

A woman with dark, voluminous hair is shown in profile, looking down. She is wearing a black lace top and a headpiece made of red berries. The background is dark with some bokeh lights.

EINBLICK

CHEFGEDANKEN
60 BEWERBER
IN EINEM MONAT!

SICHTWEISEN
MITARBEITER ERFÜLLT
ANSPRÜCHE NICHT!

SERVICE
LOHNERHÖHUNG NACH
INFLATIONS AUSGLEICH SZAHLUNG?

60 BEWERBER IN EINEM MONAT!

Das ist sicher eine **außergewöhnlich** hohe Zahl an Bewerbern innerhalb so kurzer Zeit. Aber wie kommt das zustande? In der Branche hört man doch **ständig** Sätze, die eine solche Zahl **nicht** machbar erscheinen lassen.

Natürlich stimmt es, dass von diesen 60 Bewerbern sofort 30 aussortiert werden mussten aus **diversen** Gründen, wie schlechte oder keine Deutschkenntnisse, nicht seriös gemeinte Bewerbungen, um dies vielleicht ggü. dem Amt dokumentieren zu können oder weil sie einfach neugierig waren.

Von den verbleibenden 30 Bewerbern wurden dann in der nächsten Prüfung weitere 20 aussortiert, die aus verschiedenen Gründen **nicht** zu dem Unternehmen passten. Letztlich waren dann 10 Bewerbungsgespräche und von diesen 10 wurden 2 Mitarbeiter eingestellt.

Die Unternehmerin, die dies erlebt hat, kommt aus einem Ort mit rund 50 TSD Einwohnern und bis zur nächsten Großstadt Köln sind es rund 35 Kilometer oder 40 Minuten Fahrtzeit. Stellt man sich die Frage, **was** dazu geführt hat, dass in einem solchen Ort ein Salon zu 60 Bewerbern kommt, muss man den Hintergrund noch etwas **genauer** kennen. Anlass für alle Aktivitäten war die Kündigung von einer Vollzeit- und einer Teilzeitkraft. In unserem Gespräch wurde dann schnell klar, dass wir **neue** Mitarbeiter einstellen müssen. Die Unternehmerin sagte, dass sie doch schon suche. Und trotz aller Suche sind keine Bewerber vorhanden. Und es gibt auch nichts „**Brauchbares**“ auf dem Markt.

ES GIBT AUCH
NICHTS „BRAUCH-
BARES“ AUF DEM
MARKT.

Gemeinsam eruierten wir, was sie **tatsächlich** für Mitarbeitersuche tut. Wir kamen beide zu dem Schluss: **Allein** auf der **Homepage** eine entsprechende Unterseite „Jobs“ zu haben, die dann auch noch **optimierungsfähig** hinsichtlich des Aufbaus der Unterseite ist, reicht wohl doch **nicht** ganz aus. Auch das **vereinzelte** Posten auf den Social-Media-Kanälen ist **nicht** zielführend genug. Es waren **keine** Aufsteller auf den Bedienplätzen, **kein** Plakat im Schaufenster. Eine Suche auf Google „Friseurjob in ...“ zeigte, dass auch hier die Unternehmensseite **nicht** optimal gefunden wurde und die ersten 2 Treffer Plattformen waren, in diesem Fall „Indeed“ und „meine Stadt.de“. Aber auch auf diesen Plattformen war das Unternehmen **nicht** gelistet.

Was also ist zu tun: Natürlich auf **allen** Kanälen **aktiv** werden. Und so kam es zu der Aussage der Unternehmerin: „Naja ich versuch's, aber ich verspreche mir **nicht** allzu viel.“ Diese Aussage ist dann doch **bedenklich**. Wenn ich glaube, dass die Maßnahmen **nichts** bringen, dann muss ich diese auch nicht machen! Dann investiere ich die Zeit und das Geld in Maßnahmen, von denen ich glaube und hoffe, dass sie den gewünschten Effekt erzielen. Ich wettete darauf, dass mit all den Maßnahmen **mindestens 5 Bewerbungen** eingehen.

Also machte sich die Unternehmerin ans Werk: Ein Bild, das auch den Salon widerspiegelt, musste erstellt werden. Dieser Eyecatcher musste auf den **ersten** Blick zeigen „Wir stellen Dich ein!“. Dies hat die Unternehmerin in Auftrag gegeben. Daneben hat sie auch die **entsprechenden** Texte formuliert,

CHEFGEDANKE

die zu dem Bild auf allen Kanälen gepostet bzw. in den Anzeigen dazu gesetzt wurden.

