

Société Française de Biosthétique

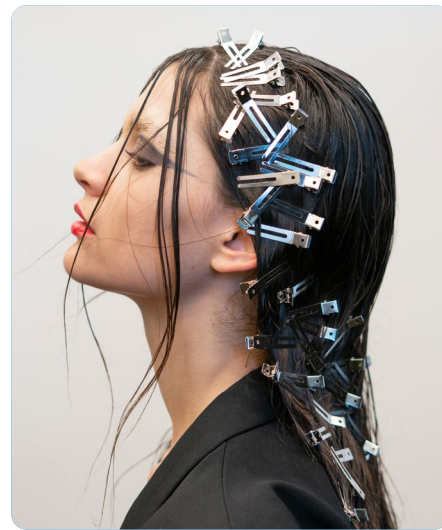
CAMPUS



3.26

*KI im Salon - Über Chancen und Grenzen einer neuen Ära
CONNECT in Hamburg - Wir feiern Youngsters!
SFB Aktivgruppen - Von wegen Sommerloch!*

WELCOME



KI IM SALONALLTAG – ÜBER GROSSE CHANCEN UND GRENZEN EINER NEUEN ÄRA

- 04 Interview mit Heiko Schneider
- 08 Hier spart KI im Salon wertvolle Zeit & gutes Geld
- 10 Kritischer Testlauf: WhatsApp-KI in der Kundenkommunikation

EVENT

- 12 SFB CONNECT in Hamburg – Community feiert Youngsters!
- 17 SFB-Vorstands- und Präsidiumstagung in Paris

SFB AKTIVGRUPPEN

- 18 Von wegen Sommerloch! Viel los in den Aktivgruppen

SFB EXKLUSIV SEMINARE

- 24 WE LOVE Beauty Power!

WEITERBILDUNGS-TIPP

- 26 Easy & informativ – diese KI-Seminare solltet ihr kennen!

TERMINE UND AUSBLICK

- 27 Uptodate

Liebe SFB-Familie,

mal ehrlich: Der Konkurrenz immer eine Nasenlänge voraus zu sein, fühlt sich ziemlich gut an. Warum? Weil man vorne den besten Blick auf das hat, was kommt. Und genau diesen Blick nach vorn konnten wir beim großen überregionalen CONNECT-Sommer-Event Ende August in Hamburg einmal mehr genießen: Und die SFB ist nicht nur vorne dabei – sie hat richtig Lust auf Zukunft!

Für uns aber war der eigentliche Gänsehautmoment die Megabühne für unseren Nachwuchs. Bei der Talent Trophy Challenge haben unsere Young Talents gezeigt, was in ihnen steckt – mit Mut, Kreativität und einer Coolness, die manch reiferen von uns Friseuren ziemlich blass aussehen ließ. Sie haben sich vor Publikum gebettelt, ausprobiert und performt, als hätten sie nie etwas anderes gemacht. So cool

und kreativ unsere La Biosthétique Jugend! Und vor allem: Sie ist hochmotiviert. Das macht richtig Lust auf das, was vor uns liegt.

Denn genau darum geht es: nicht alles Neue erst einmal zu verteufeln und totzureden, sondern neugierig zu bleiben. Ausprobieren. Erfahrungen sammeln. Und dann entscheiden, was uns wirklich weiterbringt. Bestes Beispiel: Künstliche Intelligenz. Ja, KI wird unseren Salonalltag verändern. Nein, sie wird uns nicht die Scheere aus der Hand nehmen. Und nein, sie wird vermutlich auch nicht plötzlich den Kaffee kochen. Aber sie kann uns bei der Beratung unterstützen, Abläufe organisieren, Zeit sparen und uns im Salonalltag ganz neue Möglichkeiten eröffnen. KI ist kein Angriff auf unser Handwerk – sie ist ein Werkzeug, das wir klug nutzen können. Und genau deshalb widmen wir dieser Entwicklung in dieser Campus-Ausgabe unser

großes Schwerpunktthema. Wir haben sowohl in Hamburg als auch bei unserer Vorstandstagung in Paris gesehen, was möglich ist, wenn Menschen sich gegenseitig inspirieren, Wissen teilen und einfach mal machen. Dieses Gefühl nehmen wir mit. Und jetzt heißt es: Sommerenergie konservieren, Ärmel hochkrempeln und gemeinsam den Herbst und Winter rocken!

Also: Lasst euch inspirieren, entdeckt neue Ideen, schaut unseren Young Talents über die Schulter und macht euch mit uns auf den Weg in die Zukunft. Denn eines ist sicher: Wer immer nur auf das schaut, was gestern funktioniert hat, kann morgen nicht vorneweg sein.

Und vorneweg – chaka – da wollen wir bleiben!

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
Foto Titelbild: Maximilian Meyer movement_mexx_media

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:





Credit: iStock

KI im Salonalltag – die großen Chancen und Grenzen in einer neuen Ära

Viele Friseurunternehmer spüren es immer noch: Dieses leise Unbehagen, wenn jemand von „künstlicher Intelligenz im Salon“ spricht. Als würde etwas Kaltes zwischen euch und eure Kunden treten – zwischen eure Leidenschaft fürs Handwerk, zwischen all die Gespräche, das Vertrauen, die kleinen Momente, für die ihr diesen Beruf einmal gewählt habt. Aber ist das wirklich wahr? Stört die bahnbrechende Entwicklung von KI tatsächlich die Liebe zum Friseurberuf und zu den Menschen, die auf euren Stühlen sitzen? Wir haben uns auf die Reise begeben und Salonunternehmer aus der visionären SFB-Community zu ihren Erfahrungen mit dem Einsatz künstlicher Intelligenz im Salonbusiness befragt. Soviel vorab: KI ersetzt kein Herz! Nie.



Aber ganz augenscheinlich hat sie das Potenzial, euch an vielen, teils auch überraschenden Stellen den Weg freizuräumen, euch zu erleichtern und unternehmerisch unabhängiger zu machen.

Welche Chancen das sind, erzählen euch jetzt SFB-Kollegen selbst. Sie plaudern aus dem Nähkästchen, erzählen, was es alles braucht, um künstliche Intelligenz wirklich hoch-effektiv an den Start zu bringen und KI-Unterstützung als echten Gamechanger zu nutzen. Sie berichten aber auch, an welchen Stellen es noch gewaltig stolpert mit den digitalen Helferlein. Was diese KI-Pioniere alle eint, ist die Freude am Ausprobieren, am kritischen Hinterfragen und begeisterten Spielen und Gestalten. Viel Spaß beim Entdecken eurer neuen Möglichkeiten.

Heiko, du bist selbst Friseurunternehmer und mit deinem Unternehmen friseur.digital Branchenexperte, wenn es um den Einsatz von KI in der Salonorganisation geht. Seit wann siehst du in künstlicher Intelligenz aus wirtschaftlicher Sicht eine ernstzunehmende Unterstützung für Salons? Und warum?

Seit etwa zwei Jahren ist eigentlich klar, dass KI uns im Salonbusiness wirklich unterstützen kann. Die ersten Versuche davor waren noch ziemlich fragmentiert und qualitativ nicht wirklich überzeugend. Aber was im vergangenen Jahr und vor allem in den letzten Monaten passiert ist, hat, glaube ich, viele überrascht. Was heute möglich ist, ohne selbst Grafiker zu sein oder programmieren zu können, hat die Erwartungen der meisten deutlich übertroffen. Und wir stehen immer noch am Anfang. Jetzt entstehen die ersten Anwendungen, die uns ganz konkret in der Salonorganisation helfen.



Nun feiern wir den Friseursalon als „heiligen“ Ort echter menschlicher Begegnung. Wo siehst du den noch den Einsatz von KI als besonders sinnvoll – und wo wird es schwierig?

Das eine muss das andere überhaupt nicht ausschließen. Ich glaube, zukünftig werden vor allem die Salons erfolgreich sein, die analog und digital exzellent sind.

KI muss uns in der Salonorganisation Arbeit abnehmen, damit wir mehr Zeit für unsere Kunden und Mitarbeiter haben. Wenn Technologie uns bei Planung, Organisation oder Kundenkommunikation hilft, warum sollten wir sie nicht einsetzen? Die gewonnene Zeit können wir genau dort investieren, wo wir Menschen brauchen: für persönliche Beratung, Aufmerksamkeit und echte Erlebnisse im Salon.

Schwierig wird es für mich dort, wo KI Persönlichkeit nur noch simuliert. Ein Salon lebt von echten Menschen. KI sollte diese unterstützen, nicht ersetzen.

Viele Biosthetiker arbeiten mit Rezeptionistinnen – für eine professionelle Salonplanung, aber auch als Ausdruck persönlichen Kundenmanagements. Ist ein KI-Telefon da nicht eher ein Rückschritt? Wir alle kennen und „lieben“ schließlich die automatisierten Warteschleifen von Mobilfunkanbietern und Co. ...

Ja, im Moment reagieren wir auf KI-Telefonie – der Fachbegriff ist „Voice AI“ – noch sehr emotional. Viele denken sofort an: „Drücken Sie die Eins ...“. Moderne Voice AI hat damit aber kaum noch etwas zu tun.

Wer einmal eine gut funktionierende Voice AI im Salon erlebt hat, bewertet das Thema meist anders. Natürlich kann sie nicht sofort alles. Aber sie kann Anrufe annehmen, wenn gerade niemand verfügbar ist, Fragen beantworten und Anliegen aufnehmen. Für mich geht es auch hier nicht um Mensch oder KI, sondern darum, wo Technologie den Service sinnvoll ergänzt.



