



EINBLICK

CHEFGEDANKEN
LEISTUNG MUSS
SICH LOHNEN

SICHTWEISEN
KÖNNEN WIR ENDLICH
WIEDER ERFOLGE FEIERN

RECHTSWELT
CORONA-WIRTSCHAFTSHILFEN
LETZTMALIGE FRISTVERLÄNGERUNG

LEISTUNG MUSS SICH WIEDER LOHNEN, ABER LEISTUNG MUSS DEN LOHN AUCH RECHTFERTIGEN

Im vergangenen Jahr gab es in Deutschland bereits die letzten Lohnerhöhungen im Tarifvertrag, in Österreich sind die Verhandlungen abgeschlossen und in beiden Ländern steigen die Löhne bzw. sind schon gestiegen. Aus Mitarbeitersicht muss dies auch so sein. Schließlich ist die Inflation deutlich spürbar. Und wer will schon weniger zur Verfügung haben als letztes Jahr?!

Klar ist aber auch, dass mit den steigenden Löhnen der Druck auf das Unternehmen wächst, diese Mehrausgaben auch zu erwirtschaften. Und da die Inflation vor der Tür des Unternehmens leider nicht Halt macht, treffen den Unternehmer auch Mehrausgaben in allen anderen Bereichen. Dies führt zu einem enormen Kostendruck, wenn sich nicht in mindestens gleichem Maße die Umsätze erhöhen, was wiederum durch Preiserhöhungen abgedeckt werden kann und muss.

Dies ist der kaufmännische Aspekt des Unternehmers. Ein weiterer Aspekt ist aber auch, die dazu notwendige Leistung von den Mitarbeitenden einzufordern. Hier sehe ich momentan Handlungsbedarf. Von immer mehr Unternehmern höre ich, dass die Leistungsforderung nicht groß kommuniziert wird, aus Angst, einen Mitarbeitenden zu verlieren und keinen Ersatz zu finden.

Und schon ist ein Kreislauf vorhanden, dem schwer zu entkommen ist. Es wird die Forderung nicht klar kommuniziert bzw. auf Fehlleistungen aufmerksam gemacht. Beispielsweise sinkt ein Dienstleistungsfaktor und mit dem Mitarbeitenden wird darüber gesprochen. Der Mitarbeitende begründet dies mit der

Aussage, dass der Kunde sich das aufgrund der gestiegenen Preise gar nicht mehr leisten kann. Dem wird durch den Unternehmer nicht genug widersprochen und somit ist aus Sicht des Mitarbeitenden akzeptiert, dass die Anzahl der Dienstleistungen pro Kunde sinkt. Und damit brechen auch der Umsatz und die Leistung insgesamt ein und schon ist der Kreislauf in Gang gesetzt: Die Leistung sinkt und – bei Anwendung eines Leistungslohnsystems – auch der Lohn. Der Mitarbeitende ist unglücklich über das geringere Gehalt und der Kunde ist

LEISTUNGS-
FORDERUNG
WIEDER KLARER
KOMMUNIZIEREN!

unglücklich über nachlassende Beratung. Der Chef ist unglücklich über rückläufigen Umsatz. Aber der Kreis geht noch weiter: Irgendwann wechselt der Kunde den Salon und der Umsatz

fällt gänzlich weg. Somit wurde der Mitarbeitende bestätigt, dass der Kunde sich das nicht leisten kann und macht noch weniger, weil er ja die restlichen Kunden behalten will. Immer mehr Kunden wandern ab! Der Umsatz wendet sich zur Katastrophe und das Image des Salons verliert an Ansehen. „Da geht heute keiner mehr hin, der war früher mal gut - aber heute?“. Und das sagen dann nicht nur die Kunden, sondern auch die Mitarbeitenden, weil Du in diesem Salon nicht mehr verdienen kannst als Tarif und die Stimmung ist auch am Tiefpunkt.

Anfangen hat alles bei einem Thema: Die Leistung vom Mitarbeitenden oder auch sich selbst nicht einzufordern, dem zu widersprechen und die Dinge klar zu formulieren. Ja, es ist

CHEFGEDANKEN

alles teurer geworden, aber auch in allen Branchen sind die Löhne gestiegen. Dies gleichen jedoch die Preiserhöhungen aus. Denkt an den einleitenden Satz „Wer will schon weniger zur Verfügung haben als im letzten Jahr?“

In vielen Salons werden auch nicht die kaufkraftschwachen Geringverdiener bedient, sondern Kunden, die selbst entscheiden, sich dies gerne zu leisten und den Friseurbesuch als Leistung zu konsumieren. Leistung muss sich lohnen, Mitarbeitende sollen, können und müssen gut bezahlt werden und im Gegenzug muss auch die gute Leistung dazu führen, dass Mitarbeitende Prämien über den Tariflohn hinaus erhalten. Wer keine Prämie erhält, muss sich fragen, ob er richtig ist. Der Chef muss sich fragen, ob er den richtigen Mitarbeitenden hat oder diesen auch richtig coacht.