Als alles fertiggestellt war, war es doch eine **ganze Menge** an Maßnahmen:

- ein einziges Bild (Wiedererkennungseffekt) erstellen in allen Formaten: vom Schaufenster bis zum Post auf Social Media
- erklärender Text für den Eyecatcher

Die Veröffentlichung erfolgte als:

- Bilder (in allen Schaufenstern)
- Aufsteller an den Bedienplätzen
- Aufsteller an der Rezeption
- Pop-up auf der Startseite der Homepage und Verlinkung auf die Unterseite „Jobs“
- Onlineformular für die Bewerber auf der Unterseite „Jobs“
- Bewerbung zielgruppenspezifisch auf den Social-Media-Kanälen Instagram und Facebook
- Anzeigen (kostenfrei) auf den ersten beiden Portalen, die in dieser Region an erster Stelle stehen
- Optimierung bei der Google-Suche

Und der Erfolg? Zwei neue Mitarbeiter in nur einem Monat! Mir zeigt dieses Ergebnis wieder einmal, dass der Erfolg von Erfolg kommt. Persönlich bin ich auch davon überzeugt, dass erst die Hingabe und Liebe zu der Erstellung des Eyecatchers und zu den Formulierungen des Erklärtextes auch zu dem Erfolg führen, der sich dann einstellt.

Viel Erfolg bei Ihren Projekten und die notwendige Aufmerksamkeit und Hingabe wünscht Ihnen – oder wie wir in Franken sagen: Wenn Du schon etwas machst, mach's gscheit!

Herzlichst
Stefan Dax



In der aktuellen Teamgeist - Episode von Focus Friseur teilt Belinda Velten (@friseursalon_haargenauhrstil) ihre Erfolgsgeschichte. Von gezielten Anzeigen bis hin zu authentischem Teamgeist erfährt die Details.

MEIN MITARBEITER ERFÜLLT MEINE ANSPRÜCHE/ERWARTUNGEN NICHT!

Zunächst einmal möchte ich betonen, dass es durchaus **wichtig** ist, auch Ansprüche (Forderungen) an sich zu haben. Aus diesen Ansprüchen an Dich selbst ergibt sich aber in der Regel auch ein Anspruch an Dein Gegenüber. Heute möchte ich **nicht** darüber sprechen, ob Ansprüche an jemanden anderen überhaupt in Ordnung sind oder nicht.

Doch generell ist und kann ein Anspruch an sich selbst auch ein **Ansporn** sein, ein Motiv und Ziel darstellen und somit auch zu Deinen **handlungsorientierten** Ergebnissen beitragen.

Ich **betone** hier nochmal, zu „Deinen handlungsorientierten Ergebnissen“. Denn ein Anspruch kann nur **aus** Dir selbst heraus entstehen und eben **nicht** von außen an Dich übertragen werden! Die Definition von Anspruch drückt sich nämlich in einem **Recht** an den Anderen aus und das besteht **nicht!** Anders sieht es mit **Erwartungen** aus, denn Erwartungen lassen zumindest eine **eigene** Entscheidung zu. Du hast also eine **eigene** Entscheidung getroffen und Erwartungen aufgestellt. Jetzt möchtest Du, dass Dein Gegenüber diese Erwartungen erfüllt. Ist es dann überhaupt für jemanden Anderen möglich, Deine Erwartungen zu erfüllen?

Ja natürlich, jedoch **nur**, wenn er diese Erwartungen mit Dir **teilt**, sprich, wenn sie auch aus ihm/ihr heraus entstehen bzw. entstanden sind! Genau deshalb erlebst Du es immer wieder, dass Dein Gegenüber, vielleicht Dein Mitarbeiter, Deine Erwartung **nicht** erfüllt. Das wiederum führt dann zu einem Gefühl bei Dir, das höchstwahrscheinlich nicht positiv ist.

Der **nächste** Schritt, um Dich jetzt **selbst** vor Negativität zu schützen, ist es in der Konsequenz Dich von dem Menschen zu **distanzieren** oder auch dass Du **beginnst**, Deine Erwartungen zu **verändern** bzw. zu **reduzieren**, damit Du eben das Gefühl der Enttäuschung **nicht** mehr erlebst.