Stichwort Salonzahlen: Moderne Kassensysteme liefern bereits zahlreiche Kennzahlen auf Knopfdruck. Wozu braucht es zusätzlich KI?

Wirklich? Unsere Erfahrung ist: Jedes Kassensystem liefert dem Saloninhaber 100 Auswertungen – aber genau die eine Zahl, die er für seinen Salon wirklich braucht, fehlt häufig. Standardauswertungen helfen bei differenzierten Geschäftsmodellen nur bedingt. Was sagt zum Beispiel „Umsatz pro Kunde“ aus, wenn ein Salon zusätzlich Haarverlängerung, Haarerersatz oder beides anbietet? Die Daten sind längst vorhanden. Mit KI kann ich daraus heute ein Dashboard entwickeln, das genau auf diesen einen Salon zugeschnitten ist – schnell, bezahlbar und ohne Grafik- oder Programmierkenntnisse. KI liefert uns also nicht noch mehr Zahlen. Sie hilft uns, die richtigen Zahlen zu verstehen.

Was empfehlst du Kolleginnen und Kollegen, die nicht zu den „Digital Natives“ gehören und der KI-Entwicklung mit all ihren Nebenwirkungen kritisch gegenüberstehen?

Dass KI gesellschaftlich kritisch gesehen wird, verstehe ich sehr gut. Auch ich frage mich bei manchen Entwicklungen, wohin das für uns als Gesellschaft führen wird – vielleicht gerade, weil ich mich intensiv damit beschäftige. Aber stellen wir uns doch für einen Moment vor: Es könnte gut werden. Technologische Revolutionen haben unser Leben immer wieder verändert. Wenn KI eine ähnliche Entwicklung nimmt, möchte ich lieber früh verstehen, was damit möglich ist, als grundsätzlich dagegen anzukämpfen. Meine Empfehlung ist deshalb: Bleibt kritisch, aber beschäftigt euch mit der Technologie. Denn nur wenn wir KI verstehen, können wir entscheiden, wo wir sie einsetzen wollen – und wo bewusst nicht.

Das sind die 3 wichtigsten KI-Tools für Friseure

- ChatGPT** – für Texte für Mailings, Social Media, Konzepte, Preislisten
- GeminiNotebook** – für Zusammenfassungen von Seminarinhalten, Produktbroschüren, Teammeetings und Transkriptionen sowie YouTube Videos (auch mit Übersetzung) und Websites
- Perplexity** – für alles was mit Zahlen zu tun hat, Auswertungen der Unternehmenszahlen, Recherche von Geschäftsmodellen, individuelle Dashboards



unsplash



Letzte Frage: Am 26.10.2026 findet dein KI-Workshop in Pforzheim statt, für den es im Vorfeld am 7.10. ein Kurz-Webinar zur Einführung in den Seminartag gibt. Auf welche neuen Erkenntnisse dürfen sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer freuen?

In diesem Workshop geht es vor allem um eines: um Umsetzung. Die Salonunternehmer sollen anschließend ganz konkrete Ergebnisse für ihren eigenen Salon mitnehmen. Und wir gehen weit über ChatGPT hinaus. Wir entwickeln Konzepte, überarbeiten Preislisten, analysieren Wettbewerber im Umfeld oder lassen KI auf unsere Dienstpläne schauen. Wenn hier mehr Platz wäre, könnte ich noch 16 weitere Beispiele nennen. Wir heben die Arbeit mit KI auf ein professionelles Level – praxisnah und ohne dass der Saloninhaber große Vorkenntnisse braucht.



Hier gehts zur Webinar-Anmeldung „KI für Friseurunternehmer“



Hier gehts zur Anmeldung zum Präsenz-Seminar „KI im Salon - Was bringt sie mir wirklich?“

Prompt to go - Attraktive Kundenaktionen und – ansprachen entwickeln



Du bist mein betriebswirtschaftlicher Sparringspartner für einen Friseursalon. Mein Salon befindet sich in [Ort/Stadtteil], meine Zielgruppe ist [Zielgruppe], meine wichtigsten Leistungen sind [Leistungen], und ich habe regelmäßig freie Termine an [Tagen/Uhrzeiten]. Entwickle einen 30-Tage-Plan, um diese freien Zeiten profitabel zu füllen – ohne pauschale Rabattschlacht. Berücksichtige dabei Terminbuchung, Stammkundenreaktivation, Zusatzleistungen, Empfehlungsmarketing, lokale Kooperationen und Social Media. Liefere mir: fünf konkrete Aktionen mit geringem Umsetzungsaufwand, passende WhatsApp-/SMS-Nachrichten an Bestandskunden, drei Instagram-Post-Ideen inklusive Text, ein Angebot, das den Durchschnittsbönb erhöht, drei Kennzahlen, die ich jede Woche prüfen sollte. Stelle mir zuerst maximal fünf Rückfragen, falls dir Informationen fehlen. Schreibe anschließend klar, praxisnah und so, dass ich den Plan morgen umsetzen kann.

„KI verschafft uns mehr wertvolle Zeit für unsere Kunden – und rettet uns vor der Kostenexplosion!“



Wer beim Einsatz von „künstlicher Intelligenz“ an sterile Salonräume und den Verlust menschlicher Kontakte denkt, war noch nicht im Reutlinger Salon Steinhoff Haardesign der SFB-Mitglieder Astrid und Ralf Steinhoff. Dort übernimmt KI längst Aufgaben, für die früher eine Vollzeit-Bürokraft, eine externe Buchhaltung und eine Rezeption nötig waren – und das, wie Steinhoffs sagen, mit wachsendem Erfolg.

Ralf Steinhoffs Ausgangsdiagnose ist unbequem, aber ehrlich: „Salonunternehmer werden von Fixkosten aufgefressen!“ Arbeitszeit, Steuerberater, Lohnbuchhaltung, Marketing – all das frisst Margen, bevor über-



haupt eine Schere in die Hand genommen wird. Genau hier setzt seine erste KI-Baustelle an: im Backoffice des Salons Haardesign. „Mittlerweile laufen bei uns dank eines KI-Tools 80 Prozent aller Buchungen automatisiert. Das klingt nach Selbstläufer, ist es aber nicht: Das System musste trainiert, verfeinert und mit der Buchhaltungssoftware verzahnt werden.“ Der Lohn von Ralfs Mühen: Die vorbereitende Buchhaltung, früher teuer extern vergeben, läuft heute komplett im Haus. Für Steinhoff ist das weit mehr als nur Effizienz. „Die Unterstützung durch KI schafft uns in vielen Bereichen erst wirkliche unternehmerische Unabhängigkeit.“

Ein Concierge, der nie schläft

Ein weiteres Einsatzgebiet der künstlichen Intelligenz bei Steinhoffs: ein telefonischer KI-Assistent, der gemeinsam mit einem KI-Spezialisten entwickelt wurde, der auch Kunde im Reutlinger Salon Haardesign ist – und so den Betrieb und seine Wertestandards gut kennt. Die Aufgabenstellung für den Entwickler lautete knapp formuliert: Gebaut werden sollte ein Concierge, der Anrufe entgegennimmt, Auskünfte gibt, Termine bucht – und, ganz wichtig, erkennt, wann ein Mensch gebraucht wird! Wünscht sich ein Kunde persönliche Beratung, gibt die KI diese Information ans Steinhoff'sche Leadmanagement weiter, ein Rückruf durch ein Teammitglied folgt.

Der eigentliche Clou dabei ist weniger die Technik selbst, sondern die Motivation von Astrid und Ralf dahinter. „Es geht uns ausdrücklich nicht darum, sich – wie viele andere Unternehmen – hinter der KI zu verstecken. Im Gegenteil: Routineanfragen und einfache Terminbuchungen sollen der Maschine überlassen werden, damit wir Menschen im Salon mehr Zeit für das haben, was wirklich zählt: unsere Kunden vor Ort!“

Leicht war die Entwicklung dieses (inzwischen) reibungslosen KI-Prozesses nicht. Ein Salon mit vier bis fünf Preisstufen, Calligraphy Cut, Wellness- und Lockenschnitt, Haarverlängerungen und -verdichtungen, Perückenservice, Balayage, Strähnen- und Freihandtechniken, Head-Spa-Treatments und diversen Paketangeboten ist beratungsintensiv – und ein durchreguliertes Terminsystem verzeiht keine Fehler. Die KI musste also nicht nur Termine verwalten, sondern auch sprachlich in den Ton der „Steinhoff-Kultur“ finden. Das Ergebnis überzeugt: „Der telefonische KI-Assistent liefert dank unserer akribischen Detailarbeit inzwischen einen Qualitätsstandard, den nicht jeder Mitarbeitende – vor allem nicht Azubis oder Berufseinsteiger – auf Anhieb erreichen würde“, so Ralf Steinhoff.

