



# EINBLICK

CHEFGEDANKEN  
IF YOU CAN DREAM IT,  
YOU CAN DO IT!

SICHTWEISEN  
DIE WICHTIGKEIT  
VON ONBOARDING.

DARSTELLUNG  
LIEBER WERDE  
ICH TOTENGRÄBER!

# IF YOU CAN DREAM IT, YOU CAN DO IT!

DAS ERFOLGREICHE ABSCHNEIDEN DER DEUTSCHEN BASKETBALL-NATIONALMANNSCHAFT BEI DER WM BEWEIST, ES BRAUCHT EIN EINGESCHWORENES TEAM, ABER VOR ALLEM AUCH EINE SOUVERÄNE FÜHRUNGSKRAFT.

„Deutschland – Basketball-Weltmeister!“ Davon träume ich, in diesem Jahr glaube ich daran! Heute möchte ich Sie gerne in eine Welt entführen, zu mich seit meiner Jugend begleitet:

**Basketball.** Zu dem Zeitpunkt, an dem ich die diese Zeilen schreibe, hat die deutsche Basketball-Nationalmannschaft bei der WM in Asien **ungeschlagen** die Vorrunde gewonnen. Nachdem Deutschland im internationalen Basketball über viele Jahre höchstens zweite Geige spielen konnte, mit einigen Teilerfolgen vor allem in der Ära „Nowitzki“, ist die deutsche Nationalmannschaft in den letzten Jahren wirklich in der **Weltelite** angekommen. Schon im Vorjahr schieden die Deutschen erst im Halbfinale unglücklich aus und sicherten sich den dritten Platz. Einzig der neue deutsche Trainer Gordon Herbert hatte schon vor dem Turnier eine Medaille vorhergesagt und dies mit seinem Team auch erreicht.

Bei der Weltmeisterschaft sprach der Trainer schon wieder **vor** dem Turnier von einer Medaille. Alle, die ihn nicht ernst genommen haben, wurden spätestens in der Vorbereitung **hellwach**, als die Deutschen gegen die NBA-Spieler der USA im dritten Viertel mit 17 Punkten Differenz führten. Das Spiel ging zwar noch knapp verloren, aber die Deutschen haben bewiesen, sie sind zu **allem** fähig.

So lief auch die Vorrunde. Obwohl mit Franz Wagner einer der beiden Top-Spieler in zwei Spielen ausfiel, hat das Team Deutschland alle drei Partien gewonnen. Für mich als Referent für Führungslehre ist es dabei spannend zu hinterfragen, **was**

diesen Erfolg ausmacht? Es ist mit Sicherheit nicht so, dass das deutsche Team eine Ansammlung von hoch bezahlten Top-Spielern ist. Ganz im Gegenteil, wie auch im Fußball gab es auch früher im Basketball bei Profispielern Zeiten, in denen sich die Akteure kein Bein ausrissen, um für die Nationalmannschaft zu spielen. Dies ist aber bei der aktuellen deutschen Auswahl **ganz** anders. Angeführt vom langjährigen NBA-Profi Dennis Schröder haben die Deutschen richtig „Bock“ auf das Spielen in der Nationalmannschaft. Neben dem erfolgreichen Abschneiden des Teams begeistert vor allem die Spielfreude und der **extreme** Teamgeist aller Spieler, die sich gegenseitig anfeuern, unterstützen und bedanken. Die Eigenmotivation der Spieler ist also ausreichend vorhanden. Folge: Es macht einfach **Spaß**, diesem Team schon beim Spielen zuzusehen.

Ein Team, das sich schon im Vorjahr gefunden hat und in dem es keine Zickereien und Eifersüchteleien gibt. Sie haben große Ziele, springen für den anderen ein, helfen aus, unterstützen ihre Kollegen auch von der Bank aus, lachen und erfreuen sich nicht nur an den großen Erfolgen auf dem Spielfeld.

Es ist eine **Einheit!** Das macht es aus, dass das deutsche Team wohl den **attraktivsten** Teamauftritt der gesamten Weltmeisterschaft zeigt. Dabei hat das Team mit Dennis Schröder, der zuletzt für die legendären Los Angeles Lakers (mit Superstar LeBron James) auf Korbjagd ging, den absoluten **Leader**. Bei ihm hat man das Gefühl, die Nationalmannschaft ist sein Baby, er übernimmt Verantwortung, macht aber auch alle

---

EIN TEAM, [...] IN DEM ES KEINE ZICKEREIEN UND EIFERSÜCHTELEIEN GIBT...

---

# CHEFGEDANKEN

anderen Spieler, die ihn als Leader akzeptieren, **stärker**. Ihn ergänzt wohl einer der kommenden Superstars, Franz Wagner, der zusammen mit seinem Bruder Moritz im NBA-Team von Orlando auf Korbjagd geht. Aber dennoch: Der Star ist das Team mit allen Akteuren, die immer dann Verantwortung übernommen haben, wenn es darauf ankommt.

Der absolute **Volltreffer** für den deutschen Basketball ist aber der Nationaltrainer. Der Kanadier Gordon Herbert hatte zuvor schon in der Bundesliga als Trainer fungiert. Doch mit welcher Souveränität er es versteht, die individuellen Charaktere des Teams zu einer Einheit zusammenzuschweißen und mit welcher Ruhe und Ausgeglichenheit er am Spielfeldrand das Spiel führt, ist **mehr** als beeindruckend. Selbst wenn das Team in Rückstand geriet, der Coach blieb ruhig und behielt den Überblick. Er macht die Spieler stärker und schaut immer nach vorne: „Wer sich heute über den Erfolg von gestern freut, verliert das Ziel aus den Augen!“ war einer seiner Aussagen während des Turniers. Er ist sich aber auch nicht zu schade, Fehler einzugestehen. Nach dem Ausscheiden im hart umkämpften Halbfinale bei der EM, nahm er die Niederlage auf seine Kappe: „Ich habe am Ende einen entscheidenden Fehler gemacht, aber wir werden daraus lernen!“.