Das Fatale daran ist, dass Du damit ein negatives Gefühl gegen ein anderes austauscht, denn wenn Du Deine Erwartungen **reduzierst**, und zwar Deine, dann bekommst Du auch ein **anderes** Ergebnis, als das, was Du Dir als **Ziel** vorgenommen

hast! Das bedeutet dann eventuell Traurigkeit, Frustration, eben ein **anderes** negatives Gefühl. Pest gegen Cholera. Ach, nein, das wäre Politik, na Du weißt schon.

Deswegen besteht die Herausforderung ganz alleine **darin**, wie **Du** es schaffst, dass **Deine** Erwartungen mit denen Deines Gegenübers

ein **hohes** Maß an Übereinstimmung erfahren und eben **nicht** den kleinsten gemeinsamen Nenner zu finden!

Das geht aus meiner Sicht nicht von heute auf morgen und bedarf auch immer wieder einer **verbindenden** Kommunikation. In dem Wort „Er ... Wartung“ steckt ja auch die stetige Überprüfung der ausführenden Tätigkeit und eben auch etwas **Geduld**.

Welchen Nutzen hat Deine Erwartung für Dein Gegenüber? Welche Widerstände können bei Deinem Gegenüber vorhanden sein bzgl. Deiner Erwartungen? Welche Gefühle können entstehen, wenn das Bild der Zielerreichung sichtbar wird?

DIE DEFINITION VON
ANSPRUCH DRÜCKT
SICH NÄMLICH IN
EINEM RECHT AN DEN
ANDEREN AUS UND
DAS BESTEHT NICHT!

SICHTWEISEN

Welche Tools benötigt Dein Gegenüber? Welche Informationen benötigt Dein Gegenüber? Ist die Leistung des Mitarbeiters in Bezug auf die Kernpunkte „Dürfen, Können und Wollen“ gegeben? Ist ein Instrument vorhanden, an dem der Erfüllungsstand gemessen werden kann? Sind die Erwartungen wirklich realistisch umsetzbar? Es benötigt einer **Vielzahl** von „Ja-s“ auf all diese und sicher noch mehr Fragen, um die **höchstmögliche** Übereinstimmung in den Erwartungen zu erzielen. Das heißt, bereite Dich bitte sehr gut darauf vor, wenn Du in ein Gespräch gehst, in dem Du Deine **Erwartungen kommunizierst!** Es liegt auch in diesem Fall **viel** Verantwortung bei Dir!

Vielleicht noch ein Gedanke dazu, sei selbst stets der **Erfüller** Deiner **Erwartungen**, denn nur wenn **Du** es selbst vorlebst, besteht die Chance, dass Dein Gegenüber Dir folgt! Wenn er Dir erstmal folgt, dann gilt es wie schon erwähnt auch stets die „... Wartung“ durchzuführen!

Herzlichst
Torsten Kowalsky



VALENTINSTAG ES MUSS NICHT IMMER SCHOKOLADE SEIN!

Lieber Kunde,

diese Worte erwärmen das Herz – gerade zum Valentinstag. Jeder von uns kann kleine Dinge vollbringen. Trage an diesem Tag ein bisschen zum Glückhchsein Deiner Kunden bei. Wir unterstützen Dich, Deinen Kunden ein Lächeln ins Gesicht zu zaubern mit:

- Herz-Anhänger für Rosen und/oder Geschenke
- LoveScheck
- Kaufgutschein
- Aufsteller, Poster, Spiegelsprecher
- Postkarten
- Sonderwertmarke
- Anschreiben

Unsere Aktionen sind vielseitig einsetzbar und erlösen Dich von den quälenden Fragen:

„Wie erhalte ich Neukunden?“,

„Wie binde ich meine Stammkunden?“ und

„Wie kontaktiere ich meine ausgebliebene Kunden?“.

Nutze unsere Valentinsgeschenke für Deine individuellen Bedürfnisse!

LIEBE
IST ALLES
WAS DU
BRAUCHST

WÄHLE DEIN
LIEBLINGS-
MOTIV!

Auf der nachfolgenden Seite findest Du 4 verschiedene Layouts.

Für Fragen stehen wir Dir jederzeit gerne zur Verfügung.

Dein Team der
Schaefer Graphics

LOS GEHTS!