Sterne im Netz, Worte von der KI

Die dritte KI-Front im Salon Haardesign: Google-Bewertungen. Früher kostete Ralf Steinhoff allein das Beantworten dieser Kundenrezensionen Stunden. „Heute formuliert ein eigens von mir trainierter KI-Agent die Antworten bereits in einer erstaunlich treffenden „Ralf-Steinhoff-Sprache“. Ich selbst lese das Ganze nur noch quer, feile hier und dort ein wenig nach und veröffentliche den Text. Das ist für mich aus zeitlicher und qualitativer Sicht ein Gamechanger.“

Fazit: Freiheit statt Ersatz

Ralf Steinhoffs Tipp an seine SFB-Kolleginnen und Kollegen ist klar: „Macht es einfach: Investiert Zeit in den Aufbau von KI-Unterstützung, oder, wenn Ihr als Unternehmen kleiner seid, sucht euch externe Profis dafür. KI macht uns Salons unternehmerisch freier und spart uns mittel- bis langfristig bares Geld. Nicht etwa als Ersatz für Handwerk und persönliche Beratung. Sondern als Werkzeug, das uns lästige und zeitraubende Routine abnimmt. Damit uns am Ende neben weniger Kosten auch mehr Zeit für das bleibt, wofür Kunden eigentlich in unsere Salons kommen: echte, menschliche Aufmerksamkeit und Servicedienstleistungen auf dem allerhöchsten Niveau.“



Prompt to go – Die richtige Salon-Positionierung



Recherchiere den Friseurmarkt im Umkreis von [z. B. 5 Kilometern] rund um [Adresse/Ort]. Untersuche mindestens zehn sichtbar relevante Salons anhand ihrer Websites, Google- Bewertungen, Social-Media-Auftritte und öffentlich kommunizierten Leistungen.

Erstelle eine übersichtliche Analyse mit folgenden Punkten: Welche Leistungen und Positionierungen sind in meiner Region überrepräsentiert? Welche Kundengruppen oder Bedürfnisse werden offenbar noch zu wenig bedient? Welche wiederkehrenden Kritikpunkte nennen Kunden in Bewertungen? Welche drei klaren Positionierungs-Chancen könnte mein Salon nutzen? Welche Preise, Services oder Kommunikationsideen wirken auffällig erfolgreich? Gib die Quellen zu jeder wichtigen Beobachtung an. Trenne Fakten klar von Vermutungen. Entwickle zum Schluss drei konkrete Angebotsideen für einen Salon, der sich in [meine gewünschte Positionierung, z. B. Blond-Spezialist, nachhaltiger Salon, Premium-Herrensalon, Lockenexpertise] abheben möchte.



Der Chatbot in Antwortschleifen: Erkenntnisse aus dem WhatsApp-KI-Test

Ein Freitagnachmittag. Eine Kundin will spontan einen Termin machen, verschieben oder wünscht sich Infos zu unserem Dienstleistungsportfolio. Sie schreibt uns eine WhatsApp an unseren brandneuen Account – und landet nicht bei unserer Rezeptionistin, sondern bei einer KI. Genau das haben wir zwei Monate lang getestet. Und dabei mehr gelernt, als uns lieb war. Biosthetiker und SFB-Mitglied Max Meyer aus München berichtet.

„KI ist in unserem Salon längst kein Fremdwort mehr, an mehreren Stellen im Alltag setzen

wir sie bereits erfolgreich ein. Für die Kundenkommunikation über WhatsApp hatten wir sie allerdings bislang nicht genutzt – bis unsere Kassensoftware Phorest die Möglichkeit bot, genau dafür einen KI-gestützten Assistenten einzusetzen. Die Grundidee der Innovation klang für meine Unternehmerohren überzeugend: Kundenanfragen kommen per WhatsApp rein, die KI antwortet individuell, bucht im Idealfall direkt den passenden Termin – und niemand aus dem Team muss eingreifen. Also haben wir es ausprobiert.“



Zum Einstieg: viel Fütterung, wenig Automatik

„Was in der Theorie nach enormer Zeitersparnis klang, bedeutete in der Praxis für uns im Backoffice erst einmal jede Menge Arbeit. Denn damit die KI überhaupt sinnvoll antworten konnte, mussten wir sämtliche Kundendaten akribisch einpflegen. Welche Kundin erhält welche Dienstleistungen? Welche Farbe ist ihr Wunschton und welcher ihr Grundton? Infos über Infos. Dazu kamen ganz grundlegende Salon- und Frage-Antwort-Informati-

onen: Wo genau sind wir als Salon zu finden? Gibt es Parkplätze vor der Tür? Wie kommt man am besten per Auto zu uns? etc. Nichts davon lief automatisch – die KI musste über die gesamte Testphase hinweg gefüttert und trainiert werden, da es ihr nicht möglich war, diese Informationen aus unseren bestehenden Systemen wie Website, Google-Account, Insta o.ä. herauszuziehen.

unsplash

Der Praxistest: Wenn aus Kundenservice Frust wird

Wir gingen also mit „unserer“ WhatsApp-Kommunikation in die Testphase. Zum Glück konnten wir die Chatverläufe parallel mitlesen. Genau das hat uns wertvolle Informationen über die Schwachstellen gezeigt. Es wurde schnell deutlich: Bei einfachen Anfragen lief vieles rund, doch sobald es komplexer wurde, geriet die KI erkennbar ins Straucheln. Es entstanden unglückliche Antwortschleifen, die niemanden ans Ziel brachten. Die Folge: Rund 80 Prozent dieser Kundinnen und Kunden wurden ungeduldig und frustriert – einige erkannten dabei gar nicht mal, dass sie mit einer KI schrieben, sondern hielten ihr Gegenüber schlicht für einen wenig kompetenten Mitarbeiter. Ein Eindruck, der weder unseren Kundinnen noch uns als Salon gerecht wird. Immerhin: Weil wir mitlasen, konnten wir in kritischen Momenten direkt eingreifen.

Ehrlich betrachtet: Ein Stück Lernkurve gehört dazu

Fairerweise muss man nochmals deutlich dazusagen, dass wir mit diesem Projekt erstmals überhaupt über WhatsApp mit unseren Salongästen kommuniziert haben. Das braucht Geduld, Zeit und Training. Und all das kostet am Ende Geld, weil dafür Arbeitskraft gebunden wird, die wir auch anderweitig einsetzen können.

Die Konsequenz: Pause statt Dauerbetrieb

Nach acht Wochen war für uns klar: Das ans Kassensystem angebundene KI-Tool ist noch nicht ausgereift und funktioniert für uns nicht rund genug. Wir haben uns also entschieden, den WhatsApp-Assistenten vorerst zu pausieren – so lange, bis die Technik in der Lage ist, die Kommunikation auch ohne intensive Nachbetreuung zuverlässig zu meistern. Nach meiner Einschätzung dürfte das noch etwa ein halbes Jahr dauern. Vielleicht sogar kürzer – denn die Entwicklung ist rasant. Sobald das Ganze aber weiterentwickelt ist, steigen wir wieder in das Projekt ein und ergänzen damit unsere Kommunikationskanäle.



Die Zwischenlösung: ein eigener Kanal, ganz ohne KI-Automatik

Auf den persönlichen Draht zu unseren Kundinnen und Kunden wollen wir in der Zwischenzeit jedoch nicht verzichten. Deshalb haben wir einen eigenen WhatsApp-Business-Account für den Salon eingerichtet – bewusst losgelöst von der Kassensoftware. Über diesen Kanal teilen wir wichtige Infos, Events und spontan frei gewordene Termine und bleiben so weiterhin in authentischem, persönlichem Kontakt mit unseren Kundinnen und Kunden. Zusammen mit Newslettern, die wir per Mail versenden und unseren Präsenzen auf den Social Media Plattformen Instagram und TikTok ist das ein gutes Gesamtpaket. Wir haben durch den Testlauf eine Menge gelernt. Die wichtigste Erkenntnis, die wir aus der Probephase gezogen haben, ist folgende: Egal, wie gut die KI trainiert und egal, wie weit sie irgendwann entwickelt sein wird – das Gefühl, als Mensch gesehen und wahrgenommen zu werden, ist unersetzbar!

Seit September 2026 sind wir ein 20-köpfiges Salonteam, und meine Vision ist es, dass wir uns in Zukunft noch mehr als bislang als First-Class-Salon positionieren. Für mich persönlich ist daher klar, dass KI uns nur in den Salonbereichen unterstützen kann, wo menschliche Beratung und Expertise nicht gefragt sind. Eine Rezeptionskraft wird es bei uns also auch künftig geben, selbst wenn wir sie zukünftig um eine telefonische KI-Assistenz ergänzen sollten, die in Stoßzeiten oder außerhalb der Öffnungszeiten einspringt. Denn meine Prognose ist: KI wird vor allem im preisgünstigeren Segment zu relevanten Einsparungen verhelfen, weil preissensible Kunden eher bereit sind, Kompromisse in der Individualität der Kundenansprache zu machen. Wer als Kundin oder Kunde jedoch First Class möchte und bezahlt, wünscht sich maximal persönlich abgestimmten Service. Und den bietet aus meiner Sicht vor allem perfekt geschultes, empathisches und exzellentes Personal.“

Prompt to go – Hochwertigen Salon-Content kreieren



Du bist Content-Strategie für einen modernen Friseursalon. Entwickle für meinen Salon [Name] in [Ort] einen vierwöchigen Instagram- und WhatsApp-Contentplan. Unsere Stärke ist [z. B. natürliche Blondveredelung, präzise Herrenhaarschnitte, Haarverlängerung, Locken, nachhaltige Produkte]. Unsere Wunschkunden sind [Zielgruppe].

Der Content soll hochwertig, nahbar und fachlich kompetent wirken – nicht wie plumpe Werbung. Plane pro Woche: zwei einfache Reel-Ideen, die im Salon mit dem Smartphone filmbar sind, einen Vorher-Nachher-Post mit vertrauenswürdigem Text, einen Experten-Tipp, der Kundinnen und Kunden wirklich hilft, eine Story-Idee zur Terminaktivierung, einen passenden Call-to-Action ohne Rabattdruck. Schreibe zu jedem Inhalt einen fertigen Caption-Text, eine starke Überschrift, passende Hashtags für [Ort] sowie eine kurze Anleitung, welche Szene oder welches Foto gezeigt werden soll. Beachte: Keine Versprechen, die fachlich nicht garantiert werden können, und keine Verwendung personenbezogener Kundendaten ohne Einwilligung.



