

EINBLICK

CHEFGEDANKEN
WEICHEN GEN
ZUKUNFT

SICHTWEISEN
GUTE
PLANUNG

RECHTSWELT
MINIJOB
2026

nee

STELLEN SIE JETZT DIE WEICHEN FÜR DIE ZUKUNFT!

Nutzen Sie aktiv und kreativ die „ruhigere“ Vor-Weihnachtszeit für Ihre unternehmerischen Aufgaben

Für viele beginnt in den kommenden Wochen der Jahresausklang. Dies klingt eher **gemütlich** nach „ausbummeln“ lassen und sich auf das **Weihnachtsgeschäft** zu freuen. Für Unternehmer beginnt **jetzt** de facto die **wichtigste** Zeit für die **Weichenstellung** für den zukünftigen Erfolg des Unternehmens.

FRAGEN FÜR DIE NAHE ZUKUNFT

Es gilt vieles zu hinterfragen: Wie wollen Sie ab kommendem Jahr in die **Zukunft** gehen? Was **lief** sehr gut und kann **ausgebaut** werden, welche Punkte müssen **unbedingt** verbessert werden? Was ist das **Ziel** für das kommende Jahr? Gibt es bestimmte **Feierlichkeiten** wie Jubiläum sowohl für Kunden als auch für Mitarbeiter? Wo setzen Sie im kommenden Jahr Ihren **Schwerpunkt**? Machen Sie dafür Anfang des Jahres ein **Trainingslager** mit Ihrem Team? Welche **Seminare, Schulungen** sollen stattfinden, um immer einen **Wettbewerbsvorsprung** gegenüber Ihren Mitbewerbern zu erhalten? Welche **Lehrlinge** sollen übernommen werden? Sollen diese schon im **ersten** Halbjahr an Kunden herangeführt werden? Wie **viele** Lehrlinge wollen Sie einstellen? Welche **Aktivitäten** unternehmen Sie laufend, um immer ein Ohr an Ihrem lokalen Mitarbeiter-Markt zu haben? Welche **Tools** der künstlichen Intelligenz sollen genutzt werden, um Ihre Firmen-Organisation zu verbessern und zu optimieren?

Sicherlich stellen sich dem einen oder anderen noch zusätzliche **individuelle** Fragen. Können Sie diese Fragen einfach „nebenher“ zu Ihrem laufenden Salonbetrieb beantworten und konzeptionell ausarbeiten? Für viele, die im Salon vom Tagesgeschäft komplett eingenommen werden, ist dies eher **schwierig**.

KONZEPTIONELLE AUSZEIT

Deswegen mein Rat: Nehmen Sie sich im Oktober oder November zumindest für einen Tag eine „**konzeptionelle Auszeit**“, um dies alles zu analysieren, zu hinterfragen, um dann **Ziele** für das kommende Jahr zu formulieren. Dies kann am Wochenende oder Ihrem „freien“ Tag sein oder Sie streichen sich **bewusst** einem Tag aus dem Tagesgeschäft. Was dabei **wichtig** ist, verbringen Sie den Tag auch nicht im Unternehmen, sondern klinken Sie sich aus. Keine Zwischenfragen, kein Telefon, sondern **fokussiertes** Arbeiten an Ihren Unternehmenszielen und -aktivitäten für das kommende Jahr.

Sie können gerne diese Auszeit mit einem Wochenende an unserem **Führungsseminar am 26./27. Oktober in Dinkelsbühl** verbinden und sich dann noch einen Tag mit allen Erkenntnissen, Ideen und Erfahrungen an die Gestaltung Ihrer Zukunft setzen. Mit Ihrem Berater steht ja dann im November die zahlenmäßige Umsetzung Ihrer Ziele, Gedanken und Aufgaben in Form der **Umsatz- und Kostenplanung** für das Jahr 2026 auf dem Programm. Dann gehen Sie bestens gewappnet in das kommende Jahr und haben die erfahrungsgemäß etwas ruhigere Zeit in den nächsten Wochen gleich genutzt, um **Klarheit** über Ihre Zukunft zu bekommen.

SPC-KONGRESS 2026 SCHON IM APRIL

Ansonsten freuen wir uns, Sie diesmal schon **Ende April** am **SPC-Kongress** in Dinkelsbühl wiederzusehen. Hier ist unser Organisationsteam schon wieder fleissig dabei, ein spannendes Programm auf die Beine zu stellen. Es gibt neben mitreissenden Vorträgen zum Thema Führung und Organisation auch einen sehr **praxistauglichen** Vortrag zum wichtigen Thema „Künst-

CHEFGEDANKEN

liche Intelligenz“. Wie können Sie schon jetzt effiziente Tools für Ihren Unternehmensalltag nutzen, um Ihre Organisation, Ihr Marketing und Ihr Gesamtergebnis zu steigern und zu verbessern. Wir sind gerade aktuell dabei, hier in **Kooperation** mit Experten dann auch praxisnahe Lösungen ins Rollen bringen zu können. Nicht verpassen!

