette, Du gehörst ganz sicher zu den begeistertsten Salon-Chefinnen, mit denen wir je über die Ausbildung HBA 2.0. gesprochen haben. Dabei bist Du „erst“ seit 5 Jahren La Biosthétique Salonpartnerin.

Ja, tatsächlich! Ich habe mich 2019, mit meinen beiden Salons dazu entschieden, zu La Biosthétique zu wechseln. Es gab natürlich viele überzeugende Argumente für diese fantastische Marke, doch der ausschlaggebende Punkt war für mich das HBA-Konzept für den Nachwuchs! Ich bilde leidenschaftlich aus und damals hatte ich in meinen Salons sechs Azubis. Ich bemerkte allerdings, dass sie alle durch die herkömmliche Ausbildung in der Berufsschule immer demotivierter statt motivierter wurden. In meinem Salon hatte ich stets ein sehr hohes Level, auf dem ich ausgebildet habe. Doch in der Schule mussten sie viele Dinge viel einfacher machen, als sie es bei uns gewohnt waren, nur damit sie nicht aneckten. Heißt: Sie hatten also gar keine Lust mehr, dorthin zu gehen, wo 2/3 der Schüler keinen Bock haben und die anderen runterziehen.

Was ist in der Privatschule anders?

In der Privatschule herrscht ein ganz anderes Niveau. Die Auszubildenden können sich von Anfang an mit Gleichgesinnten aus Biosthétique Salons austauschen und netzwerken. In kleinen Klassen lernen sie von der Pike auf fachliche und biostheti-

Ausbildung spricht. Ihre Entscheidung, den Nachwuchs auf die biosthetisch geprägte Privatschule zu schicken, bringt ihr Qualitätsniveau im Salon und das Know-how ihres ganzen Teams spürbar nach vorn. Jeden Tag neu.

sche Abläufe und sind wirklich schnell fit, um aktiv im Salon am Kunden zu arbeiten. Hinzu kommt: Ich schicke meine Azubis in die Privatschule in Berlin. Und das allein ist natürlich schon eine riesige Motivation. Die Stadt pulsiert: Mode, Trends, es gibt die Fashion Week – all das eröffnet ihnen einen unglaublichen Blick über den Tellerrand.

Die Azubis müssen dann aber auch wollen, dass die Latte hoch liegt...

Ich muss ehrlich sagen, dass die Qualität meiner Bewerbungen sich seit 2019, also seit ich die HBA-Ausbildung anbiete, enorm gesteigert hat. Es ist nicht so, dass ich viele, viele Bewerbungen bekomme, aber die 3-4, die kommen, die passen oft. Das Interessante ist, dass diese Bewerberinnen sich nicht als Friseurin bewerben, sondern ganz klar und gezielt mit der Vorstellung an mich herantreten, Hair & Beauty Artist werden zu wollen. Die Zusatzausbildung macht auch für die Eltern, die ich immer mit ins Boot hole, einen enormen Unterschied. Ich hatte eine Bewerberin mit Einser-Abitur aus einem Akademiker-Haushalt, die ohne Probleme hätte studieren können. Doch als die Eltern hörten, dass ihre Tochter bei uns auf einer Privatschule zum Hair & Beauty Artist ausgebildet wird, haben sie sehr schnell der Ausbildung bei uns zugestimmt. Das hätte bei einer alleinigen Frisurausbildung ganz sicher anders ausgesehen, weil das

Image unseres Berufes nun leider ein völlig anderes ist.

Was können Deine heutigen Azubis, was die von früher so nicht konnten?

Es ist tatsächlich so, dass unsere Azubis inzwischen immer wieder unsere ausgebildeten Stylisten darin schulen, wie die Biosthetik-Abläufe 100 % korrekt ausgeführt werden. Sie lernen dieses Procedere schließlich von Anfang in der Schule genauso, wie es sein soll. Und das geben sie im Team weiter. Für die Azubis ist das ein echtes Wow-Erlebnis, an dem sie wachsen und selbstbewusst werden. Ich muss zugeben: Einige Handgriffe beherrschen die Azubis sogar besser als ich selbst, obwohl ich mich mit allem eingehend beschäftigt habe. Auch ein Grund, warum ich nicht müde werde, unseren Youngsters immer wieder zu sagen, dass sie in unseren Salonabläufen und unserem Team wirkliche Schlüsselfiguren sind.