**Pure, Powerful & jede Menge Connection –
SFB feiert Sommer-Event CONNECT in Hamburg**

Inspiration, Fashion und viel Know-how – zum SFB-Sommerevent CONNECT kamen Ende August über 200 SBF-Fans aus ganz Deutschland ins Hamburger Hotel Empire Riverside. Mit spektakulärem Blick auf die Elbe erlebten sie

Sharing is caring

Ganz im Stil der SFB stand der Tag unter dem Motto des großzügigen Austauschs von Know-how. Statt Konkurrenzdenken gab es geballtes Fachwissen und kreative Impulse für alle – vom Salon-Chef bis zur Auszubildenden im ersten Lehrjahr. Und genau das kam an: Mehr als 200 Gäste erlebten ein Programm, das einen tollen Mix aus Informationsgehalt und Unterhaltung verband, sodass wirklich jede und jeder im Salonteam etwas mitnehmen konnte.



ein eintägiges Familientreffen, bei dem die vier veranstaltenden Regionen vor allem eines zelebrierten: positive Energie entfachen, Wissen teilen und Kreativität leben!

Ein Tag, zwei Stimmungen

Konzeptionell war der Tag spannend in zwei Hälften geteilt: „Pure“ hieß es am Vormittag, „Powerful“ am Nachmittag – eine Dramaturgie, die von entspannt-lebendiger Wissensvermittlung samt Gewinnspiel zu energiegeladenem Showprogramm führte. Getragen wurde das Ganze von interaktiven Experience-Hubs, an denen La Biosthétique-Trainerinnen und -Trainer gemeinsam mit SFB-Teamleitern News zu Produktinnovationen, Trends und Erfolgsstories aus den Salons an die Eventteilnehmer weitergaben und praktische Salon-Hacks verrieten. Die Themenpalette war dabei breit gefächert: Hair & Styling, Social Media, Fashion, Colour, Haircare, Skin & Make-up sowie Community. Wer sich für KI-Unterstützung und digitale Salontools interessierte, fand in der Leader Lounge im Foyer außerdem einen Schwerpunkt, der zeigte, wie sehr die Branche gerade in Bewegung ist: Künstliche Intelligenz im Salonbusiness ist einfach nicht mehr wegzudenken!



„Wir sind mit 11 Teammitgliedern hier und verbringen mal einen ganz anderen Tag als sonst miteinander. Ich selbst freue mich, hier so viele Kolleginnen und Kollegen wiederzutreffen. Und dann gibt es gleich zwei ganz große Highlights: Zum einen die mega Bühne, die die SFB und La Biosthétique dem Nachwuchs bietet. Drei meiner jungen Mitarbeiterinnen sind bei der

Young-Talent-Show am Start und darauf bin ich sehr stolz. Die drei waren von dem Projekt total begeistert und unglaublich aufgeregt, dass sie diese Chance bekommen haben und ihr Können vor 200 KollegInnen zeigen dürfen. Sie haben das großartig gemacht! Zudem ist es natürlich super, wenn auch unsere ganz neuen Azubis spüren, in welcher besonderen SFB-Community wir als Biosthetiker unterwegs sind. Wenn sie erstmal selbst sehen und erleben, was ein solches Netzwerk für sie menschlich und beruflich bedeuten kann, motiviert sie das extrem und für mich ist es ein Teil der Mitarbeiterbindung.“

Jule Köpp, Biosthetikerin aus Hamburg



„Wir sind bereits seit Samstag in Hamburg und haben die Reise für ein Teamevent genutzt. Der intensive Austausch mit Kollegen über deren Geschäfte und die damit verbundenen Herausforderungen ist für mich als Saloninhaberin Gold wert. Auch das gemeinsame „über den Tellerrand schauen“ ist ein absoluter Mehrwert dieses Events.

Ob es News zu Social Media, Marketing oder Fashion sind – die SFB schafft es immer wieder, mich als Unternehmerin, aber auch meine Mitarbeiter für unseren Salonalltag zu bereichern. Wir arbeiten in einem Modeberuf – da ist es aus meiner Sicht total wichtig, dass wir an Neuem und an Veränderungen interessiert sind und sie auch selbst leben – und das natürlich so an unsere Kunden weitergeben. Wir als Team sind heiß auf Mode und setzen die Inspirationen, die wir bei Veranstaltungen wie dieser bekommen, immer wieder im Salon um: mal sind es die neuen Make-up- und Lippenstift-Farben, die wir alle tragen, mal sind es bunte Socken, mal modische Tücher. Wer, wenn nicht wir, kann unsere Kundinnen und Kunden für Mode begeistern?“

Nicole Cross, Biosthetikerin aus Niederkrüchten

>>>

CONNCT – Let’s celebrate Youngsters! Die Bühne gehört dem Nachwuchs



Emotionaler Höhepunkt des Hamburger CONNCT Events war die Megabühne, die die SFB dem Nachwuchs bot. Bei der Talent Trophy gingen die Jüngsten der Zunft an den Start uns bewiesen neben unglaublichem Mut, sich vor Publikum zu batteln, viel kreatives Potenzial und Fingerspitzengefühl. Gleich neun Auszubildende aus dem ersten bis dritten

Lehrjahr traten bei der Talent Trophy der Region Nord gegeneinander an – mit sichtlich Herzblut, Spaß und Aufregung. Ihre Haarkreationen und ihr leidenschaftliches Engagement wurden von den rund 200 anwesenden Kolleginnen und Kollegen begeistert gefeiert. Die glücklichen Gewinner der Talent Trophy sind: 1. Marlena Sanmann (3. Lj.), 2. Amelie Reim (2. Lj.) und 3. Yasin Kalmoua (3. Lj.).



„Gerade hat mein drittes Lehrjahr begonnen und ich habe zum ersten Mal bei der Talent Trophy der SFB – und einem SFB-Event überhaupt – teilgenommen. Ich hatte wirklich nicht erwartet, dass ich hier gewinnen könnte. Alle Teilnehmer haben so mega Leistungen gezeigt, dass ich das als Jury hätte nicht bewerten wollen. Mein Gewinnerlook ist von Tanzfrisuren inspiriert, weil ich in meiner Freizeit zwei Jahren Frisuren im Tanzsport style. Es war wirklich wunderschön zu erleben, wie uns die SFB-Familie hier gefeiert hat und welch eine positive Stimmung hier herrscht. Man spürt richtig, dass hier alle eine große Leidenschaft miteinander teilen – die Liebe zum Beruf. Für mich steht fest: Beim nächsten Mal bin ich auf jeden Fall wieder dabei!“

Marlena Sanmann, Gewinnerin der Talent Trophy, Salon Silke Sanmann, Nordtorf



„Meine Chefin hatte mich gefragt, ob ich an dem Wettbewerb teilnehmen möchte und ich habe trotz aller Aufregung gern zugesagt. Ich bin im 2. Lehrjahr. Die Vorbereitung im Vorfeld war bei meinem Look recht aufwändig, aber es hat riesig Spaß gemacht. Ich mag ausgefallene, bunte Frisuren, und bei der Talent Trophy habe ich die Möglichkeit, diese Kreativität, die in mir

ist, nach außen auf die Bühne zu tragen. Das ist ein tolles Gefühl. Ich mache bei der nächsten Talent Trophy auf jeden Fall wieder mit – ich möchte mir schließlich noch den ersten Platz holen.“

Zweitplatzierte Amelie Reim, Salon Norma Garwels



„Ich bin Azubi im dritten Lehrjahr und wollte hier unbedingt mal teilnehmen. Dafür habe ich mir nicht nur das Hochstecken selbst beigebracht, sondern habe mir auch extra ein Auto geliehen und mich nachts um zwei auf über die Autobahn von Wiesbaden nach Hamburg auf den Weg gemacht. Es ist sehr cool, aber auch eine große Herausforderung, hier vor all den erfahrenen und gestandenen Profis live zu frisieren. Ich gebe zu, dass ich lange nicht mehr so nervös war. Aber es hat sich mehr als gelohnt, dass ich teilgenommen habe! Zu sehen, was andere Azubis mit Haaren machen können – das hätte ich mir vorher nicht vorstellen können. Ich würde es immer wieder machen.“

Dritter Platz: Yasin Kalmoua, Salon Alex von Trentini





Wir feiern die Young Talents!

Mitreißend, extrem kreativ gepaart mit wirklichem Laufsteg-Feeling waren auch die sechs Show-Auftritte der Young Talents, verteilt über den gesamten Tag. Elf junge, ambitionierte Friseurinnen und Friseure zeigten in selbst choreografierten Live-Acts auf dem Catwalk, wie

sich Passion und Vision in avantgardistischen Looks aus Haar, Make-up und Fashion ausdrücken lassen. Ihre umjubelten Shows unter den Mottos „Methamorphose“ und „Subcultures“ wurden kreativ und fachlich unterstützt von Theo Dimitri, Alexandra Meeß und Norma Garwels.

„Unser Ziel war es, mit dem Hamburger Event CONNECT unsere SFB-Family mit einem Tag voller positiver Impulse und spannender Inspirationen zu überraschen“, fasste SFB-Vizepräsidentin Angela Schröder die Intention des wunderbaren Events zusammen. „Ich hoffe, dass uns das gelungen ist. Wir sind dankbar für die Unterstützung von La Biosthétique und die Gemeinschaft unserer gesamten SFB-Community, ohne die wunderbare Veranstaltungen wie diese nicht möglich wären.“



„Ich arbeite seit 2010 mit La Biosthétique und bin immer wieder dankbar, wenn mein Chef Domenico mich und uns mit zu solch tollen Veranstaltungen nimmt. An diesem Event gefällt mir besonders der interaktive Ansatz! Es macht viel Spaß, je nach Interesse und Lust von Infostand zu Infostand zu gehen. Das gefällt mir deutlich besser, als Vorträgen im Sitzen zu lauschen.