AKTIVITÄTEN VOR WEIHNACHTEN

Und was steht an für die **nächsten** Monate bis Weihnachten? Schaffen Sie **Bewusstsein** bei Ihren Mitarbeitern zwecks **rechtzeitiger** Vereinbarung von Weihnachtsterminen gleich die beiden nächsten Termine zu buchen. Nutzen Sie die **Weihnachtsaktion** um dann Folgetermine für Januar und Februar zu bekommen. **Passen** Sie Ihre Preise idealerweise zum 1. Dezember wieder an. Wenn Sie Ihre Liquidität verbessern wollen, dann bieten Sie **Kaufgutscheine** zu einem günstigeren Wert für das Jahr 2026. Mit diesen können Sie übrigens auch Kunden, die sich vielleicht wegen der **Preiserhöhung** beschweren, den Wind aus den Segeln nehmen.

Demnach wünschen wir Ihnen einen turbulenten, kreativen und erfolgreichen Jahresausklang!

Ihr
Klaus Schaefer



MELDEN SIE SICH
JETZT AN!

SPC-KONGRESS
26. – 27. APRIL
2026

09845/989100
schaefer-academy.co

[schaefer-consulting.com](https://www.schaefer-consulting.com)



DER VORTEIL EINER GUTEN PLANUNG

Das Jahresende rückt **näher** – für uns als Unternehmensberater heißt das: **Planungszeit!**

Für manche ist die Jahresplanung ein vertrauter Begleiter, für andere völliges Neuland. Einige planen mit Begeisterung, andere denken sich: „Warum **heute** den Kopf zerbrechen, wenn **morgen** sowieso alles anders sein kann?“

Warum also planen? Was steckt **hinter** dieser „Jahresplanung“, und **warum** solltest Du schon jetzt festlegen, was im **kommenden** Jahr ansteht? In diesem Beitrag erkläre ich Dir, warum **vorausschauendes** Planen unverzichtbar ist und **welche** Schritte Du bei der Planung berücksichtigen musst.



In der Betriebswirtschaft beziehen wir uns auf den **Managementkreis** nach Schubert, ein Planungsinstrument, das Struktur und Phasen einer erfolgreichen Planung zeigt. Sehen wir uns das an einem **alltäglichen** Beispiel an: Stell Dir vor, Du fährst ohne Plan in den Urlaub – ein echtes Abenteuer! Doch besonders mit Familie kann man nicht einfach losfahren und hoffen, dass alles gut geht. Also setzt Du Dir ein **Ziel**: „Dieses Jahr wollen wir verreisen!“ Es folgt die Planung: **Wann** ist der beste Zeitpunkt? **Wieviel** Geld steht zur Verfügung? **Wohin** soll es gehen? Die **Unterkunft** muss zu

den geplanten Aktivitäten passen. Dein **Budget** muss ausreichen, damit Du nicht plötzlich mit leeren Taschen dastehst.

Am Ende triffst Du eine **Entscheidung**, buchst und machst Dich auf die Reise – realisierst also Deinen Plan. Während des Urlaubs prüfst Du ständig, ob alles nach Plan läuft – etwa durch einen Blick in die Urlaubskasse. Nach dem Urlaub folgt die Kontrolle: War die Unterkunft schön? Ist der Urlaub gelungen? (Meist wird hier schon das nächste Ziel festgelegt und der Kreislauf beginnt erneut.)

Dieser Prozess wird durchgehend von Kommunikation begleitet – ob mit Familie oder Reisebüro – kaum jemand möchte alles allein entscheiden.

Genauso wie Du diesen **Managementkreis** bei der Urlaubsplanung unbewusst anwendest, musst Du ihn auch im **Unternehmen** nutzen. Als Unternehmer trägst Du, ähnlich wie für eine Familie, Verantwortung für Deine Mitarbeiter. Vorausschauende Planung hilft Dir, dieser Verantwortung gerecht zu werden und böse Überraschungen zu vermeiden.

REALISTISCHE UND MOTIVIERENDE ZIELE SETZEN

Ein zentraler Bestandteil der Planung sind klare Ziele. Diese sollten nicht nur **motivierend**, sondern auch **realistisch** sein, damit jeder im Team darauf **hinarbeiten** kann. **Wichtig** ist: Ein Ziel wird erst dann greifbar und verbindlich, wenn es **schriftlich** festgehalten ist. Nur so kann es konsequent verfolgt und umgesetzt werden.

SICHTWEISEN

ZUSAMMENARBEIT UND UMSETZUNG IM TEAM

Sobald die Ziele **klar** definiert sind, entscheidest Du – idealerweise **mit** Deinem Team – wie die Umsetzung im nächsten Jahr angegangen wird. Die Beteiligung der Mitarbeiter ist wichtig, denn: je **mehr** das Team in die Planung einbezogen wird, desto **stärker** identifizieren sich alle mit den Zielen. Es sind dann nicht mehr nur „Deine Ziele“, sondern „Eure Ziele“, die gemeinsam erreicht werden.

UMSATZPLANUNG

Ein wesentliches Element der Planung ist die individuelle monatliche Umsatzplanung für jeden Mitarbeitenden. Dabei sollte vierteljährlich eine Steigerung angestrebt werden – sei es durch Neukundengewinnung oder durch Umsatzsteigerung pro Kunde. Auf diese Weise erreichst Du eine motivierende und nachvollziehbare Entwicklung.

