

Société Française de Biosthétique

CAMPUS



2.26

*Scalp Care - der (neue) Umsatzbooster!
Nie wieder No-Shows!
Young Talents - die Startrampe für Erfolg*

WELCOME



SCALP CARE – DER (NEUE) UMSATZBOOSTER

- 04 Kopfhaut-Expertise aufbauen, Trendthema Skinification, Scalp-Aktionen erfolgreich gestalten, Head Spa
- 12 SFB Exklusiv-Seminare – Gemeinsam zum Erfolg!

NEWS

- 13 Mitarbeiterführung in Krisenzeiten
- 14 Stauermedaille für Gabi Stern
- 15 Colour- & Make-up-Talente
- 16 Magisch: Excellence Day 2026!
- 17 Platin Circle Treff

SFB AKTIVGRUPPEN

- 18 Frischer Wind in den Aktivgruppen

YOUNG TALENTS

- 22 Young Talents – die Startrampe für Erfolg

WEITERBILDUNGS-TIPP

- 25 Beraten, begeistern, verkaufen – Kompetenz & Kundenerlebnis

TERMINE UND AUSBLICK

- 27 Uptodate

Liebe SFB-Familie,

geht es euch auch so? Manchmal fühlt sich unser Salonalltag an wie ein Aprilwetter aus Frust und Lust – nur leider ohne Wetter-App, die rechtzeitig warnt oder entwarnt... Da wäre zum Beispiel das Thema Weiterbildung: Wir lieben sie eigentlich. Wirklich. Und trotzdem müssen wir immer wieder erleben, dass Webinare und Seminare abgesagt werden, weil sich zu wenige anmelden oder am Ende dann doch einige einfach nicht erscheinen. Das ist ungefähr so motivierend wie ein leerer Stuhl im Salon, auf den die Kundin „gleich kommt“ – und dann durch „No-Show“ glänzt. Unsere Aktivgruppe Erfolg mit Kamm & Schere hat sich genau diesem Dauerbrenner angenommen und liefert in dieser Ausgabe sehr praktische Ideen, wie wir damit besser umgehen lernen. Und dann gibt es auch diese Momente, in denen man aufatmet: Die Entscheidung des Bundesrats, die geplante

1.000-Euro-Entlastungsprämie nicht umzusetzen, gehört definitiv dazu. Eine gute Nachricht für uns Arbeitgeber – denn zusätzlicher Druck hilft bekanntlich selten dabei, bessere Arbeit zu machen oder entspannter zu führen. Gleichzeitig merken wir: In unseren ureigenen Reihen bewegt sich immer mehr – und zwar in die richtige Richtung. Immer mehr Salonunternehmer in der SFB beschäftigen sich mit dem Thema Qualität. Und noch besser: Sie sprechen es auch aktiv bei ihren Kundinnen und Kunden an. Besonders spannend ist dabei auch die wachsende Bedeutung unserer Kopfhautexpertise und der Head Spa Dienstleistungen, mit denen wir uns als Biosthetiker einmal mehr klar im Premiumsegment positionieren können und deutlich machen, dass Expertise den Unterschied macht. Mehr dazu in unserem Schwerpunktthema auf den folgenden Seiten. Denn klar ist: Wer heute erfolgreich sein will, muss unternehmerisch

denken – sonst wird es schnell eng. Mitarbeitende gewinnen und halten, Preise sinnvoll kalkulieren, online sichtbar sein, ein klares Profil entwickeln... klingt nicht sexy, ist aber genau das, was am Ende die Kasse klingeln lässt. Und genau dafür gibt es unsere SFB-Exklusivseminare. Ehrlich gesagt: Wir würden dort gerne ein paar mehr von euch sehen – das Angebot ist zu gut, um nicht genutzt zu werden. Und jetzt kommt der schönste Teil: der Blick nach vorn. Wir wünschen euch einen erfolgreichen Sommer – mit vollen Terminen und guten Umsätzen. Und falls eure Kunden die Sonne zu sehr stresst: Unsere Soleil-Range ist definitiv bereit für alles, was Haar und Haut im Sommer verlangen.

Macht was draus – und bleibt dabei entspannt.

Herzlichst,
Gabi Stern & Angela Schröder

Gabi Stern



Angela Schröder

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
Titelbild: BI Hein D Fotodesign

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:





Scalp Care – der (neue) Umsatzbooster im Friseursalon!

Es ist ein Megahype, der mit voller Wucht auf die Friseurbranche trifft: Kopfhautpflege avanciert gerade vom problematischen Stiefkind zum absoluten Trendthema! Was im Gesicht – Stichwort Skinification! – selbstverständlich geworden ist, hält nun Einzug in den Salonalltag: individuelle Diagnosen, Wirkstoffpflege und mehrstufige Rituale sind angesagt. Kundinnen und Kunden interessieren sich plötzlich nicht mehr nur für Glanz, Farbe oder Schnitt, sondern für Mikrobiom, Feuchtigkeitsbalance und Haarfollikelgesundheit. Heißt: Kopfhaut wird dabei zunehmend wie hochwertige Gesichtshaut behandelt — mit Seren statt nur Shampoo, mit Peelings statt bloßer Reinigung und mit langfristigen Pflegekonzepten statt kurzfristiger Problemlösung. Damit wird endlich Marcel Contiers Credo, dass

eine gesunde Kopfhaut die Basis einer Traum-
mähne ist, unter Hair- und Beautyfans zum
neuen Pflegemantra. Die SFB-Community ist sich
einig: Das ist DIE Steilvorlage für Biosthetiker für
eine Premium-Positionierung als Scalp Care Ex-
perte! Ob in den Aktivgruppen, in Kopfhaut-Semi-
naren oder bei Kongressen steht daher vor allem
eines im Vordergrund: der kollegiale Austausch,
wie das neue Lifestylethema erfolgreich in pro-
fessionelle Kopfhautservices und -produktange-
bote umgesetzt werden kann. Schließlich bietet
sich hier ein spannendes Geschäftsfeld zwischen
Schönheit, Wellness und Haircare-Expertise —
verbunden mit einem knackigen wirtschaftlichen
Potenzial! Wir haben bei SFBlern rumgefragt,
wie sie Scalp Care im Salon zum Umsatzbooster
machen.

SKINIFICATION

„Wir zeigen, dass wir uns für eine gesunde Kopfhaut verantwortlich fühlen.“ Gabi Stern

Ich bemerke seit einiger Zeit verstärkt, dass Kundinnen und Kunden Probleme mit ihrer Kopfhaut haben und oft nicht mehr nur das gute Haargefühl, sondern auch das Thema gesunde Kopfhaut in den Vordergrund rückt. Seit der Gründung von La Biosthétique durch Marcel Contier ist es Basis biosthetischer Arbeit, die Kopfhaut gesund zu erhalten. Nach unserer letzten Teamleitertagung fiel mir allerdings auf, dass wir in meinem Salon dieses Alleinstellungsmerkmal und das große Potenzial, uns als Expert*innen für Kopfhautpflege zu positionieren, gar nicht in vollem Umfang nutzen.

Also haben wir uns als ganzes Salon-Team entschlossen, uns noch mal richtig tief und ausgiebig mit dem Thema Kopfhaut zu beschäftigen. Eine ganze Woche lang haben wir uns aus der Salonarbeit rausgenommen und zusammen in der Fast Lane Academy – also mit 4 Seminaren in 5 Tagen – extrem fit gemacht in der Scalp Care. Das war für den Teamspirit ideal und hat uns eine Menge Know-how gebracht, das wir nun täglich im Salon einsetzen. In der Kundenberatung und -diagnostik nutzen wir seit jeher regelmäßig den Identitest. Zusätzlich dazu haben wir uns jetzt über einen Versandhandel noch eine Kamera (ca. 60 €) besorgt, mit der wir die Kopfhaut untersuchen und der Kundin die Bilder auf einem iPad zeigen können. Wir schauen uns in der Beratung also gemeinsam die Kopfhaut an, und die Kundin kann selbst sehen, welche Ablagerungen zu sehen sind, ob Schuppen oder rote Stellen zu entdecken sind oder auch Haarwuchsstörungen vorliegen. Durch diese Visualisierung passiert etwas Magisches.



Die Ergebnisse des Identitests können Kunden glauben oder nicht. Doch hier sieht sie mit eigenen Augen, wie es um ihre Kopfhautgesundheit bestellt ist. Das erzeugt unmittelbar die Frage: Was kann ich tun, damit sich das Hautbild bessert? Die Kamerabilder erzeugen Glaubwürdigkeit, Verständnis und Motivation, auch zu Hause etwas dafür zu tun.



Elementar ist für mich, dass die Kunden nicht nur in der Wahl der passenden Produkte beraten, sondern auch gemeinsam herausarbeiten, wie genau sie deren Anwendung in ihre Alltagsroutine einbauen können. Denn es hilft wenig, wenn die Produkte ungenutzt daheim stehen. Ich gebe auch Tipps aus meiner eigenen Praxis, z. B. den Rat, das Fläschchen mit der Lotion praktischerweise direkt ans Waschbecken zu stellen und die Lotion sofort nach dem Zähneputzen aufzutragen. Oder bei besonders trockener Kopfhaut rate ich, das Scalp Oil am besten über Nacht einwirken zu lassen und das Haar erst am nächsten Morgen zu waschen. So haben wir eine intensive Pflege und einen guten Schutz der Kopfhaut bei der Haarwäsche gewährleistet. Zu dieser ehrlichen Beratung gehört natürlich, dass ich meinen Kunden sage, dass es Geduld braucht, um echte Veränderungen zu spüren und dass es mit dem einmaligen Kauf eines Serums vermutlich nicht getan sein wird. Um kleinere Erfolge auf dem Weg zur gesunden Kopfhaut sichtbar zu machen, vereinbaren wir nach 14 Tagen oder 4 Wochen einen kostenlosen Service-Kontrolltermin, bei dem wir erneut den Kameracheck machen und Verbesserungen im Bild zeigen. Diesen Fortschritt selbst zu sehen, motiviert Kunden enorm, dran zu bleiben und zeigt deutlich, dass die Produkte (bei regelmäßiger Anwendung, versteht sich!) wirklich funktionieren. So entwickelt sich großes Vertrauen in unsere Kompetenz und unsere Kunden haben auch die Gewissheit, dass wir uns über den Verkauf der Pflege hinaus für sie verantwortlich fühlen.