VALENTINSTAG MIT DER SCHAEFER GRAPHICS



□ №. 1



□ №. 2



□ №. 3



□ №. 4



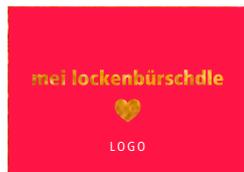
□ Miée Exklusiv



□ Herzanhänger

SCANNE HIER
FÜR MEHR
VALENTINS-
FEELING

POSTKARTEN MOTIVE





**Willkommen in unserem Showroom der
Maletti Deutschland GmbH
in Düsseldorf!**

**Auf 580 qm präsentieren wir Ihnen
eine große Auswahl an Friseurstühlen,
Waschbecken und vieles mehr. Ein
Highlight ist der Eden, eine Kombina-
tion aus Liege und Vapomist.**

**Alle Interessenten sind herzlich eingela-
den unseren Showroom zu besuchen.**

**Bitte vereinbaren Sie
hierzu einen Termin.**

**GERNE
SIND
WIR FÜR
SIE DA!**



MALETTI Deutschland ■ Klosterstr. 49 ■ 40211 Düsseldorf
info@maletti.de ■ www.maletti.it/de
tel. +49 (0) 21 598 281 670 ■ tel. +49 (0) 1 737 177 592

maletti.it/de/

DAS PFÄNDUNGSSCHUTZKONTO

SERVICE

Über das normale Girokonto werden die üblichen monatlichen Zahlungen abgewickelt, aber was tun, wenn ein Gläubiger das Konto **pfändet**? Eine mögliche Option könnte dann ein sogenanntes „**Pfändungsschutzkonto**“, im Alltag auch als „P-Konto“ bekannt, sein. Folgende Fakten dazu:

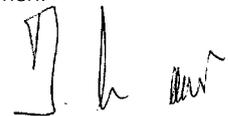
Mit der Einrichtung eines P-Kontos können nur noch Beträge gepfändet werden, welche über einem **bestimmten** Betrag liegen. Das ist normalerweise der **unpfändbare** Grundbetrag. Mit diesem unpfändbaren Grundbetrag können dann alle Zahlungen vorgenommen oder auch Bargeld abgehoben werden.

Der unpfändbare Grundfreibetrag liegt derzeit bei EUR 1.500,00 pro Monat. Daneben gibt es weitere Freibeträge für **Unterhaltungspflichtige**, wenn diese eine Familie oder einen Partner zu versorgen haben. Diese Freibeträge sind durch eine Bestätigung, etwa der Familienkasse oder des Sozialleistungsträgers, nachzuweisen und der Bank vorzulegen.

Bei einem P-Konto gewährt die Bank in der Regel **keine** Dispokredite oder Überziehungen. Auch die Nutzung von Kreditkarten ist **nicht** mehr möglich. Ausnahmen sind die Prepaid-Karten, die auf Guthabenbasis funktionieren. Eine Umwandlung des Girokontos in ein Pfändungsschutzkonto muss über einen Antrag bei der Bank erfolgen. Das Geldinstitut kann einen solchen Antrag **nicht** ablehnen, es muss das Konto zu unveränderten Bedingungen weiterführen und den individuell geltenden unpfändbaren Freibetrag vormerken und beachten. Eine solche Umwandlung ist kostenlos, die anfallenden Kontogebühren dürfen **nicht** höher sein, als im Normalfall.

Wenn also ein finanzieller Engpass besteht und Pfändungen von Gläubigerseite zu erwarten sind, ist in jedem Fall die Umwandlung des Girokontos in ein Pfändungsschutzkonto zu empfehlen. Man ist dann zumindest vor **bösen** Überraschungen gewappnet. Natürlich muss es das persönliche Ziel sein, nach der Befriedigung der Gläubiger, aus diesem Zustand wieder herauszukommen. Der noch weit bessere Weg ist allerdings, erst gar nicht da hineinzukommen.

