

EINBLICK

CHEFGEDANKE
EHRE DAS ALTE —
UMARME DAS NEU!
SICHTWEISEN
VOM FRISEUR ZUR MARKE
RECHTSWELT
DIE SCHUFA UND
IHR NEUES SCORING

EHRE DAS ALTE – UMARME DAS NEUE!

DER SPC-KONGRESS 2026 ZEIGTE DIE VOLLE SPANNBREITE VON FÜHRUNG, MENSCHLICHKEIT, TRAINING, TEAMPLAY, VERANTWORTUNG BIS HIN ZUR KI

„FLIEGEN LERNT MAN DURCH FLIEGEN!“

Wir dürfen auf einen wunderschönen, informativen, motivierenden, aber auch emotionalen SPC-Kongress zurückblicken, der uns mit einer tollen Mischung aus interessanten Themen und Referenten mehr als nur bewegt hat. Vorneweg ein riesiges Dankeschön an unser Organisationsteam, das wieder einen top-organisierten SPC-Kongress vorbereitet und auf die Beine gestellt und dann auch mit einer tollen Präsenz begleitet hat. Es war nahezu perfekt! Danke!

Dabei verläuft im Leben nicht immer alles nach Plan – es liefert immer wieder decision points – Entscheidungspunkte. Dies stellte der **ehemalige Lufthansa-Pilot Philip Keil anhand von Beispielen aus seiner beruflichen Praxis beeindruckend dar.**

„**Führung bedeutet, Du musst für Dich und andere Entscheidungen treffen!**“ Es treten immer wieder Situationen auf, die Dich aus Deiner Komfortzone führen. Durch ständiges Training kannst Du Dich gut vorbereiten, Tools wie KI-Werkzeuge muss der Mensch immer richtig einsetzen.

Und seine wichtigste Message: **Wie gehen wir mit Fehlern um? Nicht der einzelne Fehler ist das Problem, sondern die möglicherweise daraus folgenden Fehlerketten**, die durch den falschen Umgang mit dem ersten Fehler entstehen. Teams scheitern nicht an der Herausforderung, sondern an Vertrauen und zu großer Machtdistanz. Hilfreich ist dabei eine positive Fehlerkultur und Vertrauen. Er hat uns auch die Wichtigkeit des Co-Piloten vermittelt: Diese müssen den Kapitänen die Wahrheit sagen und bereit sein, punktuell die Führung zu übernehmen! „Fliegen lernst Du nur durchs Fliegen – **Erfahrungen bekommst Du nicht durchs Lernen, sondern durchs Machen!**“ „Gib jedem in Deinem

Team, so oft wie möglich eine Wachstums-Chance!“ Dabei ist Vertrauen der Treibstoff jeglicher Führung. Führung ist dabei ein Privileg, für sich und andere Verantwortung zu übernehmen. Der Berliner Friseur-Unternehmer **Lars Cordes** hat ja schon am vorletzten Kongress die Zuhörer mit seiner Offenheit und seinem Humor begeistert, weswegen die Teilnehmer gespannt auf die Fortsetzung seiner Unternehmens-Story waren. **KRISE bedeutet Wendepunkt.** Um seine Ziele dabei zu erreichen, muss man auch bereit sein, seine Segel neu zu setzen. Dafür hat er ein Kunstwort geschaffen, das die Basis für den Erfolg liefert: **VOPA: Vertrauen, Offenheit, Partizipation und Agilität!** Akzeptiere, dass Dein Job Krisenmanagement ist. Ehre das Alte und umarme das Neue! Kümmere und interessiere Dich für die Dinge, die Du verändern kannst. Dies ist auch wichtig für Deine Resilienz, analysiere Deine Stärken und Schwächen und dann lege Deine Positionierung fest. Sorge für die „interessanten“ Kundenkontakte: „Du musst dort hin, wo Dein gewünschtes Kundenklientel ist!“

Andreas Bäuerlein bot in seinem sehr informativen, aktuellen **Vortrag zum Thema Künstliche Intelligenz** einen Einblick, wie sich die unternehmerische und gesellschaftliche Welt gerade verändert und welche Auswirkungen und Chancen hier auf die Unternehmen in der Friseur-Branche zukommen. Beherrscht man die Tools der KI, kommt es zu einer kompletten Veränderung der Arbeitswelt, allerdings hat er auch vermittelt, welcher Lern- und Trainingsaufwand zu diesem Thema bewältigt werden muss. Hier können die SPC-Mandanten davon profitieren, dass durch die Kooperation mit Andreas Bäuerlein aktuell das gesamte SPC-Team hier eine umfangreiche Weiterbildung zu

CHEFGEDANKE

diesem Thema durchführt, um dann den SPC-Mandanten den besten Nutzen daraus zu ermöglichen.

