

EINBLICK

CHEFGEDANKE

QUO VADIS – FRISEURBRANCHE?

SICHTWEISEN

WENN KI ALLES SCHÖN MACHT ABER ALLES GLEICH AUSSIEHT

RECHTSWELT

SO PROFITIEREN ARBEITNEHMER UND ARBEITGEBER

August/September 2026 | Nº 416

QUO VADIS – FRISEURBRANCHE?

STEHEN DER FRISEURBRANCHE SCHLECHTE ZEITEN BEVOR ODER LIEGT GERADE DARIN EINE GROSSE CHANCE – POSITIVE TENDENZEN SIND SCHON ERKENNBAR

Wann immer man heute Nachrichtensendungen sieht, Zeitungsberichte liest oder im Netz Informationen einholt, die negativen Nachrichten überschlagen sich – vor allem, wenn es um die **wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland** geht. Immer wieder **Massenentlassungen aufgrund technischer Fehlplanungen** oder Horrorszenarien, wie sich die **künstliche Intelligenz auf den Arbeitsmarkt und die Wirtschaft auswirken kann**.

Kein Mensch und kein Experte kann dabei wirklich die Entwicklung der Wirtschaft aufgrund der schnellen Entwicklung in der digitalen Welt und der künstlichen Intelligenz voraussagen, aber es lassen sich aktuell Tendenzen erkennen.

Die letzten Jahre waren in der Friseurbranche vor allem vom **Mitarbeitermangel** geprägt. Befeuert wurde dieses Thema auch noch durch die von der Rentenkommission empfohlene Abschaffung der Minijobs. Hier werden sich sicherlich viele Branchen gegen dieses Vorhaben wehren, auch der Zentralverband des Friseurhandwerks hat hierzu bereits eine klare Stellungnahme veröffentlicht.

Doch in der alltäglichen Praxis sind auch wieder sehr positive Tendenzen zu erkennen. Viele der von uns betreuten Friseur-Unternehmen vermelden wieder eine deutliche Zunahme an Bewerbungen im Lehrlingsbereich. Dabei steigt auch der Anteil von vermeintlich besser qualifizierten Schulabgängern. Scheinbar findet in deutschen Familien ein Umdenken statt, was die **Zukunftschancen ihrer Kinder in den Ausbildungsberufen** betrifft. Durch die Bedrohung vieler Berufe, deren Anzahl an ausgeschriebenen Stellen durch Abdeckung vieler Aufgaben mittels künstlicher Intelligenz deutlich sinken, rücken die Ausbildungen in Handwerks- und Dienstleistungsberufen wieder mehr in den Mittelpunkt.

Schon alleine diese Tatsache lässt wieder positiver in die Friseur-Zukunft blicken, wenn die Betriebe auch bereit sind, auszubilden und in ihrer Ausbildung auch tolle Lösungen für die vielleicht **anspruchsvolleren Lehrlinge und die Vertreter der Generation Z** zu bieten haben. Bekommt die Friseurbranche wieder einen Zuwachs in der Ausbildung, dann wird sich dies in den nächsten Jahren auch wieder deutlich positiver am Mitarbeiter-Markt bemerkbar machen.

Wer diese Anzeichen richtig deutet und handelt, der kann auch wieder hoffnungsfroh in die Zukunft blicken. Allerdings gilt es dabei auch einiges richtig anzupacken. Ausbildungskonzepte, die dazu führen, dass die Lehrlinge früh schon in den Salons eingesetzt werden können und mit Spaß und Freude ihren Beruf lieben und schätzen lernen, sind hier ein wichtiger Grundstein.

Aber auch die **Entwicklung und das Nutzen von Lohnsystemen,** die dazu führen, dass der Friseurberuf auch in der Gehaltslandschaft weiter an Lukrativität gewinnt. Dies können wir nur dann auch erreichen, wenn die Kalkulationen auf den Prüfstand gestellt werden. Wie werden die Dienstleistungen terminiert, und wie müssen wir uns in der Preisgestaltung entwickeln, damit wir auch attraktive Löhne bezahlen können? Zumindest ist in den nächsten Jahren dann auch wieder mehr Assistenzarbeit durch die vermeintlich steigende Zahl an Lehrlingen möglich, was wieder andere Verdienstmöglichkeiten zur Folge hat.