Herzlichst
Bernd Werner







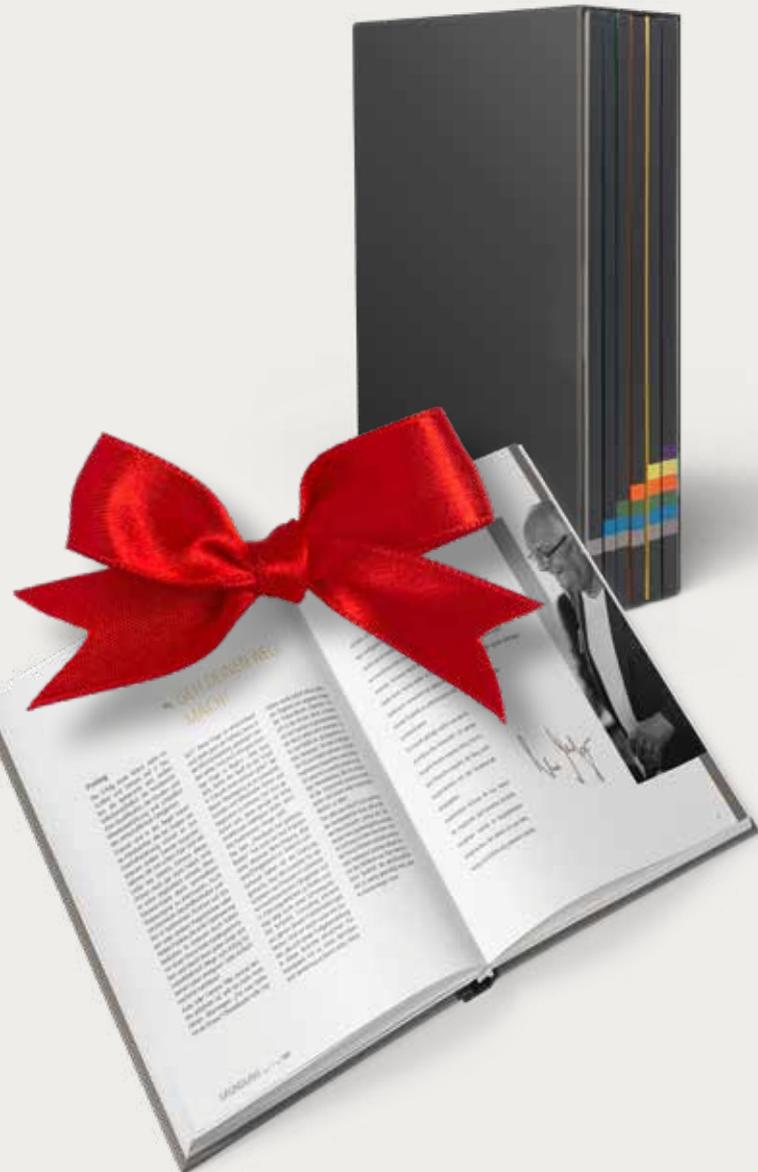
„Sei echt, einzigartig und authentisch“

Wilhelm von Humboldt

Wir wünschen Dir und Deinen Liebsten
wunderschöne Feiertage und einen guten Rutsch
in ein erfolgreiches nächstes Jahr!

Miele

DAS BESONDERE GESCHENK



Auf der Suche nach einem exklusiven Weihnachtsgeschenk für Dich, Deine Partner, Salonleiter oder Mitarbeitenden? Wie wäre es mit einem Geschenk, das Wissen und Erfolg vereint? Unser Buch-Set „**Management im Friseurhandwerk**“ ist das Ergebnis von 3 Jahren intensiver Arbeit von 12 erfahrenen Branchenautoren und das ideale Werkzeug für nachhaltigen Erfolg in der Friseurbranche.

Gönne Dir und Deinen Partnern ein **wertvolles** Geschenk – ein einzigartiges Wissens-Erlebnis, das auch als Auszeichnung für besondere Leistungen oder den erfolgreichen Meisterabschluss dienen kann.

Eine Leseprobe sowie unsere Autoren findest Du auf unserer Homepage: www.schaefer-consulting.com/literatur.

P.S.: Gerne senden wir Dir das Buch-Set als liebevoll verpacktes Geschenk zu!



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



SPC-KONGRESS 2025

JOE WEISSBACHER

„ZIELE & ERFOLG“

In diesem Vortrag von Joe Weißbacher, Gründer und Geschäftsführer von chaoshairconcept, dreht sich alles um das Thema Ziele. Joe Weißbacher zeigt anhand seiner persönlichen Erfolgsstory, wie Ziele zu spürbaren Erfolgen wurden. Welche Fähigkeiten und Maßnahmen braucht es, um die eigenen Zielsetzungen in die Umsetzung zu bekommen? Wie überwindet man Hindernisse? Wie verarbeitet man Niederlagen? Gelangt man wieder auf die Erfolgsspur? Joe präsentiert seine Erfolgsrezepte auf emotionale Weise, gibt authentische Denkanstöße und macht diese für jedermann greifbar.

Er motiviert den Zuhörer mit seiner zum Teil privaten Erfolgsgeschichte und regt zum Nachdenken an. Nach diesem Vortrag werden Sie Ihre eigenen Zielsetzungen überdenken und beginnen, die eigene Erfolgsstory zu schreiben.