Wer in seiner Mannschaft Mittelmaß zulässt, der wird auf Dauer auch nur eine mittelmäßige Mannschaft haben. Wir haben es als Unternehmer selbst in der Hand, uns unsere Zukunft zu gestalten. Lassen Sie uns daher gemeinsam dafür sorgen, dass Leistung sich lohnt, indem wir die nötige Energie und Entschlossenheit aufbringen, um unsere Ziele zu erreichen. Denn nur so können wir unsere Zukunft gestalten und erfolgreich sein.

Herzlichst
Stefan Dax



KÖNNEN WIR ENDLICH WIEDER ERFOLGE FEIERN?

Bald ist es endlich wieder soweit und in Deutschland findet die Fußball-Europameisterschaft statt. Viele Fans fiebern dem Ereignis entgegen und hoffen auf gemeinsame Glücksmomente, vielleicht sogar unabhängig von unserer Nationalität und allem anderen, was uns augenscheinlich trennt!

Keine Angst, ich möchte nicht über Fußball im Allgemeinen reden, jedoch über etwas, das ich beim Sport immer wieder erlebe, jedoch leider eben fast ausschließlich nur beim Sport.

Ein volles Stadion schaut Menschen zu, die ihren Beruf ausüben. Nur ganz nebenbei, Sportler trainieren in der Zeit, in der sie nicht auf der Bühne stehen. Wie viel Zeit nehmen wir uns noch, um zu trainieren? Das soll jedoch gar nicht mein Thema sein, da Einige jetzt ja wahrscheinlich sagen, wir stehen ja jeden Tag auf der Bühne. Das stimmt, doch ist das auch der Weg, um besser zu werden?

Nun aber zurück: Ein ganzes Stadion jubelt, wenn ein Spieler seinen Beruf erfolgreich ausgeübt hat. Vielleicht ein gutes Dribbling, ein guter Torschuss, ein gutes Zuspiel oder eben das, worum es am Ende geht, ein Tor geschossen hat.

Zudem passiert auf dem Platz noch etwas, für mich Phänomenales. **Das gesamte Team feiert sich, feiert den Spieler, feuert die Zuschauer an, kommt zusammen und genießt diesen Moment, an dem sich das Training, die Strategie, die Leidenschaft für den Beruf und so vieles mehr auszahlt hat.**

Was hat das Ganze jetzt mit Dir als Friseur zu tun? Wann hast Du das letzte Mal Deine beruflichen Erfolge gefeiert? Wann ist das letzte Mal jemand aus Deinem Team auf Dich zugekommen und hat Dich abgeklatscht, Dir zu Deinem tollen Ergebnis gratuliert und mit Dir gemeinsam gefeiert?

Wie viele Deiner Gäste haben über das obligatorische „Danke“ hinaus Deinen Erfolg bejubelt? Erst kürzlich habe ich mich bei einer Kollegin bedankt für eine konkrete Arbeit und die damit verbundene großartige Unterstützung. Und was hat sie geantwortet? Das ist ja meine Arbeit. Das stimmt wohl und so ist es auch beim Sportler.

Heißt das, dass es nichts zu feiern gibt? Heißt das, dass Deine Arbeit selbstverständlich ist? Was macht es mit Dir, wenn Du Wertschätzung erhältst? Übrigens gibt es einen Unterschied zwischen Lob und Wertschätzung! Viele sagen, ich lobe doch. Loben bezieht sich auf Allgemeines. **Doch Wertschätzung bezieht sich auf eine konkrete Situation und damit kann auch jeder etwas anfangen.** Deshalb bitte immer auf etwas Konkretes beziehen, wenn Ihr mit Worten etwas Gutes tun wollt!

Wieder mal zurück zum Thema und meinem Erleben. Nur ganz selten habe ich erlebt, dass ein Kollege den anderen für sein gerade erstelltes tolles Ergebnis wertschätzt. Nur selten! Jeden Tag übst Du Deinen Beruf aus, jeden Tag vertrauen Dir Menschen ihr Wohlbefinden für die kommenden Wochen an. Jeden Tag hast Du Ergebnisse geliefert, die es zu feiern gilt.

