



EINBLICK

CHEFGEDANKEN

ICH BEKOMME KEINE
„GUTEN“ BEWERBUNGEN!

SICHTWEISEN

ENERGIE FOLGT
DER AUFMERKSAMKEIT

AUF DIE MARKE
KOMMT ES AN!

ICH BEKOMME KEINE „GUTEN“ BEWERBUNGEN!

„In meiner Region gibt es **keine** Mitarbeitenden auf dem Markt!“. Diese oder ähnliche Sätze höre ich in den vergangenen Wochen häufiger. Wiederum andere Unternehmer teilen mir mit, dass die Zahl der Bewerber zunimmt. Wo ist der Unterschied? Ist es wirklich regional bedingt? Ich meine „**NEIN!**“.

Die Ausgangslage ist in den einzelnen Regionen ähnlich. Es werden immer **weniger** Kinder geboren, die Babyboomer gehen nun in Rente und es stehen immer **weniger** Erwerbstätige zur Verfügung. Dadurch sind auch immer weniger Arbeitslose gemeldet. Dies betrifft natürlich auch uns in der **Friseurbranche**. Aber mal ganz ehrlich, wer will heute einen Friseur, der arbeitslos ist und vom Amt vermittelt wird? Das sind – mit wenigen Ausnahmen – doch erfahrungsgemäß die Friseure, die eigentlich nicht mehr arbeiten wollen. Und dann lieber keinen Mitarbeitenden als einen derartigen, dem es vielleicht auch noch gelingt, ein ganzes Team nach **unten** zu ziehen. Wie also soll es da zu Bewerbungen kommen?

Beständig zeigt sich ein Faktor: Die Mitarbeitendenbindung innerhalb der Unternehmen. Dieser Faktor ist stabil und hat sich in den vergangenen Jahren eher leicht **verschlechtert**. Aktuell haben lt. Gallup-Institut 19 % aller Mitarbeitenden in Deutschland **keine** emotionale Bindung zum Unternehmen und 67 % nur eine **geringe** Bindung. Und selbst wenn diese 86 % der Mitarbeitenden in unserer emotionalen Friseurbranche vielleicht nicht ganz so viele sind, es gibt sie in **jedem** Fall. Nach Recherchen dieses Instituts sind 45 % aller Arbeitnehmer entweder aktiv auf der Suche nach einem neuen Arbeitsplatz oder offen für neue Herausforderungen.

Welche **Maßnahmen** müssen wir also ergreifen, um Mitarbeitende zu gewinnen? Wir müssen **Präsenz** zeigen! Und viele werden jetzt sagen, dass sie Jobs immer wieder auf Instagram und den sozialen Kanälen anbieten. Und viele werden auch sagen, dass dies **natürlich** auf der Homepage hinterlegt ist, entweder schon als Pop up auf der Startseite oder in einer extra Rubrik „Karriere“. Und natürlich bieten auch viele schon die Kurzbewerbung online an. Und trotzdem hilft all dies wenig?

WIR
MÜSSEN
PRÄSENZ
ZEIGEN!

In einem Gespräch mit einer Person, die in einer Agentur vornehmlich mit der Werbung von Unternehmen auf digitalen Medien – außerhalb der Friseurbranche – tätig ist, erklärte mir diese zu unserem Sachverhalt hier folgendes: „Stefan, Du musst Dir darüber im Klaren sein, dass die sozialen Medien **Zufallstreffer** ergeben können. Grundsätzlich aber suchen die Mitarbeitenden, die latent oder aktiv einen neuen Job finden wollen, noch vornehmlich über Google. Denk über Dich selbst nach – egal was Du suchst, meist beginnst Du bei Google im Internet. Erst später verifizierst Du vielleicht auf den sozialen Kanälen nochmal Deine eigenen Treffer.“

Ja, ich bin der Überzeugung, wir müssen auch im Netz gefunden werden. Was passiert also, wenn ich auf Google eingebe: Friseurjob in ... und Umgebung? Ich habe dies in der letzten Wochen mehrmals überprüft und bei allen festgestellt: Keine Trefferanzeige und leider auch nicht auf den Plattformen, die für das jeweilige Gebiet zu finden sind. Meine Aufforderung daher an alle: **Prüft**, ob Ihr im Netz

CHEFGEDANKEN

gefunden werdet. **Prüft**, ob Ihr auf der ersten Seite erscheint. Wer schaut schon auf die Zweite! Tut alles dafür, gefunden zu werden. Nur wenn Ihr gefunden werdet, können auch Bewerbungen eingehen. Und erst dann geben alle Maßnahmen einen **Sinn**, die Ihr bereits eingeleitet habt.