Als Ihr mit dem HBA-Konzept gestartet seid, hattest Du sechs Azubis. In diesem Jahr sind es jedoch nur drei. Warum das?

Nun, seit wir alle Azubis in der Privatschule ausbilden, haben wir ein solches Qualitätsniveau bei dem Nachwuchs, dass die Lehrlinge bereits ab dem zweiten Ausbildungsjahr – d.h. ab der Gesellenprüfung eins – zu 50 % ihrer Arbeitszeit in der Kategorie „Juniorstylist“ gebucht werden können und damit bereits eigene Kunden haben. Nur in den anderen 50 % dürfen wir Stylisten sie für Assistenzarbeiten einplanen. Darauf achte ich sehr. Ab diesem Zeitpunkt, spätestens aber ab dem dritten

Lehrjahr, brauchen unsere Azubis also genau genommen schon selbst Assistenten. Das ist der Grund, warum ich in diesem Jahr meinen Fokus darauf gesetzt habe, mit dem Qualitätssicherungssystem vom HBA 2.0 eigene Beautyassistenten auszubilden.

Wie genau unterstützt Euch das für SFB-Mitglieder kostenfreie HBA-Kit im Salonalltag?



Das neue HBA-Kit, das ja jetzt noch schmalere und übersichtlicher geworden ist, ist für unser ganzes Salonteam zu einem unverzichtbaren roten Faden hinsichtlich unserer Servicequalität geworden! Durch Trainingsleitfäden und dank QR-Codes, die uns zu kleinen Lernvideoeinheiten führen, zeigt uns dieses Kompendium, wie Standards in den Dienstleistungen erreicht und gehalten werden. Mir ist das extrem wichtig, weil ich den Anspruch habe, dass eine Kundin oder ein Kunde bei jedem Besuch, egal welche Mitarbeiterin oder welcher Mitarbeiter ihn oder sie bedient, dieselben hochwertigen Biosthetik-Abläufe erlebt. Das fängt z. B. bei der Frage an, wie ein Tablett für eine Farbbehandlung hergerichtet wird, wie der Farbschutz aufgetragen wird, und setzt sich Schritt für Schritt fort, bis die Kundin den Salon verlässt. Natürlich kann innerhalb von Schnitt, Farbe und Styling jeder Stylist seine Handschrift einbringen, dennoch sollen die Abläufe der Services immer auf demselben hohen Niveau stattfinden. Das Kit macht jeden einzelnen Schritt sichtbar lernbar und nachvollziehbar, sodass das gesamte Salon Team vom Azubi bis zum Stylisten eine hohe und gleichbleibende Leistung abrufen kann.



Was sagst du Kollegen, denen der Invest in die HBA-Ausbildung zu hoch ist?

Ich kann das ehrlich gesagt, nicht nachvollziehen, aus welchem Grund man dieses großartige, in der Branche wirklich einzigartige Werkzeug für sich und seinen Salon nicht nutzt. Wenn ich überlege, wie schnell meine Azubis am Kunden arbeiten, wie kompetent, motiviert und kommunikativ sie ihre Assistenzarbeiten bereits im ersten Lehrjahr ausführen, ist das Schulgeld sehr gut angelegt. Ihnen macht auch in Sachen Produktwissen keiner was vor. Selbst wenn meine Azubis keine eigenen Kunden und Kundinnen bedienen würden, sondern allein Assistenzarbeiten ausführen würden,

würden sie sich innerhalb schnellster Zeit amortisieren. In meinen Augen gibt es nichts Besseres im Markt als diese Ausbildung, und ich wundere mich immer wieder, dass ich selbst langjährige Biosthetiker davon überzeugen muss, diesen hochklassigen Weg in der Ausbildung einzuschlagen. Ich bin Mitglied bei den Intercoiffeuren und bekomme auch dort regelmäßig Rückmeldungen von Saloninhabern und Seminarleitern, die auf einem ähnlichen fachlichen Niveau arbeiten wie wir. Die sind immer wieder begeistert darüber, auf welchem Level meine Auszubildenden bereits im frühen Stadium ihrer Ausbildung arbeiten. Meine Einstellung ist einfach die: Wenn ich schon ausbilde, dann auch gescheit! Meine Azubis sollen die beste Ausbildung