Gabis Praxis-Tipp zum Einstieg ins Kopfhaut-Thema

Nutzt die frisch überarbeitete Check-in-Card als Türöffner!
Hier findet ihr einen neuen Absatz, in dem die Einschätzung der Kundin bezüglich ihrer Kopfhautgesundheit, ihrem Pflegebedarf und dem Hautgefühl abgefragt wird.

Diese Neuerung erleichtert den Einstieg in die gezielte Beratung und erhöht gleichzeitig die Sensibilität der Kunden, eine gesunde Kopfhaut auch wirklich als Basis für ihr Traumhaar zu begreifen.

[illegible]

„Nachdem wir als Salonteam eine Power-Woche mit Kopfhaut-Seminaren gemacht haben, ist unser Verkaufsanteil von Kopfhautpflege von 5 % auf 15 % gestiegen.“

Gabi Stern, Biosthetikerin aus Asperg



„Das Thema Kopfhaut wird seit einiger Zeit unglaublich gehypt!“ Serdal Bengi

Es ist unglaublich, wie sehr das Thema Kopfhaut seit einiger Zeit in den Magazinen und auf Social Media gehypt wird! Wir sehen selbst bei ganz jungen Kundinnen, dass sie die Routinen, die sie aus der Hautpflege kennen, jetzt tatsächlich auf die Kopfhaut übertragen. Das ist mehr als erstaunlich, weil es früher allenfalls hier und dort mal verschämt hieß „Ich habe Schuppen“ oder Ähnliches. Inzwischen gehört das Thema regelrecht zum Lifestyle dazu. Verwunderlich ist bei diesem großen Scalp Care-Boom, dass nur so wenige Friseure wirklich auf die Kopfhaut eingehen und sie als Businessfaktor im Salon sehen. Vor allem wir Biosthetiker haben schon immer alle Tools an der Hand, um diese Nische professionell einzunehmen. Man muss das Ganze einfach nur umsetzen.

Viele Kunden wissen gar nicht, ob sie trockene, feuchte, schuppige Kopfhaut haben oder Silikone ihre Kopfhaut „versiegeln“. Daher benutzen wir bei 95 % der Kunden zusätzlich zu Kopfhautdiagnose und Kopfhaut-Check eine Kopfhautkamera, um ihnen den Zustand ihres Kopfhautmileus zu visualisieren. Das ist ein sehr intimer Moment, der oft für Verblüffung und manchmal auch für Scham sorgt. Sie sehen auf dem Tablet riesengroß, wenn ihre Haarwurzeln z. B. durch Feuchtigkeit angegriffen sind, Salzkristalle oder andere Ablagerungen auf der Haut haften. Wichtig ist es, die

Kunden ganz souverän und selbstverständlich durch diesen Moment zu führen und ihnen ganz unverkrampft zu sagen, dass das weder peinlich noch ein Zeichen für Unsauberkeit ist, sondern wir genau das täglich sehen – und dass wir natürlich eine Lösung für all diese Probleme haben!



Sehr eindrücklich erleben Neukunden die Effizienz exzellenter Kopfhautpflege, wenn wir ihnen standardmäßig im Vorfeld eines Haarschnitts oder einer Farbbehandlung ein Enzympeeling-Treatment machen, um eine saubere Grundlage für unsere Arbeit zu schaffen. Das kostet 30 €. Bei Vorher- und Nachher-Aufnahmen der Kopfhaut schauen Kunden dann ungläubig, wenn sie sehen, dass die Kopfhaut nach der Behandlung mit dem Peeling so rein wie ein weißes Leinenlaken ist. Spätestens dann haben wir sie für die Mission Kopfhautpflege im Boot und sie nehmen uns nicht mehr nur als Styling-Experte, sondern als auch Kopfhautspezialist im Premiumsegment wahr.

Es ist toll für uns zu sehen, dass selbst ganz junge Kundinnen durch Insta, TikTok und Co. ein großes Bewusstsein dafür haben, wie sehr sich Kopfhautpflege schon in frühen Jahren lohnt. Das beschert uns relevante Zusatzumsätze im Bereich der Kopfhaut-Services. Auch beim Verkauf von Scalp Care-Produkten haben wir enorm zugelegt und liegen allein in diesem Segment derzeit im Schnitt bei 17 bis 20 %.



„Selbst ganz junge Kundinnen haben durch Insta, TikTok und Co. inzwischen ein ausgeprägtes Bewusstsein dafür, dass es schon in frühen Jahren lohnt, sich um die Kopfhaut als gesundes Fundament für tolles Haar zu kümmern.“

Serdal Bengi und André Aus der Wieschen, Biosthetiker aus Münster

„Wir haben in 8 Wochen rund 12.000 € Umsatz mit Scalp Care-Services und -Verkauf gemacht.“ Benjamin Schmitt

Wir haben als Salonteam Anfang des Jahres eine achtwöchige Kopfhaut-Aktion gemacht, mit der wir den Verkaufsanteil für Kopfhautpflege von zuvor mageren 5 % auf 30 % steigern konnten! Zur Aktion inspiriert haben uns die neuen Fragen der Check-in-Card, die sich um die Kopfhautgesundheit drehen. Gemeinsam mit Ideen aus der Salonmannschaft und ChatGPT haben wir einen Aktionsplan entwickelt, der verschiedene neue Dienstleistungen, kleine Gratis-Services zum Kennenlernen und Ideen zum erfolgreichen Produktverkauf umfasste. Um das tolle Ergebnis vorwegzunehmen: Wir haben in diesen acht Wochen rund 12.000 € Umsatz mit dem Verkauf von Scalp Care-Heimpflege und Kopfhaut-Dienstleistungen gemacht.

Wie haben wir das geschafft? Als erstes haben wir uns als Team Ziele gesetzt: Was wollen wir als Mannschaft – und natürlich jeder für sich – erreichen? Und wir haben anhand von Gesprächsleitfäden gemeinsam trainiert, Kundinnen und Kunden auf ihre individuelle Kopfhautpflege zu beraten. Im Stil von „The Taste“ haben wir dann eine regelrechte Competition daraus gemacht: Jede Woche bekam die Mitarbeiterin, die am besten in Sachen Kopfhautpflege performt hat, einen Stern verliehen und erhielt als Prämie einen 25 €-Einkaufsgutschein - zusätzlich zur Verkaufs- und Dienstleistungsprovision, versteht sich. Dazu hatten wir zum Ende der Aktion einen Einzel- und einen Teambonus



vereinbart. Über den jeweils aktuellen Zwischenstand habe ich mein Team wöchentlich informiert. Das hat offensichtlich enorm motiviert, die Kopfhautkompetenz im Salon umzusetzen: Den Sieg der Aktions-Challenge konnte sich meine Mitarbeiterin Julia sichern, weil sie über die Wochen hinweg am erfolgreichsten mit Kopfhautbehandlungen und Produktverkauf war. Sie hat zusätzlich zu den Einkaufsgutscheinen ein iPad erhalten, über das sie sich sehr gefreut hat. Unsere gesetzte Marke für die geplante Zahl der Kopfhaut-Treatments konnten wir ebenfalls als Team knacken! Das gab nochmals für jeden Mitarbeiter einen Einkaufsgutschein obendrein. Ich bin mit dem Ablauf der Aktion also superhappy.

Neben rund 12.000 € Zusatzumsatz im Januar/Februar im Bereich Scalp Care ist es wirklich unglaublich, was diese Erfahrung der zwei Monate, in denen wir unseren Fokus auf Kopfhautpflege gelegt haben, auch langfristig verändert hat. Aufgrund des Erfolgs und der hohen Akzeptanz der Kunden bauen wir das Thema Kopfhautpflege jetzt ganzjährig in unsere Aktionen ein und verändern je nach Saison einfach nur das Wording. Beispiel: Derzeit steht die Soleil-Serie bei uns im Fokus. Die Vitality Care & Relax-Behandlung, die wir im Winter „für empfindliche, trockene Kopfhaut bei Heizungsluft“ anbieten, empfehlen wir im Sommer nun als „kühlende, feuchtigkeitsspendende Kopfhautpflege nach dem Sonnenbad“. Es ist elementar, den Kundinnen und Kunden bei den Treatments immer direkt zu sagen, welche Wirkung sie erwarten können. Auch hier trainieren wir die Kundenkommunikation anhand von Gesprächsleitfäden, damit sich alle im Team sicher und informiert fühlen.

„Für alle neuen Farbkundinnen wird bei uns ab Juli ein Hair Detox als Vorbehandlung Pflicht. Durch diese Tiefenreinigung sichern wir uns ab und haben so immer eine perfekte Basis, auf der wir arbeiten und ein gleichmäßiges Farbergebnis erreichen können.“

Benjamin Schmitt, Biosthetiker aus Reichartshausen



Außerdem etablieren wir ab Juli eine weitere Neuheit in unserem Angebot: Für alle neuen Farbkundinnen wird ein Hair Detox als Vorbehandlung Pflicht. Diese 30 € schlagen wir auf die Colorationen standardmäßig auf. Für neue Schnittkunden wird parallel dazu eine Scalp Detox-Behandlung mit dem Enzym-Peeling inkludiert, sodass wir das Starterpaket aus Beratung, Haarschnitt und Styling nun auf 150 € anheben werden. Bislang waren beide Detox-Behandlungen optional, und es gab immer mal wieder Diskussionen in der Beratung, ob sie denn zwingend sein müssten.