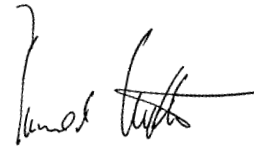
Ein **bewegender und emotionaler Vortrag** kam zum **Abschluss vom Dirigenten und Produzenten Christian Gansch** aus Österreich, der die Zuhörer einmal hinter die Kulissen eines Orchesters und dessen Aufführungen blicken ließ. Sie haben 150 Menschen vor sich, aus zum Teil 35 unterschiedlichen Nationen und diese müssen zu einer Veranstaltung perfekt abliefern. Er demonstrierte anhand vieler Beispiele, **wie sich ein Team aufeinander einspielt und welche Rolle der Dirigent als Führungsperson dabei innehat**. Dabei stehen Respekt und die Wertschätzung für das Können und die Leistung der anderen im Mittelpunkt: „Ich organisiere das Wechselspiel von unterschiedlichen Persönlichkeiten, Charakteren und Interessen, um zu einem tollen gemeinsamen Ergebnis zu kommen!“ Die Standing Ovations, die der Dirigent für seine authentische Vortragsweise erntete, waren der beste Beweis für die Begeisterung, die er mit seiner Performance auslöste.

Es waren drei besonders wertvolle Tage, nicht nur wegen der Vorträge, der Workshops und der tollen Arbeit unserer gesamten Mannschaft. Erst Sie mit Ihrem aktiven Mitwirken, mit den Netzwerken, den Freundschaften, die aufgebaut werden, mit dem gemeinsamen Feiern und der Neugier auf das, was kommt, haben diese drei Tage wieder zu einem echten Erlebnis gemacht.

Herzlichen Dank dafür, wir freuen uns schon auf den **13./14. Juni 2027**, dann auch wieder mit **Prof. Dr. Busch** und Andreas Bäuerlein!

Viel Erfolg!

Herzlichst
Harald Müller



VOM FRISEUR ZUR MARKE: WIE DU IM KOPF DEINER KUNDEN BLEIBST

In der Friseurbranche, in der Du an fast jeder Ecke einen Mitbewerber findest, ist die Konkurrenz heute so groß wie nie zuvor. Doch während viele Salons erstklassige Fertigkeiten an der Schere beweisen, kämpfen sie oft mit einem unsichtbaren Gegner: der mangelnden Markenwirkung.

DAS PROBLEM: GEFANGEN IN DER AUSTAUSCHBARKEIT

Viel zu viele Betriebe bleiben mit ihrer Positionierung irgendwo in der „feigen Mitte“ hängen. Sie bieten gute Arbeit, aber ihre **Außendarstellung gleicht der ihrer Nachbarn bis aufs Haar**. Oft werden Standard-Symbole wie Scheren oder Kämmen in den Logos verwendet, die zwar naheliegend sind, aber **kaum zur Unverwechselbarkeit beitragen**. Das Ergebnis? Dein Geschäftsmodell **wird austauschbar**, und Du setzt Dich zunehmend einem ruinösen Preiskampf aus.

Der Ökonom Michael E. Porter nennt diesen Zustand „**stuck in the middle**“: einen Raum dauerhafter Gewinnarmut, weil die klare Abgrenzung zum Marktbegleiter fehlt. Wenn Dein Branding kein klares Markenversprechen ausdrückt, fällt es potenziellen Kunden schwer, Vertrauen zu fassen oder Dich als Spezialisten wahrzunehmen.

DEIN LOGO: MEHR ALS NUR EIN BILD. DEIN FINGERABDRUCK

Dein Logo ist der erste Baustein im Gebäude Deines Corporate Designs und das Gesicht Deines Unternehmens. Es ist der Fingerabdruck Deiner Marke, der im Idealfall Jahrzehnte überdauert und Deinen Kunden sofort bekannt vorkommt. Ein erstklassiges Design sorgt nicht nur für maximale Aufmerksamkeit, sondern steigert auch die Markentreue Deiner Wunsch-

kundschaft. **Premium-Kunden** suchen nach einer besonderen Geschichte und einer Marke, auf die sie stolz sein können. Wenn Du es versäumst, diese emotionalen Touchpoints zu gestalten, verschenkst Du massives Werbepotenzial. Ein bloßer Scheren-Aufkleber am Schaufenster reicht im Jahr 2026 nicht mehr aus, um als echter Blickfang zu fungieren.