Wenn die Deutschen aus den Fehlern der EM, wenn es die gegeben hat, lernen, wird sich mein Traum **vielleicht** erfüllen: Im Finale einer Weltmeisterschaft gegen die hoch bezahlten NBA-Profis der USA für die Sensation zu sorgen. Viele halten mich bei solchen Gedanken für einen Spinner, aber träumen ist erlaubt! Und ich bin mir sicher, dass ich nicht der einzige

Basketballer bin, der davon träumt. Wenn Du es nicht träumen kannst, wirst Du es nicht schaffen! Gordon Herbert geht als Führungskraft voran und wird wohl mit seinem Team für Furore sorgen. Wenn Sie diese Zeilen lesen, kennen Sie schon das Ergebnis, ich träume im Moment noch davon.

Und wenn einer von Ihnen als Leser während der WM sein Herz für Basketball entdeckt hat, freut es mich wieder ein kleines bisschen, dass der Basketball-Sport in Deutschland weiter **mehr** Popularität erfährt.

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg mit Ihrem Team.

Herzlichst  
Harald Müller



# DIE WICHTIGKEIT VON ONBOARDING: MITARBEITERBINDUNG VON ANFANG AN

Das erste Klingeln des Weckers an einem Morgen kann für viele Menschen ein Moment der Anspannung sein. Doch was, wenn dieser Morgen auch noch der Beginn eines **neuen** beruflichen Abenteuers ist? Gerade im August und September bricht in vielen Friseursalons eine aufregende Zeit an, da zahlreiche neue Auszubildende und frisch ausgelernte Gesellen, die in ihren Lehrbetrieben nicht übernommen wurden, ihre Karrieren in neuen Salons starten. Dieser Übergang markiert einen **wichtigen** Schritt in ihrer beruflichen Entwicklung. Doch inmitten des Aufbruchs und der Vorfreude ist es von entscheidender Bedeutung, das richtige **Onboarding-Verfahren** sorgfältig zu bedenken. Denn gerade in der Friseurbranche, wo Kundenbeziehungen und Qualität der Dienstleistungen von **höchster** Bedeutung sind, ist ein **effektives** Onboarding-Programm (On-board-ing - Substantiv, Neutrum [das] = Einführung eines neuen Mitarbeiters in seinen Arbeits- bzw. Einsatzbereich) von entscheidender Bedeutung, um neue Mitarbeiter herzlich willkommen zu heißen und sicherzustellen, dass sie sich von **Anfang** an in die Unternehmenskultur integrieren.

Herzlich Willkommen: Der **erste** Eindruck zählt  
Der **erste** Eindruck, den ein neuer Mitarbeitender in einem Friseursalon gewinnt, kann **entscheidend** sein. Die Begrüßung und das Onboarding sind die ersten Schritte, um sicherzustellen, dass sich ein neuer Mitarbeiter in seinem neuen Arbeitsumfeld **wohl** fühlt. Ein herzliches Willkommen ist mehr als nur eine Geste - es ist ein Versprechen, dass das Unternehmen sich um seine Mitarbeiter **kümmert** und sie **unterstützt**. Ein effektives Onboarding-Programm in der Friseurbranche sollte daher sicherstellen, dass neue Mitarbeiter nicht nur die

notwendigen fachlichen Fähigkeiten erwerben, sondern auch die Unternehmenskultur, Werte und Kundenphilosophie verstehen. Dies kann durch **Schulungen, Einführungsveranstaltungen** und **Mentoring-Programme** erreicht werden. Durch diese Maßnahmen fühlen sich die neuen Mitarbeiter nicht nur geschätzt, sondern sind auch **besser** auf ihre Rolle und Verantwortlichkeiten vorbereitet.

**Mitarbeiterbindung** von Anfang an

Die **Mitarbeiterbindung** ist in der Friseurbranche von **besonderer** Bedeutung. Stammkunden vertrauen ihren Friseuren oft über **viele** Jahre hinweg, und die Qualität der Dienstleistung hängt nicht nur von handwerklichem Können, sondern auch von **Vertrauen** und **Beziehungen** ab. Daher ist es entscheidend, dass neue Mitarbeiter **schnell** in das bestehende Team integriert werden und sich mit den Kunden **vertraut** machen. Ein effektives Onboarding-Programm hilft dabei, die Mitarbeiterbindung von Anfang an zu fördern. Es ermöglicht den neuen Mitarbeitern, sich in die bestehende Gemeinschaft einzufügen und sich mit ihren Kollegen und Kunden zu **vernetzen**. Dies führt nicht nur zu einem **höheren** Maß an Zufriedenheit und Engagement der Mitarbeiter, sondern auch zu einer **besseren** Kundenbindung, da die Kunden das Gefühl haben, dass ihnen **vertraute** Gesichter erhalten bleiben.

Aber wie sieht ein **gelingendes** Onboarding aus?

## 1. PERSÖNLICHER EMPFANG

Begrüßt den neuen Mitarbeiter persönlich und stellt ihn dem Team vor. Ein herzliches Willkommen schafft eine positive Atmosphäre von Anfang an.

## 2. SCHULUNG UND EINFÜHRUNG

Bietet eine gründliche Schulung an, die sowohl fachliche Fähigkeiten als auch Unternehmenswerte und -kultur vermittelt.

## 3. MENTORSHIP-PROGRAMM

Etabliert ein Mentorship-Programm, bei dem erfahrene Mitarbeiter neuen Kollegen zur Seite stehen. Dies fördert den Wissensaustausch und das Teamgefühl.

## 4. FEEDBACK UND FOLLOW-UP

Hört aktiv auf die Bedenken und Fragen des neuen Mitarbeiters und bietet regelmäßiges Feedback und Follow-up-Gespräche an, um sicherzustellen, dass er sich gut eingelebt hat. Dies bietet Euch ebenfalls die Chance, eingefahrene Prozesse zu überdenken bzw. Routinen zu hinterfragen.

## 5. EINBINDUNG IN DAS TEAM

Organisiert Teambuilding-Aktivitäten, um den neuen Mitarbeiter in das Team zu integrieren und das Gemeinschaftsgefühl zu stärken.