Mit dem neuen Konzept übernehmen wir als Profis jetzt die Verantwortung für eine perfekte Ausgangslage im Haar. Das unterstreicht hohe Level unserer Arbeit und zeigt: Wir sind Beratungsprofis und Kopfhaut-Experten.

„Head Spa-Treatments sorgen für Tiefenwirkung und bringen Kopfhautpflege auf ein neues Level.“ *Daria Strambach*

Ich bin im elterlichen Salon bereits mit „Babybios“ zur Welt gekommen und damit seit meiner Kindheit mit dem ganzheitlichen Ansatz von La Biosthétique vertraut. Bis heute fasziniert mich, dass ich damit nahezu alle Kopfhautprobleme meiner Kundinnen und Kunden – sei es Haarausfall, sensible Haut oder auch Schuppen – lösen kann. Ich muss ihnen weder ein Apotheken-shampoo empfehlen, noch muss ich sie deswegen zum Hautarzt schicken. Und das gilt für Damen und Herren.

Vor einigen Jahren habe ich mein Geschäft um ein exklusives Barberkonzept erweitert. Seit wir dort auf Männer fokussieren, sehen wir täglich, wie unglaublich positiv Herrenkunden auf eine intensive Beratung reagieren und es genießen, wenn wir ihnen und ihrer Kopfhaut Beachtung schenken. Wie viele Männer kommen mit trockener und geröteter Kopfhaut, mit Schuppenbildung oder sie leiden unter schütterer werdendem Haar. Aber keiner kümmert sich darum! Genau darin liegt das Problem: Rund 75 % der männlichen Kun-



den erhalten keine ausreichende Beratung. Statt ihre individuellen Bedürfnisse zu analysieren und passende Lösungen aufzuzeigen, wird von Friseuren häufig nur die gewünschte Dienstleistung ausgeführt. Dabei liegt gerade in einer professionellen Beratung der Schlüssel zu langfristiger Kundenzufriedenheit, besseren Ergebnissen und höherem Umsatz. Bei uns im Barberbereich setzen wir das komplette La Biosthétique-Programm ein: vom Kopfhaut-Peeling über Aroma-Complexe bis zu den individuell passenden Lotionen und Seren. Und die Männer lieben und kaufen es!

Vor rund einem Jahr sind wir noch einen Schritt weitergegangen, weil wir Spezialisten für hochwertige Head Spa-Behandlungen werden wollten. Mit La Biosthétique als Partner spielen wir auf dem höchsten Premium-Level. Daher haben wir uns auch bei der Wahl der Head Spa-Liege für einen Ferrari entschieden und in die YUME Spa-Liege von Takara Belmont investiert. Vor dem Hintergrund meines biosthetischen Wissens, wie die Haut aufgebaut ist und wie die Haarwurzel für ein gesundes Haarwachstum behandelt werden muss, hat das unsere Tiefenpflege der Kopfhaut noch mal auf ein neues Niveau gebracht. Diese Head Spa-Treatments können so viel mehr als Haarwäschen am normalen Becken!

„Ich kann meinen Kollegen nur empfehlen: Kümmert euch auch intensiv um eure Männerkunden! Die sind extrem dankbar und immer an einer Lösung für ihr Haar- und Kopfhautproblem interessiert.“

Daria Strambach, Biosthetikerin aus Traunstein



Durch mehrstufige Reinigungs- und Massagerituale sowie durch den wärmenden Dampf dringen die biosthetischen Wirkstoffe der angewendeten Kopfhautprodukte sehr tief in die Haut ein. Unsere Kunden haben so den Mehrwert, das in der Tiefe etwas passiert und auch langfristige Wirkungen spürbar sind. Bei Männern mit superfeinem Haar beispielsweise sitzen die Haare dank stärkerer Durchblutung und besserer Versorgung mit Nährstoffen wieder fester in der Wurzel. Selbst Kunden mit Migräne fühlen sich viel wohler, da ihre Muskelverspannungen in der Kopfhaut nachlassen. Ich kann meinen Kollegen nur empfehlen: Kümmert euch auch intensiv um eure Männerkunden! Die sind extrem dankbar und immer an einer Lösung für ihr Haar- und Kopfhautproblem interessiert. Das zeigt sich auch deutlich im Verkauf hochwertiger Heimpflegeprodukte.



Fotos: M. Uebler

„Unsere Expertise spricht sich rum – Kunden kommen extra zur Kopfhautsprechstunde.“ *Karina Herzig*

Ich habe vor einem Jahr reflektiert, in welche Richtung sich unsere Branche entwickelt. Mein Ergebnis war: Wir reden immer mehr über Bedürfnisse als über den Anspruch der Kundinnen und Kunden. Kopfhaut- und Feinhaarprobleme nehmen seit einiger Zeit bei Kunden allen Alters enorm zu. Ebenso wie Hormonstörungen, wie sie durch Schwangerschaft, Menopause oder oft auch durch berufliche Belastung entstehen können. Hinzukommen starke Haar- und Kopfhautablagerungen durch verschiedene Umwelteinflüsse, falsche Pflegegewohnheiten, Übersäuerung des Körpers aufgrund ungesunder Ernährung, starkes Schwitzen bei häufigen Gymbesuchen oder Silikone in Haarprodukten.

Für mich als Kopfhautspezialistin ist es also wichtiger denn je, bei meinen Kunden für Hintergrundwissen zu sorgen. Diese Expertise im Salonteam zu etablieren ist sehr aufwändig. Aber es ist auch eine Ebene, die wir als Biosthetiker auf eine natürliche Art und Weise einnehmen können, weil wir alle erforderlichen Produkte und Weiterbildungs-Seminare an der Hand haben.



Neben Kameras und iPads, die an jedem Bedienplatz liegen, haben wir als Anschauungsmaterial auch einen Hautquerschnitt aus Plastik angeschafft. Damit veranschaulichen wir unseren Kunden, was genau in ihrer Haut passiert und welche Prozesse welche Unterstützung brauchen. Kunden zu überzeugen, ist eine anspruchsvolle Aufgabe. Aber der Bedarf an dieser eingehenden Beratung ist riesig! Weil diesen Kunden einfach niemand hilft. Halbwissen von Insta und Co. bringt sie nicht weiter, sondern verschlimmert im Zweifel ihre Probleme. Gehen sie dann zum Hautarzt, rät selbst der ihnen nicht gerade selten zu Head & Shoulders ...

Ich habe daher Kopfhautsprechstunden eingeführt, für die ich jetzt schon zwei Monate im Voraus ausgebucht bin. Dort nehme ich mir zum Preis von 50 Euro eine halbe Stunde Zeit und berate intensiv. Die anschließende Nachfrage nach Produkten ist enorm. Wir liegen bei der Kopfhautpflege inzwischen bei einem Verkaufsanteil von 30 %. Vor allem Calming Lotion, Dandruff Shampoo, Lipokerine A und B sowie Moisture Control Lotion und Shampoo sind bei uns Bestseller. Natürlich wird bei jedem weiteren Salonbesuch geschaut, wie sich die Kopfhaut der Kunden unter der Behandlung entwickelt. Unsere Expertise spricht sich inzwischen rum – immer mehr neue Kundinnen und Kunden kommen zu uns, um diese Kopfhautberatung in Anspruch zu nehmen.



„Ich habe Kopfhautsprechstunden eingeführt, für die ich jetzt schon zwei Monate im Voraus ausgebucht bin. Dort nehme ich mir zum Preis von 50 Euro eine halbe Stunde Zeit und berate intensiv. Der anschließende Verkauf von Produkten ist enorm.“

Karina Herzig, Biosthetikerin aus Schwetzingen

UMSATZBOOSTER KOPFHAUT- KOMPETENZ!

Einsteiger-Sets für Skin & Scalp Tipp aus der SFB-Community: Nutzt die Einsteiger-Sets für Skin & Scalp!

Haut- und Kopfhautpflege ist sprichwörtlich Typsache! Wenn bei Kundinnen sensitive, fettige, gereizte oder feuchtigkeitsarme Haut diagnostiziert wird, trifft dieser Status meist bei beiden, bei Gesichts- und Kopfhaut, zu. Logisch angelehnt an den Skinification-Trend hat La Biosthétique die Methoden-Produktreihen von Régénérante, Sensitive und Hydratante und Clarifiante konsequent für Hautpflege als auch **Haar- & Kopfhautpflege** ausgelegt. So lässt sich in der Beratung ganz leicht der Bogen von der Scalp- zur Skincare spannen. Die tollen Starter Kits mit Sondergrößen, sorgen für eine preislich attraktive, easy Testphase daheim und erleichtern Kunden den Ein- oder Umstieg auf eine neue Systempflege für Haut und Haar.



www.friseur-digital.de



SALON DISPLAYS

Jetzt Informieren



FRISEUR.digital

- ausgelegt für den Dauerbetrieb
- hohe Helligkeit
- Lange Lebensdauer der Geräte
- Zentralsteuerung über Online-Bespielung

SFB Exklusiv Seminare: Gemeinsam lernen. Gemeinsam wachsen!



„SFB EXKLUSIV“
Seminare
Termin Highlights 2026
Weiterbildungs-Angebot
für alle SFB-Mitglieder!

Erfahrene Hasen wissen längst: SFB-Member zu sein, hat Tausende Vorteile! Einer der „hidden Champions“ unter den vielen Privilegien ist die kostenlose Teilnahme der Mitglieder an den SFB Exklusiv Seminaren. Orga-Queen Roberta Metallo über den unbezahlbaren Wert, den diese Weiterbildungs-Events bieten.