SICHTWEISEN

Gehe zu Deinem Kollegen und feiere ihn, wenn Du siehst, dass er tolle Arbeit geleistet hat. Das wird nicht nur Dich beflügeln, weil Du aufmerksam warst, weil Du Wertschätzung gegeben hast und, weil Du Dein Empfinden geteilt hast. Es wird auch Deinen Kollegen beflügeln weiter an sich zu arbeiten, weiter tolle Ergebnisse zu liefern und weiterhin dafür zu sorgen, dass die Kunden immer und immer wieder in den Salon kommen!

Stell Dir vor, Ihr habt ein Ritual, um Eure Erfolge zu feiern! Stell Dir vor, es gibt über eine Bewertung hinaus und ein Trinkgeld noch eine Möglichkeit für Eure Gäste Euch zu feiern! Wie hört sich das an? Vielleicht reicht es schon, dass ähnlich wie bei einem Tor im Stadion eine bestimmte Musik angespielt wird im Salon, die durch einen Kollegen oder eine Kollegin, eben aber auch durch Euren Gast in Bewegung gebracht werden könnte. Das soll natürlich nicht inflationär bedient werden, aber eben doch möglich sein.

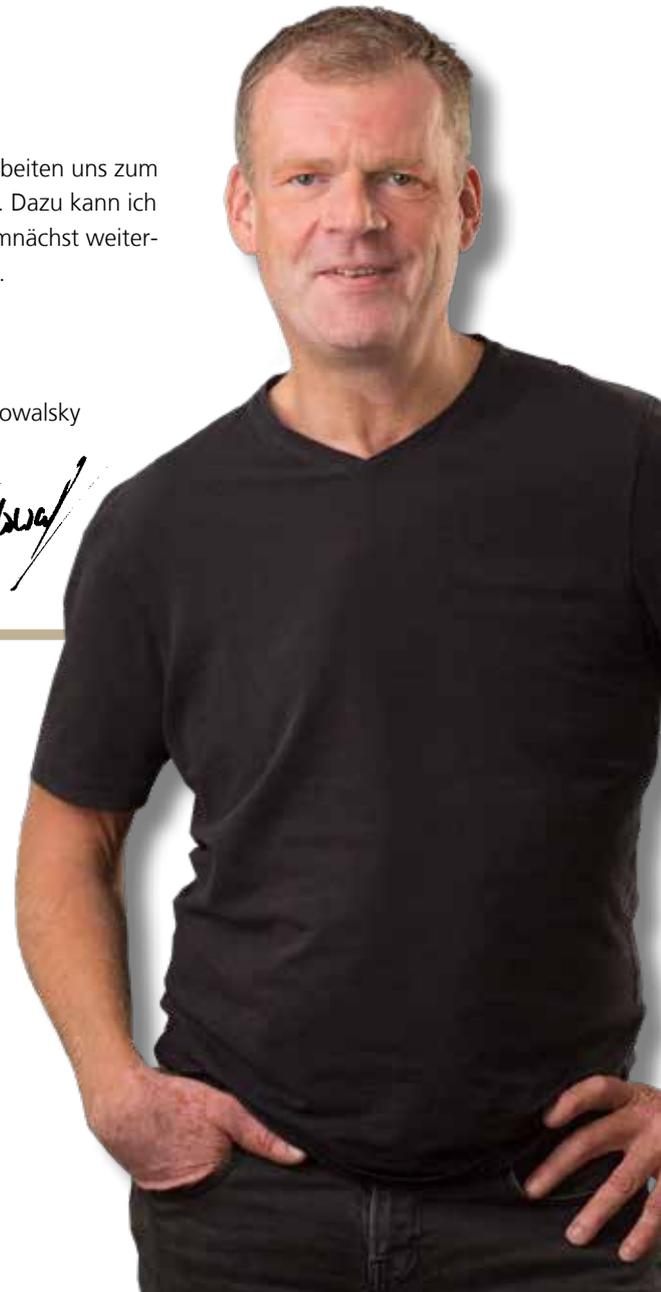
Ich bin überzeugt, dass mit Deiner Kreativität die eine oder andere Idee für diese Umsetzung entsteht und endlich das, was so oft als Mangel erwähnt wird, die fehlende Wertschätzung, ins Gegenteil gekehrt wird und Ihr Euch gegenseitig, aber auch jeder für sich, diese überlebensnotwendige Wertschätzung zu Teil werden lasst und erfahrt.