Es ist lohnt sich gerade jetzt auch darüber nachzudenken, dass bei einer qualifiziert höheren Preisgestaltung auch das eigenen Leistungspotenzial auf den Prüfstand gestellt werden muss. Wodurch ist Ihr Salon in Ihrem regionalen Markt einzigartig und hat Wettbewerbsvorteile gegenüber den lokalen Mitbewerbern? Wie schaffen Sie diese Wettbewerbsvorteile?

CHEFGEDANKE

Bieten Sie **exklusive Friseur-Dienstleistungen** an, verwenden Sie exklusive Produkte, die nicht einfach am "freien Markt" zum Teil auch günstiger zu erwerben sind? Wo können Sie weitere Pluspunkte für Ihre Kunden sammeln?
Ein Beispiel: Sollten Sie nicht schon eine **Klimaanlage im Salon** einsetzen, ist es sicherlich sinnvoll, darüber nachzudenken, eine Antwort auf die intensiven Hitze-Sommer in Ihren Salons zu finden. So wäre eine Klimaanlage für die nächste Renovierung sicherlich ein wichtiger Baustein. Die Unternehmer ohne Klimaanlage haben in diesem Sommer wohl schon einige Leerlaufzeiten deswegen in Kauf nehmen müssen.
Wie können Sie sonst **Ihren Service verbessern oder vielleicht mit extra Dienstleistungen** während des Salonaufenthalts Ihren Kunden das Leben angenehmer machen? Hier lohnt es sich bestimmt, in der zweiten Jahreshälfte eine kreative Team-Auszeit zu nehmen und dies zu überdenken. Aufwertung des Friseur-Besuchs – höhere Wertschätzung mittels angemessener Preise – bessere Verdienstmöglichkeiten, höhere Mitarbeiter-Begeisterung.
Wenn Sie die derzeit gefühlte Krise als Chance verstehen, dann gestalten Sie aktiv Ihre Zukunft. Ein früherer Verkaufstrainer hat uns einmal einen Aufsteller im Büro überreicht: „Schlechte Zeiten sind gute Zeiten für gute Leute!"

Herzlichst
Klaus Schaefer



WENN KI ALLES SCHÖN MACHT
ABER ALLES GLEICH AUSSIEHT

KI kann heute innerhalb weniger Sekunden Logos, Social-Media-Posts, Flyer oder ganze Gestaltungsideen erzeugen.

Das ist praktisch, schnell und kann eine gute Inspirationsquelle sein. Gleichzeitig entsteht dadurch aber ein neues Problem: Je mehr Menschen mit denselben Tools, ähnlichen Vorgaben und aktuellen Trends arbeiten, desto ähnlicher sehen die Ergebnisse aus.

Bestimmte Farbkombinationen, Schriften, Bildwelten und Layouts tauchen immer wieder auf. Auf den ersten Blick wirken sie modern und professionell. Doch wenn der nächste Salon, das Café nebenan und der Onlineshop dieselbe visuelle Sprache verwenden, entsteht schnell ein gestalterischer Einheitsbrei.

Gerade für einen Friseursalon ist das gefährlich. Deine Gestaltung soll schließlich nicht nur „schön" aussehen. Sie soll zeigen, wer Du bist, wofür Dein Salon steht und was Dich von anderen unterscheidet. Ein Design kann technisch perfekt sein und trotzdem völlig austauschbar wirken.

KI kennt Deinen Salon nicht so, wie Du ihn kennst. Sie kennt nicht die Gespräche mit Deinen Kunden, die Atmosphäre im Team, Deine Geschichte oder die kleinen Besonderheiten, die Deinen Betrieb ausmachen. Genau diese Dinge sind aber die Grundlage für individuelles Design.

Deshalb sollte KI nicht entscheiden, wie Deine Marke aussieht. Sie kann Ideen liefern, Varianten zeigen oder bei der Suche nach einer Richtung helfen. Die eigentliche Gestaltung braucht jedoch Auswahl, Persönlichkeit und ein geschultes Auge.