KOSTENPLANUNG UND BUDGETABGLEICH

Nachdem die Umsatzziele gesetzt sind, folgt die monatliche **Kostenplanung**. Berücksichtige hierbei **alle** relevanten Kosten wie z.B. Personalkosten, Materialkosten, Raumkosten etc. Definiere auch, **wie** die Umsätze **erreicht** werden sollen, ob beispielsweise durch **Marketingmaßnahmen** zur gezielten Kundenansprache oder durch **Schulungen** Deiner Mitarbeiter. Alle Maßnahmen müssen im Einklang mit dem Budget stehen. Ein gut durchdachter Budgetplan stellt sicher, dass Dein Unternehmen **wirtschaftlich** bleibt. Denke auch daran, Privatentnahmen und einen Puffer für unvorhergesehene Ausgaben einzuplanen.

REALISIERUNG UND KONTROLLE

Während des neuen Jahres, in der „**Realisierungsphase**“, kannst Du jeden Monat **genau** kontrollieren, ob Deine Planung eingehalten wird. Ein **Soll-Ist-Abgleich** der Monatsumsätze, beispielsweise **während** eines Mitarbeitergesprächs, und auch die Kontrolle der monatlichen Kosten sind dabei hilfreiche Instrumente.

Ändern sich bestimmte Parameter, beispielsweise die Teamgröße, kannst Du die Planung jederzeit **anpassen**.

Durch **gute** Planung kennst Du bereits **heute** die Stellschrauben für den Erfolg von morgen und kannst Dich gezielt auf kommende Aufgaben vorbereiten. So startest Du nicht nur vorbereitet ins neue Jahr, sondern legst die **Grundlage** für eine erfolgreiche Zukunft. Ich wünsche Dir viel Freude beim Planen und schon jetzt nur das Beste für das Neue Jahr!

Herzlichst

Frank Greiner-Schwed



schaefer-consulting.com  







Du bist *Miee* Pflege-Partner?
Am 1. November geht es wieder los.

Aus **3** mach **4!**

Die kleinen Dicken hier warten schon
auf ihren Einsatz.

Alle Unterlagen kommen rechtzeitig
und automatisch direkt zu
Dir in den Salon.

Wir wünschen Dir viel Freude & Erfolg.

ÄSTHETIK HÖRT NICHT BEI DER FRISUR AUF – WARUM DESIGN FÜR GLAUBWÜRDIGKEIT SORGT

Wie sollst Du für Ästhetik und gutes Handwerk stehen, wenn Dein gedrucktes Material nicht genauso stilvoll wirkt wie Deine Arbeit am Kunden?

Wertmarkenhefte, Gutscheine oder Beautyschecks sind kleine, aber wirkungsvolle Helfer, wenn es darum geht, Kunden langfristig an Deinen Salon zu binden. Sie sind mehr als nur Papier, sie sind greifbare Erinnerungen an Dein Versprechen und Deine Marke. Oft entsteht Kundenbindung dadurch, dass das im Gespräch Gesagte in Papierform unterstrichen wird: Ein Kaufgutschein zum Mitnehmen, ein handliches Wertmarkenheft oder ein Flyer mit Pflege-Tipps verlängern den persönlichen Kontakt über den Salonbesuch hinaus.

Doch Achtung: Das Design macht den Unterschied. Lieblos kopierte Zettel wirken unprofessionell, während hochwertig gestaltete Karten und Gutscheine Wertigkeit und Servicequalität ausstrahlen. Sie zeigen, dass Du auch bei Details auf Stil achtest und genau das bleibt im Gedächtnis.

Beispiele für clevere Printprodukte

▪ Wertmarkenheft mit Wertmarken

Belohne Treue mit einem klar gestalteten System. Jedes Heft oder jede Wertmarke, die im Portemonnaie steckt, ist gleichzeitig eine kleine Erinnerung an Deinen Salon.

▪ Kaufgutscheine

Sie sind nicht nur ein Geschenk, sondern ein Türöffner für neue Kunden. Mit einem hochwertigen Design wirken sie wertiger und steigern die Freude beim Verschenken.

▪ Beautyschecks

Gib Deinen Kund:innen eine einfache Möglichkeit, Freunde und Bekannte in den Salon einzuladen. Mit einer kleinen Belohnung für beide Seiten wird daraus ein Win-Win.

▪ Aktionen & Services zum Mitnehmen

Von saisonalen Angeboten bis hin zu Pflegehinweisen nach der Behandlung – schön gestaltete Flyer, Postkarten oder ähnliches machen Dein Engagement sichtbar und bleiben länger in Erinnerung.