FAZIT: Onboarding als **Schlüssel** zur Mitarbeiterbindung  
In der Friseurbranche ist ein **effektives** Onboarding-Programm von entscheidender Bedeutung, um neue Mitarbeiter herzlich willkommen zu heißen und ihre Bindung an das Unternehmen

zu fördern. Die ersten Tage eines neuen Mitarbeiters legen den **Grundstein** für eine erfolgreiche und langfristige Zusammenarbeit. Durch Schulungen, Mentoring und ein **starkes** Gefühl der Zugehörigkeit können Friseursalons sicherstellen, dass ihre neuen Mitarbeiter nicht nur fachlich kompetent sind, sondern auch die **Werte** und **Kultur** des Unternehmens leben. Dies führt zu zufriedeneren Mitarbeitern, glücklicheren Kunden und letztendlich zu einem florierenden Geschäft. In der Friseurbranche, in der der persönliche Kontakt und die Kundenbindung von **größer** Bedeutung sind, ist ein herzliches Willkommen und ein effektives Onboarding der **Schlüssel** zum Erfolg.

Herzlichst,  
Stefanie Schäfer-Dax

*Stefanie  
Schäfer-Dax*



# EIN SCHNITT FÜR DAS KASSENBUCH

Ja, richtig gelesen. Bei Victory gibt es auch einen **Schnitt**, allerdings einen technisch digitalen Schnitt. Damit bietet Dir Victory die Möglichkeit, Daten an Deinen Steuerberater ganz **einfach** zu übersenden.

Der Einsatz von DATEV eignet sich besonders für Betriebe, die ihre Finanzbuchhaltung von sog. Dritten – z. B. einem Steuerberater - durchführen lassen. DATEV stellt eine Schnittstelle zur Verfügung, die nahezu von allen **gängigen Finanzbuchhaltungssystemen** akzeptiert und verstanden wird.

Die von Victory innerhalb der Kassenabrechnung erstellten Datensätze können direkt auf **elektronischem** Wege an den Steuerberater weitergegeben werden. Da hierdurch für den Steuerberater die Belegverwaltung und -kontierung entfallen, sind bei den Buchführungskosten Einsparungen möglich, **ohne** auf die fachliche Kompetenz des Steuerberaters **verzichten** zu müssen.

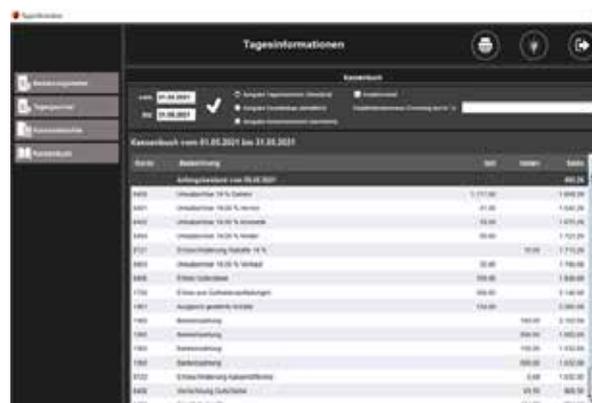
## Du sparst somit Zeit und Geld.

Grundsätzliches:

Sofern die Übergabe der Kassenabrechnungsdaten an den Steuerberater in Erwägung gezogen wird, sollte bei der Einrichtung buchhaltungsrelevanter Datensätze (z. B. das Anlegen einer neuen Ausgabe) **vorab** mit dem Steuerberater besprochen werden, **welches** Konto verwendet werden soll. Ebenso sollten Änderungen, Neuanlagen und Abgleich **grundsätzlich** mit dem Steuerberater abgestimmt werden.

Erstellen des **Kassenbuches**:

1. Startseite Victory öffnen.
2. Unter der Kategorie „**Auswertungen**“ auf den Button „**Tagesinfo**“ klicken.
3. Aus der linken Spalte „**Kassenberichte**“ anklicken.
4. Den gewünschten Monat auswählen und überprüfen, ob jeder Arbeitstag bebucht ist > was ist, wenn dem nicht so ist? Prüfen, ob Schließung, Betriebsurlaub bzw. fehlende Belege nachbuchen.
5. Aus der linken Spalte „**Kassenbuch**“ anklicken.
6. Den **gewünschten** Zeitraum eingeben, die **Art** des Kassenbuches auswählen (Standard ist die „Ausgabe Tagessumme“) und mit einem **Klick** auf das Hakensymbol bestätigen.
7. Die Kassenbuchauswertung wird mit dem **Klick** auf das **Druckersymbol** erstellt.
8. Zum Abspeichern des nun geöffneten Kassenbuches **links** oben auf das **Diskettenspeichersymbol** klicken und einen Speicherort für das pdf-Dokument auswählen.