Die besten Ideen entstehen oft dort, wo Menschen ihre eigenen Erfahrungen miteinander teilen. Genau dafür steht die kostbare Reihe der SFB Exklusiv Seminare: Hier gibt es Weiterbildung von der Community für die Community! Friseurunternehmer, Führungskräfte, Mitarbeitende und Auszubildende lernen dort nicht nur von renommierten Experten, sondern vor allem von Kolleginnen und Kollegen, die die Herausforderungen und Fallstricke des Salonalltags selbst kennen. Viele Referenten kommen direkt aus den Reihen der SFB-Community und teilen ihr Wissen, ihre Erfahrungen und ihre Erfolgsrezepte offen und praxisnah. Ob Mitarbeiterführung, Digitalisierung, Verkaufskompetenz, Wirtschaftlichkeit im Salon, Persönlichkeitsentwicklung



oder aktuelle Beauty- und Kopfhautthemen – die Liste der SFB Exklusiv Seminare ist facettenreich und bietet ein vielseitiges Weiterbildungsprogramm, das inspiriert und gleichzeitig konkrete Lösungen für den Salonalltag liefert.

Der größte Mehrwert aus meiner Sicht? Natürlich der Austausch auf Augenhöhe! Dieses voneinander lernen, neue Perspektiven gewinnen, sich vernetzen und gemeinsam die Zukunft der Branche gestalten. Frei nach dem Motto: Aus Erfahrungen werden Ideen, aus Ideen werden Erfolge.

Besonders attraktiv für aktive und auch weniger aktive Mitglieder: Die Online-Seminare und nahezu alle Workshops sind kostenfrei. So wird hochwertige Weiterbildung zu einem echten Vorteil der Mitgliedschaft – und zu einer Investition in den langfristigen Erfolg des eigenen Salons.

Kurz: Das SFB Exklusiv Programm ist weit mehr als „nur“ Weiterbildung. Es ist gelebte Gemeinschaft, geballtes Praxiswissen und die Chance, gemeinsam erfolgreicher zu werden.

DAS SFB Top-Event des Sommers 2026 – Jetzt noch schnell buchen & dabei sein!

Seid dabei, wenn wir am 31.8.2026 in Hamburg mit „CONNECT“, dem Jahres-Highlight-Event der SFB, durchstarten! Die Veranstaltung mit rund 200 Gästen richtet sich an ganze Salonteams und bietet damit jede Menge Inspirationen für Chefs, Mitarbeitende und Azubis! Interaktive HUBS zum Mitmachen & Ausprobieren in den Bereichen Styling, Colour, Hair & Scalp Care, Kosmetik, Trends, Gewinnspiele & vieles mehr

warten auf euch. Neben der Talent Trophy Challenge rockt auch die Gruppe der Creative Young Talents mit einer tollen Live-Show die Stage. Ihr wollt einen großartigen Tag lang lebendiges Netzwerken, Inspiration, Motivation und Austausch in der Hansestadt erleben? Dann sichert euch jetzt noch einen der letzten Plätze unter ...



Zu den
Seminaren

Mitarbeiterführung in Krisenzeiten

„Am 18. Mai hatte ich die Gelegenheit, gemeinsam mit 20 Kolleginnen und Kollegen an einem Kooperationsevent von La Bio-sthétique und der SFB in Eltville teilzunehmen, das von Andreas Geiger organisiert wurde. Der Tag begann mit einer Führung durch das Weingut von Knyphausen. Dabei erhielten wir interessante Einblicke in den Weinkeller und die Arbeit zwischen den Reben. Die Führung war sehr informativ und bot viele spannende Eindrücke.

Nach einem gemeinsamen Mittagessen stand das Seminar „New Leadership – Mitarbeiterführung in Krisenzeiten“ mit Jürgen Stuhr von Stuhr & Partner New Leadership Academy auf dem Programm. Im Mittelpunkt: die Herausforderungen moderner Mitarbeiterführung und die Frage, wie wir als Führungskräfte unsere Teams in bewegten Zeiten erfolgreich begleiten können. Besonders beeindruckt hat mich die Aussage: „Bei Kunden sind wir Weltklasse, bei Mitarbeitern ist Potenzial.“ Dieser Gedanke zog sich wie ein roter Faden durch den Nachmittag.



Wir sprachen darüber, wie wichtig Kommunikation in der Mitarbeiterführung ist – was wir sagen, wie wir es sagen und vor allem wann. Ein weiterer Schwerpunkt war die Erkenntnis, dass ein großer Teil des Verhaltens von Mitarbeitern durch die Art der Führung beeinflusst wird. Dabei wurde deutlich, wie wichtig eine wertschätzende und humanistische Führungskultur ist, um Mitarbeitende langfristig zu binden und Perspektiven aufzuzeigen.

Neben den fachlichen Impulsen blieb ausreichend Zeit für persönliche Gespräche und Networking. Gerade dieser Austausch mit Kolleginnen und Kollegen war für mich besonders wertvoll. Der Tag hat einmal mehr gezeigt, wie wichtig es ist, sich Zeit für gemeinsame Gespräche zu nehmen, Erfahrungen zu teilen und voneinander zu lernen. Insgesamt war es ein rundum gelungener Tag mit vielen neuen Denkanstößen und Impulsen für die tägliche Führungsarbeit.“

Stephanie Bezler, Region 6



Macht euren Salon zukunftssicher!

Der Erfolg eines Salons steht und fällt mit seinen Mitarbeitenden. Doch wie gelingt es, neue Auszubildende und Quereinsteiger erfolgreich in den Salonalltag zu integrieren, die Ausbildungsqualität zu steigern und gleichzeitig ein einheitlich hohes Dienstleistungsniveau sicherzustellen?

Genau hier setzt das kostenlose SFB Exklusiv Seminar „Ausbilden. Einarbeiten. Qualifizieren“ an. In drei praxisnahen Workshops erhalten Salonunternehmer, leitende Mitarbeitende sowie Ausbilder wertvolle Werkzeuge und erprobte Konzepte für den Salonalltag.

Eure Vorteile:

- Stärkung der Arbeitgebermarke
- Höhere Ausbildungs- und Einarbeitungsqualität
- Mehr Motivation und langfristige Mitarbeiterbindung

- Einheitliche Qualitätsstandards im gesamten Team
- Direkt umsetzbare, praxiserprobte Inhalte

Die Seminare finden online statt und können flexibel einzeln gebucht werden, sodass die Inhalte gezielt nach aktuellem Bedarf ausgewählt werden können.

Termine

20.07.2026 – Onboarding, Einstellungsgespräche & Praktikum
07.09.2026 – Struktur in der Ausbildung
30.11.2026 – Qualität im Salon sichern und Reklamationen professionell bearbeiten

Das kostenlose Seminarangebot richtet sich an alle, die Ausbildungs- und Qualitätsstandards im Salon nachhaltig stärken und zukunftssicher weiterentwickeln möchten.



Anmeldung

Staufermedaille für SFB-Präsidentin Gabi Stern



SFB-Präsidentin Gabi Stern wurde am 27. April in Asperg von Landrat Dietmar Allgaier mit der Staufermedaille des Landes Baden-Württemberg ausgezeichnet – der höchsten Ehrung für ehrenamtliches Engagement im Land.

Mit dabei waren zahlreiche Wegbegleiter, Freunde, Familie und Persönlichkeiten aus ganz Deutschland. Ein Abend, der nicht nur eine außergewöhnliche Leistung würdigte, sondern vor allem einen Menschen, der unsere Gemeinschaft seit Jahrzehnten prägt.

Die Staufermedaille wird vom Ministerpräsidenten Baden-Württemberg an Persönlichkeiten verliehen, die sich über viele Jahre hinweg – oft leise und fernab des Rampenlichts – in besonderer Weise für das Gemeinwohl einsetzen. Genau das ist es, was Gabi Stern ausmacht. Und genau deshalb erfüllt uns diese Auszeichnung als Société Française de Biosthétique mit besonderem Stolz.

Seit 1998 ist Gabi Stern Teil der SFB. Seit 2024 steht sie an unserer Spitze. Mit Klarheit, Leidenschaft und einem tiefen Verständnis für unsere Werte führt sie unsere Gemeinschaft – nah an den Menschen, nah an der Praxis und mit einem unermüdlichen Einsatz für Qualität, Nachwuchs und Zusammenhalt in unserer Branche. Sie gestaltet nicht nur Strukturen – sie inspiriert Menschen.

Doch ihr Wirken endet nicht an ihrer Salontür in Asperg. Ob als Stadträtin, im Meisterprüfungsausschuss der Handwerkskam-

mer Stuttgart oder als Kuratoriumsmitglied der Deutsche Lazarusstiftung – sie bringt sich ein. Und sie bringt etwas in Bewegung.

Leise, beharrlich und mit großer Wärme setzt sie sich für Menschen ein, die Unterstützung brauchen. Für sozial Benachteiligte, für Menschen in schwierigen Lebenssituationen. Was sie antreibt, ist keine Pflicht – es ist Überzeugung. Nächstenliebe ist für sie kein Begriff, sondern gelebter Alltag. Zahlreiche Stimmen des Abends unterstrichen: Gabi Stern ist eine Persönlichkeit, die verbindet, die inspiriert und die mit ihrer Herzlichkeit und Verlässlichkeit Maßstäbe setzt. Auch unsere Vizepräsidentin Angela Schröder sowie Isabel Paradiso würdigten Gabi als das, was sie für uns alle ist: eine echte Wegbereiterin.

„Ehrenamt macht man nicht für Medaillen, sondern weil man etwas bewegen will. Es ist das, was unsere Gesellschaft zusammenhält“, so die Dankesworte der Preisträgerin an diesem besonderen Abend.

Wir feiern unsere Colour- & Make-up-Talente

Wenn Engagement, Neugier und echtes Können aufeinandertreffen, dann lässt der Erfolg nicht lange auf sich warten. In den vergangenen Wochen konnten wir uns mit unseren La Biosthétique-Coiffeuren erneut über zwei emotionale Diplom-Verleihungen in den Bereichen Colour und Make-up freuen!

