



# EINBLICK

CHEFGEDANKEN  
BETRIEBSKLIMA  
AUF PLATZ 1!

SICHTWEISEN  
SELBSTERFÜLENDE  
PROPHEZEIUNG

DARSTELLUNG  
DAS GROSSE  
SCHWEIGEN

# BETRIEBSKLIMA AUF PLATZ 1!

AUSWERTUNG DER MITARBEITERBEFRAGUNG ERGIBT EIN KLARES ERGEBNIS

Ich hoffe, Sie sind gut und gesund ins neue Jahr gestartet! Ich möchte Sie **gerne** noch einmal an zwei meiner Chefgedanken des Vorjahres erinnern. Dort ging es mir thematisch um **Aktivitäten**, die ich Ihnen empfohlen habe, um die Atmosphäre in Ihrem Team zu **verbessern** und **Pluspunkte** in Ihrem Mitarbeitermarketing zu sammeln.

Dies möchte ich heute noch **deutlich** untermauern. Mit unserem **Friseur-Informationssystem** – kurz FIS – führen wir auch Mitarbeiterbefragungen in den von uns betreuten Salons durch. Über alle durchgeführten Befragungen können wir auch eine **gesamte** Auswertung und Analyse vornehmen. Eine der spannenden Fragen dabei ist, welche Bedeutung unterschiedliche „**Hygienefaktoren**“ für die Mitarbeiter haben.

Die Auswertung dieser Frage wird viele **überraschen**, vor allem dann, wenn man die **vordersten** Plätze, also die **wichtigsten** Faktoren betrachtet. Die Mitarbeiter konnten bei der Wichtigkeit 1 bis 5 Punkte vergeben. 5 Punkte war dabei der beste Wert. Auf dem ersten Platz mit jeweils durchschnittlich 4,81 Punkten landeten das **Betriebsklima** und das **Verhältnis** zu den **Kollegen**, dicht gefolgt vom **Verhältnis** zum **Chef** (4,80 Punkte). Was also die Mitarbeiter in erster Linie in ihren Betrieben schätzen, ist das **Betriebsklima** und die **Beziehungsqualität**. Das sind die **wichtigsten** Faktoren, dass sich Mitarbeiter wohlfühlen und gerne in ihren Unternehmen arbeiten.

Jetzt sind **Sie** gefordert zu prüfen, ob und wie Sie in Ihrem Unternehmen diesen Fakten gerecht werden. Welche Aktivitäten werden geplant und umgesetzt, um für eine gute Atmo-

sphäre zu sorgen? Oder gehen Sie davon aus, dass in Ihrem Team schon alleine aufgrund der angenehmen Zusammenarbeit im Salon eine gute Stimmung herrscht?

Prinzipiell ist es nichts anderes wie in einer **Beziehung**: Zu Beginn lebt diese längere Zeit vom „**Schmetterlingsfaktor**“, der einen dazu veranlasst, vor allem nur die positiven Seiten des neuen Partners zu sehen. Das „Kleingedruckte“ wird erst später gelesen und viele Aktivitäten, die man in der Anfangsphase mit Wertschätzung und Zuneigung lebt, werden gerne vernachlässigt. „Es läuft ja!“

Nur wenn der andere diese Wertschätzung nicht mehr erfährt und die Beziehung immer alltäglicher und dadurch auch langweiliger empfunden wird, dann sinkt auch die Zufriedenheit. Man wird anfälliger für andere Angebote.

Interessant ist demnach ein weiteres Ergebnis der Analyse der Mitarbeiterbefragung. Hier erkennt man, dass die Zufriedenheit bei den Faktoren – also die gelebte Praxis – ein anderes Resultat zum Vorschein bringt. Hier rangiert das **Betriebsklima** mit einem Wert von 4,04 nur auf dem **neunten** Platz.

Demnach ist es auf jeden Fall so, dass nicht in allen Salons das gewünschte Betriebsklima im Alltag auch so gelebt wird. Genau wie im Beispiel der Beziehung. Und dann wundert sich die Chefetage, wenn die Unzufriedenheit steigt und es zu Kündigungen von Mitarbeitern kommt, mit denen man nie gerechnet hätte.

Haben Sie für das Jahr 2023 einen **Aktivitätenplan** für Ihr **Mitarbeitermarketing** erstellt? Was passiert außerhalb des alltäglichen Arbeitens? Gibt es Events, Feiern, Sitzungen, Teambesprechungen, Einzelgespräche – sprich Aktivitäten, bei denen Sie Ihre **Wertschätzung** Ihren Mitarbeitern immer wieder **vermitteln**? Derartige Veranstaltungen führen auch immer zu einem besseren Verhältnis und Verständnis zu den Kollegen und zur Chefetage. Wenn sie denn gelebt und umgesetzt werden.