Konto	Bezeichnung	Betrag	Umsatz	Saldo
4000	Umsatzerlöse 20 % Steuer	1.000,00	1.000,00	
4001	Umsatzerlöse 10 % Steuer	100,00	100,00	
4002	Umsatzerlöse 5 % Steuer	50,00	50,00	
4003	Umsatzerlöse 0 % Steuer	0,00	0,00	
4100	Umsatzerlöse 10 % Steuer	100,00	100,00	
4101	Umsatzerlöse 5 % Steuer	50,00	50,00	
4102	Umsatzerlöse 0 % Steuer	0,00	0,00	
4200	Umsatzerlöse 10 % Steuer	100,00	100,00	
4201	Umsatzerlöse 5 % Steuer	50,00	50,00	
4202	Umsatzerlöse 0 % Steuer	0,00	0,00	
4300	Umsatzerlöse 10 % Steuer	100,00	100,00	
4301	Umsatzerlöse 5 % Steuer	50,00	50,00	
4302	Umsatzerlöse 0 % Steuer	0,00	0,00	
4400	Umsatzerlöse 10 % Steuer	100,00	100,00	
4401	Umsatzerlöse 5 % Steuer	50,00	50,00	
4402	Umsatzerlöse 0 % Steuer	0,00	0,00	
4500	Umsatzerlöse 10 % Steuer	100,00	100,00	
4501	Umsatzerlöse 5 % Steuer	50,00	50,00	
4502	Umsatzerlöse 0 % Steuer	0,00	0,00	
4600	Umsatzerlöse 10 % Steuer	100,00	100,00	
4601	Umsatzerlöse 5 % Steuer	50,00	50,00	
4602	Umsatzerlöse 0 % Steuer	0,00	0,00	
4700	Umsatzerlöse 10 % Steuer	100,00	100,00	
4701	Umsatzerlöse 5 % Steuer	50,00	50,00	
4702	Umsatzerlöse 0 % Steuer	0,00	0,00	
4800	Umsatzerlöse 10 % Steuer	100,00	100,00	
4801	Umsatzerlöse 5 % Steuer	50,00	50,00	
4802	Umsatzerlöse 0 % Steuer	0,00	0,00	
4900	Umsatzerlöse 10 % Steuer	100,00	100,00	
4901	Umsatzerlöse 5 % Steuer	50,00	50,00	
4902	Umsatzerlöse 0 % Steuer	0,00	0,00	
5000	Umsatzerlöse 10 % Steuer	100,00	100,00	
5001	Umsatzerlöse 5 % Steuer	50,00	50,00	
5002	Umsatzerlöse 0 % Steuer	0,00	0,00	
5100	Umsatzerlöse 10 % Steuer	100,00	100,00	
5101	Umsatzerlöse 5 % Steuer	50,00	50,00	
5102	Umsatzerlöse 0 % Steuer	0,00	0,00	
5200	Umsatzerlöse 10 % Steuer	100,00	100,00	
5201	Umsatzerlöse 5 % Steuer	50,00	50,00	
5202	Umsatzerlöse 0 % Steuer	0,00	0,00	
5300	Umsatzerlöse 10 % Steuer	100,00	100,00	
5301	Umsatzerlöse 5 % Steuer	50,00	50,00	
5302	Umsatzerlöse 0 % Steuer	0,00	0,00	
5400	Umsatzerlöse 10 % Steuer	100,00	100,00	
5401	Umsatzerlöse 5 % Steuer	50,00	50,00	
5402	Umsatzerlöse 0 % Steuer	0,00	0,00	
5500	Umsatzerlöse 10 % Steuer	100,00	100,00	
5501	Umsatzerlöse 5 % Steuer	50,00	50,00	
5502	Umsatzerlöse 0 % Steuer	0,00	0,00	
5600	Umsatzerlöse 10 % Steuer	100,00	100,00	
5601	Umsatzerlöse 5 % Steuer	50,00	50,00	
5602	Umsatzerlöse 0 % Steuer	0,00	0,00	
5700	Umsatzerlöse 10 % Steuer	100,00	100,00	
5701	Umsatzerlöse 5 % Steuer	50,00	50,00	
5702	Umsatzerlöse 0 % Steuer	0,00	0,00	
5800	Umsatzerlöse 10 % Steuer	100,00	100,00	
5801	Umsatzerlöse 5 % Steuer	50,00	50,00	
5802	Umsatzerlöse 0 % Steuer	0,00	0,00	
5900	Umsatzerlöse 10 % Steuer	100,00	100,00	
5901	Umsatzerlöse 5 % Steuer	50,00	50,00	
5902	Umsatzerlöse 0 % Steuer	0,00	0,00	
6000	Umsatzerlöse 10 % Steuer	100,00	100,00	
6001	Umsatzerlöse 5 % Steuer	50,00	50,00	
6002	Umsatzerlöse 0 % Steuer	0,00	0,00	
6100	Umsatzerlöse 10 % Steuer	100,00	100,00	
6101	Umsatzerlöse 5 % Steuer	50,00	50,00	
6102	Umsatzerlöse 0 % Steuer	0,00	0,00	
6200	Umsatzerlöse 10 % Steuer	100,00	100,00	
6201	Umsatzerlöse 5 % Steuer	50,00	50,00	
6202	Umsatzerlöse 0 % Steuer	0,00	0,00	
6300	Umsatzerlöse 10 % Steuer	100,00	100,00	
6301	Umsatzerlöse 5 % Steuer	50,00	50,00	
6302	Umsatzerlöse 0 % Steuer	0,00	0,00	
6400	Umsatzerlöse 10 % Steuer	100,00	100,00	
6401	Umsatzerlöse 5 % Steuer	50,00	50,00	
6402	Umsatzerlöse 0 % Steuer	0,00	0,00	
6500	Umsatzerlöse 10 % Steuer	100,00	100,00	
6501	Umsatzerlöse 5 % Steuer	50,00	50,00	
6502	Umsatzerlöse 0 % Steuer	0,00	0,00	
6600	Umsatzerlöse 10 % Steuer	100,00	100,00	
6601	Umsatzerlöse 5 % Steuer	50,00	50,00	
6602	Umsatzerlöse 0 % Steuer	0,00	0,00	
6700	Umsatzerlöse 10 % Steuer	100,00	100,00	
6701	Umsatzerlöse 5 % Steuer	50,00	50,00	
6702	Umsatzerlöse 0 % Steuer	0,00	0,00	
6800	Umsatzerlöse 10 % Steuer	100,00	100,00	
6801	Umsatzerlöse 5 % Steuer	50,00	50,00	
6802	Umsatzerlöse 0 % Steuer	0,00	0,00	
6900	Umsatzerlöse 10 % Steuer	100,00	100,00	
6901	Umsatzerlöse 5 % Steuer	50,00	50,00	
6902	Umsatzerlöse 0 % Steuer	0,00	0,00	
7000	Umsatzerlöse 10 % Steuer	100,00	100,00	
7001	Umsatzerlöse 5 % Steuer	50,00	50,00	
7002	Umsatzerlöse 0 % Steuer	0,00	0,00	

### DATEV-Export durchführen:

1. Startseite Victory öffnen.
2. Unter der Kategorie „Dashboard“ auf den Button „Export DATEV“ klicken.
3. Den **Abrechnungszeitraum** auswählen, der exportiert werden soll und auf das Symbol für „Weiter“ klicken.
4. Optional können weitere Daten vom Steuerberater, wie die **Mandanten- und Berater-Nummer** angegeben werden.
5. Auf das Symbol unten rechts für „Weiter“ klicken.
6. Den Dateipfad „auswählen“, an dem die exportierte Datei gespeichert werden soll.
7. Auf das Symbol unten rechts für „Weiter“ klicken.
8. Die Datei wurde nun an den gewünschten Ort **abgespeichert**.

An den Steuerberater kann nun per E-Mail das Kassenbuch (als pdf-Datei) und der Datev-Export (als csv-Datei) versendet werden.



Du bist **Full-Service-Kunde**? Dann stellen wir **gerne** mit Dir gemeinsam, falls dies noch nicht geschehen ist, die notwendigen Voraussetzungen für den Versand der Kassenabrechnungsdaten an Deinen Steuerberater ein!