Die Auszeichnungen wurden bereits in der Gruppe und im persönlichen Rahmen überreicht – mit strahlenden Gesichtern und dem guten Gefühl, dass hier nicht nur gelernt, sondern wirklich gelebt wird, was modernes Friseurhandwerk ausmacht. Die Diplomanden haben mit Einsatz, Fleiß und einer großen Portion Leidenschaft gezeigt, dass sie ihr Handwerk lieben und weiterdenken.

Jetzt heißt es: neues Wissen raus aus dem Seminarraum, rein in die Salons – und dort mit Kreativität, Sicherheit und Freude sichtbar machen, was sie gelernt haben. Wir sind sicher: Es wird bunt, es wird inspirierend, und vor allem wird es richtig gut!

Herzlichen Glückwunsch! 🥳💪❤️



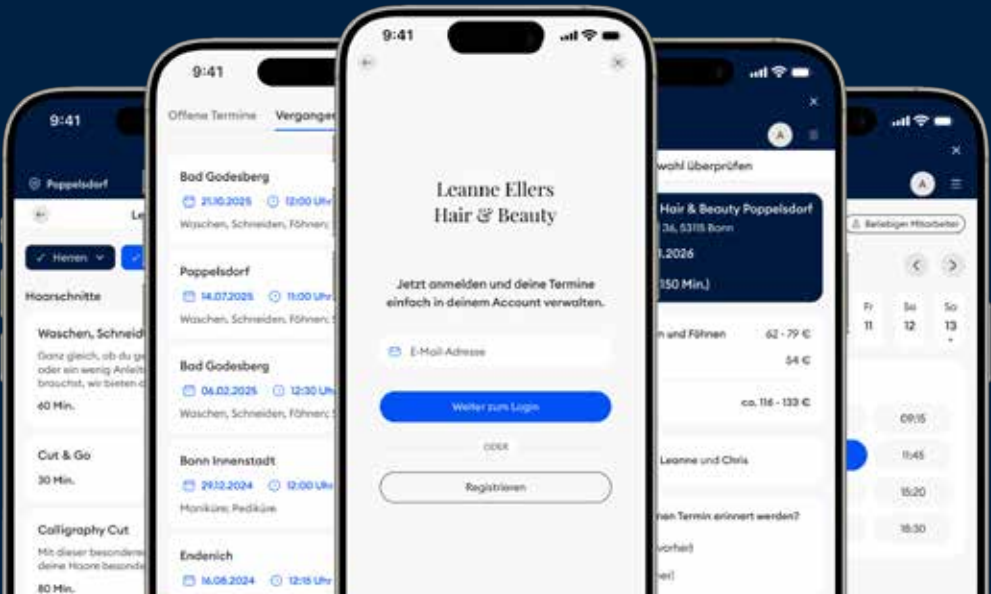
Colour-Diplom: Inka Wilhelm (Schwarzenfeld), Anne Müller (Roding), Kovan Mirdan Badal (Oberhausen), Fabian Schuster (Roding), Heike Hintermeier (Brennberg), Magdalena Jäger (Teublitz), Merton Duraku (Heilbronn), Kanittha Köppl (Regensburg), Kristina Herdt (Regensburg)

Make-up-Diplom: Sarah Finger (Bad Windsheim), Tabea-Marie Brüggel (Bad Windsheim), Melanie Crameri (Baar), Maya Gräf (Karben), Felina Gräf (Karben), Gloria Mätzler (Wien), Katharina Kavalmann (Dresden)

TimeGlobe

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

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



Dein WhatsApp & Telefon-Bot



10 % Rabatt
La Biosthétique
Sonderkonditionen

Jetzt Demo buchen

www.timeglobe.de | +49 228 50446611



Magischer
Excellence Day 2026!

Rund 180 Salonunternehmerinnen und -unternehmer folgten der Einladung der SFB und La Biosthétique nach Baden-Baden – und erlebten einen Excellence Day 2026, der Inspiration, Emotion und fachliche Tiefe auf eine besonders magische Weise vereinte.



Schon das stilvolle Get-together im Kurhaus und Casino sorgte für ein lebendiges Wiedersehen innerhalb der Community. Alte Kontakte wurden aufgefrischt, neue geknüpft – getragen von einer Atmosphäre, die spürbar machte, wie stark das Netzwerk der La Biosthétique Partner ist.

Der Sonntag stand unter dem Leitgedanken von Klarheit, Zuversicht und Verantwortung. Nach der Begrüßung durch Isabelle Weiser und Gabi Stern sowie der Moderation von Marlon Tietze entwickelte sich ein abwechslungsreiches Programm, das bewusst Impulse setzte und Denkräume öffnete: Wie bleiben wir leistungsfähig, fokussiert und resilient – und gleichzeitig in der Lage, Teams und Kundschaft nachhaltig zu begeistern?

Einen außergewöhnlichen Einstieg lieferte Tobias Grünfelder, Magier und Research Fellow, mit seinem Vortrag „Führung durch Magie“. Mit verblüffenden Illusionen und klugen Denkanstößen zeigte er, dass Entwicklung selten linear verläuft, sondern im Zusammenspiel vieler Faktoren entsteht – und dass echte Veränderung dort beginnt, wo Menschen bereit sind, Staunen zuzulassen und gewohnte Perspektiven zu hinterfragen.

Im Anschluss stellte Vera Starker, Wirtschaftspsychologin und Bestsellerautorin, die Kraft der Zuversicht in den Mittelpunkt. Sie machte deutlich, wie schnell sich negative Denkmuster verfestigen – und wie wichtig es ist, aktiv gegenzusteuern. Ihr Appell war klar: Raus aus der Jammerspirale, hinein in eine bewusst gestaltete, lösungsorientierte Haltung. Besonders Führungskräfte tragen dabei Verantwortung für die emotionale Dynamik im Team.

Kreative Energie brachte Theo Dimitri, internationaler La Biosthétique Creative Consultant, auf die Bühne. Er zeigte eindrucksvoll, wie eng Kreativität und Teamkultur verbunden sind und wie Salons durch kreative Konzepte, Zusammenarbeit und Erlebnisorientierung zu echten Inspirationsorten werden. Mit zwei live gestalteten Hochsteckfrisuren machte er die Verbindung aus Technik, Ästhetik und Emotion direkt erlebbar. Den Blick über den Tellerrand eröffnete Fabio Barratucci, Markenstrategie und Geschäftsführer der Frikos Friseur Einrichtungen, mit einem Vergleich internationaler Servicekulturen – insbesondere mit Japan. Sein Fokus lag auf dem Thema Head Spa und der Frage, wie Premium-Service im Salonalltag konsequent weitergedacht werden kann. Ergänzend zeigte Serdal Bengi, wie er mit seinem Partner André Aus der Wieschen Kopfhautanalyse und individuelle Pflege im Salonalltag erfolgreich umsetzt und welche Rolle moderne Diagnostik für Beratung, Kundenerlebnis und Umsatzentwicklung spielt.

Einen eindrucksvollen Perspektivwechsel bot anschließend Tom Sietas, mehrfacher Weltmeister im Apnoetauchen. In seinem Impuls über Stress, Atmung und mentale Stärke zeigte er, wie eng Leistungsfähigkeit und bewusste Körperkontrolle verbunden sind. Seine praxisnahen Übungen machten deutlich, dass Ruhe und Fokus trainierbar sind – selbst unter extremem Druck.

Neben diesen Impulsen prägten intensive Gespräche, Expert-Hubs und der gemeinsame Austausch das Tagesgeschehen. Der Excellence Day wurde so nicht nur zur Bühne für Fachwissen, sondern auch zum Ort echter Begegnung und gelebter Community.



Den festlichen Abschluss bildete ein Galaabend im verwandelten Kurhaussaal mit Dinner, Live-Musik und Tanz – ein stimmungsvoller Ausklang eines Tages, der noch lange nachwirkt. Der Excellence Day 2026 zeigte eindrucksvoll: Zukunft entsteht dort, wo Menschen Verantwortung übernehmen, Zuversicht leben und den Mut haben, neue Wege konsequent zu denken und zu gehen.



Platin Circle
Treff 2026

Von Ute Börsdamm: „Was einst von Ewald Dinter und unserem lieben, leider viel zu früh verstorbenen Peter Schünemann ins Leben gerufen wurde, hat sich zu einer echten Institution für uns langjährige und ehemalige La Biosthétique-Coiffeure sowie SFB-Freunde entwickelt. Und jedes Jahr spüre ich aufs Neue, wie wertvoll diese Verbindung ist. Auch 2026 durften wir mit 27 Teilnehmern wieder vier intensive, wunderschöne Tage miteinander verbringen. Unser „Headquarter“ im Hotel Moser's Blume in Haslach bot dafür erneut den perfekten Rahmen: vertraut, herzlich und einfach ankommen dürfen. Schon am Sonntag, als die ersten von uns eintrafen, lag dieses besondere Gefühl in der Luft – wir haben uns herzlich begrüßt, gemeinsam gegessen und sofort wieder diese Leichtigkeit gespürt, die unsere Gruppe ausmacht.

Am Montag führte uns Ewald mit einem besonderen Gespür für die kleinen Besonderheiten des Schwarzwalds durch die Region – zum höchsten Bahnhof und zu den Triberger Wasserfällen. Die Wanderung in kleiner Runde war geprägt von Ruhe, Natur und vielen guten Gesprächen. Auf dem Rückweg fanden wir ein kleines Gartenlokal am See, in dem wir den Moment einfach haben wirken lassen. Am Abend kam dann die gesamte Gruppe zusammen – und wieder war da diese tiefe Herzlichkeit, als würde man zu einer Familie zurückkehren.

Freiburg am nächsten Tag war ein weiteres Highlight: eine zweieinhalbstündige Stadtführung durch eine lebendige, wunderschöne Stadt, gemeinsames Mittagessen im Wirtshaus und anschließend Zeit zum Bummeln und Innehalten. Besonders berührt mich immer wieder, dass wir in diesen Tagen kaum über Geschäftliches sprechen, sondern wirklich über das Leben: über persönliche Wege, Hobbys, Gedanken und das, was uns im Alltag bewegt.