Denn wenn alle dieselben Werkzeuge benutzen, wird eines immer wertvoller: echte Individualität.

Gutes Design folgt nicht einfach dem, was gerade häufig generiert wird. Es trifft bewusste Entscheidungen – und sorgt dafür, dass Dein Auftritt nicht aussieht wie der nächste KI-Entwurf, sondern wirklich nach Dir und Deinem Salon.

Herzlichst
Dein Team der Schaefer Graphics
Tamara, Kirsten & Katrin

SICHTWEISEN



← ZURÜCK ZU DEN PARTNERN



Miée

Partner

ÜBER

Miée ist eine friseurexklusive Haarpflegemarke made in Germany. Die Marke von CCT Cosmetics setzt auf Pflege- und Styling-Produkte, die es ausschließlich über Partnersalons gibt – nicht im Onlinehandel oder im Regal.

Website TEILEN





Marriott Munich City West

2026





SO PROFITIEREN ARBEITNEHMER UND ARBEITGEBER VON STEUERBEGÜNSTIGTEN ERHOLUNGSBEIHILFEN

Das steuerbegünstigte Gehaltsextra **„Erholungsbeihilfe"** ist in der Praxis sowohl bei Arbeitnehmern als auch bei Arbeitgebern besonders beliebt.
Der Arbeitgeber hat bei der Erholungsbeihilfe die Möglichkeit, dem Arbeitnehmer und seiner Familie einen Zuschuss in bestimmter Höhe für Erholungszwecke auszubezahlen und die Steuer dafür pauschal mit 25 % Lohnsteuer, 5,5% Solidaritätszuschlag und pauschaler Kirchensteuer zu übernehmen (§ 40 Abs. 2 Nr. 3 EStG). Die Kirchensteuer ist je nach Bundesland unterschiedlich hoch. Werden die folgenden Höchstbeträge nicht überschritten, ist die Erholungsbeihilfe nicht nur steuerfrei, sondern auch sozialversicherungsfrei (§ 1 Abs. 1 Satz 1 Nr. 3 SvEV):

Arbeitnehmer	**156 Euro**
Ehegatte des Arbeitnehmers	**104 Euro**
je Kind	**52 Euro**

Die Zahlung einer Erholungsbeihilfe lässt sich übrigens optimieren, wenn Sie alle Gestaltungsüberlegungen kennen. Hier einige dieser Überlegungen:

- **Definition Erholungszwecke**: Nach dem Gesetzeswortlaut soll die Zahlung für Erholungszwecke dienen. Da eine Definition zu „Erholungszwecken" fehlt, handelt es sich bei Erholungszwecken nicht nur um Urlaubsreisen, sondern auch um den Besuch eines Freizeitparks oder eines Spaßbads. Wichtig ist, dass dem Arbeitgeber Rechnungen vorgelegt werden, aus denen sich ergibt, zu welchen Erholungszwecken der Zuschuss genutzt wurde. Es ist egal, ob der Urlaub zu Hause verbracht oder eine Urlaubsreise unternommen wurde (OFD Magdeburg, Verfügung v. 29.4.2010, S 2371 – 4 – St 225/S 2371 – 3 – St 225). Das Finanzamt verlangt grundsätzlich keinen Nachweis (z. B. Rechnung des Hotels bzw. der Ferienwohnung).