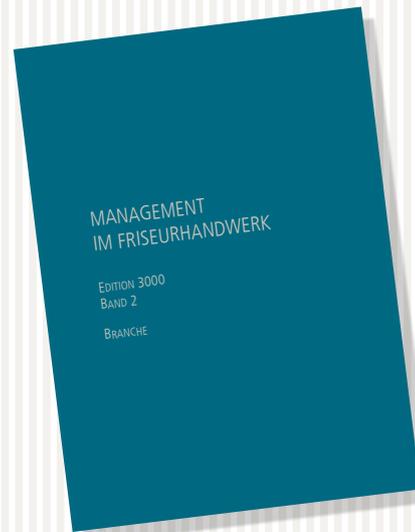
Bei Fragen sind wir sowie Deine persönlichen Ansprechpartner gerne für Dich da.

Dein  
Schaefer Digital Team



HIER IST DER  
LINK ZUM  
YOU-TUBE-  
VIDEO!  
VIEL SPASS!

# NEUE AUFLAGE DES BUCHES MANAGEMENT IM FRISEURHANDWERK



KOMPLETTPREIS  
210 €  
JE EINZELBAND  
50 €

Heute stellen wir Dir **Band 2 - WETTBEWERBSVERGLEICHE. BRANCHENVERGLEICHE. STATISTIK.** im Detail vor!

- Wettbewerbsvergleiche
- Branchenvergleiche
- Statistik

Lerne aus den Erfahrungen der Besten und erreiche neue Höhen in Deinem Geschäft.

**Bestelle Dir jetzt Dein Exemplar der Neuauflage** von „Management im Friseurhandwerk“-  
entweder als Einzelband (à 50,00 EUR netto) oder als Set (210,00 EUR netto) -  
und entdecke die Wege zum Erfolg!

Einfach, schnell online bestellen: [www.schaefer-consulting/literatur](http://www.schaefer-consulting/literatur) oder den **QR-Code scannen**



**Fragen?** Schreibe uns einfach eine Nachricht an [info@schaefer-consulting.com](mailto:info@schaefer-consulting.com) oder rufe uns an **+49 9845 989 0**

## PLANUNG mit VISUALISIERUNG



planen  
visualisieren  
realisieren



#LieblingsEricher



Danke für Dein Vertrauen Daniele.



**interpartner**  
IDEEEN & 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

# DIE MIETKAUTION, EIN KANN, ABER KEIN MUSS.

# RECHTSWELT

Eine Kautions dient dem Vermieter als **Sicherheit**, entweder für **Schäden** am Mietobjekt oder für **ausgefallene** Mieten. Kautions sind nicht zwingend vorgeschrieben, allerdings inzwischen üblich.

Der Eigentümerverband Haus & Grund Deutschland weist darauf hin, dass laut BGB **maximal** drei Monatsmieten als Kautions verlangt werden dürfen, die Nebenkosten bleiben bei dieser Rechnung außen vor. Der Kautionsbetrag kann auch auf drei **Raten** bezahlt werden, in vielen Fällen aber stellt der Mieter die Kautions über eine Bankbürgschaft dar. Bei einer Barzahlung **muss** der Vermieter den Kautionsbetrag bei einem Bankinstitut mit einer dreimonatigen Kündigungsfrist anlegen. Dabei muss erkennbar sein, dass es sich bei dieser Anlage um ein **Fremdgeld** handelt, also nicht zum Privatvermögen des Vermieters gehört. Bei einer möglichen Insolvenz des Vermieters wird dadurch verhindert, dass das Guthaben in die **Insolvenzmasse** fällt.

Im Übrigen kann während der Mietlaufzeit die ursprüngliche Kautions **nicht** erhöht werden, auch nicht bei mehrmals gestiegenen Kaltmieten. Zinsen aus der Geldanlage stehen dem Mieter zu, weshalb bei einer Beendigung des Mietverhältnisses

diese aufgelaufenen Zinsen mit dem Kautionsbetrag an den Mieter **auszuzahlen** sind. Eine Auszahlungsfrist besteht zwar nicht, aber in der Praxis gelten sechs Monate nach Rückgabe des Mietobjekts als **spätester** Termin.

Vermieter können **Teile** der Kautions für Beschädigungen an der Mietsache einbehalten, wenn der Mieter die Schäden schuldhaft verursacht hat. Einen Beweis hierüber hat der **Vermieter** vorzulegen und bei einem möglichen Rechtsstreit auch zu dokumentieren. Insofern empfiehlt es sich, beim Auszug einen Check durchführen zu lassen. Dieser Check kann auch durch die Haftpflichtversicherung des Mieters erfolgen, die im Schadensfall den nachgewiesenen Schaden zu übernehmen hätte.

Dabei ist **immer** zu beachten, was in dem Mietvertrag zum Thema Beendigung des Mietverhältnisses **vereinbart** worden ist. Mein Rat an Euch: Bereits beim Abschluss des Mietvertrages ist dieser Punkt zu beachten und entsprechend zu verhandeln.

Herzlichst  
Bernd Werner



# T.I.M.-TEAM IN MOTION 2023 IN DINKELSBÜHL



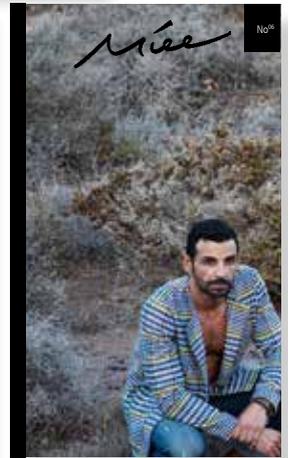
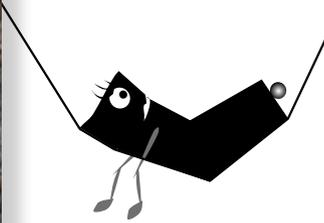
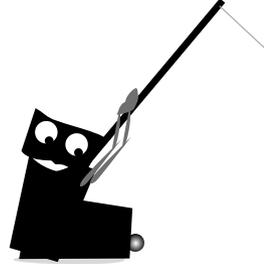
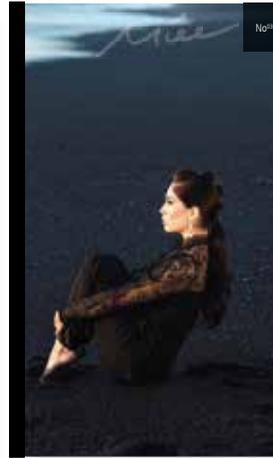
MELDE DICH AN!  
T.I.M. -  
TEAM IN MOTION  
22.09.2024  
DINKELSBÜHL  
09845/989100  
[schaefer-academy.com](https://www.schaefer-academy.com)

So gerne blicken wir zurück auf den **gemeinsamen Tag** mit Euch beim T.I.M. – team in motion im Meiser Design Hotel in Dinkelsbühl. Was bedeutet **Erfolg** für jeden einzelnen Mitarbeiter, wie kann ich es schaffen, mehr **Umsatz** zu generieren und was hat das alles mit der **inneren Einstellung** zu tun.

