

EINBLICK

PERSPEKTIVENWECHSEL
DRANBLEIBEN
ZAHLT SICH AUS

SICHTWEISEN
WENN AUS EINEM TERMIN
EIN ERLEBNIS WIRD

RECHTSWELT
ARBEIT AUF ABRUF

März/April 2026 | Nº 410

DRANBLEIBEN ZAHLT SICH AUS
WARUM GERADE JETZT KONSEQUENZ ENTSCHEIDEND IST

Viele von Euch **starten mit klaren Zielen ins neue Jahr**: Umsatz steigern, Abläufe verbessern, Mitarbeiter entwickeln, Preise anpassen oder neue Dienstleistungen einführen. In den ersten Wochen ist die Motivation meist hoch. Strategien werden entwickelt, Maßnahmen geplant und Ziele formuliert. Doch in der Praxis entscheidet sich der Erfolg eines Jahres nicht bei der Planung – sondern bei der konsequenten Umsetzung und der regelmäßigen Überprüfung der Ergebnisse.

Genau hier liegt der **entscheidende Unterschied zwischen Salons, die ihre Ziele erreichen, und denen, bei denen die Planung am Jahresende nur Theorie geblieben ist.**

DIE ERSTEN MONATE ENTSCHEIDEN ÜBER DAS GANZE JAHR

Die ersten Monate eines Geschäftsjahres sind unternehmerisch besonders relevant. I**n dieser Phase zeigt sich, ob geplante Maßnahmen tatsächlich umgesetzt werden** und ob sich die geplante Entwicklung auch in den Zahlen widerspiegelt.

Dabei ist wichtig zu verstehen: Viele unternehmerische Maßnahmen wirken nicht sofort. Preisstrategien, Marketingaktivitäten, Teamentwicklung oder Weiterbildungen entfalten ihre wirtschaftliche Wirkung oft erst mit zeitlichem Abstand. Gerade deshalb ist es entscheidend, früh zu beginnen und regelmäßig zu überprüfen, ob sich das Unternehmen auf dem geplanten Kurs befindet.

Unternehmerisch bedeutet das konkret:
Ein regelmäßiger Soll-Ist-Vergleich gehört zu den wichtigsten Steuerungsinstrumenten im Betrieb.

- Entwickelt sich der Umsatz wie geplant?
- Stimmen Auslastung und Durchschnittsbon?
- Werden geplante Maßnahmen wirklich umgesetzt?

Diese Fragen sollten nicht erst am Jahresende gestellt werden, sondern bereits in den ersten Monaten regelmäßig überprüft werden.

In einigen Salons zeigt sich nämlich bereits früh im Jahr eine erste Abweichung zwischen Planung und tatsächlicher Entwicklung. Das ist grundsätzlich nichts Ungewöhnliches – entscheidend ist jedoch, wie damit umgegangen wird. Professionelle Unternehmensführung bedeutet in diesem Moment:

- **Abweichung erkennen:** Die aktuellen Zahlen werden mit der Planung verglichen.
- **Ursache analysieren:** Woher kommt die Differenz? Liegt sie an der Auslastung, am Durchschnittsbon, an verschobenen Maßnahmen oder an fehlender Umsetzung im Team?
- **Konkrete Gegenmaßnahmen definieren:** Welche Schritte sind notwendig, um wieder auf Kurs zu kommen?

Gerade dieser dritte Punkt wird häufig unterschätzt. Viele Unternehmer stellen zwar fest, dass Zahlen von der Planung abweichen – reagieren jedoch nicht konsequent genug darauf. Dabei ist genau jetzt der Zeitpunkt, aktiv zu werden.

Ein einfaches Beispiel aus der Praxis:
Wird der Besuch eines Seminars – beispielsweise zum Thema Beratung & Kommunikation – nicht wie geplant umgesetzt, bleibt auch das damit verbundene Umsatzpotenzial ungenutzt.