- **Doppelt profitieren I:** Die Höchstbeträge zur Erholungsbeihilfe gelten je Arbeitsverhältnis. Bestehen mehrere Arbeitsverhältnisse, darf jeder Arbeitgeber eine Erholungsbeihilfe auszahlen.
- **Doppelt profitieren II:** Die Höchstbeträge zur Erholungsbeihilfe gelten je Arbeitnehmer. Arbeitet ein Arbeitnehmer und sein Ehegatte beim selben Arbeitgeber, kann er jedem von ihnen die Erholungsbeihilfe ausbezahlen. Konkret: Der Arbeitnehmer ist verheiratet und hat drei Kinder. Seine Ehefrau arbeitet beim selben Arbeitgeber. Folge: Da Ehegatten jeweils 416 EUR (156 EUR für den Arbeitnehmer, 104 EUR für den Ehepartner und 3 x 52 EUR für die Kinder) zustehen, winkt eine Erholungsbeihilfe von insgesamt 832 Euro.
- **Kinder mitteilen:** Die Erholungsbeihilfe steht nicht nur Kindern zu, die in den ELStAM (elektronische Lohnsteuerabzugsmerkmale) erfasst sind. Ist der Arbeitnehmer verheiratet und der Ehegatte hat drei Kinder mit in die Ehe gebracht, kann man auch für diese Kinder eine Erholungsbeihilfe auszahlen, obwohl diese nur in den ELStAM des einen Ehegatten vermerkt sind.

Damit die Erholungsbeihilfe steuerbegünstigt bleibt, ist folgendes zu beachten:
Damit ein Lohnsteueraußenprüfer des Finanzamts die Lohnsteuerpauschalierung bei Gewährung einer Erholungsbeihilfe anerkennt, muss der Arbeitgeber sicherstellen und unter Umständen nachweisen, dass die Beihilfe tatsächlich zu Erholungszwecken verwendet wird. Der Nachweis kann folgendermaßen erbracht werden:

1. Auszahlung der Erholungsbeihilfe erfolgt innerhalb von **drei Monaten** vor oder nach dem Erholungsurlaub oder als Anzahlung auf eine fest vereinbarte Erholungsmaßnahme innerhalb dieses Zeitraums. In diesem Fall kann ohne schriftliche Bestätigung des Arbeitnehmers von der zweckgebundenen Verwendung der Beihilfe abgesehen werden (R 40.2 Abs. 3 EStR).
2. In allen anderen Fällen sollte der Arbeitnehmer dem Arbeitgeber einen Nachweis aushändigen, wie er den Zuschuss verwendet hat (schriftliche Erklärung oder Rechnungen zu Erholungszwecken). Es reicht aus, wenn der Arbeitgeber glaubhaft machen kann, dass die Zahlung als Erholungsbeihilfe im Zusammenhang mit einem Erholungsurlaub geleistet wurde. Hierzu reicht eine unterschriebene Erklärung des Arbeitnehmers: „Ich bestätige, dass ich die Erholungsbeihilfe im Zusammenhang mit meinem Erholungsurlaub verwende. Der Urlaub findet im Zeitraum vom … bis … statt." Diese Erklärung ist nicht ausdrücklich vorgeschrieben dient aber der Glaubhaftmachung.

Praxis-Tipp: Nachweis vorlegen lassen und Lohnsteuerpauschalierung nutzen
Kann die zeitnahe zweckentsprechende Zahlung der Erholungsbeihilfe nicht durch entsprechende Nachweise belegt werden oder werden die Höchstbeträge überschritten, ist die Lohnsteuerpauschalierung nicht zulässig und der Betrag ist steuer- und sozialversicherungspflichtig.

Herzlichst
Gisela Hafner



„PFLEGE“ DEINE STAMMDATEN IN DEINER KASSE

Ein professioneller und gesetzeskonformer Kassenbon beginnt mit gepflegten Stammdaten. Dazu gehören auch die korrekten Steuerangaben.

Die **Steuernummer** wird vom zuständigen Finanzamt vergeben und dient der steuerlichen Zuordnung Deines Betriebs. Du findest sie in der Regel auf Deinem **Steuerbescheid**, in der **Kommunikation mit dem Finanzamt** oder in Deinen steuerlichen Unterlagen. Das gängige Format einer Steuernummer besteht aus **10 oder 13 Ziffern** und wird je nach Bundesland unterschiedlich dargestellt (z. B. in Bayern **123/123/12345**).

Nicht zu verwechseln ist die Steuernummer mit der **Umsatzsteuer-Identifikationsnummer (USt-IdNr.).** Diese wird bundesweit einheitlich vergeben und hat immer das Format **DE123456789** (ohne Leerzeichen und Sonderzeichen). Fehlerhafte oder unvollständige Angaben können zu Problemen bei Datenprüfungen führen.