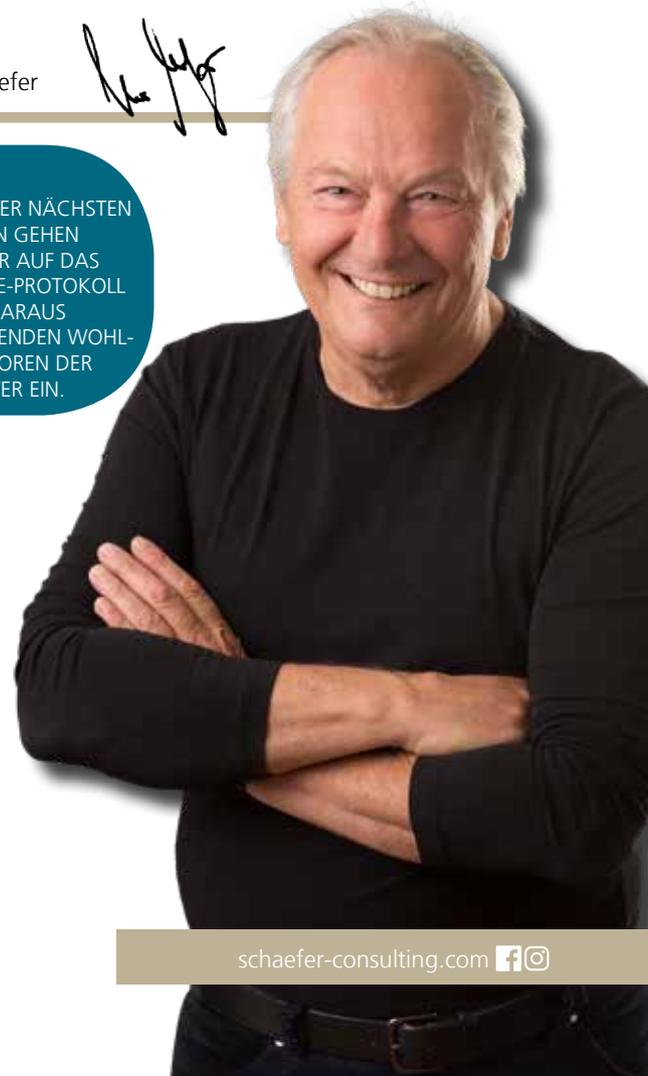
Vielleicht sagt der eine oder andere, vor der Coronapandemie wurde dies konsequent gelebt, seitdem kam es zu kurz. Ein noch wichtigerer Grund, diesen Ball wieder aufzugreifen und umzusetzen. Die Auswertung der Mitarbeiterbefragung untermauert die Bedeutung dieser Aktivitäten eindeutig.

Ich wünsche Ihnen ein erfolgreiches Frühjahr und tolle Erlebnisse mit Ihren Mitarbeitern

Herzlichst  
Klaus Schaefer



IN EINER DER NÄCHSTEN AUSGABEN GEHEN WIR NÄHER AUF DAS 22-PUNKTE-PROTOKOLL UND DIE DARAUS RESULTIERENDEN WOHLFÜHLFAKTOREN DER MITARBEITER EIN.



# SELBSTERFÜLLENDE PROPHEZEIUNG

---

*Ich bin was ich denke,  
was ich denke strahle ich aus,  
was ich ausstrahle ziehe ich an.*

*Oder: Jeder hat die Kunden und den Erfolg, den er verdient!*

---

Die eigene Einstellung und den Blick für das **Wesentliche** zu behalten ist aufgrund der aktuellen Situation nicht immer **einfach**. Nach zwei Jahren Pandemie gefolgt von Krieg in Europa und einer, in dieser Höhe schon lange nicht mehr dagewesenen Inflation, sind die täglichen Nachrichten, welche auf uns einprasseln oft erschreckend und negativ geprägt. So hatten viele im Sommer Angst, in den Wintermonaten ohne Heizung in der kalten Wohnung zu sitzen und stellen jetzt fest - es ist doch nicht so.

Was hat das aber jetzt mit dem **Alltag** im Friseursalon zu tun? Selbstverständlich beschäftigt dieses Thema auch Dich und vor allem auch Deine Mitarbeiter. Und genau **hier** ist Vorsicht geboten!

Aber der Reihe nach ...

Schenkt man den wiederkehrenden Aussagen in vielen Salons Glauben, ziehen die meisten Kunden ihre **Terminfrequenz** in die Länge, konsumieren weniger **Dienstleistungen** in den Salons und führen auch Dienstleistungen selbst zuhause aus.

Doch was ist denn **wirklich** Fakt? Betrifft das **wirklich** den Grossteil der Kunden oder lassen wir uns eventuell von einem entstehenden **negativen** Gefühl leiten?

**Fakt** ist, dass ca. 30 % der Deutschen ein vermindertes Einkommen haben. Ca. die Hälfte davon lebt an der Armutsgrenze. Dass es diesen Menschen aktuell natürlich nicht gut

geht und sie eventuell jeden Euro zweimal umdrehen müssen, ist logisch. Ehrlicherweise ging es diesen Menschen aber auch die letzten 30 Jahren **schlechter** als dem Rest der Bevölkerung. Selbstverständlich müssen **Lösungen** für diese Menschen gefunden werden um deren Situation zu verbessern. Diese Kunden waren jedoch noch nie bzw. nur sehr selten Kunden in exklusiven Friseursalons! Die Kunden der Salons sind die verbleibenden 70 % Bevölkerung, welche **finanziell** deutlich **besser** gestellt sind. Natürlich fällt auch diesem Teil der Bevölkerung auf, dass Einkäufe teurer werden und ihnen am Monatsende weniger übrig bleibt. Aber auf welchem **Niveau** wird hier gejammert? Welche **Luxusprobleme** beschäftigen diese Menschen?

Versuche doch mal an einem Wochenende spontan einen Platz in der Gastronomie zu bekommen. Das ist ein fast **unmögliches** Unterfangen. Die Restaurants sind ausgebucht. Das spricht nicht dafür, dass die Menschen kein Geld zur Verfügung haben, denn ganz ehrlich:

„Sich selbst etwas zu essen zu machen, ist einfacher als sich selbst die Haare zu schneiden!“

Auf der anderen Seite ärgern sich diese Personen, dass sie vielleicht nicht mehr dreimal sondern nur noch zweimal im Jahr in den Urlaub fahren! **LUXUS!**

Fakt ist: Ist es den Menschen wichtig, geben sie gerne Geld aus! Das Gefühl sich etwas zu gönnen, sich Zeit für sich zu nehmen, sich wohlzufühlen, ist in den letzten Jahren extrem gestiegen, was der Friseurbranche sehr entgegenkommt.