Hierzu gaben die Referenten **Bastian Schaefer** und **Frank Greiner-Schwed** auf sehr abwechslungsreiche und unterhaltende Weise Inspirationen und sofort umsetzbare Tipps mit auf

den Weg. Viele von Euch haben den Tag als gesamtes Team genutzt und haben ein richtig schönes Erlebnis daraus kreiert.

Liebsten Dank, dass Ihr mit dabei wart. Es war uns ein Fest und wir freuen uns jetzt schon aufs nächste Mal mit Euch.

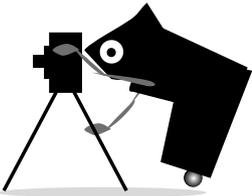


*Miée*  
100% ENERGIE UND  
PFLEGE FÜRS HAAR.



“GERADE ARBEITEN WIR AN DER 10TEN FLASCHENPOST.  
NEWS - AKTUELLES - ERZÄHLTES - UND VIELES MEHR.  
UND ICH, WIE IMMER, MITTENDRIN.”  
DEIN MINI-MÉ

Das exklusive Miée-Partner-Magazin



Einfach anders als Andere!

*Miée*

# LIEBER WERDE ICH TOTENGRÄBER!

Das Bundesinstitut für Berufsbildung wartet für 2021 mit erschreckenden Zahlen auf.

Es zeigt sich im Friseurhandwerk mit 52,5 % die **höchste Abbrecherquote** von allen Ausbildungsberufen.

Und schon wird über die **Qualität** der Ausbildung diskutiert. Von den zu vermittelnden fachlichen Kenntnissen bis hin zum dualen System wird eigentlich alles hinterfragt. Aber liegt hier die **wirkliche** Ursache für so viele Ausbildungsabbrüche?

*„WIE GEHT IHR MIT UNSERER ZUKUNFT UM?“*

Unter dieser Überschrift verfasste ich im Jahr 1999 einen Leserbrief an das damalige Fachmagazin „CLIPS“. Daraus wurde auf Bitten der Redaktion und nach weiterer Recherche, mein erster Beitrag als **Fachautor**. Er befasste sich mit der damaligen Ausbildungssituation und so einigen Missständen, die ich damals, noch als Arbeitnehmer, erlebte und ansprach. Internet gab es noch nicht, so wurde dieser Artikel mehr in den Chefetagen als im Pausenraum gelesen. Das **Feedback** war entsprechend und brachte durchweg Beschimpfungen bis Drohungen – über so etwas spricht man nicht!

Dass 5 Jahre nach ihrer Gesellenprüfung nur noch 20% der Friseur/innen im erlernten Beruf sind, war damals schon ein **Warnsignal**. Allerdings wurde es **nicht** ernst genommen.

Für den damaligen Beitrag kooperierte ich mit der Berufsschule für Friseurin in Nürnberg, Fragebögen wurden in 5 Berufsschulklassen verteilt. Die Ergebnisse waren **bedenklich**.

37% der Befragten gaben an, **nicht** weiter im gelernten Beruf arbeiten zu wollen.

„Lieber werde ich Totengräber!“, so die Antwort auf einem der Fragebögen. Allerdings war das 1999!

Eine ähnliche Umfrage startete ich kurz vor Corona, im Sommer 2019.

Diesmal über die Wertegemeinschaft „Der faire Salon“ in einer Berufsschule im Westerwald. Auch hier zeigte sich, dass viele Dinge **nicht** so sind, wie sie eigentlich sein sollten. Ganz besonders die Frage nach Respekt und Wertschätzung wurde von 72 Prozent als **unzureichend** und **negativ** beantwortet. Wer glaubt denn Mitarbeiter auf diese Art und Weise binden zu können?

Ohnehin ist die Situation im Ausbildungsbereich **angespannt**, nicht nur die **geringe** Zahl an Ausbildungsverträgen wirft Fragen auf, auch der **Umgang** mit Generation Z. Fakt ist, die Generation Z ist **anders** großgeworden - Wertevermittlung in der Familie ist inzwischen Rarität geworden und findet **kaum** noch statt. Es **mangelt** zum Teil sogar an bisherigen Grundprinzipien. Junge Menschen, die gerade dabei sind, sich zu finden und auszuprobieren, den Sinn von Werten nicht mehr kennen oder schätzen - auf der anderen Seite eine ältere Generation mit der Prämisse „Das war schon immer so!“ bis hin zu „Lehrjahre sind keine Herrenjahre“.

**Wie** soll das funktionieren?

Zusammen mit der Friseurinnung Düsseldorf haben wir jetzt **Leitlinien** geschaffen, die sowohl Auszubildenden als auch Ausbildern als Grundlage für den **gemeinsamen** Umgang dienen sollen....

# DARSTELLUNG

Wir müssen mit den angehenden Friseuren/innen erst einmal **reden**, und uns auf bestimmte Werte und Tugenden, die wir im Salon leben wollen, einigen. Wir müssen **sagen**, was wir wollen!