Liebe Victory-Nutzerin und lieber Victory-Nutzer, trage Deine Steuerdaten bitte sorgfältig an der dafür vorgesehenen Stelle ein und orientiere Dich an unserem Beispiel. So wirkt Dein Kassenbon professionell, vollständig und erfüllt die gesetzlichen Anforderungen an einen kassenkonformen Beleg.

TIPP:
Achte darauf, dass Deine Steuerdaten nach einer Umfirmierung aktualisiert werden. Prüfe außerdem regelmäßig die Angaben in Deiner Kopf- und Fußzeile, damit sie stets aktuell und vollständig sind.

IDEE:
Die Kopf- oder Fußzeile bietet zusätzlich Platz für persönliche Grüße an Deine Kundinnen und Kunden. Saisonale Botschaften wie „Frohe Ostern“, „Frohe Weihnachten“ oder „Einen schönen Sommer“ verleihen Deinem Kassenbon eine persönliche Note und können jederzeit angepasst werden.

SERVICEHINWEIS:
Für unsere FSC-Kunden ist dieser Service kostenlos. Für Support-Kunden erfolgt die Abrechnung wie gewohnt mit 25,00 € netto je angefangene 15 Minuten. Alternativ bieten wir Dir gerne eine individuelle Schulung an, damit Du die Einstellungen künftig selbstständig und sicher vornehmen kannst.

Bei Fragen melde Dich gern. Tel.: + 49 (0) 9845-989 -333

Herzlichst
Dein Schaefer Digital Team

SCHAEFER
DIGITAL



schaefer-digital.com

DEINE PROFESSIONELLE WEBSITE
INVESTIERE IN DEINEN DIGITALEN ERFOLG

SCHAEFER GRAPHICS



GANZ AUF DEINE BEDÜRFNISSE ANGEPASST

Beispielseite:
haarzauber-friseur.de
hairandrelax.de

Online nach einem Unternehmen zu suchen und nichts zu finden ist schier unmöglich. Und wenn doch, dann neigt man dazu, schnell eine Alternative zu wählen. Eine gut gestaltete Website ist **Deine digitale Visitenkarte** und macht den ersten Eindruck, der zählt. Sie gibt Dir die Möglichkeit, **Dein Angebot** rund um die Uhr zu präsentieren, **neue Kunden zu gewinnen** und **langfristig Deinen Umsatz zu steigern**.

- **Professionelle Webpräsenz**: modern, ansprechend und benutzerfreundlich
- **Digitale Sichtbarkeit:** online sichtbar und leicht auffindbar
- **Mehr Kunden erreichen:** Umsatz steigern und Image verbessern
- **Onepage-Lösung:** Website-Baukasten mit einfacher Pflege und intuitiver Bedienung
- **Keine versteckten Kosten:** Transparente Preise, klare Vorteile – profitiere von unserem Angebot.

Dein Team der Schaefer Graphics & Solutions
Tamara Felbinger
Tel.: +49 (0) 98 45 / 989 203

WARTE NICHT LÄNGER ! BESTELLE JETZT!

schaefer-graphics.com

MANAGEMENT IM FRISEURHANDWERK
MENSCHEN – MITARBEITER BAND 4

SCHAEFER &PARTNER

JEDER BEGEISTERTE MITARBEITER ZIEHT UNZÄHLIGE TOLLE KUNDEN NACH SICH!



Den Autor Harald Müller könnt Ihr am diesjährigen T.I.M. live erleben:
Sonntag, 27. September 2026, 10:00 – 16:30 Uhr, Meiser Design Hotel, Dinkelsbühl

- Praxisnähe statt grauer Theorie
- Eine wertvolle Investition in Eure Salonkultur
- Strategisches Timing für das kommende Geschäftsjahr

Nutzt diesen Tag als gemeinsamen Boxenstopp, um Euren Alltag konstruktiv zu durchleuchten und neue Impulse direkt in die Praxis umzusetzen.