## NICHT MIT DEM GELDBEUTEL DES KUNDEN DENKEN!

Was passiert aber jetzt in einigen Salons und warum ist es wichtig seine Leistung auf **Topniveau** zu halten?

Logischerweise müssen wir Preise nach oben anpassen, was bedeutet, dass Kunden mehr bezahlen als bisher. Hier ist Vorsicht geboten. Denkt nicht mit dem Geldbeutel der Kunden! Gedanken wie: „Das kann ich doch jetzt nicht noch anbieten, weil der Kunde sowieso so viel bezahlt“ oder auch Dienstleistungen auf zwei Kundentermine zu splitten, sind **absolut** tödlich und eine dauerhaft selbsterfüllende Prophezeiung. Wenn ein Kunde mehr bezahlt, wir uns aber nicht mehr so gut um ihn kümmern, weil wir an Beratung, Zusatzdienstleistungen, Service etc. sparen, dann ist es nur **logisch**, dass dieser irgendwann **ausbleibt**. Das ist ungefähr so, wie wenn Du im Restaurant für das selbe Gericht jetzt 10 EUR mehr bezahlst, aber **weniger** auf dem Teller ist und auch der Service plötzlich zu wünschen übrig lässt. Diese Kunden werden **ausbleiben**; aber nicht aufgrund der Preise oder weil das Essen (die Dienstleistung) nicht mehr schmeckt, sondern aufgrund von **Minderleistung**.

**Jeder** Kunde, der den Salon betritt, hat unsere **volle** Aufmerksamkeit, Fachkompetenz, Beratungsleistung, Service etc. verdient. Er hat sich dazu entschieden, Geld auszugeben! Und keiner würde Geld ausgeben für Dinge, die er nicht haben will! Also achtet hier auf **Eure** Gedanken, denn sie werden Euer Handeln und das Eurer Kunden beeinflussen! Und selbst die Kunden, die einkommenstechnisch nicht so gut aufgestellt sind, sich aber dennoch, wenn auch nicht so oft, eine Auszeit

nehmen und sich gut fühlen möchten, haben doch **verdient**, auch so behandelt zu werden. Und eben nicht, wie wenn sie kein Geld hätten oder wie Menschen zweiter Klasse.

Hier noch ein paar Fakten:

Würden Kunden **weniger** konsumieren oder Dienstleistungen selbst ausführen, müsste der **Dienstleistungsfaktor** (die Summe der ausgeführten Dienstleistungen pro Kunde) **dramatisch** sinken. Das ist **nicht** der Fall. Dieser liegt wie schon 2016 auf **gleichem** Niveau. Würden alle Kunden ihre Termine in die Länge ziehen, müsste die Anzahl der täglich bedienten Kunden pro Mitarbeiter nachweislich zurückgehen. Das Gegenteil ist der Fall. Das Einzige, was sich verändert hat, ist der Preis, den die Kunden für die Dienstleistungen bezahlen!

| BTV Oktober      | 2016     | 2017     | 2022     |
|------------------|----------|----------|----------|
| Kunden pro Tag   | 5,60     | 6,02     | 6,14     |
| Umsatz pro Kunde | € 63,62  | € 63,02  | € 79,99  |
| Tagesumsatz      | € 356,30 | € 380,17 | € 491,40 |
| DL pro Tag       | 14,5     | 14,97    | 16,02    |
| VK pro Kunde     | 5,71     | 5,32     | 6,17     |
| DL-Faktor Damen  | 2,89     | 2,78     | 2,83     |
| Umsatz pro Dame  | € 72,29  | € 72,53  | € 89,95  |
| Umsatz pro Herr  | € 28,94  | € 28,56  | € 35,86  |

Fortsetzung nächste Seite

# FORTSETZUNG SELBSTERFÜLLENDE PROPHEZEIUNG

# SICHTWEISEN

Selbstverständlich gibt es im übrigen Kunden, die die oben genannten Dinge tun. Das sind aber nicht alle, sondern Ausnahmen. Wenn wir diese Ausnahmen jedoch zur Regel erklären und dementsprechend handeln, wird das **Konsequenzen** haben. Für Dich, Deine Mitarbeiter und Deine Kunden.

Deswegen **hinterfragt** Eure Leistungen! Höhere Preise und weniger Leistung passen nicht zusammen! Während der Pandemie sind gerade im Service und im menschlichen Umgang mit Kunden hier einige Dinge **eingeschlafen**, mit denen Du bei Kunden **punkten** kannst. Welches ist Dein **Leistungsversprechen** gegenüber Kunden? Wie wird dieses im Salonalltag gelebt? Was macht den Besuch in **Deinem** Salon besonders und unverwechselbar? Welches ist Dein **Alleinstellungsmerkmal**? Oft sind es die **kleinen** Dinge, die den Unterschied ausmachen!

Herzlichst  
Frank Greiner-Schwed



AKTION  
FÜR DEN  
FACH-  
HANDEL!

Für Bezugsstoffe  
von Stühlen  
und Waschesseln



1 x täglich am Abend



Set-Tuch einsprühen



Mit Hochflortuch abwischen



Glanz

made in germany.