PERSPEKTIVENWECHSEL

Verbessert sich durch gezieltes Training die Beratungsqualität, steigt häufig der Umsatz pro Kunde, etwa durch passendere Produktempfehlungen oder zusätzliche Dienstleistungen. Steigt der Umsatz pro Kunde nach einem Seminar beispielsweise um durchschnittlich 5 € und bedient ein Mitarbeiter im Monat etwa 150 Kunden, ergibt sich daraus ein zusätzlicher Umsatz von 750 € pro Mitarbeiter und Monat. Wird die Teilnahme am Seminar um drei Monate verschoben, entgehen dem Unternehmen bereits 2.250 € zusätzlicher Umsatz pro Mitarbeiter – ohne dass sich Arbeitszeit oder Auslastung verändern. Gerade deshalb ist es entscheidend, bereits zu Beginn des Jahres konsequent zu handeln. Denn je früher Abweichungen entstehen, desto schwieriger wird es, die Planung im weiteren Jahresverlauf noch zu erreichen.

Konsequenz in der Umsetzung entscheidet

In der Friseurbranche entsteht wirtschaftlicher Fortschritt selten durch einen einzigen großen Schritt. Viel häufiger sind es viele kleine, konsequent umgesetzte Maßnahmen, die langfristig den Unterschied machen. Eine angepasste Preisstruktur, klarere Terminplanung, bessere Beratungsgespräche, gezielte Zusatzverkäufe oder kontinuierliche Marketingaktivitäten – jede einzelne Maßnahme wirkt für sich genommen vielleicht überschaubar.

In der Summe jedoch entwickeln sie eine enorme wirtschaftliche Wirkung. Unternehmen, die diesen Weg gehen, arbeiten mit einem klaren Prinzip: **Planen – umsetzen – überprüfen – nachsteuern.** Dieses kontinuierliche Vorgehen sorgt dafür, dass sich das Unternehmen stabil weiterentwickelt und frühzeitig auf Veränderungen reagieren kann.

Deshalb mein klarer Impuls für die kommenden Wochen: **Bleiben Sie konsequent an den Themen dran, die Sie für Ihr Unternehmen geplant haben.**

- Setzen Sie beschlossene Maßnahmen tatsächlich um.
- Führen Sie regelmäßige Soll-Ist-Vergleiche durch.
- Analysieren Sie frühzeitig Abweichungen.
- Leiten Sie konkrete Gegenmaßnahmen ein.

Denn jede Maßnahme, die heute umgesetzt wird, hat Wirkung auf die kommenden Monate.

Herzlichst
Stefan Dax



SERVICE BEIM FRISEUR
WENN AUS EINEM TERMIN EIN ERLEBNIS WIRD

EIN FRISEURBESUCH IST WEIT MEHR ALS NUR EIN HAARSCHNITT.

Für viele Kundinnen und Kunden ist er eine kleine Auszeit vom Alltag – ein Moment zum Durchatmen, Entspannen und Wohlfühlen. Genau hier beginnt echter Service: **Wenn der Besuch im Salon zu einem Erlebnis wird, bei dem sich der Gast willkommen, wertgeschätzt und umsorgt fühlt.**

> DER KUNDE SOLL SICH NICHT EINFACH NUR BEDIENT FÜHLEN, SONDERN WIE EIN KÖNIG.

Service zeigt sich oft in den kleinen Details. Schon beim Betreten des Salons entscheidet sich, ob sich ein Kunde wirklich gesehen fühlt. Eine persönliche Begrüßung mit Namen, ein freundliches Lächeln und das Abnehmen der Jacke an der Tür sind einfache Gesten – aber mit großer Wirkung. Sie vermitteln sofort das Gefühl: Schön, dass Du da bist.

Auch während des Aufenthalts sind es die vielen **aufmerksamen Kleinigkeiten, die den Unterschied machen.** Ein Tuch für die beschlagene oder nasse Brille, ein angebotener Kaffee oder ein Glas Wasser, ein kurzer Blickkontakt und ehrliches Interesse im Gespräch. Vielleicht wartet am Bedienplatz sogar ein kleines Willkommensschild mit den Worten: **„Schön, dass Du da bist, Alex"** Solche Momente überraschen – und bleiben im Gedächtnis.