Und noch ein Gedanke zum Schluss: Wie ist die **emotionale** Bindung Eurer Mitarbeitenden zu Eurem Unternehmen? Das Risiko einer Kündigung ist bei Euch so hoch wie bei allen anderen auch, wenn Ihr nichts dafür tut. Welche **Extrameile** wollen und müssen wir gehen, damit uns nicht ähnliches widerfährt? Aus unserem 22 - Punkte - Protokoll ist über alle Salons hinweg abzulesen, was die wichtigsten Punkte für Mitarbeitende sind, deshalb hier noch diese

KRITERIEN IN DER REIHENFOLGE DER GEWICHTUNG:

1. funktionierende Teamarbeit
2. Betriebsklima
3. Bezahlung (Lohn, Zusatzleistungen/Leistungslohn)
4. Beziehung zu Kollegen
5. Arbeitszeit (Gestaltungsmöglichkeiten)

Viel Erfolg beim Binden der bestehenden und Finden der neuen Mitarbeitenden!

Herzlichst
Stefan Dax



ENERGIE FOLGT DER AUFMERKSAMKEIT

DAS LEBEN AUS EINEM ANDEREN BLICKWINKEL BETRACHTEN

Inspiziert vom Vortrag von **Lena Sterle** (Inhaberin „Sterle die Friseur, Master-Stylistin, Live-Coach) an unserem diesjährigen SPC-Kongress möchte ich in diesem Artikel mit Euch über das Thema „Energie folgt der Aufmerksamkeit“ sprechen, da mich die Gedanken rund um dieses Thema auch nach dem SPC-Kongress **weiterhin** beschäftigt haben. Fakt ist: In unserer schnelllebigen Welt sind wir oft so sehr auf die Herausforderungen und Probleme des Alltags fixiert, dass wir die **positiven** Aspekte unseres Lebens übersehen. Wir schenken dem Negativen mehr Aufmerksamkeit und lassen uns von negativen Gedanken und Gefühlen beherrschen. Dabei kann die bewusste Ausrichtung unserer Aufmerksamkeit auf das Positive unser Wohlbefinden **erheblich** steigern. Der Schlüssel dazu liegt in der Selbstdisziplin und der bewussten positiven Beeinflussung unseres Denkens.

Die Macht der Aufmerksamkeit. Die Vorstellung, dass Energie der Aufmerksamkeit folgt, ist in vielerlei Hinsicht zutreffend. Wenn wir unsere Gedanken ständig auf negative Ereignisse oder Gefühle lenken, **verstärken** wir diese und schaffen eine **Spirale** des negativen Denkens. Unser Gehirn ist darauf programmiert, auf Gefahren und Probleme zu achten, um unser Überleben zu sichern. Doch in der modernen Welt kann diese Tendenz dazu führen, dass wir uns auf Negatives fixieren und das Positive aus den Augen verlieren.

Positive Beeinflussung: Ein bewusster Prozess. Um unsere Energie in eine positive Richtung zu lenken, müssen wir bewusst daran arbeiten, unsere Aufmerksamkeit auf das Gute in unserem Leben zu richten. Dies erfordert Selbstdisziplin

und das Entwickeln neuer Gewohnheiten. Aus diesem Grund möchte ich Euch einige praktische Schritte, um den Tag **positiv** zu beginnen und das **Positive** zu sehen, mit auf den Weg geben:

□ MORGENRITUALE ETABLIEREN

Der Start in den Tag setzt oft den Ton für den gesamten Verlauf. Indem wir uns morgens Zeit für positive Rituale nehmen, können wir unseren Geist auf eine positive Frequenz einstellen. Dies könnte das **Aufschreiben** von drei Dingen sein, für die wir dankbar sind, eine kurze **Meditation**, das **Lesen** inspirierender Texte oder das **Hören** unserer Lieblingssongs (dabei auch gerne am Morgen schon das Tanzbein schwingen 😊).