DER TIPP VOM *#Lieblingseinrichter*

nur **32,95 €** statt 39,95 €  
zzgl. Verpackung und Versand.



tel. +49 (0) 23 27 - 99 10 950

[www.interpartner.de](http://www.interpartner.de)



# DAS GROSSE SCHWEIGEN

Friseure sind empathisch und einfühlsam. In einem Beruf, in welchem Menschen sich so **nahe** kommen wie beim Friseurbesuch, ist das auch gut so. Erfolgreich in diesem Handwerk arbeiten, erfordert **Einfühlungsvermögen**. Allein schon, um den Typ seines Gegenübers zu erspüren, damit die Arbeit typoptimiert erfolgen kann. Dieses erfordert, genau wie eine gute Kundenbindung, eine aufmerksame Kommunikation.

Aber zurück zur Empathie, die auch eine Kehrseite hat: Friseure:innen **fühlen mit**. Zum Beispiel wenn Kunden (vermeintlich) kein Geld haben, wenn über die Teuerungsrate lamentiert wird oder wenn die Kundin erzählt, dass der letzte Haarschnitt „schwarz“ zu Hause erfolgte. Manchmal wird auch die Schmerzgrenze überschritten, jeglicher Kommentar bleibt aus, es wird geschwiegen. Schließlich sollen Kunden sich bei uns im Salon **wohlfühlen**.

„Beim Friseur sparen!“ titelt der FOCUS und schreibt: „Frauen hingegen müssen sich die Haare nach dem Schnitt oft selbst föhnen. Andernfalls verlangen Betriebe dafür saftige Aufschläge!“. Solcher Schwachsinn wird ebenso schweigsam hingenommen, wie die **dritte** Preiserhöhung eines Lieferanten innerhalb eines Jahres.

„Die Industrie ist für die meisten Friseure so etwas wie der Heilige Geist! Sie legen die Hände in den Schoß und warten auf die große Erleuchtung, anstatt **selbst** aktiv zu werden!“. Diese Aussage stammt aus dem Mund eines Firmeninhabers der Zulieferindustrie für das Friseurhandwerk und bezog sich vor Jahren auf die Tatsache, dass Konzerne der Haarkosmetik

eigene Discountsalons eröffneten. „Friseure sitzen bei Problemen wie das Kaninchen vor der Schlange, schweigsam und starr vor Angst“, so der Nachsatz. Nun, nicht ganz. Zumindest schimpfen sie auf die Innungen, Kammern oder den Zentralverband, Institutionen, die sie selbst durch massenhafte Austritte geschwächt und ihnen die Stimme **genommen** haben.

Wie alles unterliegt auch der Friseurberuf einem **zeitlichen** Wandel. Zu meiner Lehrzeit (auch wenn das schon Jahrzehnte her ist) zählte der Friseurberuf zu den sozial geprägten Berufen und hatte einen deutlich **höheren** Stellenwert als in der Gegenwart.

Mit der Tätigkeit am **Äußeren** des Menschen nehmen Friseure Einfluss auf das **innere** Wohlbefinden der Menschen. Sie verschönern Menschen und optimieren deren Erscheinungsbild. Diese Tätigkeit unterliegt einer **großen** Verantwortung.

Die Frisur war für die Menschen dieser Zeit ein **Statussymbol**. Sie wussten, wie sehr das persönliche Erscheinungsbild durch die Haarpracht ganz entscheidend geprägt wird.

Heute ist dieses Wissen, vor allen Dingen bei der jüngeren Generation, verloren gegangen.

Teile dieses Handwerks sind vom Dienstleister und Schönheitsberater zum Haarabschneider mutiert. Mit Billigpreisen gestalten diese das Image der Friseurbranche entscheidend mit. Haarschnitte von der Stange, Schnellschnitte und der Preis stehen im Vordergrund, so kann die Frisur kein Statussymbol mehr werden – und jetzt der **Silent Cut!**?

# DARSTELLUNG

Dabei habe ich die vage Ahnung, dass dieses wieder eine Idee unserer Kollegen aus dem Discountbereich ist, einfach um noch effizienter und schneller arbeiten zu können. Aber auch, um dem Fachkräftemangel folgend, Mitarbeiter ohne Deutschkenntnisse in den Salonalltag integrieren zu können. Gedanken, die entstehen, wenn der (auch notwendige) Kommerz an oberster Stelle steht und nicht der Mensch.

Statt zu beraten, aufzuklären und die Wichtigkeit der Typoptimierung zu beschreiben, lieber Schweigen. Wir nehmen hier ein wichtiges Stück unserer **Zwischenmenschlichkeit** aus dem Portfolio unserer Leistungen. Ist das die richtige Richtung?

Nein, ich bin nicht unbedingt gegen diesen Silent Cut, nur so, wie diese angeblich neue Dienstleistung dargestellt wird, bitte nicht!

Wollen wir so etwas praktizieren, der Bedarf mag ja da sein, dann bitte **hochwertig**. In einer ruhigen Ecke, einem **separaten** Raum, vielleicht mit einer Duftkerze und Wellnessambiente. Vielleicht auch mit der leisen Lieblingsmusik der Kundin im Hintergrund, aber immer mit **ausführlicher** Beratung. Das wäre meine Empfehlung zu diesem Thema.

Herzlichst  
Rene Krombholz





## IN NEUEM DESIGN IN DEN FRÜHLING

In edlem Schwarz fügen sich die neuen Mix-Schälchen  
schön in das Miée-Gewand.

Sie schmiegen sich perfekt in die Hand  
und der kleine schwarze Löffel aus Metall  
unterstützt – wie gewohnt – das Miée-Dufterlebnis.