Vor allem die Produkterklärungen und Demos zum Trend-Make-up im Herbst/Winter und den neuen Pflanzenhaarfarben waren für mich inspirierend. Ein super Anreiz für mein Gehirn, das Gelernte zu den Neuheiten gleich morgen im Salon umzusetzen und auch mal andere Produkte als sonst bei der Kundenberatung in den Fokus zu rücken.“

Florentina Loeser, Salon Creatione Di Leo, Bielefeld



„Für mich ist es sehr bereichernd, mich hier mal wieder mit Kollegen auszutauschen. Und ich bin sicher, dass sich meine Mitarbeiter von dem Fashion- und Produkt-Know-how, das an den einzelnen Experience-Hubs vermittelt und erlebt wird, ganz anders inspiriert und motiviert fühlen werden, als wenn ich als Chefin vor ihnen stehe und diese Informationen erzähle. Vor

allem von meinen drei Azubis, die heute dabei sind, erhoffe ich mir, dass sie sich von dem Spirit der jungen Friseurinnen bei der Talent Trophy und den Young Talent Shows inspirieren lassen. Ich merke, dass der Nachwuchs schon früh kreativen Input außerhalb des Salonalltags braucht, um Visionen, Motivation und Durchhaltetevmögen zu entwickeln. Mit etwas Glück ist hier der Funke auf sie übergesprungen und sie haben Lust entwickelt, bei nächster Gelegenheit auch selbst mal dabei zu sein.“

Lydia Spyron, Biosthetikerin aus Hamburg-Bergedorf



Gemeinsam über Grenzen denken

Paris war im Juni Schauplatz einer besonderen SFB-Vorstands- und Präsidiumstagung: 20 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus Deutschland trafen sich mit französischen Kolleginnen und Kollegen zum Austausch, zur Weiterbildung und zum gemeinsamen Blick in die

Zukunft. Im Mittelpunkt standen neue Impulse, persönliche Begegnungen und natürlich die besondere deutsch-französische La Biosthétique-Freundschaft – denn die verbindet über alle Grenzen hinweg.

Möglich wurde diese außergewöhnliche Tagung durch die großzügige Unterstützung der Familie Weiser und La Biosthétique – dafür ein ganz besonderes Merci! Ebenso herzlich bedankt sich die SFB Deutschland bei den französischen Kolleginnen und Kollegen im Office für die großartige Gastfreundschaft, die Herzlichkeit und den offenen Austausch.

Im La Biosthétique Headquarter unweit der Champs-Élysées startete die Begegnung am Samstagabend mit einem gemeinsamen Get-together. Am Sonntag ging es nach der Begrüßung durch SFB-Präsidentin Gabi Stern um die Zukunft der SFB: Mit persönlichen Vision Boards wurden Wünsche, Ziele und Visionen kreativ zu Papier gebracht und anschließend der Gruppe präsentiert. Meditationseinheiten mit Marcus Matthes sorgten zwischendurch für Ruhe und neue Energie.

Natürlich durfte auch Paris selbst nicht zu kurz kommen. Bei einer Stadterkundung zu Fuß führte der Weg vorbei an zahlreichen Sehenswürdigkeiten bis zum Eiffelturm. Höhepunkt des Tages war eine gemeinsame Seine-Fahrt mit dem Bateau Parisien und Abendmenü – Paris-Feeling inklusive!

Der Montag stand ganz im Zeichen des fachlichen und verbandlichen Austauschs. Dabei gab es spannende Einblicke in den französischen Friseurmarkt, aktuelle Trends sowie den Vergleich der Ausbildungssysteme in Frankreich und Deutschland. Eine humorvolle Präsentation über die Unterschiede beider Länder sorgte anschließend für viele Lacher und zeigte zugleich, wie viel beide Seiten voneinander lernen können. Zum Beispiel bei der Erkenntnis: „Der Deutsche lebt, um zu arbeiten, während der Franzose arbeitet, um zu leben.“

„Der Blick über den Tellerrand und das Knüpfen von neuen Verbindungen über Ländergrenzen hinweg sind enorm wichtig. Der Geist von Marcel Contier verbindet uns miteinander“, so Stephanie Bezler.



Auch Roberta Metallo war begeistert: „Die Präsentation der Franzosen war sehr spannend und humorvoll – think SFB worldwide!“

Andrea Zacher brachte die Stimmung der gesamten Tagung auf den Punkt: „Man lernt sich immer näher kennen und schätzen. Wir sind eine super Truppe, haben tolle Ideen und ich freue mich auf weitere gemeinsame Tagungen.“

Nach der anschließenden Präsidiumstagung nahm die deutsche Delegation vor allem eines mit nach Hause: viele neue Ideen, wertvolle Verbindungen und die Gewissheit, dass gelebte Partnerschaft über Grenzen hinweg inspiriert, verbindet und richtig viel Freude machen kann.

À bientôt à Paris!

Impulse und Input Von wegen Sommerloch!



Wertvolle Impulse

„Am 17. Juli haben wir uns zu unserem Aktivgruppentreffen in meinem Salon in Koblenz getroffen. Als Aktivgruppenleiter durfte ich zunächst die neue Long Hair Serie vorstellen und die Inhalte sowie vielfältigen Einsatzmöglichkeiten näherbringen. Anschließend haben wir uns intensiv mit den beiden neuen Glam Colour-Farbtönen 09 und 29 sowie der neuen Nature + Colour-Serie beschäftigt. In einer offenen Gesprächsrunde erläuterten wir die Produkte, besprachen verschiedene Einsatzgebiete und tauschten uns darüber aus, für welche Kundinnen und Kunden sie sich besonders eignen. Der offene Dialog und die unterschiedlichen Erfahrungen innerhalb der Gruppe sorgten für viele wertvolle Impulse für den Salonalltag. Zum Abschluss ließen wir den Abend gemeinsam in einem Restaurant ausklingen und vertieften die Gespräche rund um aktuelle Themen des Friseurunternehmertums. Insgesamt war es ein informativer und inspirierender Abend, der unseren Zusammenhalt gestärkt und viele neue Anregungen für die tägliche Arbeit gegeben hat.“

Tobias Behrendt, Aktivgruppe Koblenz



Neue Ideen

„Wir hatten ein tolles und sehr praxisnahes Kopfhautseminar mit Katja bei mir im Salon. Dabei haben wir uns intensiv mit verschiedenen Ritualen beschäftigt – von der Check-in-Karte über den Aroma Service bis hin zur passenden Kopfhautlotion. Besonders spannend fand ich die Frage, wie wir uns mit unserer Kopfhautkompetenz von anderen Friseuren abheben und gezielt zusätzliche Dienstleistungen anbieten können. Wir haben außerdem besprochen, wofür die unterschiedlichen Methoden stehen, welche Produkte wo und wie wirken und worauf es bei der professionellen Anwendung ankommt. Einen Einblick gab es auch in die Long Hair Serie. Das Seminar hat viele neue Ideen für die praktische Umsetzung im Salon vermittelt und gezeigt, wie sich Kopfhautservices gezielt in das bestehende Dienstleistungsangebot integrieren lassen.“

Frauke Waschhof, Aktivgruppe Ruhrgebiet



VOLL VERNETZT

Kreativer Tag

„Wir hatten einen wahnsinnig kreativen und inspirierenden Seminarartag rund um das Thema Strähnen und Farbe. In der zauberhaften Location von Haargold Kenda in Kolbermoor kamen Kolleginnen und Kollegen aus verschiedenen Salons der Aktivgruppe Rosenheim zusammen, um gemeinsam neue Techniken kennenzulernen und praktisch zu trainieren. Im Mittelpunkt standen schnelle und leicht umsetzbare Strähntechniken, die sich direkt in den Salonalltag übertragen lassen. Ein besonderer Dank gilt Barbara und ihrem Team für die tolle Location und natürlich unserem Lieblingsreferenten Florian, der uns mit viel Fachwissen und Inspiration durch den Tag begleitet hat. Der intensive Austausch, das gemeinsame Arbeiten und die vielen kreativen Impulse machten das Seminar zu einem rundum gelungenen Tag.“

Andrea Zacher, Aktivgruppe Rosenheim



Frühstück mit Fokus

„Am Montag, den 29. Juni 2026, haben wir uns zum gemeinsamen Frühstück im Café Gottlieb in Stuttgart-Bad Cannstatt getroffen. Im Mittelpunkt unseres Aktivgruppentreffens standen die neue Version der Long Hair Serie mit ihren besonderen Wirkstoffen sowie die Neuerscheinung Nature + Colour mit dem natürlichen Glossing. Besonders intensiv haben wir uns mit dem Ablauf der Anwendung, verschiedenen Farbmischkombinationen und dem richtigen Verhältnis zur Trägermasse des Pflanzenglossings beschäftigt. Der gemeinsame Austausch und die praktische Auseinandersetzung mit den neuen Produkten haben uns dabei viele wertvolle Impulse für die Arbeit im Salon gegeben. Bei einem gemütlichen Frühstück blieb natürlich auch genügend Zeit für persönliche Gespräche und den Austausch untereinander.“