Natürlich gibt es zwischen der eigenen Wertschätzung, die von Innen kommt und der Wertschätzung, die von außen kommt, noch einen großen Unterschied. Fangen wir einfach von außen

an und arbeiten uns zum Innen vor. Dazu kann ich gerne demnächst weiter schreiben.

Herzlichst
Torsten Kowalsky





HALLO UND WILLKOMMEN JANA

Herzlich Willkommen bei Schaefer & Partner; genauer gesagt bei Schaefer Consulting.

Magst Du was zu Dir erzählen?

Ich heiße Jana Will, bin 23 Jahre jung und gelernte Kauffrau im E-Commerce mit einem Faible für Marketing und kürzlich entdecktem Interesse an Unternehmensentwicklungen. Meine Freizeit verbringe ich gerne mit Kochen, Sport und der Beschäftigung mit meiner Katze. Außerdem bin ich ein Bücherwurm, der hauptsächlich die Seiten von Romanen und Thrillern verschlingt.

Wie bist Du zu uns gekommen bzw. warum hast Du Dich für uns entschieden?

Durch die Stellenausschreibung einer Beraterassistentin hat Schaefer & Partner meine Neugier geweckt, da hier ein sehr breites Aufgabenspektrum angeboten wird, was mir somit auch die Chance bietet, wertvolle Erfahrungen zu sammeln und interessante Menschen kennenzulernen. Bei meinem Vorstellungsgespräch hatte ich ein sehr gutes Bauchgefühl, dem ich anschließend auch gefolgt bin.

Was machst Du genau bei Schaefer & Partner?

In erster Linie unterstütze ich mein Team mit der Verwaltung von Kundendaten. Dazu gehören auch die Erfassung von Umsatz- und Kostenstatistiken sowie die Eingabe von betriebswirtschaftlichen Auswertungen. Außerdem kümmere ich mich

auch um das Zusammenstellen der Besprechungsunterlagen, damit mein Teamleiter Harald Müller bei den anstehenden Terminen mit unseren Mandanten immer bestens vorbereitet ist.

Was liegt Dir bei der Zusammenarbeit mit Deinen Kollegen und Kunden besonders am Herzen?

Vertrauen und Ehrlichkeit stehen hier an erster Stelle, da dies meiner Meinung nach die Grundbausteine unserer Zusammenarbeit sind. Ein harmonisches Miteinander für eine optimale Arbeitsatmosphäre, wie ich es hier erleben darf, findet man nur selten.

Jeder braucht Inspiration. Was inspiriert Dich am meisten?

Das wäre dann wohl die Tatsache, dass ich durch meine Arbeit bei Schaefer & Partner meinen Beitrag zur Entwicklung und zum Erfolg von Friseursalons leisten kann und das spiegelt meinen Wunsch, anderen zu helfen, wider.

Wie würdest Du Dich mit 3 Worten beschreiben?

strukturiert, emotional und immer guter Dinge

Was ist für Dich wirklich wichtig?

Zusammenhalt und ein positives Umfeld.

Wenn Du ein Tier wärst, welches wäre das?

Da mir dazu tatsächlich nichts eingefallen ist, habe ich online

den Tier-Test gemacht: „Du bist eine Katze – verspielt, verschmüsst und immer auf der Suche nach was Neuem. Du gehörst zu den beliebtesten Tieren ... nutz dies ruhig aus, um deinen Willen durchzusetzen!“ – Jetzt weiß ich zumindest, was meiner Katze immerzu durch den Kopf geht. 😊

Liebe Jana, herzlich Willkommen bei uns! Wir wünschen Dir viel Spaß und eine wundervolle Zeit bei und vor allem mit uns!

Jana Will

Herzlichst

Jana Will



CORONA-WIRTSCHAFTSHILFEN LEZTMALIGE FRISTVERLÄNGERUNG

RECHTSWELT



Bund und Länder haben sich im Rahmen einer Sonder-Wirtschaftsministerkonferenz gemeinsam auf eine letzte Fristverlängerung zur Einreichung der Schlussabrechnung verständigt.

Die Schlussabrechnungen der Corona-Wirtschaftshilfen können demnach noch bis zum **30. September 2024** eingereicht werden.

Unternehmen, die Überbrückungshilfen oder November- und Dezemberhilfen erhalten haben, sind verpflichtet, eine Schlussabrechnung einzureichen.