Ein Anruf – eine kurz Mail  
und auch bei Dir tun sie ihr rührendes Werk.

# CARDS- DER MEHRWERT FÜR DICH UND DEINE KUNDEN

Um Deine Kunden **langfristig** zu binden, empfehlen wir Dir den Einsatz von **Geldscheinkarten**, den sogenannten „Cards“.

Diese sind im passenden **Visitenkartenformat**, somit einfach im Geldbeutel verstaut und immer parat.

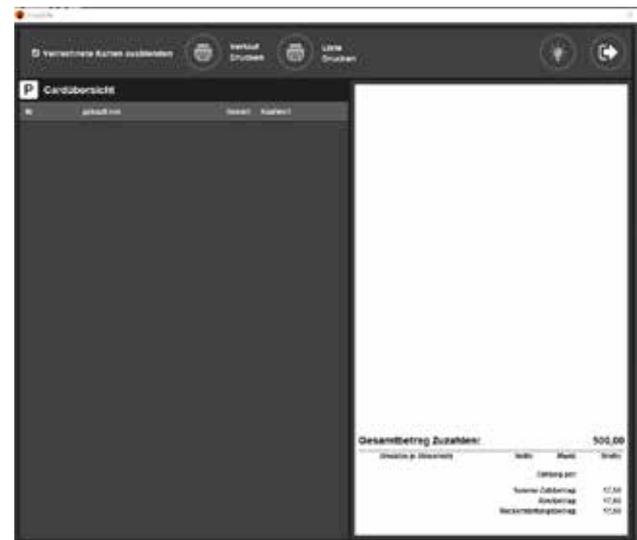
In der Praxis wird die Karte beim Kauf einfach beim **Bezahlvorgang** mit dem Barcode gescannt und in der Kasse hinterlegt. Kommt der Kunde zum Einlösen, wird die Karte ebenfalls bequem gescannt und Du bist immer auf dem neuesten Stand, welcher Kunde über welches Guthaben verfügt.

Dazu kannst Du die Listenansicht der Bewegungen für die Cards in Deinem Victory nutzen.

So gelangst Du zur Übersicht:



1. Startseite öffnen
2. Unter der Kategorie „Tagesgeschehen“ auf den Button „Kasse“ klicken
3. Wähle den Button „Cockpit“ und klicke dann auf „Cards“.
4. Nun öffnet sich die „Cardliste“





Biete Deinen Kunden diesen besonderen Service an. Die Schaefer Graphics gestaltet natürlich die Cards im passenden Design für Deinen Salon. Und bietet Dir somit ganz einfach ein zusätzliches attraktives Marketinginstrument.

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

Dein  
Graphics- & Victory-Team



# ÄNDERUNGEN 2023

Das **Kindergeld** wurde zum 1. Januar auf einheitlich 250 € pro Monat und Kind erhöht. Das bedeutet für das erste und zweite Kind ein Plus von 31 € und für das Dritte ein Plus von 25 € im Monat.

**Höherer Kinderfreibetrag:** Zum 1. Januar wurde der Kinderfreibetrag um 404 € auf 8.952 € erhöht. Im Folgejahr soll der Freibetrag auf 9.312 € steigen.

**Einkommensteuer:** Der steuerliche Grundfreibetrag - also das Einkommen, bis zu dem keine Steuer gezahlt werden muss - steigt um 561 € auf 10.908 €. Der Spitzensteuersatz von 42 % ist 2023 erst ab einem zu versteuernden Einkommen von 62.810 € fällig (zuvor: 58.597 €).

Bei sogenannten **Midi-Jobs** steigt die **Verdienstgrenze**. Arbeitnehmer dieser Gruppe dürfen künftig 2.000 € statt 1.600 € verdienen. Bis zu dieser Grenze gilt, dass Beschäftigte geringere Sozialversicherungsbeiträge zahlen müssen.

**Sparerpauschbetrag:** Die Steuerfreibeträge für Einkünfte aus Kapitalvermögen werden erhöht - für Einzelpersonen von 801 € auf 1.000 € und für Paare, die zusammen veranlagt werden, von 1.602 € auf 2.000 €. Künftig können statt 600 € bis zu 1.260 € **Homeoffice-Pauschale** bei der Steuererklärung angesetzt werden. Die Pauschale zählt zu den Werbungskosten, für die allen Steuerzahlern ohnehin 1.200 € angerechnet werden. Nur wer mit Homeoffice-Pauschale und anderen Ausgaben über diesen Betrag kommt, profitiert.

Studierende und Fachschülerinnen und Fachschüler erhalten – auf Antrag – eine einmalige **Energiepreispauschale** in Höhe von 200 €. Maßgeblich für eine Auszahlung der Pauschale ist, dass die Berechtigten am 1. Dezember 2022 an einer Hochschule in Deutschland immatrikuliert oder Schülerin beziehungsweise Schüler in Fachschulklassen oder Berufsfachschulklassen waren.

**Führerschein-Umtausch:** Wer in den Jahren 1965 bis 1970 geboren ist und noch einen rosafarbenen oder grauen Führerschein besitzt, muss das Dokument bis zum 19. Januar 2024 in einen fälschungssicheren Scheckkarten-Führerschein umtauschen. Der Umtausch erfolgt stufenweise nach Geburts- bzw. Ausstellungsjahr.

Bis zum 19. Januar 2023 mussten alle Menschen der Geburtsjahrgänge 1959 bis 1964 ihren Führerschein umtauschen.