DIE LÖSUNG: ERLEBNISSE SCHAFFEN, DIE IM GEDÄCHTNIS BLEIBEN

Um aus dieser Zwickmühle auszubrechen, musst Du Dinge radikal anders machen. Es geht darum, **Deinen Salon authentisch und attraktiv zu inszenieren, damit Du Dich klar differenzierst**. Eine der effektivsten Methoden hierfür ist es, Deine Marke direkt in den Alltag Deiner Kunden zu transportieren.

Stell Dir vor, Deine Kunden **buchen ein spezielles saisonales Highlight-Treatment bei Dir**. Anstatt sie nur mit einer tollen Frisur zu entlassen, überraschst Du sie mit einem **hochwertigen Goodie, das Dein individuelles Logo trägt**. Ob es ein stylischer Wasserball oder ein exklusives Handtuch ist, solche Artikel tragen Deine Überzeugung und Deinen Qualitätsanspruch direkt in das private Umfeld Deiner Kunden.

So wird Dein Logo auch von Freunden und Gästen gesehen, was Dein Branding zum mobilen Blickfang macht. Du schaffst so eine positive Verbindung, die weit über den Salonbesuch hinausgeht und Deine Kunden zu **echten Markenbotschaftern** macht.

SICHTWEISEN

Wenn Du diese **emotionalen Geschenke geschickt mit Deinem Marketing verbindest**, sicherst Du Dir nicht nur die Treue Deiner Stammkunden, sondern ziehst auch magisch neue Wunschkundschaft an, die genau nach diesem besonderen „Mehr“ sucht. So wird Deine Marke zum Symbol für ein Lebensgefühl – und Du verlässt die graue Mitte des Marktes endgültig.

Herzlichst
Dein Team der Schaefer Graphics
Tamara, Kirsten & Katrin



DEINE MARKE?
AUSTAUSCHBAR?







**DIAMANT
LOCKEN-GEL**

Locken-Gel für welliges und lockiges Haar.

Es erhöht die Elastizität,
schenkt Leichtigkeit und Sprungkraft.
Es bündelt die Locke, ohne sie zu verkleben.

Für unsere Locken-Profis ein wunderbares Pflegeprodukt.

Probiere es aus!

DIE SCHUFA UND IHR NEUES SCORING.

RECHTSWELT

Endlich hat sich die Schufa bewegt und bietet eine neue Transparenz hinsichtlich des Aufbaus des Bonitäts-Scorings an. Damit verfolgt die Schufa das Ziel, dass Beurteilte selbst ihre Einstufung einsehen und auch die Möglichkeit bekommen, selbst Einfluss auf ihre Bewertung zu nehmen. Wie geht das?

Zunächst hat die Schufa folgende Bewertungskriterien festgelegt:

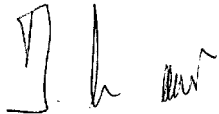
	Score-Punkte
Zahlungsstörungen	100 - 264
Ältester Bankvertrag	0 - 59
Älteste Kreditkarte	0 - 81
Alter der aktuellen Adresse	0 - 94
Alter des jüngsten Ratenkredites	0 - 36
Anzahl der Anfragen für Girokonten & Kreditkarten in den letzten 12 Monaten	0 - 117
Anfragen außerhalb des Bankbereiches in den letzten 12 Monaten	0 - 99
Anfragen zu Ratenkrediten in den letzten 12 Monaten	0 - 66
Längste Restlaufzeit aller Ratenkredite	0 - 61
Kreditstatus	0 - 19
Immobilienkredit	0 - 53
Identitätsprüfung	0 - 38

Daran erkennt man die ausschlaggebenden Schwerpunkte, wie z.B. Zahlungsstörungen, Anzahl der letzten Anfragen zu Girokonten und Kreditkarten, Anfragen außerhalb des Bankbereiches, Alter der letzten Adresse oder Anfragen zu Ratenkrediten. Alle aufgeführten Vorgänge beeinflussen die Score-Bonität, weshalb jeder sich informieren kann, bei welchen Anfragen und deren Häufigkeit sich seine persönliche Bonität verändert. So ganz ausgegoren scheint für mich diese Bewertung noch nicht zu sein, aber die Schufa gibt nun immerhin bekannt, wie das Bonitäts-Scoring entsteht. Die Erfahrungen mit dem neuen Scoring über die nächsten Jahre hinweg werden noch ein paar Änderungen nach sich ziehen.