□ ACHTSAMKEIT ÜBEN

Achtsamkeit bedeutet, im gegenwärtigen Moment zu leben und unsere Gedanken und Gefühle **bewusst** wahrzunehmen, ohne sie zu bewerten. Durch regelmäßige **Achtsamkeitsübungen**, wie Meditation oder achtsames Atmen, können wir lernen, unsere Gedanken zu beobachten und uns bewusst für das Positive zu entscheiden.

□ POSITIVE UMGEBUNG SCHAFFEN

Unsere **Umgebung** hat einen großen Einfluss auf unsere Stimmung und unser Denken. Umgebt Euch mit **positiven** Menschen, **inspirierenden** Büchern, **motivierenden** Zitaten und schönen Bildern. Eine aufgeräumte und harmonische Umgebung kann ebenfalls dazu beitragen, unsere Gedanken zu beruhigen und positiv zu stimmen.

SICHTWEISEN

□ DANKBARKEIT KULTIVIEREN

Dankbarkeit ist ein **mächtiges** Werkzeug, um unsere Aufmerksamkeit auf das Positive zu lenken. Führt bspw. ein Dankbarkeitstagebuch und notiert Euch täglich, wofür Ihr dankbar seid. Dies hilft, den Fokus weg von den Problemen und hin zu den guten Dingen im Leben zu lenken.

□ POSITIVE AFFIRMATIONEN NUTZEN

Affirmationen sind positive Aussagen, die wir uns selbst wiederholt sagen, um unser Unterbewusstsein umzuprogrammieren. Durch das **regelmäßige** Wiederholen von positiven Affirmationen können wir unsere Einstellung und unser Selbstbild verändern. Beispiele für Affirmationen sind: „Ich bin dankbar für all die positiven Dinge in meinem Leben“ oder „Ich bin fähig und stark“.

SELBSTDISZIPLIN: DER WEG ZUR VERÄNDERUNG.

Selbstdisziplin ist unerlässlich, um unsere Aufmerksamkeit und damit unsere Energie zu steuern. Es erfordert Anstrengung und Durchhaltevermögen, alte Gewohnheiten des negativen Denkens zu durchbrechen und neue, positive Gewohnheiten zu etablieren. Um unsere Selbstdisziplin zu stärken können wir daher einige Tipps und Tricks anwenden:

□ KLEINE ZIELE SETZEN

Setzt Euch erreichbare, kleine Ziele, die Euch helfen, Eure Aufmerksamkeit auf das Positive zu lenken. Feiert – auch gemeinsam mit Eurem Team – Erfolge und erkennt die Fortschritte an, die Ihr macht.

□ ROUTINEN ENTWICKELN

Routine gibt Struktur und Sicherheit. Indem Ihr **feste** Zeiten für Eure positiven Rituale einplant, wird es Euch leichter fallen, diese in Euren Alltag zu integrieren und beizubehalten.

□ RÜCKSCHLÄGE AKZEPTIEREN

Seid geduldig mit Euch selbst und akzeptiert **Rückschläge** als Teil des Prozesses. Jeder Tag ist eine neue Chance, sich auf das Positive zu konzentrieren und weiterzumachen.

FORTSETZUNG NÄCHSTE SEITE

ENERGIE FOLGT DER AUFMERKSAMKEIT DAS LEBEN AUS EINEM ANDEREN BLICKWINKEL BETRACHTEN (FORTSETZUNG)

SICHTWEISEN

Unsere Energie folgt der **Aufmerksamkeit**, und durch bewusste positive Beeinflussung und Selbstdisziplin können wir unser Leben in eine positive Richtung lenken. Indem wir unsere Aufmerksamkeit auf die guten Dinge im Leben richten und uns darin üben, das Positive zu sehen, verbessern wir nicht nur unser eigenes Wohlbefinden, sondern auch unsere Fähigkeit, mit den **Herausforderungen** des Alltags umzugehen. Kleine Veränderungen im Denken und Handeln können eine große Wirkung haben und uns helfen, jeden Tag mit einer positiven Einstellung zu beginnen.