Ein wichtiger Bestandteil von Service ist außerdem Transparenz. Kundinnen und Kunden fühlen sich sicherer und besser aufgehoben, wenn jeder Schritt erklärt wird: Was passiert als Nächstes? Welche Produkte werden verwendet? Wie wird der gewünschte Look umgesetzt? Selbst beim Haarewaschen kann Service erlebbar werden – etwa durch die Frage: **„Ist die Wassertemperatur so angenehm für Dich?"**

Doch echter Service bedeutet noch mehr. Es geht darum, Bedürfnisse zu erkennen, bevor sie ausgesprochen werden. Vielleicht ein ruhiger Moment am Waschbecken mit einer kurzen Kopfmassage. Vielleicht ein ehrliches Kompliment oder ein aufmerksamer Smalltalk, der zeigt, dass der Kunde als Mensch wahrgenommen wird – nicht nur als Termin im Kalender.

SICHTWEISEN

Wer Service wirklich lebt, schafft Emotionen. Der Kunde soll den Salon nicht nur mit einem guten Haarschnitt verlassen, sondern mit einem guten Gefühl. Idealerweise mit dem Gedanken: Hier fühle ich mich besonders.

Denn genau das ist das Ziel: Der Kunde soll sich nicht einfach nur bedient fühlen – sondern wie ein König. Und wenn am Ende nicht nur die Frisur begeistert, sondern das gesamte Erlebnis, dann wird aus einem Friseurbesuch echte Kundenbindung.

Service ist kein Zufall. Er ist eine bewusste Entscheidung – jeden Tag, bei jedem Kunden.

Herzlichst
Alexander Dreiling



schaefer-graphics.com

Dirk Valentin

Mobil: +49 (0)1511 82 112 44
valentin.dirk@miee.de



Begrüßen Sie mit uns herzlich Dirk Valentin.

Herzlich Willkommen bei Miée. Magst Du was zu Dir erzählen?
Gerne … ich bin Dirk, 51 Jahre, verheiratet, habe 2 Kinder und eine Continental Bulldogge. Wir wohnen ländlich in der Nähe von Schwerin. In der Freizeit bin ich ehrenamtlich für unseren Sportverein tätig, als Jugendtrainer und Abteilungsleiter im Fußball. Wenn es die Zeit erlaubt, verbringen wir das Wochenende auch gerne mit dem Wohnwagen auf dem Campingplatz oder ich drehe eine Runde mit dem Motorrad.

Wie bist Du zu Miée gekommen?
Zu Miée bin ich durch meinen Kollegen Karsten gekommen, mit dem ich schon vorher zusammengearbeitet habe. Er schwärmte so von seiner neuen Firma, da nutzte ich die Chance als das Gebiet im Norden neu besetzt werden sollte. Es freut mich riesig, dass es geklappt hat.

Was ist der Kernpunkt für Miée, den Du deutlich vermitteln willst?
Friseurexklusivität, Kompetenz für Friseure im gesamten Unternehmen, mit dem Friseur zum Erfolg.

Was fasziniert Dich an Miée?
Miée ist einfach anders … angefangen von der Pflege mit System, über die einzigartige Duftwelt, dem tollen Team …

Was hast Du immer daheim?
Familie, Gasflasche für den Grill und Feuerholz (auch, wenn es vorher Arbeit macht)

Was ist Dein Lieblingsland und warum?
Dänemark, ob im Ferienhaus oder mit dem Wohnwagen. An den breiten Stränden, der Nordsee, kann man super abschalten. Zum Ausspannen in der Sonne darf es dann auch die Türkei sein.

Was ist Dir wirklich wichtig im Leben?
Dass es meiner Familie und Freunden gut geht und sie gesund sind.

Dirk, wir freuen uns sehr, dass Du zu uns gefunden hast und wünschen Dir viel Vergnügen bei Deinen Kunden und mit uns Kollegen.

ARBEIT AUF ABRUF, WAS IST DAMIT?

Arbeit auf Abruf ist vor allem in Branchen mit schwankendem Arbeitsanfall gefragt, wie etwa in Pflege, Logistik, Gastronomie, aber auch gelegentlich bei Friseuren. **Da kann es zu Vereinbarungen kommen,** dass neben der normalen Arbeitszeit (Teilzeit) noch Arbeitszeiten „auf Abruf" gewünscht werden. Dieser Wunsch auf flexible Arbeitszeiten kann sowohl vom Arbeitnehmer als auch von Arbeitgeber ausgehen.