Was aber **geblieben** ist und sich nicht ändern wird, ist, dass **Eintragungen von negativen Vorkommnissen**, auch wenn diese erledigt wurden, erst drei Jahre nach Eintragung gelöscht werden.

Wir werden also immer transparenter, unsere Geldaktivitäten, gleich welcher Art, werden festgehalten und bewertet, die Financiers verlangen größere Transparenz und damit größere Sicherheit bei Finanzierungen. **Nicht nur Banken, sondern auch Lieferanten hängen sich an das System.** Heute bieten nahezu alle Produkthanbieter Ratenzahlungen oder Zahlungsaufschübe an, die Schufa erfährt und vermerkt dies in den meisten Fällen. Also vorsichtig sein, jede Ratenzahlung muss überlegt werden.

Herzlichst
Bernd Werner



SAVE THE DATE!
KONGRESS 2027



COME FOR
THE FUN.
STAY FOR
THE INPUT.

Habt Ihr am **13./14. Juni 2027** schon etwas vor? Wenn ja, sagt ab!

Denn, was immer es sein mag, es gibt an diesem Wochenende etwas Besonderes:

WIR FEIERN DEN 62. SPC-KONGRESS!

Eine offizielle Einladung folgt!

Wir freuen uns!
Dein Schaefer-Team

DIE NUSS GEKNACKT BEIM KUNDEN ZU HAUSE

AUSGEBLIEBENE KUNDEN SELEKTIEREN UND ZURÜCKGEWINNEN

Ist Dir aufgefallen, dass Dir bekannte Kunden schon länger nicht mehr Deinen Salon besucht haben? Dann wird es höchste Zeit, Dir einen Überblick über die ausgebliebenen Kunden zu verschaffen.

Mit Deinem Kassensystem kannst Du nun gezielt diejenigen **Kunden selektieren, die schon länger nicht mehr bei Dir waren**, verlorene Kunden zurückgewinnen und möglichen **Stammkundenverlusten vorbeugen**.

So findest Du heraus, welche Kunden in Deinem Salon seit längerem ausgeblieben sind:

- Starte Victory
- Wähle in der Kategorie „Auswertungen“ den Button „Marketing“ aus
- Klicke „Filter hinzufügen“ an
- Wähle „Letztbesuchsdatum“ und „freier Zeitraum“ aus
- Trage den relevanten Zeitraum ein (z.B. 01.01.-30.09.2025)
- Bestätige mit dem Haken-Symbol den Zeitraum. Nun werden alle Kunden angezeigt, die den letzten Salonbesuch innerhalb des ausgewählten Zeitraums hatten. Nach Belieben kannst Du die Kundenliste nach bestimmten Kriterien (wie z. B. Nachname, Adresse, letztes Besuchsdatum) sortieren, indem Du auf „Sortierung hinzufügen“ klickst.

NEU SEIT 2025: VEREINFACHTES HANDLING, UM MEHRERE MITARBEITERAUSWERTUNGEN AUSZUWÄHLEN.
WENN DU HIERZU AUSFÜHRLICHE INFORMATIONEN MÖCHTEST, DANN WENDE DICH GERNE AN DIE HOTLINE.

Die Auswertung kannst Du nun abspeichern oder ausdrucken:

- „Selektierte Adressen als CSV exportieren“ (Papiersymbol mit CSV-Schriftzug) anklicken
- Dateipfad auswählen, Datei benennen und Speichern anklicken
- Anschließend die Datei im Dateipfad öffnen und ausdrucken

Mit Hilfe der **selektierten Kundenliste** kannst Du ihnen beispielsweise ein einzigartiges **Anschieben** zukommen lassen, das sie einlädt, im Juli und August zu Dir zurückzukehren und sich mit einem Friseurbesuch verwöhnen zu lassen.

Alles klar?

Wenn Du doch noch Fragen hast, sind wir natürlich gerne für Dich da. Als FSC-Kunde übernehmen wir gerne das Selektieren von ausgebliebenen Kunden kostenfrei für Dich.

Bist Du Support-Kunde verrechnen wir ca. 25,00 Euro zzgl. MwSt. pro Serviceleistung „Support bei Auswertung“.