#CREATE
YOUR
FUTURE

SPC-KONGRESS
DINKELSBÜHL
25. - 26.05.2025
690,-€ ZZGL. MWST.
MELDE DICH AN!
09845/989 100

LASS' IHN DIR NICHT ENTGEHEN!

Eine wundervolle Erfahrung, es war perfekt von der Planung, der Stimmung, der Wissensvermittlung. Einfach alles war gut durchdacht und hat sehr Spaß gemacht 😊 Danke Danke Danke

Insgesamt sehr viel Motivation, Inspiration und ein positives Gefühl, vieles richtig zu machen, dennoch einiges neu zu überdenken, den Blickwinkel zu ändern, um andere Wege zu gehen.

Die vielfältigen Vorträge, die tolle Organisation und die herzliche Betreuung durch die Mitarbeiter von Schaefer & Partner. Die vielen Gespräche und der Austausch mit den anderen Teilnehmern und natürlich die überragende Band am letzten Abend 👍

Den Austausch mit tollen Kollegen. Die 80er Party war der Hit. Mir lieb gewonnene Menschen wiederzusehen.

Ganz viele tolle Ideen, welche wir gleich umsetzen möchten. Zum Beispiel einen Zeitungsartikel in der Zukunft schreiben :-)

Was nehm ich mit: Man sollte nicht auf der Stelle stehen bleiben, man sollte sich dem Neuen nicht verschließen und Trends aufnehmen, und man sollte an sich als erstes arbeiten...

Die gesamte Stimmung, war richtig positiv und entspannt. Die gesamte Organisation war wirklich spitze. Auf die Vorträge bezogen, konnte man überall neues Gedankengut mitnehmen.

Weitere
Kongress-Infos hier!



LOHNERHÖHUNG NACH INFLATIONS AUSGLEICHSZAHLUNG?

LAUT GESETZ DROHEN HIER BÖSE NACHZAHLUNGEN,
DA DIE STEUER- UND SOZIALVERSICHERUNGSFREIHEIT ANNULLIERT WÄRE.

Der Frust von vielen Arbeitgebern auf den **Staat** wächst und wächst, da den Unternehmern immer wieder durch **viele** bürokratische Regelungen das Wirken immer mühsamer gemacht wird. Aktuelles Beispiel: Die Zahlung einer Inflationsausgleichsprämie. Hierzu aber später mehr.

Bei den Corona-Ersatzleistungen hat der Staat auch viel Gutes geplant und geleistet. Nur zur Information: Nicht alle Länder haben ihren Arbeitgebern, über Lohnersatzleistungen hinaus, Zuschüsse für die Zeit der Schließungen gewährt. Insofern haben die **deutschen** Unternehmer **mehr** Unterstützung erhalten, als beispielsweise die Schweizer Unternehmer, die sich allenfalls ein zinsfreies Darlehen beschaffen konnten. Bei der Überbrückungshilfe III hat der Staat ein gutes Modell realisiert, da hier einfach monatsweise abgeglichen wurde, wieviel Minus den Unternehmen entstanden ist und dies tatsächlich ausgeglichen wurde.

Ganz anders bei der Soforthilfe, bei der eine gute Absicht und ein Versprechen der Politiker „Wir leisten Zuschüsse für die Zeit Eurer Schließung!“ von den zuständigen Beamten **falsch** umgesetzt wurde und jetzt auch beharrlich nahezu **alle** Leistungen **zurückgefordert** wurden. Was lief falsch? Es wurde nicht nur die Zeit der Schließung als Grundlage herangezogen und es wurden dann auch noch Personalkosten nicht als Kosten in der Nachberechnung berücksichtigt. Dies ist **betriebswirtschaftlich** wie auch **moralisch völlig** daneben. Zudem wurde damals unbürokratisch an alle betroffenen Unternehmen die Zahlung an den Personalfaktor und nicht an den berechneten Bedarf gekoppelt, um dann die Rahmen-

bedingungen mehrmals zu korrigieren. Jetzt müssen hier viele Gerichte entscheiden. Die Rechts- und Folgekosten mit mehrfachen Prüfungen und einem neuen Prüfungsverfahren wie in NRW dürften hier die Kosten für die Auszahlungen sicherlich schon bald erreichen oder übertreffen. Der Steuerzahler darf es dann ja bezahlen.