Fabian Tietz, Aktivgruppe Stuttgart

Präzision beim Haarschnitt

„Im Rahmen unseres Lehrlingsseminars bei LILL and LILL in Dachau konnten wir gemeinsam mit Maurizio Randazzo unser Wissen und unsere praktischen Fähigkeiten im Bereich der Haarschneidetechniken erweitern. Im Mittelpunkt standen drei grundlegende Schnitttechniken: der kompakte Haarschnitt, der gestufte Haarschnitt und die Graduation. Maurizio erklärte die Techniken zunächst anschaulich in der Theorie und zeigte anschließend Schritt für Schritt die Umsetzung am Übungskopf. Dabei ging es unter anderem um die richtige Körperhaltung, saubere Abteilungen, eine exakte Schnittführung und die jeweilige Schnittlinie. Anschließend konnten wir die Techniken selbst anwenden und erhielten wertvolle Tipps und individuelles Feedback. Das praxisnahe Seminar hat uns geholfen, sicherer und präziser zu arbeiten und unser handwerkliches Können weiterzuentwickeln.“

Nils Ewendt, Aktivgruppe München





Ganz viel „Glow“

„Wir durften in der wunderschönen Villa Vita Pannonia in Pamhagen ein inspirierendes Wochenende erleben. Schon der herzliche Empfang durch den Hoteldirektor in der Panorama-lounge und seine Einblicke in Kundenservice auf höchstem Niveau gaben uns wertvolle Impulse. Beim gemeinsamen Grill-abend im Obstgarten standen Kennenlernen, Networking und persönlicher Austausch im Mittelpunkt. Das Highlight war am Sonntag der Workshop „Sell with Glow“ mit Caroline Florio. Mit viel Charme, Humor und Praxiswissen zeigte sie uns, wie Ausstrahlung, Make-up und eine überzeugende Präsentation zu-sammenspielen und wie wir unsere Kundinnen und Kunden authentisch begeistern können. Wir gingen mit vielen neuen Ideen, Motivation und einem tollen Gemeinschaftsgefühl nach Hause. Ein herzliches Dankeschön an Caroline, alle Teilnehme-rinnen und Teilnehmer sowie das Team der Villa Vita Pannonia für dieses rundum gelungene Wochenende!“

Helmuth Grabner, Aktivgruppe Wien Niederösterreich Burgenland

Gemeinsam wachsen

„Am 2. Juli haben wir uns als Aktivgruppe Süd-Oldenburg zu einem gemütlichen, aber sehr intensiven Abend getroffen, denn wir wollten ganz bewusst an unseren Unternehmen ar-beiten und gemeinsam wachsen. Im Mittelpunkt stand die New Leadership Academy mit Jürgen Stuhr und spannenden Themen wie Salon- und Mitarbeiterführung, Potenzialanalyse, Selbst-Check und der Analyse multipler Intelligenzen. Beson-ders interessant war die Vorbereitung auf Mitarbeiter-, Lei-stungsbeurteilungs- und Entwicklungsgespräche. Auch die wirt-schaftliche Seite kam nicht zu kurz: Wir haben den Gemeinkostensatz pro Stunde und Mitarbeiter berechnet – und waren alle erstaunt, was ein Mitarbeiter tatsächlich pro Stunde kostet! Bei aller Wissensvermittlung kam der Spaß na-türlich nicht zu kurz.“

Ilona Brand Fuhrmann, Aktivgruppe Süd-Oldenburg



„Moin“ aus Holstein

„Wir haben uns bei schönstem norddeutschem Wetter zu ei-nem gemütlichen Aktivgruppentreffen getroffen – mit gutem Essen, kühlen Getränken und bester Laune. Neben verschie-denen Themen, die wir gemeinsam besprochen und geplant ha-ben, entwickelte sich ganz spontan die neue Pflanzenfarbe von La Biosthétique zum Hauptthema des Abends. Wir haben uns über die Anwendung und die Möglichkeiten ausgetauscht und dabei viele interessante Erfahrungen miteinander geteilt. Auch verschiedene Strähnen- und Balayage-techniken sorgten für ei-nen regen Austausch. Genau das macht unsere Aktivgruppe aus: Tipps von Kollegen für Kollegen, ehrliche Gespräche und jede Menge Inspiration für den Salonalltag. Mit Uta, Uli, Joa-chim, Anke, Hendrik und Marlies war es wieder eine rundum schöne und gesellige Runde.“

Marlies Jakat, Aktivgruppe Holstein



Spitzen-Treffen

„Instagram, Reels & Co. gehören heute zum Salonalltag – doch wie nutzt man sie wirklich effektiv? Dank des SFB-Netzwerks konnten wir Diana aus dem Salon Michele in Leipzig, die Social Media studiert hat, für ein Einführungsseminar gewinnen. Sie zeigte uns praxisnah, wie sich Social Media unkompliziert in den Salonalltag integrieren lässt. Ihr wichtigster Tipp: Gelerntes sofort anwenden! Gesagt, getan: Schon nach einem Monat waren in unseren Salons zahlreiche Posts, kreative Reels und ansprechende Feeds entstanden. Doch wir wollen uns nicht nur digital vernetzen. Mit unserem ersten „Spitzen-Treffen“ ha-ben wir eine offene Runde ins Leben gerufen, die unabhängig von Seminaren und Aktivgruppen-Events stattfinden soll. Hier möchten wir neue Mitglieder gewinnen und uns über Branche, Wirtschaft, Politik und Gesellschaft sowie Salonprobleme und -erfolge austauschen – vielleicht künftig auch gemeinsam mit unseren Mitarbeitern. Denn: Persönlicher Austausch verbind-et. Gemeinsam an einem Tisch zu sitzen, Erfahrungen zu teil-en und sich gegenseitig zu inspirieren, ist einfach persönlicher und emotionaler als Social Media.“

Kathleen Wecke und Nicole Scheibal, Aktivgruppe „Erfolg mit Kamm und Schere“



Mensch im Mittelpunkt

„Trotz extremer Hitze haben wir uns in Lahr zu einem gemein-samen Frühstück getroffen. Unser Mitglied Anke Spiekermann gab uns dabei spannende Einblicke in ihr Unternehmen und stellte eine Frage in den Mittelpunkt, die für unsere tägliche Arbeit so entscheidend ist: Wie sehen wir unsere Kunden – und wie sehen sie sich selbst? Wie möchten sie nach außen wirken und welche individuelle Lösung können wir ihnen dafür anbie-ten? Auch die Frage, welche Kunden wir mit unserem Salon ei-gentlich erreichen möchten, spielte eine wichtige Rolle. Bei al-lem, was wir tun, steht der Mensch im Mittelpunkt – mit seinen Bedürfnissen, Wünschen und ganz persönlichen Eigenheiten. Für uns alle war dieser Einblick unglaublich interessant und hat viele Denkanstöße geliefert. Über solche Themen könnte man vermutlich tagelang sprechen! Natürlich kam auch der persönliche Austausch untereinander nicht zu kurz. Ein rund-um inspirierendes Treffen mit vielen wertvollen Impulsen für unseren Salonalltag.“

Silke Habermann, Aktivgruppe Schwarzwald



Sichtbarer mit Social Media

„Bei unserem zweiten Aktivgruppentreffen 2026 drehte sich alles um die Frage, wie wir unsere Salons mit Social Media sichtbar machen und neue Kunden erreichen können. Gemeinsam haben wir uns mit Instagram, Reels, Storys und Beiträgen beschäftigt und analysiert, worauf es bei einem professionellen Auftritt ankommt. Besonders spannend war der Einblick in den Meta Business Manager und die Möglichkeiten, Werbekampagnen gezielt auf Kunden in der eigenen Region auszurichten. Ein echtes Highlight war die Vorstellung von Metricool: Das Planungstool bietet tolle Möglichkeiten, Inhalte zentral zu planen, auszuwerten und auf verschiedenen Plattformen wie Instagram, Facebook, TikTok, YouTube und dem Google Unternehmensprofil auszuspielen. Die gemeinsame Analyse unserer Instagram-Profil und der intensive Austausch über Erfahrungen und erfolgreiche Strategien haben für viele Aha-Momente gesorgt. Ergänzend wurden die neue Long Hair Serie von La Biosthétique und die Pflanzenhaarfarbe vorgestellt. Ein rundum praxisnahes Treffen mit vielen Ideen, die wir direkt umsetzen können – und der Wunsch nach noch mehr gemeinsamer Praxis beim nächsten Mal!“

Peggy Meyer, Aktivgruppe Berlin



Ruhig bleiben – stark wirken

„Als Friseure mit eigenem Salon und gleichzeitig Kursleitende für Qigong und Entspannung erleben wir täglich, wie viel körperliche, handwerkliche, kommunikative und emotionale Leistung unser Beruf verlangt – oft alles gleichzeitig. Umso wichtiger ist es, bewusst innezuhalten. Gemeinsam haben wir erfahren, dass Entschleunigung und Selbstfürsorge keine Extras, sondern eine wichtige Grundlage für langfristige Gesundheit und Resilienz sind. Atemsequenzen, fließende Qigongübungen und meditative Einheiten helfen, das Nervensystem zu beruhigen und den „Akku“ wieder aufzuladen. Mit kleinen Übungen, die sich auch direkt im Arbeitsalltag umsetzen lassen. Vielen Dank an die Aktivgruppe Elbflorenz für die Offenheit und die wunderbaren gemeinsamen Stunden!“

Martina Bauer und Marcus Matthes, Referenten



Hot or not?