Zum 1. Januar 2023 ist durch eine Gesetzesänderung die **Hinzuverdienstgrenze** bei vorgezogenen Altersrenten entfallen. Zuvor konnten Ruheständler erst nach Erreichen der regulären Altersgrenze unbeschränkt nebenher arbeiten.

Statt des Arbeitslosengeldes II – auch als Hartz IV bekannt – erhalten erwerbstätige und bedürftige Menschen in diesem Jahr das **Bürgergeld** und damit deutlich höhere Bezüge. Nach einem Streit zwischen den Ampel-Fraktionen und der Union hat der Bundesrat ein hierzu angepasstes Gesetz beschlossen. Die Reform beinhaltet unter anderem höhere Zuverdienstgrenzen als im Hartz-IV-System. Wer als Bezieher von Bürgergeld ein Vermögen von bis zu 40.000 € angespart hat, muss dieses

ein Jahr lang nicht antasten. Anders als ursprünglich geplant, gibt es aber keine Vertrauenszeit von sechs Monaten zu Beginn des Bezugs von Bürgergeld, sondern von Anfang an Leistungskürzungen, sollten Empfänger ihren Mitwirkungspflichten nicht nachkommen. Das Bürgergeld-Gesetz wird in zwei Schritten umgesetzt: zum 1. Januar und zum 1. Juli 2023.

Folgende Regelsätze sieht die **Grundsicherung** vor:

- Alleinstehende Person: 502 €
- Paare je Partner/Bedarfsgemeinschaften: 451 €
- Kinder im Alter von 14 bis 17 Jahren: 420 €
- Kinder im Alter von 6 bis 13 Jahren: 348 €
- Kinder im Alter von 0 bis 5 Jahre: 318 €

Der Beitragssatz zur **Arbeitslosenversicherung** ist zum Januar 2023 von 2,4 % auf 2,6 % gestiegen.

Unternehmen, die Aufträge an freischaffende Künstler:innen vergeben, zahlen 2023 eine Abgabe an die **Künstlersozialkasse** von 5 %.

Noch bis Ende des Jahres 2024 können Arbeitgeber/innen ihren Beschäftigten steuer- und sozialversicherfrei eine **Inflationsausgleichsprämie** von bis zu 3.000 € gewähren. Diese muss zusätzlich zum Arbeitslohn gewährt werden und es handelt sich um eine freiwillige Leistung des Arbeitgebers. Der steuerliche Freibetrag kann auch in mehreren Teilbeträgen ausgezahlt werden. Der Arbeitgeber muss auf der Lohnabrechnung deutlich machen, dass es sich bei dieser Zahlung um die Inflationsausgleichsprämie handelt.

Herzlichst  
Gisela Hafner




DICH ...

ERWARTEN SPANNENDE VORTRÄGE:



**„Erfolgsprinzipien des Sports!“**

Frank Busemann



**„Mut ist machbar – stabil durch Krisenzeiten!“**

Prof. Dr. med. Volker Busch



**„Erfolg hat, wer mit Liebe führt!“**

Mike Fischer & Nancy Bradtke



**„8 Länder - 9 Wochen! Eine Salonreise bringt spannende Erkenntnisse.“** Niki Madunovic-Reser

# SPC-KONGRESS

## 18.-19. JUNI 2023



### FREU DICH AUSSERDEM AUF ...

- ... das „Get together“ am Samstag mit Welcome-Bufferet, a cappella Musik, guter Laune und tollen Gesprächen.
- ... 6 kurzweilige Workshops und Kurzvorträge am Sonntag-Nachmittag.
- ... die Bochumer Schleiftechnik, deren Team Eure mitgebrachten Scheren vor Ort schleifen wird.
- ... das Dinner-Bufferet am Sonntag-Abend mit anschließender Überraschung und open end!
- ... unsere Tombola für einen guten Zweck und gewinnt u. a. einen Aufenthalt mit Übernachtung im „Meiser Vital Hotel“!
- ... die 30-köpfige Schaefer-Crew!

- ... das 2020 eröffnete neue Meiser Design Hotel \*\*\*\*! Staunen, wohlfühlen, genießen. Restaurantbereich mit Frontcooking, Sauna und Fitness sowie Sonnenterrasse im 5. Obergeschoss zum Verweilen während der Vortragspausen. Für den German Design Award 2022 nominiert. 90 Mitarbeiter vor und hinter den Kulissen freuen sich auf unser Kongress-Wochenende!

**DER COUNTDOWN LÄUFT.  
ES GIBT aktuell noch 67 PLÄTZE!  
WIR FREUEN UNS AUF Dich!**

Alle Infos zum Kongress findest Du unter:  
[www.schaefer-academy.com/events](http://www.schaefer-academy.com/events)

DICH ...

## ERWARTEN KURZWEILIGE WORKSHOPS:



### **Miée „Träume bunt!“**

Katja Linke, Friseurin, Miée Markenrepräsentantin

Erlebe in diesem Workshop die Neuigkeiten aus der Miée Farbsampoo Welt. Arbeite vor Ort mit, teste die neuen Töne direkt und kreierte Deinen eigenen Mixton. Lass Dich von den Möglichkeiten, die Dir Miée Color bietet, inspirieren. Tausche Dich mit Kollegen aus und nehme neue Ideen mit in Deinen Salon. Lass Dich von der Miée Welt begeistern und träume bunt.