„Arbeit auf Abruf" **muss vertraglich vereinbart werden,** dabei müssen die maximale Stundenzahl, wie auch die minimale Stundenzahl geregelt werden. Die Vorankündigungsfrist für den Arbeitgeber beträgt vier Tage. Maximal können 25 Prozent der normalen Wochenarbeit als Abruf vereinbart werden.

Beispiel: Bei einer Teilzeitarbeit von 20 Stunden pro Woche können pro Woche fünf Stunden auf Abruf verlangt werden. **Die Mindestabrufzeit, welche der Arbeitgeber abrufen muss, beläuft sich auf 20 Prozent** der Wochenarbeitszeit.

Aus meiner Sicht ist der größte Störfaktor bei Arbeit auf Abruf die bislang geltende Ankündigungsfrist von vier Tagen. Natürlich können bestimmte Wochentage bereits voraussehend mit einem erhöhten Arbeitsaufwand erkannt werden und mit dem Mitarbeiter für diese ein Abruf besprochen werden. **Solche Regelungen werden meistens für Zuarbeiten für Stylisten vereinbart u**nd regeln dadurch verhältnismäßig geschickt eine stoßartig anfallende Mehrarbeit.

Herzlich
Bernd Werner



MANAGEMENT IM FRISEURHANDWERK

MENSCHEN. – SOCIAL MEDIA BAND 4

SCHAEFER &PARTNER



ARBEITE
AUCH HEUTE
DARAN,
GUTE
ERINNERUNGEN
ZU SCHAFFEN.

DIE AUTORIN STEFANIE SCHÄFER-DAX

Stefanie Schäfer-Dax

Assistentin
Schwerpunkt
PR- und Öffentlichkeitsarbeit
geprüfte PR-Referentin

Bestelle hier Dein
eigenes Exemplar.

schaefer-consulting.com

SCHAEFER DIGITAL

WÜNSCHT FROHE OSTERN



UPDATE VOM 01.03.2026
VERBESSERUNGEN

SCHAEFER DIGITAL

01.03.2026
NEUES
UPDATE

- ✓ Geschwindigkeitsverbesserungen für flüssigeres Arbeiten
- ✓ Hauptbediener jederzeit auswählbar in den Einstellungen
- ✓ Auswertungen der Dienstleitungs- und Artikelrabatte je Kunde

Herzlichst
Dein Victory Team

BEREIT? DANN ANPFIFF.
DIE WM 2026 STARTET!

SCHAEFER GRAPHICS



Die Fußball-WM 2026: perfekter Aufhänger für Dein Marketing zur Kundenbindung, Neukundengewinnung und Kundenreaktivierung. Wir bieten Dir dafür besondere und treffsichere Marketingmaßnahmen! Tröten, Trikots und Fahnen gibt es überall. Wir haben kreative Maßnahmen für Dich, um nicht nur sportbegeisterte Kundenherzen zu gewinnen!

Auch wenn die WM 2026 noch in weiter Ferne liegen mag, ist es aber jetzt schon an der Zeit, Kampagnen und Aktionen mit passenden Werbemitteln zu planen.

Nutze unsere WM-Aktion für Deine individuellen Bedürfnisse!

Du **benötigst Neukunden** und möchtest gleichzeitig Deine **Stammkunden binden?** Dann nutze die WM-Card mit Doppeleffekt! Die WM-Card kann zur Weiterempfehlung und zusätzlich als Gewinnspiel für Stammkunden genutzt werden. Gib Deinen Kunden die WM-Card mit, damit sie diese an jemanden verschenken, der Deinen Salon noch nicht kennt.

Nachdem die WM-Card eingelöst wird, kommt diese in eine Lostrommel. Ist die WM vorbei, **lost Du den Gewinner in Deinem Salon aus.**

BESTELLE JETZT!

schaefer-graphics.com

GOOD TO KNOW!
EIN PAAR FAKTEN ZUR WM 2026



ECKDATEN & GASTGEBER:
Vom 11. Juni bis 19. Juli 2026 findet die WM erstmals in drei Ländern statt – USA, Kanada und Mexiko. Das Eröffnungsspiel bestreiten Mexiko und Südafrika im legendären Aztekenstadion (Mexiko-Stadt), das Finale steigt im MetLife Stadium (New York/New Jersey).