In diesem Sinne wünsche ich Euch viele positive Gedanken und energiereiche Momente.

Herzlichst
Stefanie Schäfer-Dax

*Stefanie
Schäfer-Dax*



SOMMER SPECIAL FÜR MEHR ERFOLG



Sonne, Strand & Style

SCANNE
HIER FÜR
MEHR SOM-
MERFEELING



Der Sommer bringt die Herausforderung, die Auslastung und somit auch den Umsatz Deines Salons in der oft ruhigeren Urlaubszeit aufrechtzuerhalten. Hierfür haben wir für Dich die perfekte Lösung!

Unsere Sommerkampagne bietet Dir kreative Ideen, um mehr Besuche in den Sommermonaten zu generieren und gleichzeitig die Terminierung von Nachterminen für den Herbst zu unterstützen.



APRÈS URLAUBSSCHECK
über Waschen + Schneiden + Föhnen ODER Farbe zum 1/2 Preis
Gültig für Neukunden. Pro Person ein Gutschein einlösbar. Nicht in bar auszahlbar. Nicht gültig in Verbindung mit anderen Aktionen. Für Personen ab 16 Jahren. Alle weiteren Dienstleistungen werden zum Normalpreis verrechnet.

Ein Geschenk für	einzulösen bei
Ein Geschenk von	einzulösen bis

Vereinbaren Sie gleich Ihren Termin.

SALON LOGO Lockenweg 5 12345 Lockenstadt Tel. 09876 - 12 34 56 www.salonname.de

Carolin Strebl



Mobil: +49 (0)152 592 580 25
strebl.carolin@miee.de

Begrüßen Sie mit uns herzlich Carolin Strebl.

*Herzlich willkommen bei Miée.
Magst Du was zu Dir erzählen?*

Griaß Eich, i bin de Carolin, 38 Jahre und glückliche Mama von meiner 14-jährigen Nina. Wir kommen aus dem schönen Niederbayern; genauer gesagt aus Dingolfing. Und wer mit mir schon einmal gesprochen hat, wird es auch an meinem bayerischen Dialekt schon gemerkt haben.

Ich bin selbst gelernte Friseurin und war über 17 Jahre in diesem schönen Beruf tätig. Aus gesundheitlichen Gründen habe ich dann eine Umschulung als Industriekauffrau absolviert. Jedoch merkte ich schon bereits in der Schule, dass das Büro und das lange Sitzen ned meines is. Mein Herz liegt einfach im Friseurhandwerk und so habe ich beschlossen, in den Friseurvertrieb zu gehen.

Wie bist Du zu Miée gekommen?

Beruflich war ich dann schon im Vertrieb/Außendienst für die Friseurbranche tätig. Mir fehlte aber das Besondere, das Einzigartige ... Eine Marke, Produkte, in denen man sich mit den eigenen Werten wiederfindet.

Bei einem Besuchstermin, in meiner vorhergehenden Tätigkeit, bei Doris Kornherr stieß ich auf Miée und ihre Worte gingen mir nicht mehr aus dem Kopf.

Und so habe ich mich auf dem Weg gemacht, über Miée recherchiert, wollte die Produkte unbedingt ausprobieren, weil bekanntlich geht nichts über riechen, schmecken und erleben. Aber da musste ich schon positiv feststellen, diese Produkte gibt es wirklich nicht im Onlinehandel, sondern der Weg geht nur über ausgewählte Salonpartner.

Also suchte ich den direkten Kontakt zu Bastian Schaefer. Und so kam eins zum anderen: Jetzt bin ich die neue Markenrepräsentantin von Miée für Bayern.

Was ist der Kernpunkt für Miée, den Du deutlich vermitteln willst?

100 % friseurexklusiv, Qualität, authentisch und ehrlich.
Vom Design bis zum Flascheninhalt alles einfach stimmig!