Bestelle hier Dein eigenes Exemplar.

schaefer-consulting.com

KONGRESS 2027
REFERENTEN



Seid gespannt – dieser Referent knüpft seinen Vortrag 2027 an den diesjährigen Beitrag „KI – Trend oder Realität?" an:

ANDREAS BÄUERLEIN
Andreas Bäuerlein ist Experte für digitale Kundengewinnung und Prozessoptimierung mit Hilfe von künstlicher Intelligenz.

Künstliche Intelligenz ist längst Teil unseres Alltags. Ob wir schnelle Antworten suchen, Texte formulieren, neue Ideen entwickeln oder aktuelle Social-Media-Trends aufgreifen – KI ist überall. Gerade im Friseurunternehmertum eröffnet KI neue Möglichkeiten – von effizienterer Kommunikation über Marketing bis hin zu smarter Organisation im Arbeitsalltag. Wer heute versteht, wie KI sinnvoll eingesetzt werden kann, verschafft sich einen echten Vorsprung.

SCHAEFER CONSULTING



Was habt Ihr Euch aus dem Vortrag 2026 von Andreas Bäuerlein mitgenommen?

1. **Wissen geht vor KI.** KI ist nur so gut wie der Anwender, der sie anlernt.

2. **30 Tage wiederkehrende Aufgaben notieren.** Denn: Wiederkehrende Standards können mit KI automatisiert werden. Beispielsweise: Terminvereinbarung, Post auf Social Media jeden zweiten Tag.

3. **Ein KI-Salon schafft keine Erlebnisse und keine Zugehörigkeit.** Deshalb werden Salons mit Menschen nicht durch KI ersetzt werden.

ZWISCHEN GEHIRNFORSCHUNG UND MIÉE-DISCO
WARUM UNSER KONGRESS JEDES JAHR AUFS NEUE ETWAS BESONDERES IST

Wenn mich jemand fragt, was unseren Kongress eigentlich so besonders macht, könnte ich natürlich von unseren Referenten erzählen. Von spannenden Themen, neuen Impulsen und Ideen, die man mit nach Hause nimmt. Aber wenn ich ehrlich darüber nachdenke, sind es meistens ganz andere Dinge, die mir als Erstes in den Kopf kommen.

Es sind die Momente dazwischen.
Die erste herzliche Begrüßung am Morgen. Das Wiedersehen mit Menschen, die man vielleicht seit dem letzten Kongress nicht mehr gesehen hat. Die kleine Aufmerksamkeit auf dem Platz. Ein liebevoll ausgewähltes Begrüßungsgeschenk. Der Kaffee, bei dem aus einem kurzen „Wie geht's Dir eigentlich?" plötzlich ein richtig gutes Gespräch wird. Das Lachen auf dem Flur. Die vielen kleinen Details, bei denen man vielleicht gar nicht sofort merkt, wie viele Gedanken sich jemand darüber gemacht hat.
Genau das ist für mich unser SPC-Kongress.
Natürlich gehört ein starkes Programm dazu. Und auch 2027 dürfen wir uns auf großartige Persönlichkeiten freuen: **Prof. Dr. Busch** nimmt uns mit in die Welt der Gehirnforschung und zeigt, warum wir Menschen eigentlich so ticken, wie wir ticken. **Prof. Dr. Caro Durst** und **Andreas Bäuerlein** beschäftigen sich aus unterschiedlichen Blickwinkeln mit digitalem Marketing und Künstlicher Intelligenz – mit Chancen, Möglichkeiten, aber auch mit Grenzen. Und mit **Hussein Saleh, Markenbotschafter von Miée**, haben wir jemanden auf der Bühne, bei dem ich jetzt schon weiß: Das wird alles, nur nicht langweilig.
Aber seien wir ehrlich: Ein Kongress wird nicht allein durch gute Vorträge zu einem Erlebnis.
Was mir besonders wichtig ist, passiert häufig dann, wenn gerade niemand auf der Bühne steht. Wenn Menschen miteinander ins Gespräch kommen, die sich vorher vielleicht noch nie begegnet sind. Wenn aus einem Sitznachbarn plötzlich ein wertvoller Gesprächspartner wird. Wenn beim Mittagessen Erfahrungen ausgetauscht werden, jemand einen Tipp weitergibt oder einfach sagt: **„Das kenne ich. Bei uns ist das genauso."**
Ich finde, genau diese Momente tun unglaublich gut.