Quelle: Bund der Steuerzahler

KÜRZUNGEN BEIM ELTERNGELD

Für Geburten ab dem **1. April 2024** ändert sich die Einkommensgrenze für das Elterngeld. Eltern, die nach der Geburt eines Kindes zu Hause bleiben, haben bis zu einem zu versteuernden **Jahreseinkommen von 200.000 Euro** einen Elterngeldanspruch.

Diese Grenze ist auch für Alleinerziehende geplant. Bleiben beide Elternteile parallel zu Hause, ist ein gleichzeitiger Bezug des sogenannten Basiselterngeldes nur noch für maximal einen Monat und innerhalb der ersten zwölf Monate nach der Geburt des Kindes möglich.

Herzlichst
Gisela Hafner

ENTDECKE DAS ULTIMATIVE HANDBUCH FÜR FRISEURUNTERNEHMER!

Tauche ein in die Welt des **erfolgreichen** Salonmanagements mit unserem Buch „**Management im Friseurhandwerk**“. Geschrieben von 12 erfahrenen Autoren aus der Branche, behandelt dieses Buch 6 spannende Schwerpunkte, die Dir helfen werden, Deinen Salon auf das nächste Level zu bringen.

Egal, ob Du nach Inspiration für Deinen Salon suchst, Dein Wissen im Managementbereich vertiefen möchtest oder auf der Suche nach einem wertvollen Geschenk für Deinen liebsten Friseurkollegen bist - „**Management im Friseurhandwerk**“ ist die perfekte Wahl!

Vorteile:

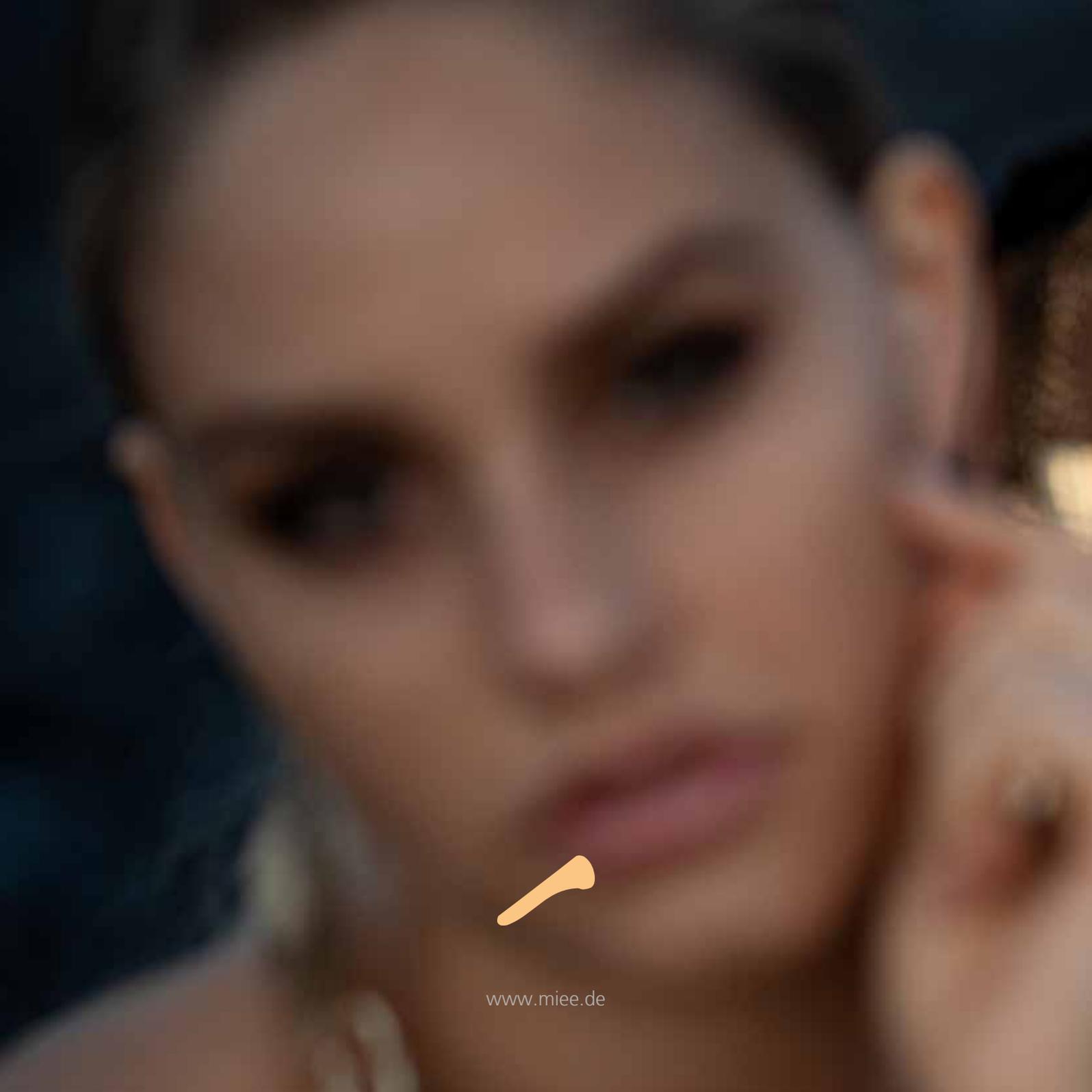
- **Umfassende Abdeckung wichtiger Themen:** Dieses Buch bietet einen umfassenden Überblick über alle wichtigen Bereiche des Friseurhandwerks, von der Existenzgründung bis hin zur täglichen Salonführung und rechtlichen Aspekten. Mit seinen 6 Schwerpunkten deckt es **alle** wesentlichen Bereiche ab, die für Dich als Friseurunternehmer von Bedeutung sind.
- **Praxisnahe Tipps und Strategien:** Jeder der 6 Schwerpunkte wird von **Experten** aus der Branche behandelt, die ihr Wissen und ihre Erfahrung teilen. Du als Leser erhältst praxisnahe Tipps, bewährte Strategien und Anleitungen, die Dir helfen, Deinen eigenen Salons erfolgreich zu führen und weiterzuentwickeln.
- **Aktuelle und relevante Inhalte:** Das Buch **spiegelt** die aktuelle **Situation** und die aktuellen **Herausforderungen** der Friseurbranche wider. Von Wettbewerbsvergleichen bis hin zu Social-