Nun zur **Inflationsausgleichsprämie**. Es ist ohnehin schon ein sehr **dubioser** Weg von den Staats-Verantwortlichen, den Bürgern bei der gestiegenen Inflation Hilfe zu versprechen, diese aber nicht selbst zu leisten, sondern dies den Unternehmern aufzubürden. „Diese dürfen steuer- und sozialabgabenfrei“ freiwillige Zusatzzahlungen an ihre Arbeitnehmer bis zu einer Höhe von 3.000,- Euro bis spätestens 31.12.2024 leisten. Diese Zahlung ist wohlgemerkt **freiwillig**. Aber viele Arbeitgeber standen dann unter dem Druck von ihren Arbeitnehmern, wenn sie dies nicht leisten „ein schlechter Arbeitgeber“ zu sein.

Demnach haben sich viele Arbeitgeber **„überzeugen“** lassen, diese Zahlungen, meist als monatliche Zusatzzahlung zumindest anteilig zu zahlen. So haben viele Arbeitnehmer in diesem Zeitraum aufgrund dieser freiwilligen Zahlung netto mehr Geld von ihren Arbeitgebern erhalten und dies ohne Abzüge, sowohl bei den Steuern als auch bei den Sozialversicherungen. Diese Zahlungen sind aber ab Januar **nicht** mehr möglich. Dies empfinden nun Arbeitnehmer als Lohnreduktion, da sie ja dann netto deutlich weniger vom Arbeitgeber überwiesen bekommen. Welcher Arbeitgeber lässt sich durch eine derartige Unzufriedenheit nicht beeindrucken. Es läge auf der

Hand, dass die Unternehmer versuchen, jetzt zumindest dieses „Loch“ wieder anzupassen, zumal es jedem Arbeitgeber selbst vorbehalten sein muss, wann er seinen Arbeitnehmern **mehr** Lohn bezahlen möchte. Hier könnte es dann aber zu einer **bösen** Überraschung kommen, wie viele Steuerberater ihre Mandanten schon darauf hinweisen. §8 Abs 4 EStG besagt: „Im Sinne dieses Gesetzes werden Leistungen des Arbeitgebers für eine Beschäftigung nur **dann** zusätzlich zum ohnehin geschuldeten Arbeitslohn erbracht, wenn [...] bei Wegfall der Leistung der Arbeitslohn nicht erhöht wird.“ Dies heißt im Klartext: Wenn der Arbeitgeber jetzt ab Januar den Lohn erhöht, um das „Loch“ auszugleichen, bezahlt er dies **sehr** teuer, weil ihm droht, dass die Sozialversicherungen und Finanzämter mit Nachforderungen für die Gesamtsumme **„lauern“**. Dies soll auch tatsächlich durch die Prüfer der Sozialversicherungen **priorisiert** geprüft werden!

Was will der Staat von mir als Unternehmer? Ich leiste meinen Arbeitnehmern eine zusätzliche Zahlung, die ich nicht aus dem Ärmel schütteln kann und werde im Nachhinein dann dafür bestraft, wenn ich diesen Mitarbeitern eine Lohnerhöhung bezahle? Ich darf also keine Lohnerhöhung zum 1. Januar vornehmen! Wie lange nicht? Nach unserer Interpretation können wir hier nur schlussfolgern, mit Lohnerhöhungen einige Monate zu warten, um hier nicht ungewollte Nachzahlungen leisten zu müssen. Oder sollen die Unternehmer wieder die Gerichte bemühen, weil dieses Gesetz einfach so etwas von **„praxisfremd“** ist, wie es schlimmer nicht mehr geht. Hätte ich **keine** Inflationsausgleichsprämie bezahlt, wäre ich ein **schlechter** Arbeitgeber, erhöhe ich jetzt **keine** Löhne, bin ich ein **schlechter** Arbeitgeber, **tue** ich es, werde ich **bestraft**!

Jetzt echt?!?!?!?!?

Wir empfehlen Ihnen auf jeden Fall, sehr genau dieses Thema mit Ihren Steuerberatern zu besprechen, bevor Sie teure Entscheidungen treffen!

Wir wünschen Ihnen ein friedvolles **Weihnachtsfest** und ein tolles **2025**, wie auch immer man in dieses neue Jahr jetzt lohnmäßig starten soll.