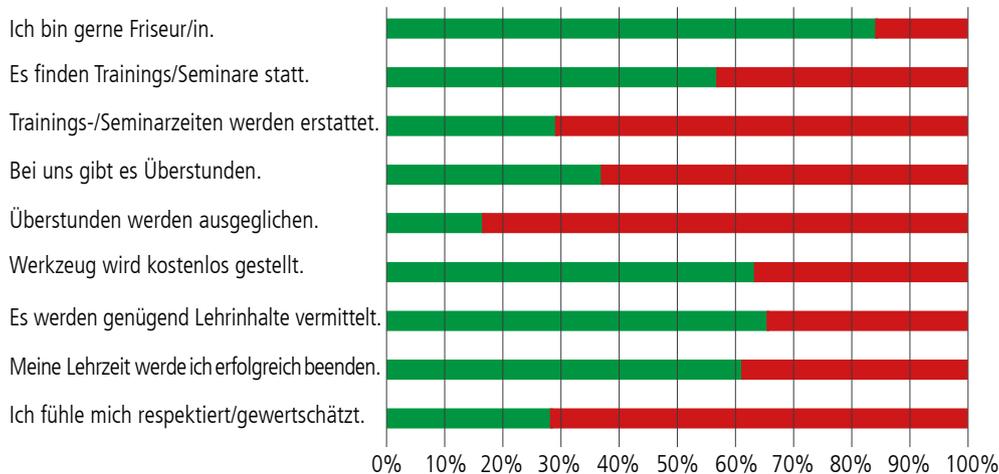
Aus diesem Grund haben wir den, unter Mitwirkung der EU entstandenen, Kodex für Friseure in Europa als **Vorbild** genommen. In Zusammenarbeit mit der Wertegemeinschaft „Der faire Salon“ wurden Leitlinien für Ausbilder und Auszubildende im Friseurhandwerk **fixiert**, die künftig den Ausbildungsverträgen als **Anlage** beigefügt werden sollen.

Für Sie, liebe Mandanten, dürfte das **kein** neues Thema sein. Vielleicht aber für Ihren neuen Azubi – vielleicht können diese Regeln auch bei Ihnen im Salon Anwendung finden. SPC ist Kooperationspartner unserer Wertegemeinschaft, daher stellen wir Ihnen diese Leitlinien gerne zur Verfügung.

Herzlichst  
René Krombholz



## Fragen an Auszubildende im Friseurhandwerk



Hier finden Sie unsere Leitlinien für Ausbilder und Auszubildende zum Download:



# WER FÜHRT, LIEGT VORNE!

## MITARBEITERFÜHRUNG - DIE MEIST UNTERSCHÄTZTESTE AUFGABE

**Mehr** als 40 Jahre Erfahrung in der Friseur-Branche beweisen uns: Die meist **unterschätzte** Aufgabe für den Friseur-Unternehmer ist die Führung der Mitarbeiter! Dies drückt sich sowohl im **zeitlichen** als auch im **finanziellen** Aufwand der Unternehmer im Vergleich zu seinen sonstigen Tätigkeiten und Aufgaben aus. Beispiele gefällig?

1. Wir befragten die Friseur-Unternehmer bei unseren Vorträgen und Seminaren, wie viel **Zeit** sie pro Woche für die Führung der Mitarbeiter aufbringen. Meist erfolgt die Gegenfrage: „Wann soll ich denn das **auch** noch machen? Ich stehe selbst von früh bis abends am Stuhl?“ Doch hier dreht sich das Problem schon im **Kreis**! Wenn ich nicht mehr Zeit in die Führung der Mitarbeiter investiere, darf ich mich **nicht** wundern, wenn ich noch in zehn Jahren am Stuhl die Top-Leistung bringen muss.

2. Wie **viele** Teamgespräche und Einzelgespräche finden statt? Wie **informiere** und **schule** ich mein Team und **führe** und entwickle die Mitarbeiter in individuellen Gesprächen?

3. Wie viel **Geld** bringt das Unternehmen für die Bewerbung der Kunden im Vergleich für die Bewerbung der richtigen Mitarbeiter auf? Die meisten Unternehmen **suchen** nur anlässlich der Kündigung eines bestehenden Angestellten nach einem neuen Mitarbeiter, jammern aber mehr denn je, dass der Mitarbeiter-Markt wie leergefegt ist.

4. Wir analysieren auch die Internet-Seiten der Friseur-Unternehmen! Hier wird zu 99 Prozent der Kunde beworben. Die

Unternehmer haben noch nicht realisiert, dass diese Plattform die beste und meist auch **einzige** permanent werbende Ebene ist, um das Unternehmen für potenzielle Mitarbeiter schmackhaft zu machen.

### Mitarbeiter-Führung bestimmt den Erfolg

Unternehmer müssen Zeit und Geld in ihre **Mitarbeiterführung** investieren. Dabei bekommt auch das Thema Mitarbeiter-Marketing eine immer größere Bedeutung.

Was **bedeutet** Mitarbeiter-Marketing? Die Frage ist ganz einfach beantwortet: Wie man mit dem Kunden-Marketing Kunden für den Salon gewinnen und sie möglichst **lange** auch im Unternehmen behalten will, so gilt dies auch für die Bewerbung und Bindung der Mitarbeiter.

### BIG POINTS des Unternehmens

Wie **heben** wir uns von der Konkurrenz **ab**? Um Menschen für das Unternehmen zu begeistern, sollten folgende Fragen beantwortet werden können:

1. Welche Ansprüche stellt das Unternehmen an seine Angestellten?
2. Philosophie des Unternehmens bei der Mitarbeiterführung.
3. Welche Karrierechancen bietet das Unternehmen?
4. Welche Weiterbildungsmöglichkeiten sind geboten?
5. Welche Verdienstmöglichkeiten werden dem potenziellen Mitarbeiter in Aussicht gestellt?
6. Werden Karriere- und Verdienstchancen an praktischen Beispielen aufgezeigt?

7. Welche Mitgestaltungsmöglichkeiten sind dem Mitarbeiter geboten?
8. Welche Aktivitäten (Feiern, Veranstaltungen, etc.) finden begleitend zum Berufs-Alltag statt?
9. Referenzen der bisherigen Mitarbeiter:  
Warum arbeite ich hier?
10. Welche Möglichkeiten von verschiedenen Arbeitszeitmodellen gibt es?

In erster Linie gilt es hier, das Internet und die Social Media zu nutzen. Vergiss aber dabei Dein **Schaufenster** nicht, das 24 Stunden pro Tag für die Bewerbung neuer Mitarbeiter eingesetzt werden kann.