Der Ausflug in den Kaiserstuhl mit Kutschfahrt durch die Weinberge und einer Weinprobe, die uns erneut in gute Stimmung brachte, war ein weiterer Höhepunkt – geprägt von Genuss und Natur. Auch dieser Tag klang in Gemeinschaft aus, bevor wir am Donnerstag nach dem Frühstück wieder auseinander gingen – mit einem Gefühl von Dankbarkeit und Vorfreude auf das nächste Jahr.

Besonders gefreut haben wir uns über die liebevollen Produkt-päckchen von Herrn Weiser – eine wertschätzende Geste, die unsere Verbundenheit noch einmal unterstreicht. Wenn ich auf diese Tage zurückblicke, bleibt vor allem eines: Dankbarkeit. Für Begegnungen, die echt sind. Für Freundschaften, die tragen. Und für ein Netzwerk, das sich für mich längst wie Familie anfühlt. La Biosthétique lebt für mich genau das: **La Bio Loves Family.“**



Fleißig und motiviert Frischer Wind in den Aktivgruppen!

Zur Website



Balayage & Root Shadow

„Wir durften die Jugendgruppe der Region 4 bei uns im Estetica Oberhausen zu einem gemeinsamen Seminar begrüßen. Im Mittelpunkt standen an diesem Tag die Themen Balayage und Root Shadow, mit denen wir uns intensiv beschäftigt haben. Gemeinsam haben wir verschiedene Techniken ausprobiert, fachliche Erfahrungen ausgetauscht und neue Ideen für den Salonalltag gesammelt. Besonders beeindruckt hat mich die Motivation und das große Engagement der Teilnehmer. In einer tollen und offenen Atmosphäre entstanden viele schöne Ergebnisse und wertvolle Gespräche. Es war ein produktiver und inspirierender Tag, der einmal mehr gezeigt hat, wie wichtig der gemeinsame Austausch für unsere Weiterentwicklung ist.“

Kovan Mirdan, Jugendgruppe Youngstyle, Region 4



Deine Kopfhaut zählt

„Kopfhauttest, Check-in-Karte, Methoden und Aroma-Ritual waren die Themen unseres Treffens Ende April. Nach der Begrüßung stellte Aline Vogl die neue Check-in-Karte vor, die wir anschließend selbst ausprobierten. Gemeinsam erlebten wir ein Aroma-Ritual und erarbeiteten in Gruppen die verschiedenen Kundensignale sowie die Wirkweisen der einzelnen Methoden. Die Präsentation der Ergebnisse führte zu einem intensiven Austausch über Erfahrungen aus dem Salonalltag. Nach einer gemeinsamen Kaffeepause beschäftigten wir uns ausführlich mit dem Kopfhaut-Check und den daraus resultierenden Produktempfehlungen. Zudem diskutierten wir die Bedeutung der Kopfhautpflege für unsere Kunden und die Chancen für den Salon. Der Workshop war praxisnah, abwechslungsreich und bot viele wertvolle Anregungen für den Alltag.“

Stefan Görner, Aktivgruppe Tübingen



Frischer Wind

„Mit 28 Teilnehmern trafen wir uns Mitte April unter dem Motto „Neuer Wind für Region 8“, um gemeinsam neue Impulse für die Zukunft unserer Region zu setzen. Der Abend war geprägt von offenem Austausch, Gruppenarbeiten und vielen konstruktiven Gesprächen. Gemeinsam haben wir Ideen entwickelt, Verantwortlichkeiten neu verteilt und verschiedene Themenbereiche für die zukünftige Zusammenarbeit definiert. Besonders erfreulich war die hohe Beteiligung, die gezeigt hat, wie groß die Motivation und der Wunsch nach aktivem Miteinander in unserer Region sind. Darüber hinaus wurden neue Projekte angestoßen und Möglichkeiten zur stärkeren Vernetzung innerhalb der SFB besprochen. Das Treffen hat deutlich gemacht, wie viel Potenzial in unserer Gemeinschaft steckt und welche Chancen sich durch eine enge Zusammenarbeit ergeben.“

Niklas Lill, Region 8

Neue Homme-Serie

„Wir trafen uns, um die neue Homme-Serie kennenzulernen. Im Rahmen des Treffens stellte ich die neuen Produkte vor und zeigte in einer praxisnahen Demonstration, wie eine professionelle Rasur als Dienstleistung im Salon umgesetzt werden kann. Gemeinsam beschäftigten wir uns mit den einzelnen Arbeitsschritten, den Besonderheiten einer hochwertigen Rasur sowie den Inhaltsstoffen und Anwendungsmöglichkeiten der Produkte. Darüber hinaus nutzten wir die Gelegenheit, Erfahrungen auszutauschen und über mögliche Einsatzbereiche im Salonalltag zu sprechen. Das Treffen bot Raum für fachliche Gespräche und einen gemeinsamen Austausch rund um die neue Homme-Serie.“

Tobias Behrendt, Aktivgruppe Koblenz



Men's Haircut Seminar

„Am 27. April durften wir an einem inspirierenden Men's Haircut Seminar teilnehmen. Gemeinsam mit Fabio Priori und seinem Mitarbeiter Lukas konnten wir unser Wissen und unsere Fähigkeiten im Herrenfach gezielt erweitern. An insgesamt 19 Herrenmodellen wurden moderne und trendige Haarschnitte umgesetzt, sodass wir viele Techniken direkt in der Praxis anwenden konnten. Besonders spannend war der Umgang mit professionellen Haarschneidemaschinen sowie das Erarbeiten sauberer und präziser Seitenübergänge. Neben vielen fachlichen Impulsen kam auch der Spaß an unserem Handwerk nicht zu kurz. Besonders in Erinnerung geblieben ist mir die Aussage: „Nicht bei 80 % aufhören, sondern an den letzten 20 % noch feilen.“

Sandra Ehrhardt, Aktivgruppe Vogtland, Großraum Berlin

Inspirierender Abend

„Bei unserem letzten Aktivgruppenabend stand der Austausch über unsere Erfahrungen nach dem Sales & Motivation Seminar mit Carolyn Florio im Mittelpunkt. Gemeinsam haben wir darüber gesprochen, wie wir die vermittelten Tipps im Salonalltag umsetzen und mit einem selbstbewussten Auftreten unsere Kunden begeistern können. Außerdem erhielten wir Informationen aus der Regionalbesprechung und tauschten uns über den kommenden Regionalkongress aus, der unter dem Motto „Salon Experience“ stattfinden wird. Zum Abschluss planten wir unseren gemeinsamen Ausflug in die Pfalz, bei dem verschiedene Strähnentechniken im Fokus stehen werden. Es war ein inspirierender Abend mit vielen wertvollen Gesprächen und neuen Ideen.“

Fabian Tietz, Aktivgruppe Stuttgart



VOLL VERNETZT



„Ausfälle können wir uns nicht leisten!“

Es ist ein Problem, das viele Friseursalons nur zu gut kennen: Kunden erscheinen nicht zum vereinbarten Termin oder sagen so kurzfristig ab, dass der Termin nicht mehr neu vergeben werden kann – obwohl moderne Salonsoftware oft rechtzeitig erinnert. Die Folgen sind gravierend: Umsatzverluste, unproduktive Arbeitszeit und eine schlechtere Auslastung der Mitarbeiter. Beim letzten Treffen der Aktivgruppe „Erfolg mit Kamm und Schere“ wurde dieses Thema – obwohl nicht auf der Agenda – schnell zum zentralen Schwerpunkt des Abends. Aus einer spontanen Diskussion entwickelte sich ein intensiver Austausch über Strategien gegen sogenannte „No-Shows“. Die Teamleiterinnen Kathleen Wecke und Nicole Scheibal haben die Ergebnisse zusammengefasst.

Kathleen und Nicole, wie kam es, dass No-Shows plötzlich zum Top-Thema wurden?

„Das Thema betrifft ja praktisch alle Friseure und kann teilweise existenzielle Auswirkungen haben. Eine Kollegin hat ihre Erfahrungen geschildert, und schnell wurde klar, dass viele ähnliche Situationen kennen. Daraus entstand eine offene und sehr konstruktive Diskussion, in der zahlreiche Lösungsansätze geteilt wurden – von denen nun die gesamte Gruppe profitieren kann.“



Warum ist es so wichtig, den Wert der eigenen Zeit stärker zu schützen?

„Unsere Zeit ist heute mehr denn je ein wirtschaftlich relevanter Faktor. Wenn Termine ausfallen, fehlen nicht nur Umsätze, sondern auch die Auslastung der Mitarbeiter leidet. Besonders problematisch ist es, wenn kurzfristig oder gar nicht abgesagt wird, da diese Termine in der Regel nicht mehr ersetzt werden können. Deshalb müssen wir klarer kommunizieren, welchen Wert unsere Zeit hat und Kunden stärker in die Verantwortung nehmen.“

Welche Lösungsansätze habt ihr erarbeitet?

„Wir haben verschiedene Modelle verbindlicher Stornoregelungen diskutiert und gesammelt, wie diese in der Praxis umgesetzt werden. Dazu gehört auch, wie diese Regeln kommuniziert werden – ob im Gespräch, über digitale Kanäle oder im Rahmen der Online-Buchung. Grundsätzlich gilt: Jeder Salon muss individuell entscheiden, wie konsequent er vorgeht. Bei Neukunden setzen viele bereits auf Anzahlungen, um die Verbindlichkeit zu erhöhen. Häufig wird außerdem geregelt, dass bei Nichterscheinen ohne Absage oder bei sehr kurzfristigen Absagen (z. B. unter 24 Stunden) eine Gebühr von sogar 100 % berechnet wird. Bei Stammkunden arbeiten einige mit einem „Freischuss“, bevor Maßnahmen greifen.“

Wie werden solche Vereinbarungen rechtlich abgesichert?