Herzlichst
Dein Schaefer Digital Team



HOTLINE
09845/989-333

MO - FR 9-19 Uhr
SA 9-14 Uhr

SOMMER, SONNE, STRANDSPASS FÜR MEHR ERFOLG



Mache Deinen Salon zum exklusiven Highlight der Saison!

Der Sommer 2026 steht vor der Tür, und in einer Branche mit enormem Wettbewerbsdruck ist eine erstklassige Außendarstellung mit einem einzigartigen Friseur-Logo unverzichtbar, um Kunden magisch anzuziehen. Nutze die warme Jahreszeit für eine gezielte Sommeraktion, um Dich klar von Deinen Marktbegleitern zu differenzieren und Deine Wunschkundschaft zu begeistern.

Die Strategie für Deinen Erfolg: Überrasche Deine Kunden mit einem attraktiven Sommer-Special.

Die Idee ist so einfach wie effektiv: Deine Kunden buchen eine spezielle Sommer-Dienstleistung und erhalten als Dankeschön ein hochwertiges Goodie, das mit Deinem individuellen Salon-Logo gebrandet ist.

Unsere Artikel-Highlights für Dein Sommer-Marketing:

WASSERBALL: Dein mobiler Werbeträger: Ein individuell bedruckter Wasserball ist das perfekte Symbol für unbeschwerteren Strandspaß mit Deinem Logo.

HANDTÜCHER: Qualität, die man fühlt: Ergänze Deine Aktion durch hochwertige Handtücher. Wenn Deine Kunden Deinen Qualitätsanspruch in Form eines edlen Handtuchs mit nach Hause nehmen, wird Deine Marke auch im privaten Umfeld von Freunden und Gästen wahrgenommen.

Diese Artikel eignen sich hervorragend, um die **Kundenbindung zu stärken oder ein spannendes Gewinnspiel daraus zu machen**. Denke daran: Besonders in der Urlaubszeit ist das Haar speziellen Belastungen wie UV-Strahlung oder Salzgehalt ausgesetzt. **Der perfekte Aufhänger für Deine spezialisierten Sommer-Treatments.**

Sichere Dir Deinen Vorteil: Plane Deine Kampagne rechtzeitig, um pünktlich zum Saisonstart als Blickfang zu glänzen.

Herzlichst

Dein Team von Schaefer Graphics



UND NACH DEM
SOMMER KOMMT
IMMER GANZ
ÜBERRASCHEND...

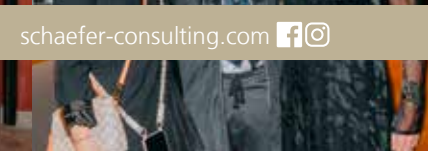
VOTE FÜR
DEINE WEIH-
NACHTS-
MOTIVE



61. SPC-KONGRESS MASKENBALL MIT EUCH

#CREATE
YOUR
FUTURE





ORCHESTER DER LEIDENSCHAFT:

WIE WIR ALS FRISEUR-FAMILIE DEN RICHTIGEN TON FÜR DIE ZUKUNFT FINDEN

Was für eine Zeit! Wer dabei war, spürt es wahrscheinlich jetzt noch: Dieses Kribbeln, diese neue Energie und den Drang, im Salon sofort loszulegen. Unser Kongress war nicht nur ein Treffen – es war ein echtes „Wieder-Connecten“ in einem Ambiente, das schöner nicht hätte sein können. Das Meister Design Hotel hat uns den perfekten Rahmen geboten, um endlich mal wieder den Kopf freizubekommen, den Blick über den Tellerrand zu wagen und Klarheit für das Wesentliche zu gewinnen.

BLACK IS BEAUTIFUL & VENEZIANISCHE NÄCHTE

Ein riesiges Dankeschön an Euch alle für diese großartige Stimmung! Fast alle sind dem Ruf gefolgt: Ein Meer aus „**Black is Beautiful**“ und geheimnisvollen **venezianischen Masken**. Es hat so gut getan, gemeinsam zu lachen, zu tanzen und sich jenseits vom Alltagsstress als Menschen zu begegnen. Diese Nähe ist das, was uns als Friseur-Familie ausmacht.

INSPIRATION, DIE BLEIBT: UNSERE SPEAKER

Wir haben an diesem Wochenende nicht nur zugehört, sondern wirkliche Schätze für unseren Salonalltag mitgenommen. Es ging um weit mehr als Technik – es ging um unsere Zukunft und unser ehrliches Miteinander.