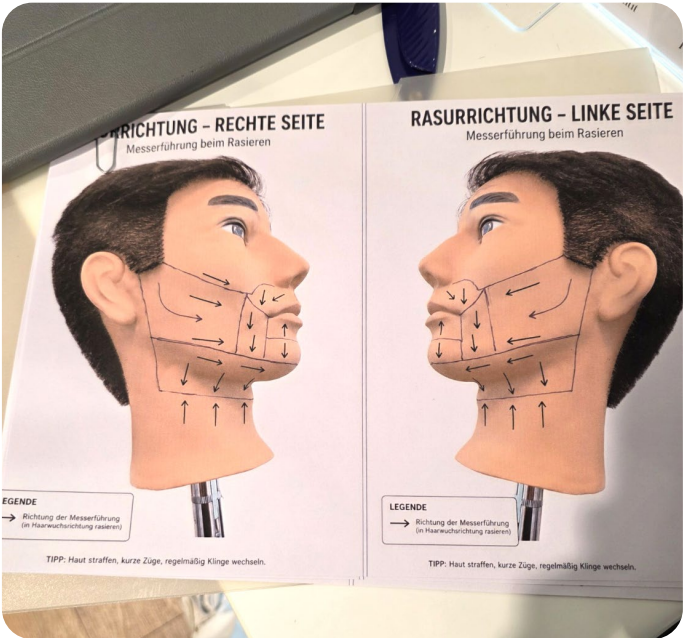
„Am 24. August haben wir uns zu einem ganz besonderen Produktaustausch getroffen: Jeder brachte drei Lieblingsprodukte aus der La Biosthétique Produktlinie und drei „Regalhüter“ mit – also Produkte, die bisher vielleicht noch nicht den Weg zum Kunden gefunden haben. Daraus entwickelte sich ein unglaublich lebendiger Austausch. Wir haben unsere Erfahrungen geteilt, neue Qualitäten entdeckt, Verkaufsansprachen hinterfragt und ganz neue Anwendungsmöglichkeiten kennengelernt. Wir hätten problemlos noch zwei weitere Stunden miteinander sprechen können! Denn selbst begeistert zu sein und andere zu begeistern – das ist für mich gelebte La Biosthétique Lebensart.“

Jana Ebenhoch, Aktivgruppe Elbflorenz

Mitarbeiterführung, die Vertrauen schafft

„Bei unserem Info-Abend mit Jürgen Stuhr drehte sich alles um das Thema effektive und vertrauensbasierte Mitarbeiterführung. In zwei Stunden gab uns Jürgen einen spannenden und kompakten Einblick in ein sehr komplexes Thema und stellte dabei wichtige Fragen rund um die Zukunft der Arbeit, intrinsische Motivation und Unternehmenskultur. Besonders interessant war der Austausch darüber, was gute Führung heute ausmacht und wie wir Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nicht nur führen, sondern auch motivieren und langfristig für unser Unternehmen begeistern können. Schnell wurde klar: In dieses Thema lohnt es sich, noch tiefer einzusteigen. Deshalb haben wir uns als Aktivgruppe bereits entschieden, im kommenden Jahr zwei feste Seminare mit Jürgen Stuhr zu planen. Wir freuen uns sehr darauf und sagen Jürgen herzlichen Dank für diesen informativen, inspirierenden Austausch und die vielen Denkanstöße!“

Michael Schünemann, Aktivgruppe Westfalen



Fade Cut und Bart ganz präzise

„Am 17. August haben wir uns im Salon Brand zu einem praxisnahen Training rund um den modernen Herrenhaarschnitt Fade Cut getroffen. Hussein Ali zeigte uns zunächst am Modell, worauf es bei einem perfekten Übergang ankommt, und verriet uns viele Tricks für den Einsatz von Maschine und verschiedenen Aufsätzen. Auch die Bartrasur mit dem Messer kam nicht zu kurz. Besonders spannend war die Frage, welcher Bart zu welchem Mann und welcher Frisur passt und wie sich durch die richtige Form und Übergänge Gesichtszüge und Optik positiv verändern lassen. Anschließend konnten wir das Gelernte direkt an unseren eigenen Modellen umsetzen und intensiv trainieren. Ergänzend haben wir uns mit der Homme Pflegeserie beschäftigt, unsere Lieblingsprodukte vorgestellt und ihre besonderen Wirkweisen besprochen. Vielen Dank, lieber Hussein, für deinen Einsatz und die perfekte Vorbereitung.“

Ilona Brand-Fuhrmann, Aktivgruppe Süd-Oldenburg

Gemeinsam Neues entdecken

„Am 6. Juli haben wir uns zusammengeschlossen und einen spannenden Weiterbildungstag in meinem Salon erlebt. Als Referent war Marlon Tietze dabei, der den Unternehmern jede Menge wertvolle Impulse für den Salonalltag mitgab. Im Mittelpunkt standen Google Business und die eigene Website – Themen, die für die Sichtbarkeit und den erfolgreichen Auftritt eines Salons immer wichtiger werden. Anschließend kamen dann auch die Mitarbeiter dazu. Jetzt ging es um Beauty-Upgrades und Rituale und darum, wie sich zusätzliche Angebote attraktiv in den Salonalltag integrieren lassen. Ein rundum abwechslungsreicher Tag mit viel neuem Wissen, praktischen Anregungen und einem tollen Austausch zwischen den beiden Aktivgruppen.“

Sabine Erber, Aktivgruppe Remscheid & Aktivgruppe Niederrhein





We love SFB Exklusiv-Seminar
„BEAUTY POWER“

Es ist ein absoluter Liebling unter den kostenlosen SFB-Exklusivangeboten: das Live-Seminar „Beauty Power“. Viele begeisterte Teilnehmerinnen und Teilnehmer erleben hier, welche kleinen und

besonderen Services aus dem Friseurbesuch ein einzigartiges, emotionales Kundenerlebnis mit Potenzial für Zusatzumsatz machen. Lies selbst, warum auch DU dabei sein solltest.



„Es geht uns, wie vermutlich vielen Kollegen: Wir kennen die meisten Produkte und Dienstleistungen, aber vieles geht im Salonalltag einfach unter. Das Seminar „Beauty Power“ hat mich noch mal richtig wach gemacht, wo wir Potenzial liegen lassen. Und die zackigen „Zusatz-Quickies“, die wir dort gemeinsam trainiert haben, haben gezeigt, dass das Argument „keine Zeit“ einfach keines ist. Heißt: Ich wurde in diesem wirklich tollen Seminar mal wieder daran erinnert, dass man einfach dranbleiben muss, um nicht immer wieder in den alten Trott zu verfallen. Sandra hat uns neben der schnellen Umsetzung von kleinen Dienstleistungen wie den Augenpads oder Manicure auch gezeigt, wie einfach und wirklich schön man Tablettis gestalten kann. Mit dieser Auswahl und Ästhetik können wir unsere Kunden angenehm überraschen. Ich kann empfehlen, dass Chefs dieses Seminar gemeinsam mit Mitarbeitern machen, damit man sich im Anschluss gegenseitig bei der Umsetzung motivieren kann.“

Michèle Moritz-Opre, Salon Michèle Moritz-Opre



„Auch wenn ich schon länger mit La Biosthétique arbeite, hat mir das Seminar noch einmal richtig etwas gebracht. Man frisst Wissen auf, das man im Alltag manchmal aus den Augen verliert – zum Beispiel, wie die Produkte genau wirken und in welcher Reihenfolge man sie am besten einsetzt. Gerade diese kleinen Details machen oft den größten Unterschied. Ich habe außerdem viele Impulse mitgenommen, wie ich die Einwirkzeiten für meine Kundinnen noch angenehmer gestalten kann, und ich habe richtig gute Argumente an die Hand bekommen, die ich direkt im Kundengespräch einsetzen kann. Besonders spannend fand ich Tipps, die sich sofort umsetzen lassen: Dass man Eyepatches zum Beispiel auch gezielt bei Mimikfalten einsetzen kann, wusste ich vorher nicht. Und wie wohltuend eine Lippenpflege wirkt, wenn man vorher das Lippenpeeling macht, habe ich im Seminar selbst erlebt – das nehme ich jetzt fest in meine Behandlungen mit auf.“

Julia Stahl, Friseur Wahlers



„Wir sind im Beautypark Sylke Bahrenburg Vollbiosthetiker mit wirklich großem Kosmetikdepot. Vor allem haben unsere Mitarbeitenden in diesem Seminar viel Wissen aufgefrischt, neuen Input bekommen und erlebt, in welchen kleinen Dienstleistungen und Produkten richtig viel Power steckt. Das hat für uns sehr gut gefruchtet. Den gesamten Sommer über haben wir im Anschluss ans Seminar eine Aktion gefahren, bei der unsere Kunden im „Self-Service“ unser Best-of an Sommerprodukten erleben konnten. Wir haben ihnen dafür eine Etagère mit 7 ausgewählten Produkten an den Platz gestellt, die sie selbst erkunden und ausprobieren konnten. Wenn Kunden Produkte riechen und spüren, wie sie sich anfühlen und wirken, steigt der Verkauf automatisch. Über Aktionen wie diese können selbst Mitarbeiter, die nicht so redengewandt sind, tolle Erfolge feiern. Ab Herbst werden wir eine ähnliche Aktion mit Winter-Empfehlungen fahren.“