Was fasziniert Dich an Miée?

Unsere Philosophie „Nur aus einer gesunden, glücklichen Kopfhaut kann ein schönes strahlendes Haar wachsen.“ Und genau das habe ich mit Miée gefunden. Hier steht wirklich der Friseur im Mittelpunkt, von Beratung bis Begleitung, aber auch gemeinsame Ziele umzusetzen und zu erreichen. Viele sprechen immer von einer „Familie“ – hier wird sie gelebt!

Was hast Du immer daheim?

Immer eine offene Tür und Ordnung!

Du bist ja zukünftig im bayerischen Raum unterwegs. Dieses Präsentieren ist gerade am Anfang aufregend. Wie entspannst Du Dich?

Musik hören, spazieren gehen oder auch gerne in die Berge fahren. Ich liebe die Natur, kann auch mal still sein und einfach in die Weite starren und den Moment genießen.

Was magst Du nicht?

Unehrlichkeit und Ungerechtigkeit.



KANNST DU DIR NICHT SCHÖNER VORSTELLEN!

Dein virtueller Salon-Rundgang vom

#Lieblingseinrichter

interpartner

IDEEN & DESIGN FÜR FRISEURE

Bächle GmbH • Fröhliche Morgensonne 1 • 44867 Bochum
info@interpartner.de •   • www.interpartner.de
tel. +49(0)23 27-99 10 950 • fax +49(0)23 27-99 10 959

Danke für den tollen Austausch
auf dem SPC-Kongress!



AUF DIE MARKE KOMMT ES AN

Heute will ich mit Dir einen Blick zurück auf unseren **Workshop** beim Kongress zum Thema „Marke“ werfen. „Du bist mir eine Marke!“ Diesen Satz hast Du ganz sicher schon einmal gehört oder auch selber gesagt. Dieser Satz fällt ausschließlich „nur“, wenn etwas **Besonderes** wahrgenommen wird.

Das heißt, Du darfst davon ausgehen, dass eine Marke immer dann entsteht und wahrgenommen wird, wenn auch etwas **Besonderes** vorliegt und auch wahrgenommen werden kann. Genau das „Wie geht das?“ hatte unser Workshop zum Inhalt. Gemeinsam mit unseren zahlreichen Teilnehmern haben wir in unserem Workshop hintereinander eine mögliche Vorgehensweise dazu angerissen.

Zunächst galt es zu besprechen, **warum** ist eine Marke überhaupt wichtig? Mit **Details** wie z.B. Differenzierung, Preismacht, Kundentreue und Mitarbeiterloyalität haben wir uns an erste Erkenntnisse begeben. Als nächstes galt es wiederum **gemeinsam** herauszufinden, was denn die Bestandteile einer Marke sind. Über den Namen, das Logo, die Markenfarben, sind wir auch zur Markenbotschaft, zu den Markenwerten und auch dem Markenversprechen vorgedrungen.

Jeder unserer Teilnehmer konnte auf seinem eigenen Arbeitspapier seine eigenen Gedanken dazu niederschreiben, so dass ein Weiterarbeiten in heimischen Gefilden möglich und selbstverständlich auch notwendig ist.

So konnte jeder Teilnehmer für sich auch seine Motivation für sein tägliches Tun erarbeiten und auch darüber nachdenken, welche Werte er lebt und leben will. Das eine ist dabei das „**Wollen**“ und das andere ist dabei die **Realität**. So konnten die Teilnehmer herausfinden, wie nah sie schon an ihrer Marke sind oder eben auch noch nicht.

Natürlich reden wir hier über ein **Gesamtmarkenkonzept** und doch ist allen Teilnehmern deutlich geworden, dass es unter anderem eben auch um die **Unterschiede** zwischen einer **Mitarbeitermarke** und einer **Kundenmarke** geht.

So war es eine weitere Aufgabe herauszufinden, was eine **Mitarbeitermarke** auszeichnet. Das umfasst z.B. Unternehmenswerte, Karrieremöglichkeiten, Arbeitskultur und Arbeitsbedingungen, Mitarbeitervorteile und auch die Kommunikationskultur im Ganzen und Feedbackkultur im Einzelnen. Wie funktioniert das Leadership und wie arbeitet das Management.