■ **Philip Keil:** Sein Satz „Fly the aircraft!“ hallt bei uns allen nach. Egal, wie sehr es im Salon mal stürmt: Bleib handlungsfähig, behalte den Fokus und steuere Dein Flugzeug sicher durch die Turbulenzen.

■ **Christian Gansch:** Der Dirigent hat uns regelrecht gefesselt. Er hat uns gezeigt, dass ein Team wie ein Orchester funktioniert. Es ist völlig egal, ob man die „erste Geige“ spielt oder im Hintergrund den Rhythmus hält – jeder Einzelne ist gleich viel wert und absolut unverzichtbar für den perfekten Klang. Nur wenn wir aufeinander Rücksicht nehmen, entsteht echte Harmonie im Salon.

■ **Lars Cordes:** Er hat uns ganz tief in sein „Nähkästchen“ blicken lassen. Mit seinen warmen Worten hat er uns gezeigt, wie er seine Salons führt und wie wichtig es ist, die Menschen wirklich abzuholen und sich neu zu connecten.

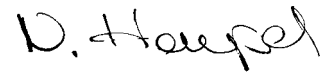
■ **Andreas Bäuerlein:** Der KI-Experte hat uns den Blick für die technologische Zukunft geschärft. KI – ein Riesenthema, bei dem sich jeder von uns jetzt Gedanken machen darf, wie er diese neuen Möglichkeiten für sich nutzen will.

GEMEINSAM IN EINE BESSERE ZUKUNFT

Wir haben so viele neue Gedankengänge mitgenommen, die uns Türen öffnen. Am Ende geht es darum, Perspektivwechsel zu wagen.

Wir freuen uns jetzt schon drauf, Euch alle wiederzusehen!

Herzlichst
Nicole Heupel





SEMINARTERMINE 2026 D/A/CH



Unternehmens-
entwicklung



Expertise &
Know-how



Persönlichkeit
und Team

★ 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:

- ☐ 20.– 21.09. in Oberdachstetten
- ☐ 15.– 16.11. in Hamburg

🌿 BERATUNG & KOMMUNIKATION I:

- ☐ 07.– 08.06. in Oberdachstetten
- ☐ 15.– 16.11. in Oberdachstetten
- ☐ 13.– 14.09. in der Schweiz

🌿 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

- ☐ 14.06. in Oberdachstetten
- ☐ 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

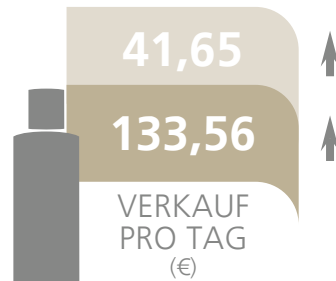
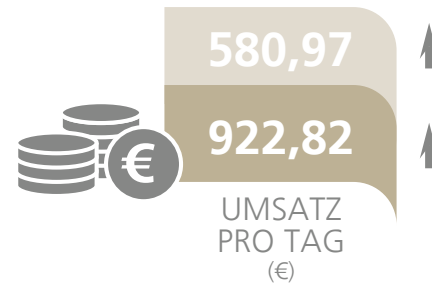
T.I.M.

☐ 27.09.2026 in Dinkelsbühl

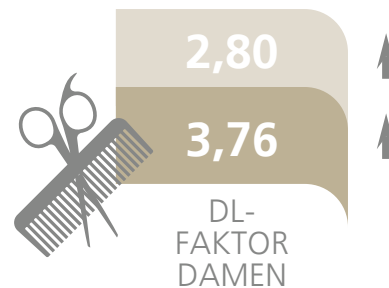
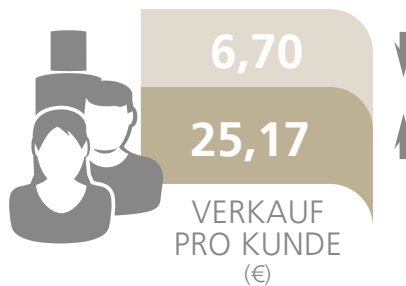
ZAHLEN IM EINBLICK

APRIL 2026

WISSENSWERTES



DURCHSCHNITTSWERTE
TOP-WERTE
ENTWICKLUNG



*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 April 2026.



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: © Steffi Stahl / steffistahl.de

Seite 5: ImageFlow, Adobe Stock

Seite 11: Angela Schmidt, Adobe Stock

Seite 13: Volodymyr, Adobe Stock

Seite 14-15 © Steffi Stahl / steffistahl.de

Seite 17 © Steffi Stahl / steffistahl.de