FORMAT & TEILNEHMER:
Insgesamt 48 Nationen spielen in 12 Gruppen à 4 Teams. Die ersten zwei plus acht beste Dritte ziehen ins Sechzehntelfinale ein. Es gibt 104 Spiele, die WM dauert 39 Tage. Ein Finalteilnehmer bestreitet acht Spiele.

AUSTRAGUNGSORTE:
USA (11 Städte): Atlanta, Boston, Dallas, Houston, Kansas City, Los Angeles, Miami, New York/New Jersey, Philadelphia, San Francisco Bay Area, Seattle.
Kanada (2): Toronto, Vancouver.
Mexiko (3): Guadalajara, Mexiko-Stadt, Monterrey.

BESONDERHEITEN:
Erste Dreifach-Ausrichtung der Geschichte, größte WM aller Zeiten, und einige US-Stadien bekommen temporären Naturrasen.

DEUTSCHLAND:
Steht in Gruppe E, startet in Philadelphia, mögliche weitere Spiele in Toronto und New York. Die Gruppenauslosung erfolgte im Dezember 2025.

SPC-KONGRESS
26.–27. APRIL 2026

#CREATE YOUR FUTURE

AUSBILDUNG FÜR QUEREINSTEIGER
Die Branche steht vor großen Herausforderungen: Fachkräftemangel, steigende Anforderungen, neue Erwartungen an Preise, Löhne, Leistungen. Und: das Problem Personal. Wer heute bestehen will, braucht einen echten Gamechanger. Oliver Schmidt und Guido Paar haben gemeinsam mit L'Oréal Professionnel Paris ein innovatives Konzept entwickelt: GO College – in nur zwölf Monaten zum Top-Mitarbeiter.

GO College spricht Quereinsteiger und Wiedereinsteiger an, die beruflich neu durchstarten wollen oder mit dem Wunsch nach einem kompakten, praxisnahen Fachtraining. Informiert Euch gerne – und gestaltet die Zukunft Eures Salons mit.

MASKENBALL MEETS BEAUTIFUL BLACK
Wir sind bereit für die Mottoparty „Karneval Venedig"!
Du auch?

Verwandle Dich im Venedig-Stil. Deiner Kreativität sind keine Grenzen gesetzt. **Tauche ein in die Mystik des Maskenballs,** der Eleganz und Geheimnis miteinander verbindet. Wenn Dir der Maskenball zu mystisch ist, darfst Du gerne in Schwarz erscheinen, denn **black is beautiful.**



SAMSTAG, 25. April 2026

ab 16.00 Uhr	Tätowiererinnen und Piercer
ab 18.00 Uhr	Get together!
18.00-21.00 Uhr	Welcome-Buffet

SONNTAG, 26. April 2026

10.00-10.30 Uhr	Begrüßung
10.30 Uhr	**Vortrag Philip Keil**
12.00-13.30 Uhr	Mittagspause EG
13.30 Uhr	**Vortrag Lars Cordes**
14.30 Uhr	Kaffeepause
15.00 Uhr	**Workshops:** Miée, Feng-Shui, Go College
15.00 Uhr	Raum der Inspirationen (Haartressen, Klangton) und Victory Kassensystem & Online-Timer
18.00 Uhr	Zeit zur freien Verfügung
19.30 Uhr	Abendessen
21.00 Uhr	Live-Musik Chicolores, Mottoparty & Losverkauf

MONTAG, 27. April 2026

9.30 Uhr	**Vortrag Andreas Bäuerlein**
11.00 Uhr	Kaffeepause
11.30 Uhr	**Christian Garnsch**
13.00 Uhr	Verabschiedung
13.15 Uhr	Mittagessen / Abreise

Details zum Programm und
den Referenten findet Ihr hier:

BERATUNG STATT VERKAUFEN
WIE DEIN WISSEN IM SALON ZUM ERFOLG WIRD

Kennst Du das Gefühl, wenn es im Salon eigentlich perfekt läuft, der Haarschnitt sitzt, die Farbe strahlt und trotzdem kommt dieser Moment, in dem Du Dich fragst: Soll ich der Kundin jetzt noch ein Produkt empfehlen? Für viele Friseure fühlt sich genau dieser Moment wie „Verkaufen müssen" an. Und genau hier entsteht oft Unsicherheit.