Herzlichst
Harald Müller








Wir haben gemeinsam gelacht, gedacht, geplant, genossen, gelernt, gefeiert, gefachsimpelt, geübt, genial diskutiert, gestaltet, geprägt und das alles GEMEINSAM erlebt. Danke, dass Ihr in 2024 wieder mit dabei wart und unsere Seminare durch Eure Wissensdurst und Eure Neugier bereichert habt. Wir freuen uns auf Euch im nächsten Jahr 😊
Eure Schaefer Academy



SEMINARTERMINE 2025 D/A

MELDE DICH
JETZT AN UNTER:

+49 (0) 9845 / 989 100
INFO@SCHAEFER-ACADEMY.COM
SCHAEFER-ACADEMY.COM



CHEFSEMINAR I:

20.–22.07. in Dinkelsbühl
28.–30.09. in Dinkelsbühl
19.–21.10. in Österreich

CHEFSEMINAR II:

09.–10.11. in Oberdachstetten

FÜHRUNGSSEMINAR I:

06.–07.04. in Dinkelsbühl
26.–27.10. in Dinkelsbühl

FÜHRUNGSSEMINAR II:

06.–07.07. in Dinkelsbühl

DURCHSTARTER:

06.–07.04. in Oberdachstetten
26.–27.10. in Oberdachstetten

BERATUNG & KOMMUNIKATION I:

09.–10.02. in Oberdachstetten
17.–18.03. in Oberdachstetten
02.–03.06. in Oberdachstetten
21.–22.09. in Oberdachstetten
17.–18.11. in Oberdachstetten

BERATUNG & KOMMUNIKATION II:

27.–28.04. in Oberdachstetten
28.–29.09. in Hamburg

ORGANISATION & REZEPTION:

09.–10.03. in Oberdachstetten
14.–15.09. in Oberdachstetten

SICHER AM TELEFON:

07.02. online
06.10. online

SHIATSU:

24.03. in Oberdachstetten
20.10. in Oberdachstetten

TALENTFINDER:

29.–30.06. in Dinkelsbühl
21.–22.09. in Dinkelsbühl

LEICHTFÜSSER:

16.–17.11. in Dinkelsbühl

EVENTS 2025:

Inspirationstage

20.01. Resilienz

in Oberdachstetten/D

24.02. Social Media

in Oberdachstetten/D

25.–26.05. 60. SPC-Kongress

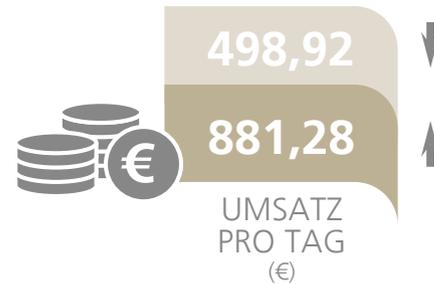
in Dinkelsbühl/D

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

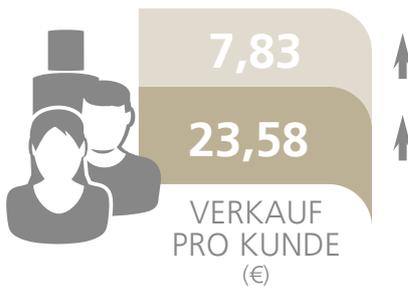
in Dinkelsbühl/D

ZAHLEN IM EINBLICK NOVEMBER 2024

WISSENSWERTES



DURCHSCHNITTSWERTE
TOP-WERTE
ENTWICKLUNG



*Zu beachten ist, dass es sich nicht um die Werte eines einzelnen Salons handelt, sondern um Durchschnittswerte aller ausgewerteten Salons in der jeweiligen Kategorie im Oktober 2024.



Frohe
Weihnachten
& ein gutes
neues Jahr

LERNE, ALS OB DU EWIG LEBEN WÜRDDEST,
LEBE, ALS OB DU MORGEN STERBEN WÜRDDEST.
- Mahatma Gandhi

Liebe Mandanten, liebe Kunden, liebe Partner,
das Jahr neigt sich dem Ende zu. Wir wollen dies
zum Anlass nehmen, uns für das entgegengebrachte
Vertrauen und die angenehme Zusammenarbeit zu
bedanken.
Wir wünschen besinnliche Weihnachtsfeiertage
und ein gesundes, erfolgreiches neues Jahr.



Handwritten signatures of the firm's partners, including names like Peter Hoffmann, Hans-Joachim Hoffmann, and others.



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.

Titelbild: © © Vincenzo Esposito für Miée

Seite 10/11: © peterschreiber.media / Adobe Stock

Seite 13: © madedee / Adobe Stock

Seite 22: © freepik