„In der Praxis hat sich bewährt, dass Kunden eine Einverständniserklärung zu Terminversäumnissen unterschreiben. Diese wird in der Kundenkartei hinterlegt oder digital gespeichert, sodass sie im Streitfall nachweisbar ist. Die rechtliche Grundlage bildet § 615 BGB, der den Vergütungsanspruch bei Annahmeverzug regelt. Wichtig ist außerdem, dass Kunden aktiv und verständlich über die Regelung informiert werden. Das schafft Transparenz und sorgt meist für mehr Akzeptanz. Zusätzlich sollte die Ausfallregelung in den AGB des Salons verankert sein.“

Wie reagieren die Kunden darauf?

„Die Erfahrungen zeigen, dass die meisten Kunden dafür Verständnis haben. Viele kennen ähnliche Regelungen bereits aus anderen Bereichen, etwa bei Ärzten, Physiotherapeuten oder in der Gastronomie. Insgesamt wird die konsequente Handhabung überwiegend akzeptiert, wenn sie klar und fair kommuniziert wird.“

Im Rahmen der Aktivgruppe wurden den Mitgliedern Vorlagen zum Einverständnis zu Terminversäumnissen zur Verfügung gestellt. Über einen QR-Code sind diese nun auch für alle Campus-Leser abrufbar – als praktische Unterstützung für die Umsetzung im Salonalltag.



Download Vorlagen



So helfen digitale Lösungen!

Ruben Hennemeyer, Time Globe GmbH:

No-Shows sind für Friseursalons ein wachsendes wirtschaftliches Problem. Unsere Salonsoftware unterstützt Salons dabei, Terminausfälle deutlich zu reduzieren. Dazu gehören automatische Terminbestätigungen und Erinnerungen per E-Mail oder SMS - beispielsweise 24 Stunden vor dem Termin. Gerade SMS-Nachrichten erzielen mit einer Öffnungsrate von über 90 Prozent eine besonders hohe Aufmerksamkeit. Gleichzeitig können Kunden ihre Termine jederzeit in ihrem Onlinekonto einsehen, verschieben oder stornieren.

Darüber hinaus können Salons individuelle Regeln für die Online-Terminvergabe festlegen, etwa die maximale Anzahl von Onlineterminen. So behalten Betriebe die Kontrolle über ihre Terminplanung und können Missbrauch vorbeugen. Ein weiteres Instrument ist das integrierte Verwarnungssystem: Kunden erhalten nach einem ersten unentschuldigtem Nichterscheinen eine „gelbe Karte“, nach einem zweiten eine „rote Karte“.

„Ab diesem Zeitpunkt kann der Kunde online keinen Termin mehr buchen, bis der Salon den Kunden wieder freischaltet. Nach jeder No-Show wird zudem automatisch eine freundlich formulierte, aber bestimmte Benachrichtigung an den Kunden versendet.“

Die effektivste Möglichkeit „No-Shows“ zu vermeiden ist jedoch die Anzahlungsfunktion. Salons können selbst definieren, für welche Kundenart und ab welchem Dienstleistungswert eine Anzahlung erforderlich ist. Beispielsweise können Neukunden und bereits verwante Kunden verpflichtet werden, ab einem bestimmten Terminwert z. B. 50 Prozent im Voraus zu zahlen. Rückerstattungen bei rechtzeitigen Stornierungen außerhalb der Stornofrist (z. B. 24 Std.) erfolgen ebenfalls vollautomatisiert. Das schafft Verbindlichkeit und reduziert das wirtschaftliche Ausfallrisiko erheblich.“



Wenn SFB Young Talents ihrem Namen alle Ehre machen. Noch vor wenigen Jahren frisierte Maklin Ali den Hochsteck-Wettbewerb der Young Talent Trophy. Heute – mit nur 21! – ist sie Friseurmeisterin, führt einen La Biosthétique Salon und ist Ausbilderin von drei Azubis. Und die

Maklin, wenn du deine Geschichte erzählst, kommt man aus dem Staunen nicht raus. Fangen wir gleich von hinten statt von vorn an: Du bist 21 und führst heute einen Salon mit 7 Mitarbeitern ...

(Lacht) „Ja, das stimmt. Ich habe vergangenes Jahr, unmittelbar nach der Meisterprüfung, den Salon meiner ehemaligen Chefin Ursula Teurer übernommen.“

Erzähl, wie kam es zu diesem Sprint auf der Überholspur?

„Entgegen den Ratschlägen meiner Lehrer, die mir eher Abitur und/oder Studium empfohlen haben, habe ich mit 16 meine

lieben es, in die Fußstapfen ihrer jungen Chefin zu treten. Auch sie sind – na, was wohl? – Teil der Young Talent Community und stehen im Sommer beim Hamburg-Event auf der Showbühne! Vorhang auf für eine Erfolgsstory wie aus dem Märchenbuch.

Ausbildung im Salon Teurer begonnen – und war direkt mit großer Leidenschaft dabei, weil es mein großer Wunsch war, Friseurin zu lernen! Ich hatte aber auch riesiges Glück, dass ich meine Lehre in einem biosthetischen Salon machen durfte. Ich war und bin immer noch total neugierig und offen und habe ab Tag eins eigentlich immer alles an Seminaren, Workshops und Messen mitgenommen, wo es was zu lernen gab. Und gibt es ja eine ganze Menge! Ich habe in der Berufsschule schon sehr früh gemerkt, dass es bei La Biosthétique eine völlig andere Welt ist.“

Was genau meinst du damit?

„In meiner Klasse waren Mitschülerinnen und Mitschüler, die in Betrieben mit unterschiedlichen Produktpartnern ihre Ausbildung gemacht haben. Im Austausch mit ihnen wurde schnell klar: Was ich als normales Azubiwissen empfunden habe, war für viele Azubis undenkbar. Die anderen Berufsschüler waren immer fasziniert, wenn ich aus meinem Salonalltag erzähle, welche Schulungen ich gemacht habe und auf welche Events ich mitfahren durfte. Für sie war es einfach nicht vorstellbar, dass ich bereits nach kurzer Zeit schon an Kundinnen Maniküre machen oder gar Augenbrauen färben durfte. Tatsächlich war Maniküre nicht einmal Teil der normalen Ausbildung. Mir hat es immer Spaß gemacht, wenn ich meine Schulkameraden mit dem unterstützen konnte, was ich schon in meinem Ausbildungssalon gelernt hatte.“

Hattest du schon in der Ausbildung eine Idee, wie es danach weitergehen sollte?

„Ja, absolut. Ich erinnere mich an eine Situation gegen Ende meiner Lehrzeit: Ich färbte damals meiner Chefin Frau Teurer im Salon die Ansätze und erzählte ihr, dass ich mich so bald wie möglich selbstständig machen wollte. Mein Plan war es, direkt im Anschluss an die Gesellenprüfung 5 Monate Vollzeit zur Meisterschule zu gehen und danach einen eigenen Salon aufzumachen. Sie sagte darauf: „Maklin, das Potenzial haben Sie! Möchten Sie vielleicht meinen Salon übernehmen?“

Gesagt, getan?

„Genau! Frau Teurer war es wichtig, dass ihr La Biosthétique Salon nach 40 wunderbaren Jahren in gute Hände kommen würde. Und ich fühlte mich in dem Geschäft und mit dem Team so wohl, dass ich mir das vorstellen konnte. Ich habe also sofort nach der Lehre 5 Tage in der Woche die Meisterschule besucht – und samstags stand ich im Laden. Es war mir wichtig, dass ich auch während der Meisterschule sichtbar für meine Kunden bleibe.“

Ihr seid ein 7-köpfiges Team – das ist für eine so junge Friseurin wie dich sicher eine herausfordernde Aufgabe, oder?

„Sagen wir es so: Ich traue mir diese Aufgabe zu, weil ich mit ganzem Herzen dabei bin und diesen Beruf und meine ganze Arbeit einfach über alles liebe. Für mich gibt es kaum etwas Schöneres, als meine Zeit im Salon zu verbringen! Dort sind so viele Dinge zu machen – und das macht unglaublich viel Spaß. Wir sind ein sehr harmonisches Team aus 3 Vollzeitkräften und 3 Azubis. Frau Teurer arbeitet auch noch an zwei Tagen die Woche mit uns und bedient ihre Kunden. Es läuft einfach alles rund und der Salonalltag wird nie langweilig.“

Du bist mit 21 jünger als die meisten deiner Mitarbeiterinnen. Wie fühlt sich das an?

„Ganz natürlich. Die Zusammenarbeit mit meinen 47 Jahre und 53 Jahre alten Mitarbeiterinnen ist total kollegial. Wir duzen uns und mir ist wichtig, dass da keine Distanz ist. Im Gegenteil: Sie sagen, dass ich das toll mache und sie gern bei mir arbeiten. Und es gibt auch immer wieder Momente, in denen ich von ihnen – und übrigens auch von meinen Azubis – lernen kann. Sie sind für mich eine Stütze, aber ich gebe ihnen sicher auch Halt,



weil ich immer da bin, wenn irgendein Anliegen ist. Der Rollentausch mit Frau Teurer war auch kein Problem. Sie hat mit der Übergabe an mich tatsächlich als Chefin abgeschlossen und ist dennoch für mich als Ratgeberin da, wenn ich ihre Unterstützung brauche oder Fragen habe. Das ist toll.“

Wie ist es für deine Azubis, dass sie so eine junge Chefin haben?

„Ich glaube, sie finden das gut! Zwei von ihnen sind ja sogar älter als ich. Die dritte ist meine kleine Schwester. Sie ist 16, hat ein Händchen für den Friseurberuf und beginnt jetzt die Lehre. Ich hatte nie einen Zweifel daran, dass ich als Ausbilderin zu jung sein könnte. Im Gegenteil. Es war immer mein Wunsch und ich konnte es kaum erwarten, das weiterzugeben, was ich alles in meiner Ausbildung lernen durfte! Es macht so unglaublich viel Spaß, zu sehen, wenn sie Fortschritte machen und sie selbst eine Leidenschaft für das Handwerk entwickeln.“

Was möchtest du ihnen denn im Besonderen mitgeben?