Doch was wäre, wenn Verkaufen gar kein zusätzlicher Schritt wäre? Wenn es ganz natürlich aus Deiner Arbeit entsteht? Genau darum geht es in unserem **Seminar Beratung & Kommunikation.** Denn die Wahrheit ist: Du bist der Fachmann oder die Fachfrau. Deine Kundin sitzt bei Dir im Stuhl, weil sie Deinem Wissen vertraut.

WARUM BERATUNG IM SALON SO WICHTIG IST

Als Friseur arbeitest Du jeden Tag mit Haaren. Du siehst Strukturen, erkennst Bedürfnisse und weißt, was ein Haar wirklich braucht. Deine Kundin dagegen sieht meistens nur das Ergebnis im Spiegel – und oft auch die Probleme, die sie selbst zu Hause hat. Genau hier beginnt Deine Rolle als Experte. Wenn Du Dein Wissen bewusst teilst und Deiner Kundin erklärst, **warum ihr Haar sich so verhält und was es wirklich braucht**, entsteht etwas sehr Wertvolles: Verständnis und Vertrauen. Die Kundin fühlt sich gesehen, verstanden und gut aufgehoben. Und plötzlich ist die Empfehlung eines passenden Produkts kein „Verkaufsgespräch" mehr – sondern eine logische Lösung.

WISSEN ÜBER HAAR – DER SCHLÜSSEL ZUR BERATUNG

Viele Friseure besitzen unglaublich viel Fachwissen über Haarstruktur, Pflege, Farbe und Styling. Doch im stressigen Salonalltag bleibt dieses Wissen oft unausgesprochen.
Im Seminar lernst Du, dieses Wissen gezielt einzusetzen.

Du erfährst zum Beispiel:

- wie Du Haarstrukturen schnell analysierst
- wie Du Deiner Kundin erklärst, was ihr Haar braucht
- wie aus Fachwissen eine wertvolle Beratung entsteht
- wie Du Deine Kundin sicher durch den Termin begleitest

Denn Beratung beginnt nicht erst beim Produktregal. Sie beginnt bereits beim ersten Gespräch, wenn Deine Kundin Platz nimmt.

DIE ANGST VOR DEM VERKAUFEN VERLIEREN

Viele Friseure haben ein Problem mit dem Wort „Verkaufen". Es fühlt sich manchmal so an, als würde man der Kundin etwas aufdrängen. **Doch gute Beratung hat damit nichts zu tun.** Wenn Du Deiner Kundin erklärst, warum ihr Haar trocken ist, warum die Farbe schneller verblasst oder warum ihr Styling zu Hause nicht hält – dann gibst Du ihr wertvolles Wissen. Und wenn Du ihr anschließend ein Produkt empfiehlst, das genau dieses Problem löst, hilfst Du ihr. In diesem Moment verkaufst Du nicht. **Du berätst.** Und genau dadurch passiert Verkauf ganz automatisch.

KOMMUNIKATION, DIE VERTRAUEN SCHAFFT

Neben dem Fachwissen spielt auch Deine Kommunikation eine große Rolle. Denn nicht nur was Du sagst ist entscheidend, sondern auch wie.

Im Seminar lernst Du:

- wie Du die richtigen Fragen stellst
- wie Du wirklich zuhörst
- wie Du die Bedürfnisse Deiner Kundin erkennst
- wie Du Deine Empfehlung klar und verständlich erklärst

So entsteht ein Termin, bei dem sich Deine Kundin wirklich begleitet fühlt – vom ersten Gespräch bis zum letzten Blick in den Spiegel.