Media-Strategien bietet es relevante Informationen, die Dir als Friseurunternehmer helfen, mit den neuesten Entwicklungen Schritt zu halten und erfolgreich zu bleiben.

- Mit Beiträgen von 12 **erfahrenen** Autoren aus der Branche bietet das Buch wertvolle Einblicke und Perspektiven von Branchenexperten. Du als Leser kannst von der Erfahrung und dem Fachwissen dieser Experten profitieren und Deinen eigenen Salon auf das nächste Level bringen.
- **Leicht verständliche Darstellung:** Trotz der Komplexität der Themen wird das Buch in einer **leicht** verständlichen Sprache präsentiert, ohne Fachjargon, sodass es für Friseurunternehmer aller Erfahrungsstufen zugänglich ist.
- **Praktische Anwendung im Salonalltag:** Die Informationen und Strategien aus dem Buch können **sofort** im Salonalltag umgesetzt werden, um positive Veränderungen und Verbesserungen zu bewirken. Du wirst ermutigt, das Gelernte direkt anzuwenden und so Deinen Salon zu optimieren und erfolgreich zu machen.



SCANNE
HIER
FÜR EINE
LESEPROBE!



www.miee.de

Freust Du Dich auch schon auf ...

... den neuen Trendduft,

APRICOSSA

den es auch wieder als Haarparfum geben wird?

Der Trendduft zur Trendfarbe 2024.

Fruchtige Blütenpracht,
getragen von einem Windhauch.

Natürlich war ich zur Eröffnung des neuen Salons gern zur Stelle. Kurz bevor es so richtig los ging, konnte ich mich mit Mandy Sandner aus Leipzig noch kurz ungestört unterhalten. Ein kleiner Ausschnitt:

„Mandy, wie gefällt Dir jetzt Dein neuer Salon?“

„Kaum in Worte zu fassen. Ich fühle mich pudelwohl. Wirklich traumhaft. Schöner hätte es nicht sein können. Ich bin sehr sehr stolz ihn zeigen zu können.“

„Wie empfandest Du unsere Zusammenarbeit?“

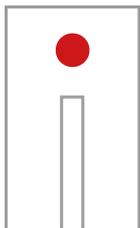
„Dass alle, die auf der Baustelle gearbeitet haben, miteinander waren. Und lieb miteinander waren, obwohl sie sich gar nicht kannten. Also das war wirklich, ... – das hat mir sehr gefallen. Man sieht auch nicht, wieviel Blut und Schweiß darin steckt. Es ist mit so viel Liebe gemacht, trotz der vielen Herausforderungen. Ein Herzensprojekt.“

„Herausforderungen gibt es immer und jetzt beginnt der richtige Spaß. Daher viel Vergnügen für Dich und viel Erfolg.“

„Danke, dass ihr für mich da wart.“

Euer Boris Bächle





interpartner

IDEEN & DESIGN FÜR FRISEURE

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

READY FOR THE
80s PARTY?