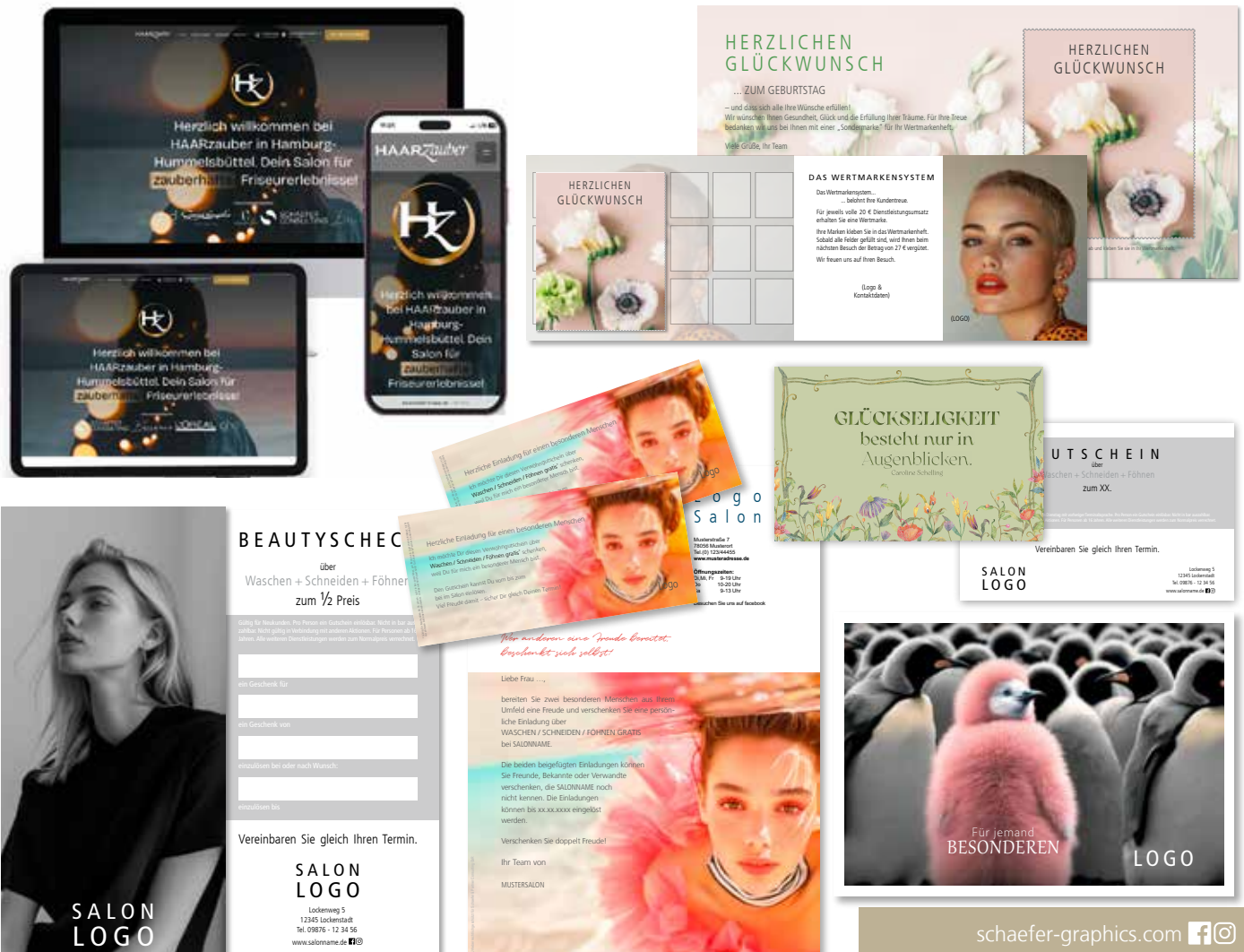
Unser Part bei Schaefer Graphics

Wir entwickeln Printprodukte, die nicht nur hübsch aussehen, sondern Deine Marke stärken und im Alltag praktisch einsetzbar sind. Ob Wertmarkenhefte, Kaufgutscheine oder Beautyschecks – wir gestalten Lösungen, die zu Deinem Salon und Deiner Zielgruppe passen.

Herzlichst
Dein Schaefer Graphics Team

WIR SIND NUR
EINE NACHRICHT
ENTFERNT, FRAG
EINFACH NACH.
09845/989-203
schaefer-graphics.com

MOMENT MAL



SPC-KONGRESS

25.–26. APRIL 2026

EVENT



„KÜNSTLICHE INTELLIGENZ – WELCHE CHANCEN BIETEN SICH FÜR DEINEN ERFOLG?“

Profi der KI

In diesem Vortrag werden Dir praxisnahe Ideen und Lösungen vorgestellt, die Deinen Arbeitsalltag erleichtern, optimieren und effizienter gestalten. Wie kannst Du mit geringem Aufwand ein deutlich besseres Ergebnis erzielen?

Unser KI-Experte zeigt Dir Ideen und Lösungen auf, die in Deinem Berufsalltag frische Impulse, effizienteres Arbeiten und ein erfolgreiches Marketing ermöglichen.