„Mir ist es wichtig, dass sie viel lernen und Erfahrungen machen. Sie dürfen auf Seminare und Workshops, ich nehme sie mit zur Messe und auf Events. Sie sollen sehen, was dieser Beruf alles sein kann. Als ich meinen Azubis zum Beispiel vom Young Talent Projekt erzählt und ihnen die Fotos und die Artikel im CAMPUS Magazin gezeigt habe, waren sie gleich begeistert. Zwei von ihnen sind jetzt selbst Teil der Young Talent Gruppe und waren kürzlich beim gemeinsamen Live-Trainingsworkshop dabei. Der Austausch mit Gleichgesinnten hat sie sehr inspiriert und hat ihnen extrem gut gefallen. Gemeinsam mit Theo Dimitri und dem Team der Young Talents haben sie Modelle vorbereitet für ihren Auftritt beim Hamburger SFB-Event Ende August. Auf diese Show freuen sie sich riesig – und ich werde natürlich auch in Hamburg dabei sein und gemeinsam mit der dritten Auszubildenden im Publikum sitzen und ihnen zujubeln.“



Credit BiHein D Fotodesign

„Beraten, begeistern, verkaufen“ – wenn Kompetenz zum Kundenerlebnis wird

Wenn der Friseurbesuch zum Seelenmoment werden soll, braucht es eine besondere Connection zwischen Friseurprofi und Kundin. Und vor allem das Verstehen: Wer ist der Mensch vor mir? Was sind seine individuellen Bedürfnisse und Wünsche? Erst wenn dieser heiße Draht besteht, können Dienstleistungen, Empfehlungen und Wohlfühlerlebnisse wirklich maßgeschneidert für Haar und Herz werden. Weder das Kreieren dieser „Magic Moments, noch die echte Sichtbarkeit von Beratungskompetenz sind Zufall oder gar Typsache. Aus diesem Grund hat Biosthetikerin Morena Nichiri mit ihrem 10-köpfigen Salonteam das Seminar „Beraten, begeistern, verkaufen“ besucht, um Salonenerlebnisse für ihre Kunden auf ein neues Level zu bringen. Uns erzählt sie, warum sie von dem zweitägigen Event hin und weg ist und wie sich Teamstimmung, Dienstleistungsqualität und Verkauf nach der Seminarreise verändert haben.

Es ist ein sprichwörtliches Herzstück des La Biosthétique Weiterbildungsangebots: das Seminar „Beraten, begeistern, verkaufen“. Kein Wunder, schließlich drückt sich schon in diesem Dreiklang die Essenz des biosthetischen Selbstverständnisses und des Culture of Beauty-Konzepts aus: Kundinnen und Kunden nicht einfach nur zu bedienen, sondern ihre individuellen Bedürfnisse in der Beratung zu erkennen, ihnen maßgeschneiderte Rituale, Erlebnisse und Lösungen für Haar, Kopfhaut und Haut zu bieten – und damit den Friseurbesuch zu einem ganzheitlichen, unvergesslichen Schönheitserlebnis zu machen. Und obendrein mit ehrlicher Kompetenz das Vertrauen der Gäste zu gewinnen.

„Wer berührt und versteht, verkauft von selbst“

Morena Nichiri hat kürzlich mit ihren Mitarbeiterinnen den zweitägigen Workshop besucht. „Wir haben in unserem Salon jetzt seit eineinhalb Jahren komplett auf La Biosthétique umgestellt“, erzählt die Unternehmerin aus Weingarten. „Da war es mir wichtig, dass wir als Team mal aus den eigenen vier Wänden rauskommen und gemeinsam in die biosthetische Welt eintauchen. Schließlich

geht ja im Salon auch vieles über „Feel & Touch“, und da ist es essenziell, dass wir die Dienstleistungen und Produkte auch selbst einmal erleben. Mein Wunsch, dass wir nach dem Seminar anders, noch überzeugender, informierter und emotionaler beraten, behandeln und verkaufen, hat sich mehr als erfüllt. Zum einen sind wir selbst ins Spüren gekommen, was diese biosthetischen Rituale, An-

wendungen und Besonderheiten angeht, aber auch in der Kommunikation mit unseren Kunden auf Augenhöhe sind wir ein ganzes Stück weitergekommen. Nicht zuletzt durch Gruppen- und Teamarbeit im Seminar kam es zu tollem Austausch darüber, wie Sätze in der Beratung authentisch formuliert und rübergebracht werden können.

>>>



Denn darum geht es ja im Wesentlichen: Kunden mit ihren Bedürfnissen zu erfassen - und dann aber auch die richtigen Worte zu finden, die sie abholen – und die nicht aufgesetzt und gekünstelt wirken. Verkauf – auch der von Services – ist ja immer ein sensibles Thema für uns Kreative, mit dem sich viele Mitarbeiter nicht wohlfühlen. Zumindest so lange nicht, wie man nicht selbst total „on fire“ ist. Formulierungen wie „Womit kann ich Ihnen heute eine Freude machen?“ o.ä. stellen eine ganz andere Verbindung zu Kunden her als klassische Verkaufsmantras, die für alle eher unangenehm sind.

Das genau ist der Punkt, der sich seit dem Besuch des Seminars im Mindset total verändert hat. In der Teamsitzung sagte neulich eine Mitarbeiterin den Satz, der aus meiner Sicht die zentrale Erkenntnis für uns als Team war: „Mir hat das Seminar die Augen dafür geöffnet, dass es bei unseren Kunden weniger um Verkauf selbst, sondern viel mehr um ehrliche Aufmerksamkeit in der Beratung geht. Dann macht es wieder Spaß.“ Das ist ganz sicher der Twist, der dafür gesorgt hat, dass sich bei uns neben der Zahl der Dienstleistungen auch der Verkauf der Haarpflege seit dem Seminar auf ca. 20-30 % gesteigert hat. Für mich und uns war die Teilnahme ein echter Gamechanger.“

Du willst in deinem Team auch Beratung & Verkauf aufs nächste Level bringen? Das sind die nächsten Termine für das Zweitagesseminar „Beraten, begeistern, verkaufen“:

23.11./24.11.2026, Pforzheim, mit Claudia Di Marzo und Camilla Hofstätter

Buchbar über La Biosthétique

UPTODATE

August		
24.8.2026	Berlin	„Beauty Power“ – Exklusive Beauty-Services, die begeistern
31.08.2026	Hamburg	„CONNECT“ das Event-Highlight 2026 – für Chefs & Mitarbeiter & Azubis – nur noch wenige Plätze!
September		
6.9.2026	Schweiz	Kongress Schweiz
7.9.2026	Hildesheim	„Beauty Power“ – Exklusive Beauty-Services, die begeistern
14.9.2026	Online	„Glaubenssätze - warum du bist, was du über dich denkst“
19.9.2026	Nyborg	Kongress Dänemark
21.9.2026	Zirndorf	„Beauty Power“ – Exklusive Beauty-Services, die begeistern
21.9.2026	Köln	Sales & Motivation Make-up Booster: „Sell with Glow“
21.9.2026	Online	„Steuergespräche“ mit Torsten Albrecht
28.9.2026	Hellwege	Sales & Motivation Make-up Booster: „Sell with Glow“
Oktober		
12.10.2026	Hamm	Sales & Motivation Make-up Booster: „Sell with Glow“
19.10.2026	Online	„Was bleibt von 100 € Umsatz übrig?“
19.10.2026	Berlin	Sales & Motivation Make-up Booster: „Sell with Glow“

Hier gehts zu den SFB Exklusiv Seminarangeboten

Anmeldung zu den Terminen bitte über den SFB-„Kalender“ auf der SFB-Website, Rubrik „Termine“

Société Française de Biosthétique

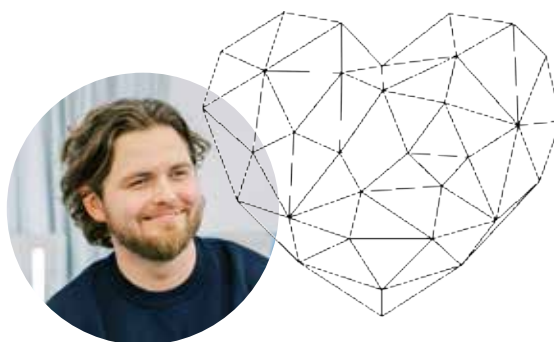


Wer wir sind: Wir sind Kreative, Künstler, Unternehmer, Gestalter, Neugierige – vom Anfänger bis zum Vollprofi – aus insgesamt 1.500 La Biosthétique Salons. Und wir sind die größte private Friseur- und Kosmetikvereinigung im deutschsprachigen Raum.

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...

... es mich durchweg bereichert – als Saloninhaber, Arbeitgeber und auch als Trainer und aktiver Unterstützer bei verschiedenen SFB-Events. Für unseren Salon bietet die Mitgliedschaft große Chancen: Junge Menschen können sich mit anderen Auszubildenden auf Augenhöhe vernetzen, Erfahrungen austauschen und gemeinsam wachsen. Gleichzeitig entsteht ein starkes regionales Netzwerk unter Saloninhabern, bei dem Zusammenarbeit und gegenseitige Unterstützung im Vordergrund stehen – nicht Konkurrenz. Auch für mich persönlich ist das Engagement als Trainer eine wertvolle Bereicherung, da ich dadurch mit Auszubildenden und Talenten in Kontakt komme, die ich außerhalb meiner Seminare oft nicht erreichen würde. Das erweitert den Horizont und schafft neue Perspektiven für alle Beteiligten.

Maximilian Meyer, Unterhaching