Denn im Alltag sind wir oft so sehr mit unserem eigenen Unternehmen, unserem Team und den täglichen Herausforderungen beschäftigt, dass manchmal der Blick nach draußen fehlt. Beim Kongress merkt man plötzlich wieder: Andere beschäftigen ganz ähnliche Fragen. Andere haben vielleicht schon eine Lösung gefunden. Oder eben auch noch nicht. Und manchmal ist allein diese Erkenntnis schon wertvoll.

Dabei spielt es keine Rolle, ob jemand einen kleinen Salon führt, gerade erst gestartet ist oder mehrere Standorte verantwortet. Beim Kongress begegnen wir uns auf Augenhöhe. Wir lernen voneinander, lachen miteinander und verbringen einfach eine richtig gute Zeit. Und irgendwann werden aus fachlichen Gesprächen dann sowieso ganz andere Gespräche.

Spätestens am Abend. **Dann wird aus dem Kongress die Miée-Disco, aus dem Sitznachbarn vom Vormittag** der Tanzpartner und aus „Ich bleibe heute aber nicht so lange" erstaunlich oft ein ziemlich später Abend. Genau diese Mischung liebe ich: morgens Gehirnforschung, zwischendurch Unternehmerthemen, abends gemeinsam feiern. Warum sollte man sich schließlich für eines entscheiden müssen?

SCHAEFER ACADEMY

Vielleicht ist es genau das, was unseren Kongress für mich ausmacht: Wir wollen nicht einfach zwei Tage Programm organisieren. Wir möchten zwei Tage schaffen, an denen man sich wohlfühlt. An denen man merkt: **Hier hat sich jemand Gedanken gemacht. Hier darf ich neue Ideen sammeln, Fragen stellen, Menschen kennenlernen, alte Bekannte wiedersehen, diskutieren, genießen – und auch einfach mal lachen.**
Wenn am Ende jemand mit einem Kopf voller Ideen, ein paar neuen Kontakten, vielleicht einer neuen Freundschaft und einem Lächeln nach Hause fährt, dann haben wir vieles richtig gemacht.

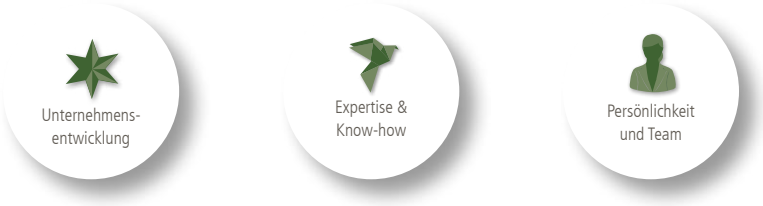
Am 13. und 14. Juni 2027 ist es wieder so weit. Dann treffen wir uns im Meiser Design Hotel in Dinkelsbühl.
Ich freue mich schon jetzt auf bekannte Gesichter und auf Menschen, die zum ersten Mal dabei sein werden. Auf die Vorträge, auf die Gespräche beim Kaffee, auf all die kleinen Überraschungen, die ich natürlich noch nicht verraten werde – und ja, ganz besonders auch auf die Tanzfläche.
Denn am Ende sind es oft nicht die großen Programmpunkte, an die wir uns Jahre später erinnern.
Es sind die kleinen Momente dazwischen.
Und von denen gibt es bei unserem Kongress zum Glück jede Menge.