Auf der anderen Seite, was macht uns als Kundenmarke aus? **Wie** wird die Markenidentität und Markenpositionierung kommuniziert? **Was** bedeutet für uns Loyalität, Glaubwürdigkeit, Qualität und Service? **Was** genau ist unser Alleinstellungsmerkmal und kann unser Kunde das auch wahrnehmen? **Warum** sind Marktanalysen wichtig, **warum** ist eine deutliche Zielgruppenfindung wichtig und warum sind auch Wettbewerbsanalysen wichtig?

Jeder einzelne Punkt bietet in seiner Tiefe so **viele** Möglichkeiten und Differenzierungen, dass wir im Workshop selbst leider nur bestenfalls an der Oberfläche der einzelnen Themen arbeiten konnten und trotzdem jedem Teilnehmer bewusst wurde, wieviel Arbeit in der Marke steckt und zeitgleich wie viele Vorteile und Erfolge in diesem Bereich verortet sind.

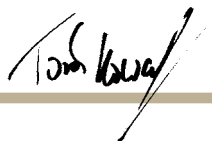
Zum Abschluss des jeweiligen Workshops gab es noch ein **Gewinnspiel**, bei dem jeder beweisen oder auch erkennen durfte, wie **Markenbotschaften** und **Markenslogans** auf unser Gehirn wirken und wie präsent sie bei uns werden, so dass zum Teil sehr alte Slogans noch sehr bekannt sind.

Die Gewinner wurden mit einer Auswertung ihres Logos durch unsere Grafikfirma ausgezeichnet, so dass hier direkt überprüft wird, wie die Farben, der Schriftstil etc. auf den Kunden wirken und ob die persönliche Vision einer Marke damit „richtig“ transportiert wird.

In die Tiefe gehen Stefan und ich zu all den vorgenannten Punkten in unserem **Chefseminar II**, das wieder am **20./21.10.2024** stattfindet.

Wir freuen uns, wenn wir Euch dort nun begrüßen dürfen, um noch mehr in die Tiefe mit Euch einzusteigen.

Herzlichst
Torsten Kowalsky



MELDE
DICH AN!
CHEFSEMINAR II
20./21.10.
OBERDACHSTETTEN
09845/989100

SEMINARTERMINE 2024 D/A/CH



CHEFSEMINAR I:

29.09.–01.10. in Dinkelsbühl
13.–15.10. in Salzburg/A
20.–22.10. in Eich/CH

CHEFSEMINAR II:

20.–21.10. in Oberdachstetten

FÜHRUNGSSEMINAR I:

01.–02.09. in Eich/CH
27.–28.10. in Dinkelsbühl

FÜHRUNGSSEMINAR II:

23.–24.06. in Dinkelsbühl

DURCHSTARTER:

03.–04.11. in Oberdachstetten

BERATUNG & KOMMUNIKATION I:

30.06.–01.07. in Eich/CH
08.–09.07. in Oberdachstetten
09.–10.09. in Oberdachstetten
06.–07.10. in Siegburg
10.–11.11. in Oberdachstetten & Eich/CH

BERATUNG & KOMMUNIKATION II:

15.–16.09. in Siegburg

ORGANISATION & REZEPTION:

27.–28.10. in Oberdachstetten

SICHER AM TELEFON:

07.10. online

CUT BASIC:

26.–28.08. in Eibelsstadt

SHIATSU:

14.10. in Oberdachstetten

TALENTFINDER:

28.–29.07. in Eich/CH
13.–14.10. in Dinkelsbühl

LEICHTFÜSSER:

10.–11.11. in Dinkelsbühl

EVENTS 2024:

T.I.M. - team in motion

22.09. im Meiser Design Hotel
in Dinkelsbühl/D

AUSGEBUCHT!