„GESTÄRKT IN DIE ZUKUNFT – VERTRAUEN IST DIE WICHTIGSTE GRUNDLAGE!“

Lars Cordes – Geschäftsführer 14 Salons

Lars Cordes knüpft seinen Vortrag an den letztjährigen Beitrag „Höhen und Tiefen eines Unternehmers“ an. Wie gelingt es, Unternehmen auch in schwierigen wirtschaftlichen Zeiten stabil und zukunftsfähig zu halten? Wie gelingt es, Mitarbeiter nicht nur zu binden, sondern auch neue Talente zu gewinnen und sie für die gemeinsame Vision zu begeistern? Hierbei stehen Vertrauen und Werteorientierung im Mittelpunkt, ergänzt durch innovative Strategien: vom Ausbau des Stakeholder-Value über Social Media und Mikro-Influencer-Marketing bis hin zum Einsatz einer WhatsApp-Bewerbungsplattform als moderner Form der digitalen Mitarbeitergewinnung. Der Friseur-Unternehmer berichtet mit schonungsloser Offenheit und einer Prise charmantem Humor.



WORKSHOPS UND KURZVORTRÄGE

Am Sonntag-Nachmittag warten Kurzvorträge und Workshops auf Euch sowie ein „Raum der Inspiration – von Mandanten für Mandanten“. Im Rahmen des Miée-Workshops gibt Euch eine Branchenkollegin Praxis-Tipps an die Hand, rund um Euren liebsten Schmuck: das Haar.

Auch das Victory²-Team ist für Euch da und beantwortet Euch gerne alle Fragen zum Salonmanager bzw. Online-Timer.

GET TOGETHER

Freut Euch außerdem auf das „Get together“ am Samstag mit einem Welcome-Bufferet von 18.00 bis 21.30 Uhr, Live-Musik, guter Laune und tollen Gesprächen. Unsere beiden Tätowiererinnen Tessa und Tony werden auch wieder zum Event-Preis dabei sein

RAHMENPROGRAMM

Außerdem startet Lena Sterle mit allen Interessierten am Sonntag von 07.00 bis 07.30 Uhr mit „Morning Energy Dance“ in den Tag. Viele Überraschungen warten auf Euch! Wir lassen den 61. SPC-Kongress am Montag mit dem Mittagessen ausklingen.



DER SONNTAG ABEND

Der Sonntag-Abend startet mit dem Abend-Bufferet und geht über in unsere Mottoparty: Maskenball | Venedig-Stil. Alternative: Black is beautiful. Lasst uns zusammen feiern mit der Band Chicocolores! Freut Euch bei unserer großen Tombola für einen guten Zweck über tolle Gewinne! Der attraktive Hauptgewinn entführt Euch in die Schweiz an den Sempachersee mit traumhaftem Panoramablick.

**SICHERE DIR DEINE
TICKETS UNTER
09845/989-100
schaefer-academy.com
WIR FREUEN UNS
AUF DICH!**

DEINE INVESTITION

- Kongresspreis: 710,- EUR
- Mandats-/Miée-/FSC-Victory-Kunden-Preis: 640,- EUR

ZIMMERBUCHUNG

Übernachtung mit Frühstück:
EZ 149 €, DZ 199 €
designhotel-meiser.de

**Buche Dein
Zimmer hier!**



MINIJOB 2026: AUS 556-EURO-JOB WIRD 603-EURO-JOB

RECHTSWELT

Der gesetzliche Mindestlohn steigt ab dem 1. Januar 2026 auf 13,90 Euro pro Stunde. Damit erhöht sich auch die Verdienstgrenze für Minijobber von derzeit 556 auf künftig 603 Euro im Monat.

Für rund 6,9 Millionen Beschäftigte bedeutet das mehr Spielraum beim Zuverdienst.

Doch was genau ändert sich dadurch für Arbeitnehmerinnen, Arbeitnehmer und Arbeitgeber?

ALLES WICHTIGE IM ÜBERBLICK.

MINIJOB-GRENZE STEIGT DYNAMISCH VON JAHR ZU JAHR
Seit Oktober 2022 passt sich die Minijob-Grenze automatisch an den jeweils gültigen Mindestlohn an. Dieses dynamische System sorgt dafür, dass Minijobber trotz steigender Löhne ihre Arbeitszeit nicht reduzieren müssen, um unter der Grenze zu bleiben.

Grundlage ist eine Wochenarbeitszeit von zehn Stunden zum gesetzlichen Mindestlohn. Steigt dieser, wächst auch die Verdienstgrenze. So können Beschäftigte künftig bis zu 603 Euro im Monat verdienen, ohne Sozialabgaben zu zahlen.

MAXIMAL 43 ARBEITSSTUNDEN MONATLICH

An der maximalen Arbeitszeit ändert sich 2026 nichts: Wer zum gesetzlichen Mindestlohn arbeitet, kann weiterhin rund 43 Stunden im Monat beschäftigt sein.

FÜR ARBEITGEBER:

ANPASSUNGEN IM ARBEITSVERTRAG NOTWENDIG

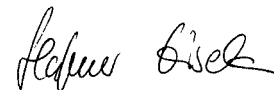
Für Arbeitgeber bringt die dynamische Anpassung spürbare Erleichterungen. Früher mussten sie bei jeder Mindestlohn-erhöhung prüfen, ob die Arbeitszeit ihrer Minijobber reduziert werden musste, um die Verdienstgrenze einzuhalten. Das ist nun nicht mehr nötig: Steigt der Mindestlohn, steigt automatisch auch die Minijob-Grenze.