genießen, die machbar ist. Und unter uns gesagt: das klassische Ausbildungssystem ist „sehr renovierungsbedürftig“. Unter diesen Bedingungen würde ich auch selbst den Friseurberuf nicht lernen wollen. Der Titel Hair & Beauty Artist ist nicht nur ein neuer Name. Da steckt auch genau das drin, was draufsteht! An meinen Azubis sehe ich, dass sie mit Stolz rausgehen und von ihrer Ausbildung erzählen. Sie sagen gleichaltrigen Freunden „Ich lerne Hair & Beauty Artist“ und bin in Berlin bei der Fashion Week unterwegs. Und was machst du so?“ Dann sehe ich, dass sie sich nicht verstecken müssen und wollen und stolz auf das sind, was sie tun. Das macht mich glücklich.



LAST CALL: Meldet euren Nachwuchs jetzt noch schnell für den HBA 2.0 an!

Psssst: Der Einstieg in die Privatschulen für das Ausbildungsjahr 25/26 ist noch bis Dezember möglich!

Bietet euren Azubis nicht nur die Arbeit mit einer exklusiven Marke und einem tollen Team, sondern auch top Ausbildungsbedingungen — mit einem Platz an einer der exklusiven La Biosthétique Privatschulen.

Ihr wollt alles zu euren Vorteilen wissen?

Alle Infos zu den Privatschulen



UPTODATE

Oktober

13.10.25 9-17 Uhr	Online	Chefs und leitende Mitarbeiter, Ausbilder	„Lernen heute - Hair & Beauty Artist Ausbildung 2.0. Einarbeitung & Qualitätssicherung gut umgesetzt“ Marcus Matthes, Angela Schröder, Gabi Stern, Carina Wettstein
13.10.25 12-17 Uhr	Bonn	Hands-on-Wettbewerb für Azubis	Region 5 „Young Talent Trophy 2.0“
13.10.25 18-19 Uhr	Online	Webinar für Mitarbeiter	„Was bleibt von 100 € Umsatz übrig?“ La Biosthétique Consulting Team
20.10.25 10-11 Uhr	Online	Webinar für Chefs, leitende Mitarbeiter, Ausbilder	“Digitale Ausbildung” - Chancen, Tools & Herausforderungen in der Praxis Prof. Frank Beham
20.10.25 18-19 Uhr	Online	Webinar für Chefs und leitende Mitarbeiter	„Das bin ich mir wert“ Preise & Löhne Alfred Wilfert
27.10.25 18-19:30 Uhr	Online	Webinar für Chefs, leitende Mitarbeiter, Ausbilder	Entdecke „Kraft der Werte“ im Salonalltag Ricardo Donner

November

03.11.25 18-19 Uhr	Online	Webinar für Chefs und Mitarbeiter	“Online Beratung als Marketing Tool zur Kundengewinnung & Kundenpflege” Natalie Feustel
03.11.25 16-20 Uhr	Wiesbaden	Neumitglieder der Region sowie nicht aktive Mitglieder, Aktivgruppen	„Community & Network“ Dietmar Tietze
10.11.25	München	Für Jugend und Mitarbeiter	SFB Unplugged: „Activity meets 2026“ Region 8
13.11.25 9-11.30 Uhr	Online	Webinar für Azubis und Young Talents	Quick Styles Techniken – Meistere den perfekten Look in kürzester Zeit! Theo Dimitri

Januar

4.-9.1.26	Lech, Österreich	Wintertreff	“Ski-Meeting 2026” - Ausgebucht
-----------	------------------	-------------	--



Anmeldungen zu den Terminen bitte über die SFB-Website

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...

... mir der Community-Gedanke und die Vernetzung mit Partnern, die identische Interessen und hohe Standards verfolgen, sehr wichtig sind. Die gemeinsame Grundlage ermöglicht einen Austausch auf Augenhöhe und fördert nachhaltige Weiterentwicklung in unserem Premiumbereich. Zudem empfinde ich die angebotenen Onlineseminare als äußerst praktisch, informativ und effektiv. Sie überzeugen durch ihre komprimierten Inhalte und bieten einen echten Mehrwert für unsere Entwicklung, bis hin zu Steuerthemen.“

Sabrina Poser, Biosthetikerin aus Herford