Catharina Willenbrock, Beautypark Sylke Bahrenburg



„Ich finde es wirklich super, dass wir als SFB-Mitglieder an Seminaren wie diesen kostenlos teilnehmen können. Ich konnte hier so viel kostbares Wissen sammeln, das mir wirklich in meinem Salonalltag hilft. Das gemeinsame Ausprobieren der einzelnen Zusatzdienstleistungen mit Kolleginnen ist in einem Live-Workshop einfach ein anderes Erlebnis, als wenn man alles nur online lernt. Was mir sehr viel gebracht hat, waren die Übungen, in denen wir die Kundenansprache trainiert haben. Wir Friseure haben ja häufig das Problem, dass wir auf keinen Fall aufdringlich wirken möchten. Genau da haben wir viel gelernt. Vor allem der Satz „Sie können das Produkt auch gern mal selbst ausprobieren“ gestaltet die Situation sehr spielerisch, weil Kunden dann selbstständig ausprobieren können und über ihr angenehmes Erlebnis eine ganz andere Stimmung entsteht. Wir planen gerade eine schöne Herbstaktion, bei der wir Tablettis mit Produkten zur Hand- und Haarpflege zusammenstellen.“

Kathleen Wecke, Haarwerkskunst

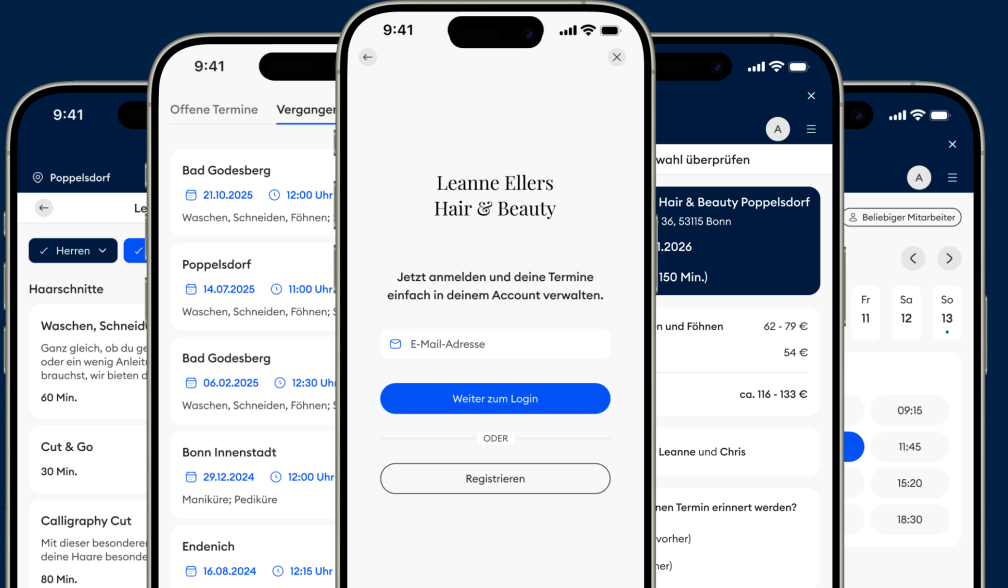
Jetzt gleich zum nächsten Workshop in deiner Nähe anmelden



TimeGlobe

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

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



Dein WhatsApp & Telefon-Bot



10 % Rabatt
La Biosthétique
Sonderkonditionen
Jetzt Demo buchen

www.timeglobe.de | +49 228 50446611



Easy & informativ – diese KI-Seminare im Home of Education solltet ihr kennen!



Wer sich in Sachen KI im Salonalltag über neue Chancen und konkrete Möglichkeiten zur Umsetzung aufschlau­en möchte, muss nicht in die Welt hinaus. Checkt im Home of Education ein

Webinar | Sichtbarkeit in Zeiten von KI

In diesem kompakten Webinar zeigen Marlon Tietze und Eric Notthoff, wie sich die digitale Suche durch KI verändert und was das konkret für Salons bedeutet. Im Mittelpunkt steht die Frage, warum manche Salons bei Google und in KI-Assistenten wie ChatGPT sichtbar sind und andere nicht. Die Teilnehmer erfahren, wie Google, KI und moderne Algorithmen zusammenspielen und mit welchen konkreten Maßnahmen sie ihren digitalen Auftritt verbessern und ihre Sichtbarkeit für die Zukunft stärken können.

5 Fragen: Erfolgreich im Digital Business mit Maximilian Meyer

Maximilian Meyer gibt Einblicke in die wichtigsten Faktoren für einen erfolgreichen digitalen Auftritt. Dabei geht er unter anderem darauf ein, welche Tools er selbst nutzt, worauf es bei der digitalen Präsenz besonders ankommt und welche Aspekte Unternehmen beachten sollten, um sich online erfolgreich zu positionieren. Darüber hinaus teilt er praktische Erfahrungen und Tipps aus seinem Arbeitsalltag.

und schafft euch on demand wertvolles Know-how drauf. Hier die besten E-Learning-Seminare zum Thema.

Dr. Mareike Ahlers | Gründerin und Geschäftsführerin Prof. Bruhn & Partner AG

Dr. Mareike Ahlers gibt einen Einblick in die Chancen und Einsatzmöglichkeiten von Künstlicher Intelligenz. Dabei zeigt sie auf, in welchen Bereichen KI künftig Aufgaben übernehmen kann, welche Vorteile sich daraus für Kunden und Unternehmen ergeben und wo der Einsatz von KI einen echten Mehrwert schaffen kann. Im Mittelpunkt steht die Frage, wie KI sinnvoll eingesetzt werden kann, um Prozesse zu verbessern und gleichzeitig das Kundenerlebnis zu stärken.



„Besonders großes Potenzial sehe ich im Einsatz digitaler Lösungen beim Aufbau einer durchgängigen digitalen Kundenreise. Wie diese optimal gestaltet werden kann, welche Möglichkeiten sich daraus für den Salon ergeben und welche konkreten Vorteile sie bietet, erfahrt ihr unter anderem in unserem Seminar „Salonstruktur & Digitalisierung“.

EXTRA-Tipp von Marlon Tietze, Unternehmensberater La Biosthétique Consulting

UPTODATE

Oktober

11.10.2026	Paris	OpenOffice Maison Paris, Warteliste
12.10.2026 10-12 Uhr	Online	Ausbildung, die hängen bleibt: Lernen neu gedacht für den Salonalltag mit Prof. Dr. Frank Beham
12.10.2026	München	Sales & Motivation Make-up Booster: „Sell with Glow“ mit Carolyn Florio (kostenfrei)
19.10.2026 18-19 Uhr	Online	„Was bleibt von 100€ Umsatz übrig?“ mit Marlon Tietze
19.10.2026	Berlin	Sales & Motivation Make-up Booster: „Sell with Glow“ mit Carolyn Florio (kostenfrei)
26.10.2026	Hellwege	Sales & Motivation Make-up Booster: „Sell with Glow“ mit Carolyn Florio (kostenfrei)

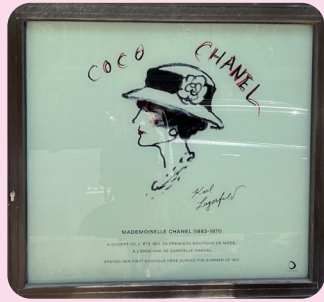
November

02.11.2026	Pforzheim	Sales & Motivation Make-up Booster: „Sell with Glow“ mit Carolyn Florio (kostenfrei)
02.11.2026 18-19 Uhr	Online	„Das bin ich mir wert“ - Preise/ Löhne mit Alfred Wilfert
09.11.2026	Burgstädt	„Beauty Power“ – Exklusive Beauty-Services, die begeistern (kostenfrei)
15.11.2026	Österreich	Kongress Österreich
16.11.2026	Fürstenfeldbruck	„Beauty Power“ – Exklusive Beauty-Services, die begeistern (kostenfrei)
16.11.2026 16-18 Uhr	Online	„Die Kraft der Werte“ mit Ricardo Donner
22.11.2026 ca. 11-16 Uhr	Dinkelsbühl	SFB Community & Network-Treff Region 9
30.11.2026 10-11 Uhr	Online	Ausbilden. Einarbeiten. Qualifizieren „Qualität im Salon sichern und Reklamationen bearbeiten“ mit Gabi Stern

Hier gehts zu den SFB Exklusiv Seminarangeboten

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

FINALLY...



„Eine Frau, die sich die Haare abschneidet, steht kurz davor, ihr Leben zu verändern.“

Coco Chanel



Pssst! Schon eingedeckt?

Wow. Die ersten Weihnachtsmänner stehen in den Supermärkten. Höchste Zeit also, sich für die trubeligste Zeit des Salon-Jahres einzudecken: das Weihnachtsgeschäft. Und – surprise, surprise – es gibt ihn wieder, den hammermäßigen, mega begehrten La Biosthétique Adventskalender in der limited edition... Jetzt zugreifen.

pre | mi | um

Bedeutung

von besonderer, bester Qualität



Haarige Hashtags

#hair Unter #hair findet ihr Inspirationen satt: Mehr als 200 Millionen Beiträge rund um Haare, Pflege und Trends gibt es allein auf Insta.

#hairstyle / #hairstyles Hunderte Millionen Fotos und Videos von Frisuren gibt's unter den Hashtags #hairstyle /

#hairstyles. Hochsteck-, Flechtlooks und Trendcuts en masse.

#haircut liefert euch Inspos zu konkreten Haarschnitten, darunter natürlich auch die Klassiker Bob, Pixie, Wolfcut & Co. Vorher-Nachher-Looks inklusive.



HBA - go for it!

Toller Kick-off beim Hair & Beauty Artist im Sommer 2026!

Mit 50 hochmotivierten neuen Schülerinnen und Schülern startet „unser“ Erfolgsmodell für hochmoderne Ausbildung ins neue Schuljahr. Die SFB-Community wünscht das Allerbeste für alle neuen Azubis, Ausbilder und Lehrkräfte!