WEITERE  
INFORMATIONEN  
FINDEST DU HIER:



### **Shiatsu „Image prägen durch Wohlfühlfaktor!“**

Petra Schnelle, Friseurmeisterin, Trainerin

Mit der japanischen Massagetechnik Shiatsu schaffst Du es, den Kunden zu überraschen, zu begeistern und aus dem Friseurbesuch ein ganz besonderes Erlebnis zu gestalten. Nicht höher, schneller, weiter, sondern achtsam, ruhig und menschlich. Durch die intensive Berührung schaffst Du eine innige Verbindung zu Deinen Kunden, die sie beeindruckt und wiederkommen lässt.

# SPC-KONGRESS

## 18.-19. JUNI 2023



### **Live Podcast „Focus Friseur“**

Stefan Dax, Dipl.-Betriebswirt, Unternehmensberater, Partner, Trainer

„Die Welt verändert sich laufend und immer schneller! Sowohl Mitarbeiter als auch Kunden ändern ihre Ansprüche. Der Friseur als Unternehmer muss darauf reagieren. Führungsverhalten, Kundenansprache, Digitalisierung, Wirtschaftlichkeit sind unter anderem die Schlagworte. Ein Unternehmen ist wie ein Baum. Es wird beständig wachsen und sich weiterentwickeln müssen (nicht nur der Umsatz) – ansonsten stirbt es!“ Sei live bei der Entstehung einer neuen Podcast-Folge dabei und wirke gerne auch mit!



### **gryvvel „Die magische Hochsteckhilfe!“**

Denise Bredtmann, Unternehmerin, Friseurmeisterin

Der gryvvel ist das beste Tool am Markt für moderne, gezupfte Frisuren. Du bist mit dem gryvvel in der Lage, schnellere Hochsteckfrisuren, Ball- und Brautfrisuren zu kreieren. gryvvel - Der einzige Spiralhaargummi der Welt mit Coaching-Konzept. Friseur exklusiv + Inspiration + Kreativität + Innovation + Spaß = gryvveln. Denise Bredtmann ist seit 2016 bei Lets Dance und Dancing on Ice beschäftigt. Sie ist live am SPC-Kongress dabei! Willst Du auch gryvveln?

# MIT VOLLGAS INS JAHR 2023 - JETZT DURCHSTARTEN

Jeder Sportler, der erfolgreicher sein möchte, sucht sich einen **Coach** bzw. beschäftigt sich **selbst** mit seinen **Leistungen** und versucht diese zu **verbessern**. Dazu gehört, dass er sich ansieht: „**Wo** stehe ich **heute?**“, und sich natürlich auch Gedanken darüber macht: „**Wo** will ich **hin?**“. Dies zu definieren ist die erste Aufgabe.

Sind der **Status Quo** sowie das **Ziel** definiert, geht es in die **Umsetzung**. Ebenso stellt es sich mit der Karriere als Stylist/in dar. **Wo** stehe ich? **Warum** gehe ich eigentlich jeden Tag auf die Arbeit? **Was** sind meine Ziele? **Wie** erreiche ich diese und **welche** Maßnahmen sind hier wichtig?

Das **Durchstarter Seminar** bietet Dir Lösungsansätze auf all diese Fragen. Um als Stylist/in erfolgreich zu arbeiten, ist nicht nur die fachliche **Kompetenz** oder der **Umgang** mit Kunden wichtig. Ich muss mich eben auch mit den **Hintergründen** beschäftigen. **Wie** kann ich mich verbessern? **Welche** Umsätze sind nötig, um entsprechende Verdienstmöglichkeiten zu haben? **Wie** erreiche ich diese? All das kann man erkennen, wenn man sich mit seinen eigenen Zahlen, Daten und Fakten auseinandersetzt.

Außerdem ist es **wichtig**, sich mit den Zielen des Unternehmens zu identifizieren. Wenn Dein persönlicher Plan Hand in Hand mit den Zielen und Plänen Deines Chefs geht, ist das eine sehr gute **Voraussetzung**. Dafür ist ein **wechselseitiges** Verständnis füreinander notwendig. Deswegen bietet das Durchstarter Seminar viele Einblicke in das Denken und Handeln eines Unternehmens bzw. Chefs. Ebenso werden **Lösungen** geboten, wie Du Deine Ziele und Pläne kommunizieren und verwirklichen kannst. Jeder im Salon ist individuell, aber alle ziehen an einem Strang.

Nach dem Seminar wirst Du die **Möglichkeiten** und **Wege** kennen, die Du dauerhaft brauchst, um so richtig **durchzustarten** und Deinen Erfolg selbst in die Hand zu nehmen.

Melde Dich jetzt an und starte durch beim **Durchstarter Seminar**.

Herzlichst  
Frank Greiner-Schwed



MELDE DICH AN!  
DURCHSTARTER  
SEMINAR  
26.-27.03.2023  
OBERDACHSTETTEN  
09845/989100  
schaefer-academy.com



# SEMINARTERMINE 2023 D/A/CH

## CHEFSEMINAR I:

19.–21.03. in Dinkelsbühl  
24.–26.09. in Dinkelsbühl  
15.–17.10. in Salzburg/A

## CHEFSEMINAR II:

05.–06.11. in Oberdachstetten

## FÜHRUNGSSEMINAR I:

05.–06.03. in Dinkelsbühl  
22.–23.10. in Dinkelsbühl

## FÜHRUNGSSEMINAR II:

23.–24.04. in Dinkelsbühl  
25.–26.06. in Eich/CH

## DURCHSTARTER:

26.–27.03. in Oberdachstetten  
08.–09.10. in Oberdachstetten

## BERATUNG & KOMMUNIKATION I:

26.–27.03. in Siegburg  
17.–18.04. in Oberdachstetten  
07.–08.05. in Eich/CH  
22.–23.05. in Oberdachstetten  
24.–25.09. in Oberdachstetten  
15.–16.10. in Siegburg  
05.–06.11. in Eich/CH  
12.–13.11. in Oberdachstetten