Arbeitgeber müssen lediglich die neue Vergütung im Arbeitsvertrag anpassen.

ACHTUNG: Wichtig bleibt jedoch die Pflicht zur Arbeitszeiterfassung.

(Lt. Bundesarbeitsgericht gilt sie für alle Beschäftigten, also auch für Minijobber)

Herzlichst
Gisela Hafner



SCHÜTZE DICH UND DEINE KUNDEN VOR SPAM UND CYBERKRIMINALITÄT



Lieber Victory-User,

der Newslettersend ist eine attraktive Methode, um schnell und einfach Informationen an Deine Kunden zu übermitteln. Doch vermehrt steigt das **Risiko**, dass Dein Newsletter im Spam-Ordner Deines Kunden ankommt. Uns liegt natürlich die erfolgreiche E-Mail-Kommunikation mit Deinem Kunden am Herzen. Hier geht es nicht nur darum, weiterhin von Deinen Kunden gesehen zu werden, sondern sie auch gleichzeitig vor Betrüger-Mails zu **schützen**.

Ein absolutes **Muss**: Verwendung des **DKIM-Keys**.

Der DKIM-Key ist ein „Schlüssel“, der bei Deinem Webhoster (bzw. Mailanbieter) hinterlegt wird und Dich beim E-Mail-Versand authentifiziert.

Wie funktioniert das?

Stell Dir vor...

... Du sendest einen Newsletter an Deinen Kunden. Bevor diese Mail im Posteingang Deines Kunden sichtbar ist, „fragt“ das System im Hintergrund, ob diese Mail **tatsächlich** von Deiner Mail-Adresse versendet worden ist. Dazu dient der DKIM-Key. Von Deinem Webhoster (bzw. Mailanbieter) kommt automatisch der DKIM-Key und das Empfänger-Postfach überprüft, dass es tatsächlich eine Mail von Dir ist. Erst jetzt erscheint die Mail im Postfach Deines Kunden.

Du kannst diesen Sicherheitsschlüssel mit dem blauen Häkchen bei Facebook- und Instagram-Profilen vergleichen.

Wie bekomme ich den DKIM-Key?

Den DKIM-Key forderst Du von Deinem Newsletter-Anbieter an und hinterlegst diesen dann bei Deinem Mailkonto.

Du bist **FSC-Kunde** und verschickst Newsletter über **uns**?

Kontaktiere uns und wir richten Dir den DKIM-Key gerne vor Deinem nächsten Newslettersend ein.

Du musst diesen lediglich bei Deinem Webhoster (bzw. Mailanbieter) hinterlegen.

Für Support-Kunden verrechnen wir für die Einrichtung des DKIM-Keys einmalig 25,- Euro (zzgl. MwSt.).

Bei Fragen sind wir sowie Deine persönlichen Ansprechpartner gerne für Dich da.

Herzlichst

Dein Schaefer Digital Team



[schaefer-digital.com](https://www.schaefer-digital.com)  

SOCIAL MEDIA: EIN MUST-HAVE – ABER RICHTIG!

In der heutigen digitalen Welt ist **Social Media** für Friseursalons weit **mehr** als nur eine Option – es ist ein absolutes **Must-have**! Plattformen wie Instagram, Facebook und TikTok bieten eine **unschlagbare** Möglichkeit, neue Kunden zu gewinnen, Stammkunden zu binden und die eigene Marke authentisch zu präsentieren. Dennoch **scheuen** sich viele Saloninhaber, Social Media **strategisch** zu nutzen. Doch woran liegt das?

WARUM SOCIAL MEDIA FÜR FRISEURSALONS UNVERZICHTBAR IST

- **Neue Kunden gewinnen:** Potenzielle Kunden suchen Inspiration auf Social Media. Ein attraktives Profil mit hochwertigen Vorher-Nachher-Bildern, Einblicken hinter die Kulissen und zufriedenen Kunden schafft Vertrauen und Interesse.
- **Kundenbindung stärken:** Durch regelmäßige Posts, Stories und Interaktionen bleibt der Salon präsent. Kunden fühlen sich persönlich angesprochen und bauen eine emotionale Bindung zur Marke auf.
- **Employer Branding & Mitarbeitergewinnung:** Fachkräftemangel ist in der Branche ein großes Thema. Social Media bietet eine ideale Plattform, um sich als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren und Talente anzuziehen.
- **Mehr Umsatz durch gezieltes Marketing:** Ob Produktvorstellungen, exklusive Angebote oder Terminerinnerungen – Social Media kann gezielt genutzt werden, um den Umsatz zu steigern.