---

Weitere Fragen, die Du Dir stellen solltest:

- Welches Lohnsystem soll eingesetzt werden?
  - Gibt es ein Karrieresystem mit spannenden Perspektiven?
  - Bilden wir selbst aus, um die Basis für einen eigenen Mitarbeiterstamm zu schaffen?
  - Wie wird Mitarbeiterführung im Alltag gelebt?
  - Wie erkenne ich die Motive meiner Mitarbeiter und baue diese in mein Konzept ein?
  - Welche Kommunikations- und Informationsstruktur schaffe ich?
  - Wodurch hebe ich mich als Arbeitgeber von anderen Unternehmen ab?
- 

Gönn Dir eine Auszeit, um Dein **Führungskonzept** unter diesen Fragestellungen auf den Prüfstand zu stellen. Am **Führungsseminar am 22./23. Oktober 2023** erhältst Du auf viele Fragen praxisnahe Antworten und Lösungen. Wie **führe** ich **effizient** und **schaffe** eine Begeisterung sowohl für die bestehenden als auch für neue Mitarbeiter.

Herzlichst  
Harald Müller



MELDE DICH AN!  
FÜHRUNG I  
22./23.10.2023  
DINKELSBÜHL  
09845/989100  
schaefer-academy.com

# SEMINARTERMINE 2023 D/A/CH



CHEFSEMINAR I:  
24.–26.09. in Dinkelsbühl  
15.–17.10. in Salzburg/A

CHEFSEMINAR II:  
05.–06.11. in Oberdachstetten

FÜHRUNGSSEMINAR I:  
22.–23.10. in Dinkelsbühl

DURCHSTARTER:  
08.–09.10. in Oberdachstetten

BERATUNG & KOMMUNIKATION I:  
24.–25.09. in Oberdachstetten  
15.–16.10. in Siegburg  
05.–06.11. in Eich/CH  
12.–13.11. in Oberdachstetten

BERATUNG & KOMMUNIKATION II:  
22.–23.10. in Siegburg

ORGANISATION & REZEPTION:  
22.–23.10. in Oberdachstetten

SHIATSU:  
16.10. in Oberdachstetten

TALENTFINDER:  
15.–16.10. in Dinkelsbühl

LEICHTFÜSSER:  
12.–13.11. in Dinkelsbühl



## EVENTS 2024:

### SPC-Kongress

09.-10.06 im Meiser Design Hotel  
in Dinkelsbühl/D

### T.I.M. - team in motion

22.09. im Meiser Design Hotel  
in Dinkelsbühl/D

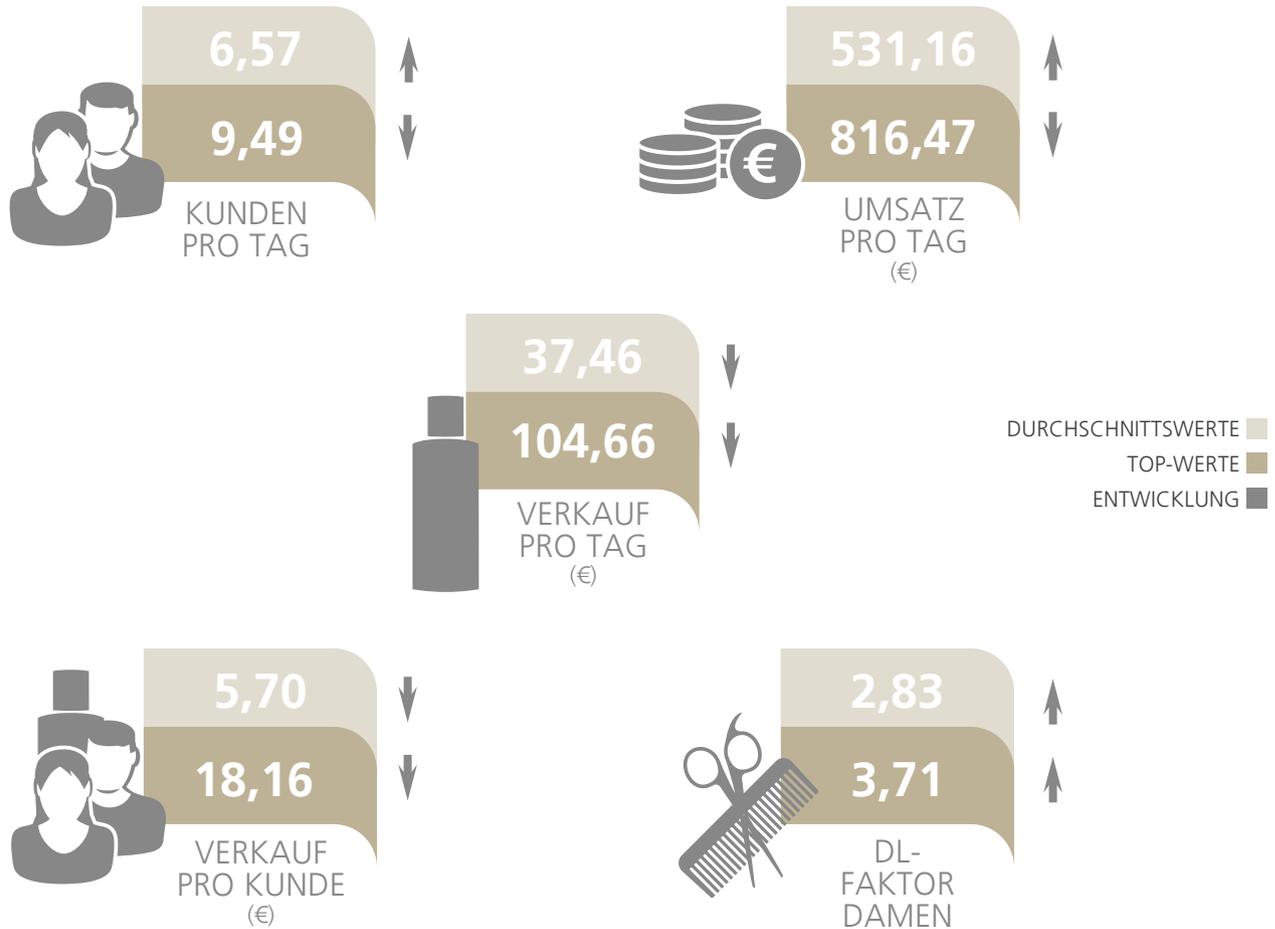
HOL DIR KOSTENLOS DEN NEUEN  
SEMINARKALENDER FÜR 2024:  
[info@schaefer-academy.com](mailto:info@schaefer-academy.com)

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

# ZAHLEN IM EINBLICK

## AUGUST 2023

# 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 August 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



Redaktion:

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

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: © maxbelchenko / Adobe Stock

Seite 17: © NDABCREATIVITY / Adobe Stock