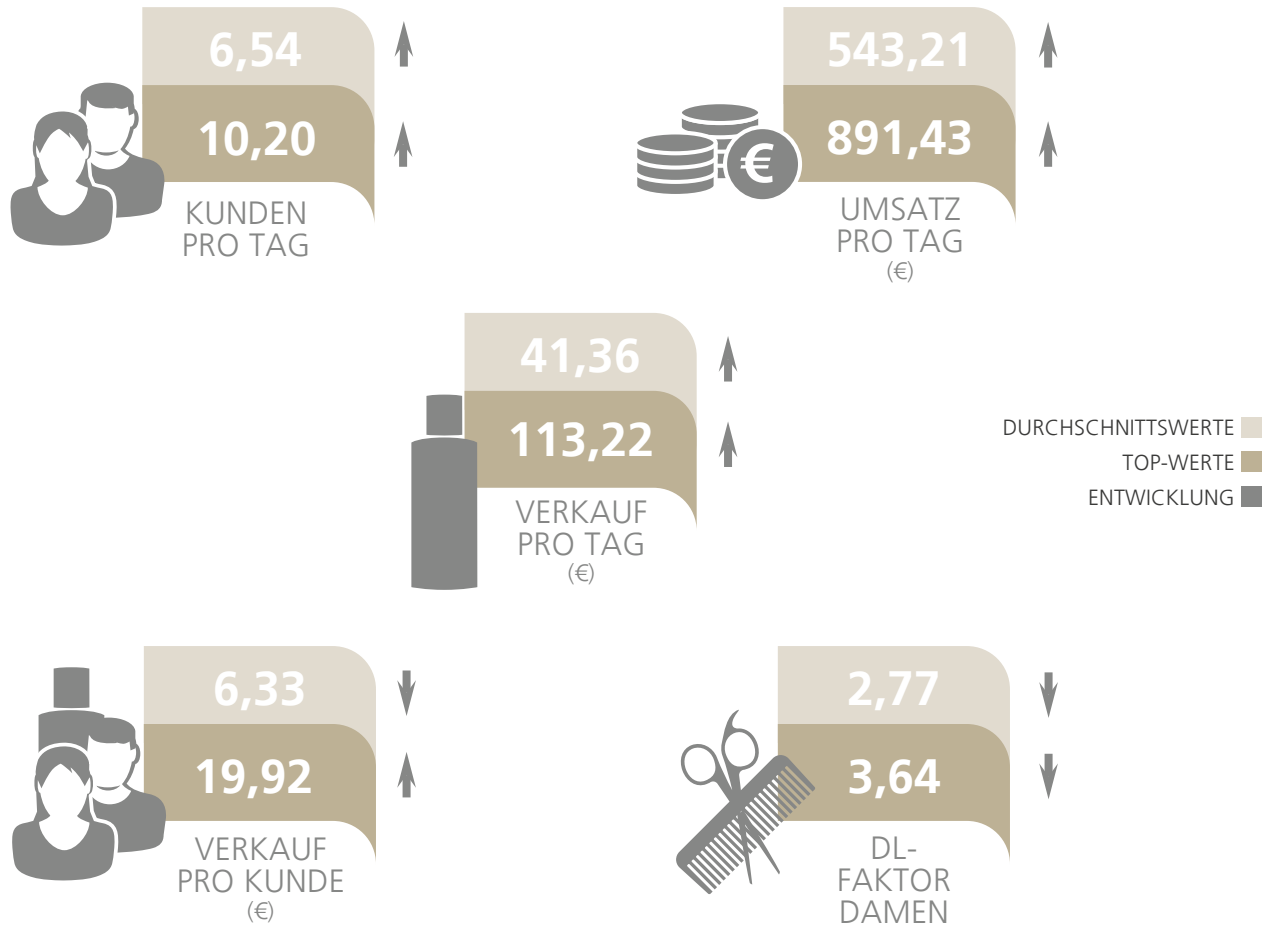
T.I.M. - team in motion Österreich

17.11. in Salzburg

Anmeldung unter: Tel.: +49 (0) 9845 / 989 100 ■ info@schaefer-academy.com ■ schaefer-academy.com  

ZAHLEN IM EINBLICK MAI 2024

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 Mai 2024.



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 989 217

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.