Was hält viele Salons davon ab? Trotz der vielen Vorteile gibt es einige Hürden, die Friseursalons oft davon abhalten, Social Media **professionell** zu nutzen:

- **Zeitmangel:** Der Salonalltag ist hektisch, und oft fehlt die Zeit, regelmäßig hochwertigen Content zu erstellen.
- **Technische Unsicherheiten:** Welche Plattform ist die richtige? Welche Formate funktionieren am besten? Viele Saloninhaber fühlen sich von der Vielzahl an Möglichkeiten überfordert.
- **Fehlende Strategie:** Ohne klaren Plan bleibt Social Media oft ein sporadisches Experiment statt eines effektiven Marketingtools.
- **Angst vor negativer Kritik:** Bewertungen und Kommentare sind öffentlich. Viele Salons haben Sorge, mit Kritik nicht professionell umgehen zu können.

SO GELINGT DER SOCIAL MEDIA ERFOLG!

- **Klar definierte Strategie:** Wer ist die Zielgruppe? Welche Botschaft soll vermittelt werden? Mit einer durchdachten Planung lassen sich Inhalte effizient erstellen.
- **Regelmäßige Inhalte mit Mehrwert:** Tutorials, Kundenstimmen, Vorher-Nachher-Bilder – abwechslungsreicher Content hält das Publikum interessiert.

▪ **Automatisierung nutzen:** Tools wie Meta Business Suite oder Planungs-Apps helfen, Inhalte im Voraus zu erstellen und zu timen.

▪ **Community-Interaktion nicht vergessen:** Kommentare beantworten, auf Nachrichten reagieren – Social Media ist ein Dialog!

Mehr Inspiration gefällig?

Und für alle, die erfahren wollen, worauf es ankommt, wie Du Deine Reichweite gezielt steigerst und warum es wichtig ist, einfach loszulegen, statt lange zu zögern:

Am **23. Februar 2026** findet unser **Inspirationstag „Social Media Makeover“** statt – ein praxisnaher Workshop. Sei dabei! Gemeinsam machen wir Social Media greifbar – für mehr Erfolg und Sichtbarkeit!

Herzlichst
Dein Schaefer Academy Team

MELDE DICH
GLEICH AN
ODER UNTER
09845/989-100



Beliebt wie Kätzchenvideos?
Kein Problem.



SEMINARTERMINE 2025 D

★ CHEFSEMINAR II:

□ 09. – 10.11. in Dinkelsbühl

★ FÜHRUNGSSEMINAR I:

□ 26. – 27.10. in Dinkelsbühl

👤 BERATUNG & KOMMUNIKATION I

□ 17. – 18.11. in Oberdachstetten

👤 SICHER AM TELEFON:

□ 27.10. online

👤 SHIATSU:

□ 20.10. in Oberdachstetten

👤 LEICHTFÜSSER:

□ 16. – 17.11. in Dinkelsbühl

EVENTS 2025:

19.10. T.I.M. - team in motion
in Dinkelsbühl/D



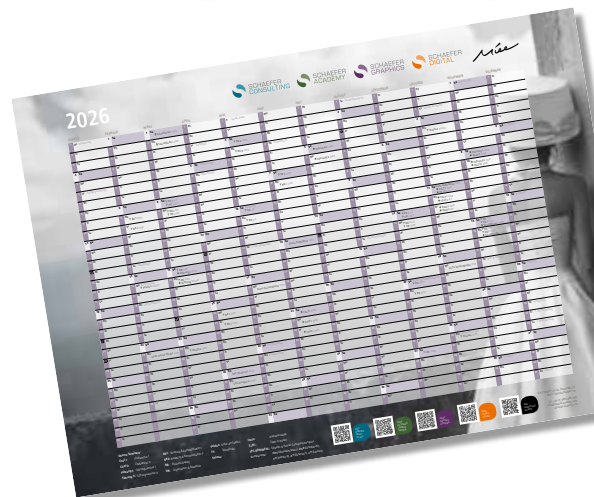
Unternehmens-
entwicklung



Expertise &
Know-how



Persönlichkeit
und Team



DRUCKFRISCH
FÜR DEINE
PLANUNG 2026!
HOL IHN DIR
KOSTENFREI!
09845/989-100
schaefer-academy.com

SEMINARTERMINE 2026 D/A/CH



★ 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:

- ☐ 15.–16.03. in Dinkelsbühl
- ☐ 08.–09.11. in Dinkelsbühl

★ FÜHRUNGSSEMINAR II:

- ☐ 05.–06.07. in Dinkelsbühl

🦋 BUSINESS BEAUTY:

- ☐ 15.–16.03. in Oberdachstetten
- ☐ 10.–11.05. in Österreich
- ☐ 20.–21.09. in Oberdachstetten
- ☐ 15.–16.11. in Hamburg

🦋 BERATUNG & KOMMUNIKATION I:

- ☐ 09.–10.02. in Oberdachstetten
- ☐ 08.–09.03. in Hamburg
- ☐ 20.–21.04. 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:

- ☐ 08.–09.03. in Oberdachstetten
- ☐ 13.–14.09. in Oberdachstetten

🦋 SICHER AM TELEFON:

- ☐ 16.02. online
- ☐ 05.10. online

🦋 SHIATSU:

- ☐ 23.03. in Oberdachstetten
- ☐ 26.10. in Oberdachstetten

👤 TALENTFINDER:

- ☐ 01.–02.03. in Dinkelsbühl
- ☐ 15.–16.11. in Dinkelsbühl

INSPIRATIONSTAGE:

AUFBLÜHEN STATT AUSBRENNEN

- ☐ 14.06. in Oberdachstetten
- ☐ 11.10. in Oberdachstetten

SOCIAL MEDIA:

- ☐ 23.02. in Oberdachstetten
- ☐ 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

BUCH: MANAGEMENT IM FRISEURHANDWERK
WETTBEWERBSVERGLEICHE. BRANCHENVERGLEICHE.
STATISTIK. - BAND 2



UM AUS VERMUTUNG
WISSEN ZU MACHEN,
MUSS ICH
MEINE ZAHLEN
KENNEN.