BERATUNG VERÄNDERT DEINEN SALONALLTAG

Wenn Beratung bewusst Teil Deiner Arbeit wird, verändert sich vieles im Salon. Deine Kundinnen fühlen sich sicherer. Sie verstehen ihr Haar besser. Und sie vertrauen Deinen Empfehlungen. Aus diesem Vertrauen entsteht etwas ganz Natürliches: Sie möchten genau die Produkte nutzen, die Du ihnen empfiehlst. Nicht weil sie verkauft werden, sondern weil sie verstehen, warum sie sinnvoll sind.

FAZIT

Beratung ist kein zusätzlicher Schritt im Salon, sie ist der Schlüssel zu echter Kundenzufriedenheit. Wenn Friseure ihr Wissen teilen, zuhören und ihre Kunden bewusst durch den Termin begleiten, entsteht Vertrauen. Und aus Vertrauen entsteht ganz selbstverständlich auch Verkauf.

Genau das darfst Du in unserem Seminar erleben, üben und für Deinen Salonalltag mitnehmen. Wir freuen uns auf Dich.

Hier geht's zur Anmeldung
BERATUNG & KOMMUNIKATION

Herzlichst
Nicole Heupel



SEMINARTERMINE
2026 D/A/CH

SCHAEFER ACADEMY







CHEFSEMINAR I:
☐ 21.–23.06. in Dinkelsbühl
☐ 11.–13.10. in Dinkelsbühl
☐ 11.–13.10. in Österreich

CHEFSEMINAR II:
☐ 08.–09.11. in Dinkelsbühl

FÜHRUNGSSEMINAR I:
☐ 08.–09.11. in Dinkelsbühl

FÜHRUNGSSEMINAR II:
☐ 05.–06.07. in Dinkelsbühl

BUSINESS BEAUTY:
☐ 10.–11.05. in Österreich
☐ 20.–21.09. in Oberdachstetten
☐ 15.–16.11. in Hamburg

BERATUNG & KOMMUNIKATION I:
☐ 19.–20.04. in Oberdachstetten
☐ 07.–08.06. in Oberdachstetten
☐ 15.–16.11. in Oberdachstetten
☐ 13.–14.09. in der Schweiz

BERATUNG & KOMMUNIKATION II:
☐ 03.–04.05. in Oberdachstetten

ORGANISATION & REZEPTION:
☐ 13.–14.09. in Oberdachstetten

SICHER AM TELEFON:
☐ 05.10. online

SHIATSU:
☐ 23.03. in Oberdachstetten
☐ 26.10. in Oberdachstetten

TALENTFINDER:
☐ 15.–16.11. in Dinkelsbühl

INSPIRATIONSTAGE:
AUFBLÜHEN STATT AUSBRENNEN
☐ 14.06. in Oberdachstetten
☐ 11.10. in Oberdachstetten

SOCIAL MEDIA:
☐ 18.05. in Oberdachstetten
☐ 19.10. in Oberdachstetten

MELDE DICH
JETZT AN UNTER:

+49 (0) 9845 / 989 100
info@schaefer-academy.com
schaefer-academy.com

EVENTS

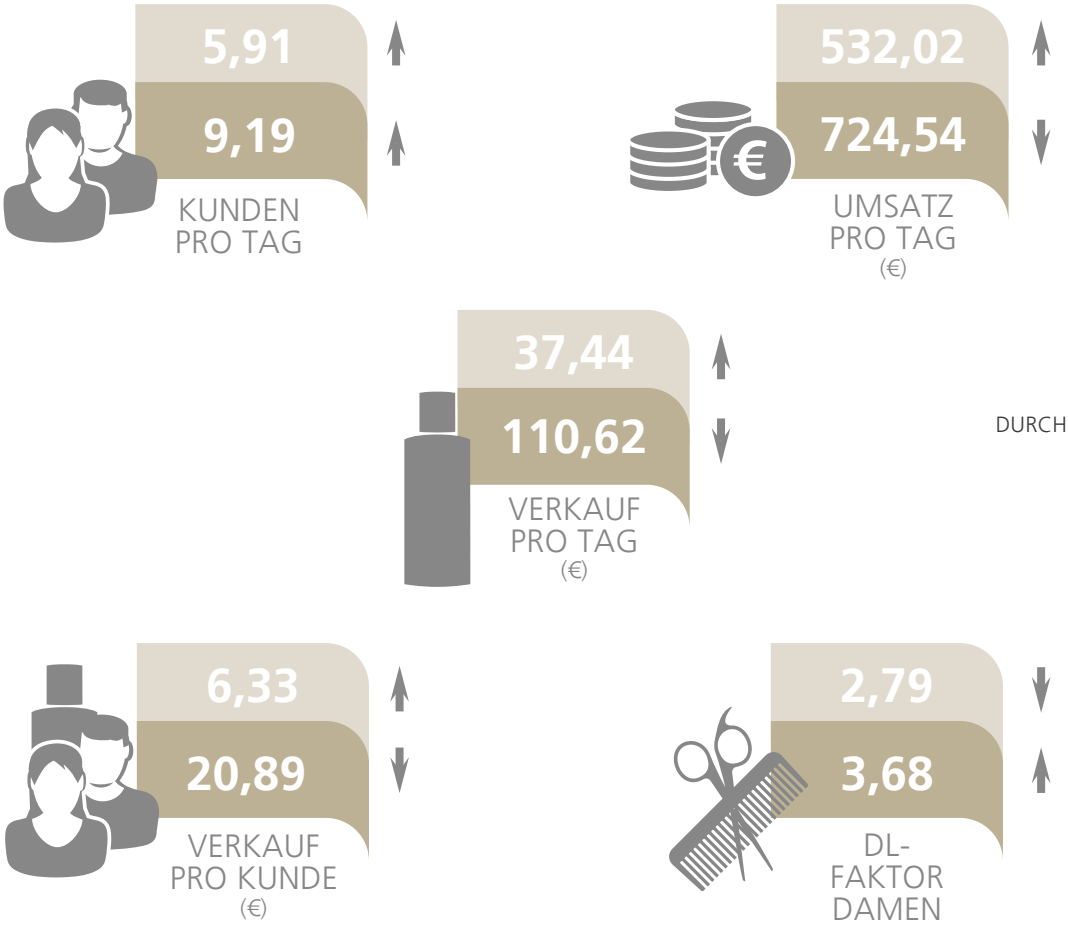
SPC-KONGRESS
☐ 26.–27.04.2026 in Dinkelsbühl

T.I.M.
☐ 27.09.2026 in Dinkelsbühl

schaefer-consulting.com

ZAHLEN IM EINBLICK
FEBRUAR 2026

WISSENSWERTES



*Zu beachten ist, dass es sich nicht um die Werte eines einzelnen Salons handelt,
sondern um Durchschnittswerte aller ausgewerteten Salons in der jeweiligen Kategorie im Februar 2026.

IMPRESSUM

SCHAEFER CONSULTING

Herausgeber:
Schaefer & Partner Consulting GbR, An der Hochstraße 15, 91617 Oberdachstetten
+49 (0) 09845 989 0 / schaefer-consulting.com

info@schaefer-consulting.com

Redaktion:
Stefanie Schäfer-Dax, schaefer-dax.stefanie@schaefer-consulting.com, +49 (0) 9845 989 218

Wir wenden uns mit diesem Medium selbstverständlich an alle Menschen, unabhängig von ihrem Geschlecht. Wir haben in den Beiträgen und Texten versucht, eine geschlechtergerechtere Sprache umzusetzen: durch Nennung der weiblichen und männlichen Form, durch eine abwechselnde Nennung der weiblichen und männlichen Form, durch Partizipformen wie „die Mitarbeitenden“ oder textliche Umschreibungen. Beschreibt eine Textpassage aus unserer Sicht eher eine berufliche Rolle wie beispielsweise „Stylist“, haben wir auf das Gendern verzichtet.

Gestaltung:
Tamara Felbinger, felbinger.tamara@schaefer-graphics.com, +49 (0) 9845 989 202

Erscheinungsweise:
monatlich (am 15. des Monats)

Beiträge von Gastkommentatoren stellen nicht unbedingt
die Meinung der Schaefer Consulting, sowie der Redaktion dar.

Titelbild: © Vincenco Esposito / miee.com
Seite 8: Влада Яковенко, Adobe Stock
Seite 10: Aventurine, Adobe Stock
Seite 17: Viktoriia, Adobe Stock