EVENT



#CREATE
YOUR
FUTURE

SPC-KONGRESS

09.– 10. JUNI 2024

SAMSTAG
GET TOGETHER



SONNTAG
WIR FEIERN 40 JAHRE



SONNTAG
WISSENSDURST STILLEN



MONTAG
GEWINNE IM WERT VON ÜBER 12.000,-€



GEMEINSAM SIEGEN: DIE NEUEN FANS DEINES SALONS!

Wer wünscht sich nicht einen vollen Bus mit Neukunden? Oder am besten gleich ein gefülltes Fußballstadion mit Neukunden? Träumen darf man, aber in einem gewissen Maße entscheidet jeder selbst, was er dafür tut, um seine Ziele zu verfolgen.

Erfahrungsgemäß ist ein **Neukundenanteil von 10 %** am Gesamtkundenpotential notwendig, um der natürlichen Fluktuation (sei es durch Umzug, Wechsel von Mitarbeitenden, usw.) von circa 5 % der Kunden entgegenzuwirken und gleichzeitig einen neuen Kundenstamm aufzubauen.

Doch wie kannst Du erfolgreich neue Kunden anlocken und sie von Deinem Salon überzeugen? Eine effektive Strategie ist die **Durchführung gezielter Aktionen und Angebote**. Vor allem in Zeiten besonderer Ereignisse, wie der Europameisterschaft, bieten sich einzigartige Gelegenheiten, um Aufmerksamkeit zu erregen und neue Kunden zu gewinnen.

Die Europameisterschaft – ein Fest der Leidenschaft, das Millionen von Menschen auf der ganzen Welt in seinen Bann zieht. Was wäre, wenn Du diese Begeisterung nutzen würdest, um eine besondere Aktion in Deinem Salon zu starten?

Hierfür haben wir für Dich die **EM-Cards** vorbereitet mit Doppeleffekt:

Die EM-Card kann zur **Weiterempfehlung** und zusätzlich als **Gewinnspiel** für Stammkunden, genutzt werden. Gib Deinen Kunden die EM-Card mit, damit sie diese an jemanden verschenken, der Deinen Salon noch nicht kennt. Nachdem die EM-Card eingelöst wird, kommt diese in eine Lostrommel. Ist die EM vorbei, lost Du den Gewinner in Deinem Salon aus.

Natürlich braucht eine solche Aktion eine ordentliche Portion Promotion! Eine gezielte Werbekampagne in den sozialen Medien, Aufsteller und Poster im Salon sowie Mundpropaganda tragen dazu bei, die Aufmerksamkeit potenzieller Kunden zu erregen. Persönliche Einladungen an unsere Stammkunden werden ebenfalls die Begeisterung verbreiten und die Teilnahme steigern.

Insgesamt ist die Gewinnung neuer Kunden eine wesentliche Komponente für Deinen langfristigen Erfolg. Durch kreative und ansprechende Aktionen, wie die EM-Aktion, kannst Du nicht nur Deinen Kundenstamm erweitern, sondern auch die Bindung zu bestehenden Kunden stärken und die Begeisterung für besondere Ereignisse im Salon fördern.

Im Grunde geht es darum, aus den gewonnenen Neukunden keine Eintagesfliegen zu machen, sondern einen großen Teil in Stammkunden umzuwandeln. Anhand von Erfahrungswerten der Einer-Frequenzen wissen wir, dass häufig nur 40 % bis 50 % dieser Neukunden den Salon auch ein zweites Mal besuchen. Ob aufgrund mangelnder Beratung oder enttäuschter Erwartung. Behalte hierbei immer die Kennzahl der „Einer-Frequenz“ im Blick, um frühzeitig eine notwendige Nachjustierung durchzuführen.

Lass uns gemeinsam die Europameisterschaft nutzen, um neue Fans Deines Salons zu gewinnen.

BESTELLE JETZT!

Tel.: +49 (0) 98 45 / 989 260



**GEWINNEN
IST
SCHÖN!**



HALLO UND HERZLICH WILLKOMMEN JASMIN UND SABRINA

Haar-
experimentier-
freudig

glücklich
verheiratet

2 fußballver-
rückte Kinder

Steak-
Liebhaberin

genügend
Ehrenamt
in ODS

Tuning

Team-
Küken

Nicht
verwandt mit
Eileen!