Herzlichst
Stefanie Schäfer-Dax



SEMINARTERMINE
2026 D/A/CH

SCHAEFER ACADEMY



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

CHEFSEMINAR II:
☐ 08. – 09.11. in Dinkelsbühl

FÜHRUNGSSEMINAR I:
☐ 08.– 09.11. in Dinkelsbühl

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

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

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

SICHER AM TELEFON:
☐ 05.10. online

SHIATSU:
☐ 26.10. in Oberdachstetten

TALENTFINDER:
☐ 15.– 16.11. in Dinkelsbühl

INSPIRATIONSTAGE:

AUFBLÜHEN STATT AUSBRENNEN
☐ 11.10. in Oberdachstetten

SOCIAL MEDIA:
☐ 19.10. in Oberdachstetten

MELDE DICH
JETZT AN UNTER:

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

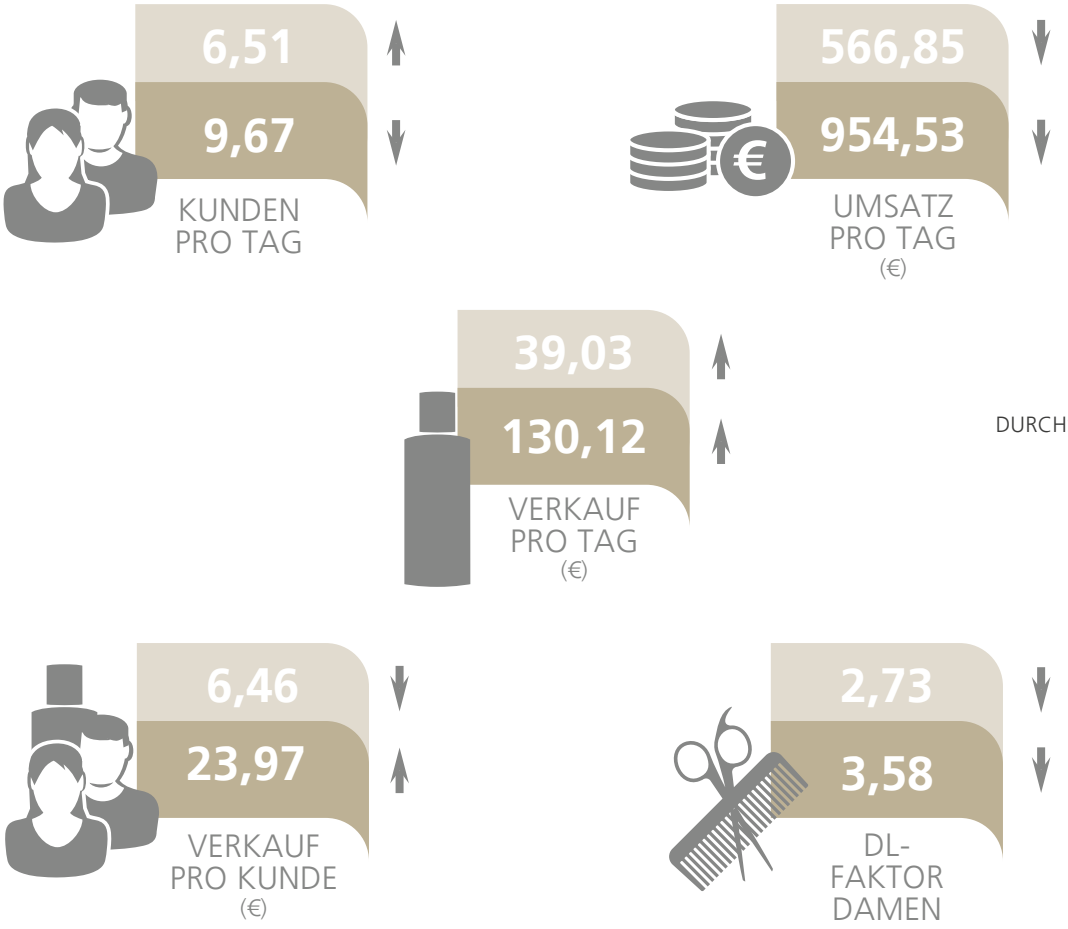
schaefer-consulting.com

EVENTS

T.I.M.
☐ 27.09.2026 in Dinkelsbühl

SPC-KONGRESS
☐ 13./14.06.2027 in Dinkelsbühl

ZAHLEN IM EINBLICK
JULI 2026



*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 Juli 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: © Miée
Seite 5: Ki-generiertes Bild
Seite 9: Ki-generiertes Bild
Seite 11: Ki-generiertes Bild
Seite 15: Steffi Stahl Photography
Seite 17: Steffi Stahl Photography