## BERATUNG & KOMMUNIKATION II:

07.–08.05. in Oberdachstetten  
10.–11.09. in Eich/CH  
22.–23.10. in Siegburg

## ORGANISATION & REZEPTION:

05.–06.03. in Oberdachstetten  
22.–23.10. in Oberdachstetten

## SICHER AM TELEFON:

24.04. online  
30.10. online

## SHIATSU:

13.03. in Oberdachstetten  
16.10. in Oberdachstetten

## TALENTFINDER:

12.–13.03. in Dinkelsbühl  
15.–16.10. in Dinkelsbühl

## LEICHTFÜSSER:

12.–13.11. in Dinkelsbühl

## EVENTS:

### KONGRESS 2023

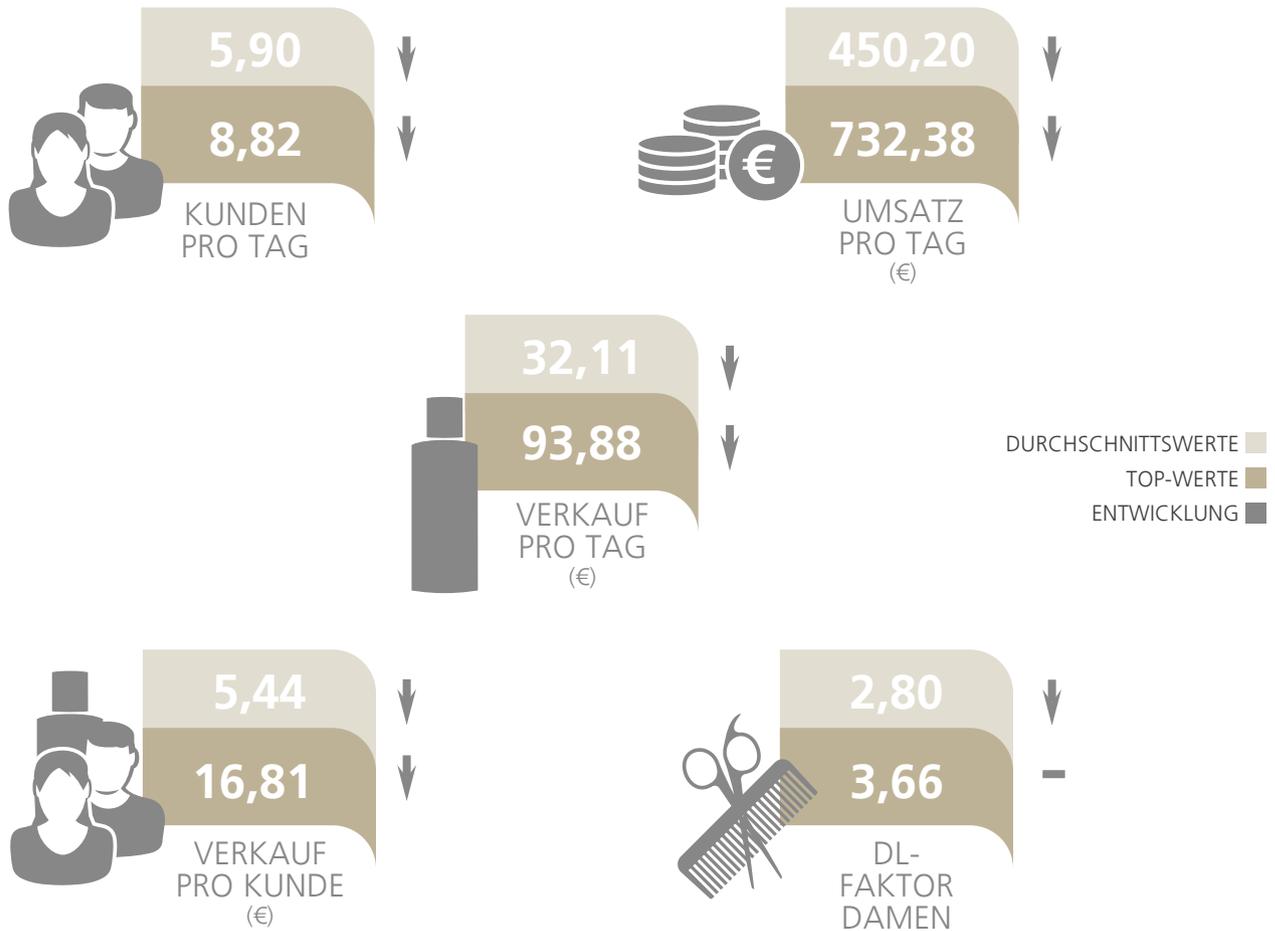
18./19.06. im Meiser Design Hotel  
in Dinkelsbühl/D

### T.I.M. 2023

10.09. im Meiser Design Hotel  
in Dinkelsbühl/D

# ZAHLEN IM EINBLICK

# 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 Januar 2023.



## 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](mailto:info@schaefer-consulting.com)



Redaktion:

Stefanie Schäfer-Dax, [schaefer-dax.stefanie@schaefer-consulting.com](mailto:schaefer-dax.stefanie@schaefer-consulting.com), +49 (0) 9845 989 217

Gestaltung:

Katrin Cervizzi, [cervizzi.katrin@schaefer-graphics.com](mailto: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: © Uncanny Valley / Adobe Stock

S. 9: © deagreez / Adobe Stock

S. 15: © Zerbor / Adobe Stock