DER AUTOR FRANK GREINER-SCHWED

Unternehmensberater
Bankkaufmann
Versicherungsfachmann
Seminartrainer



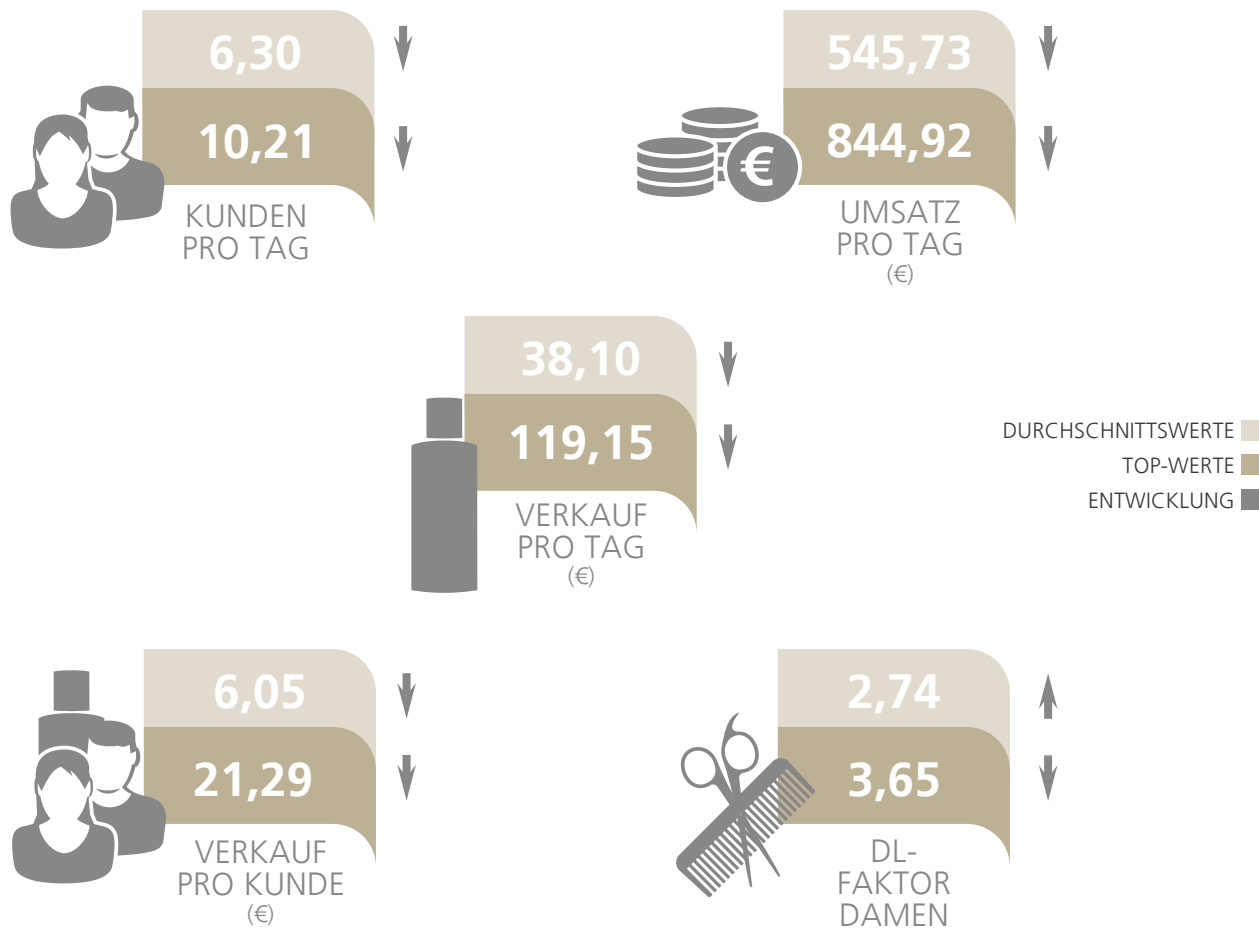
Bestelle hier Dein
eigenes Exemplar.



ZAHLEN IM EINBLICK

SEPTEMBER 2025

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 September 2025.



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:

Katrin Cervizzi, cervizzi.katrin@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: © Vincenzo Esposito / miewe.com

Seite 4/5: © Andrey / Adobe Stock

Seite 12: © boedefeld1969 / Adobe Stock

Seite 15: © TommyNa / Adobe Stock