JASMIN

SABRINA

Herzlich Willkommen bei Schaefer & Partner; genauer gesagt bei Schaefer Digital. Erzählt doch mal von euch:

Wie bist Du zu uns gekommen bzw. warum hast Du Dich für uns entschieden?

Als mein Browser und ich mal wieder durch die endlosen Weiten des Internets surften, sprang mir dieses Stellenangebot förmlich ins Auge! Warum ich mich beworben habe? Weil das Miteinander in dieser Firma so grandios ist, dass es mir vorkommt, als würden sie nicht nur Miée sondern auch Teamwork in Flaschen abfüllen und an die Mitarbeiter verteilen. 😊

Was machst Du genau bei Schaefer & Partner?

Ich bin in der Kundenberatung von Victory und bereit, jede Anfrage mit einem Lächeln zu begrüßen und einem Schuss Humor zu lösen.

Wie würdest Du Dich mit 3 Worten beschreiben?

freundlich, hilfsbereit, etwas ungeduldig

Was ist für Dich wirklich wichtig?

Für mich stehen Kommunikation und Ehrlichkeit ganz oben auf meiner Werteliste. Kommunikation ist wie der Motor, der das Team am Laufen hält, und Ehrlichkeit ist das Fundament, auf dem Vertrauen aufbaut.

Wenn Du ein Tier wärst, welches wäre das?

Wenn ich ein Tier wäre, würde ich mich wohl als Löwe sehen. Nicht nur wegen meiner imposanten Mähne – obwohl die sicherlich auch eine Rolle spielt!

Herzlichst
Jasmin Gillwald



Wie bist Du zu uns gekommen bzw. warum hast Du Dich für uns entschieden?

Ich wollte schon immer aus dem Bett fallen und gleich auf der Arbeit landen. Einen Arbeitsweg, der kürzer ist als die Zeit, die ich brauche, um meinen Kaffee zu trinken. Und voilà, hier bin ich! Ich bin einfach mit meiner Bewerbung unter dem Arm zu unserer liebenswerten Uschi spaziert. Und durch meine Freundschaft zu Eileen habe ich dann auch den Weg in meine jetzige Position gefunden.

Was machst Du genau bei Schaefer & Partner?

Ich bin so etwas wie der Feuerwehrmann des Kundenservice. Ich löse Probleme, bevor sie überhaupt entstehen, jongliere mit Anrufen und E-Mails und halte dabei immer ein Lächeln auf den Lippen.

Wie würdest Du Dich mit 3 Worten beschreiben?

Ich bin selbstbewusst, witzig, extrovertiert / hilfsbereit.

Jeder braucht Inspiration. Was inspiriert Dich am meisten?

Herausforderungen, die nur darauf warten, gelöst zu werden. Es ist wie ein Rätsel, das ich jeden Tag aufs Neue lösen darf. Spannend, oder?

Wenn Du ein Tier wärst, welches wäre das?

Eine Kreuzung aus energiegeladenem Arbeitstier und fürsorglichem Muttertier. Schnell im Denken und Handeln, aber immer bereit, jemandem eine warme Umarmung zu geben!

Herzlichst
Sabrina Brenner



BRAND BUILDING

DIE KUNST, MARKEN ZU FORMEN UND HERZEN ZU EROBERN

Eine attraktive Marke zu sein, wird immer bedeutender, da wir in einer Ära der ständigen Konnektivität und unübertroffenen Auswahlmöglichkeiten leben. In diesem umkämpften, gesättigten Marktumfeld ist es für Unternehmen unerlässlich, eine starke Marke zu schaffen, um sich von der Konkurrenz abzuheben, Kundenbindung aufzubauen und langfristig erfolgreich zu sein. Und warum ist das so wichtig? Was macht eine erfolgreiche Markenidentität aus? Was nutzt es Dir, Dich mit Deiner Marke auseinanderzusetzen?

1. VERTRAUEN:

In einer Welt, in der Kunden mit unzähligen Optionen bombardiert werden, suchen sie nach vertrauenswürdigen Marken, die Qualität und Zuverlässigkeit garantieren. Eine gut etablierte Marke vermittelt diese Sicherheit und erleichtert es den Verbrauchern, Kaufentscheidungen zu treffen.

2. EMOTIONALE BINDUNG:

Durch gezieltes Branding und Marketing können Unternehmen eine bestimmte Identität und Persönlichkeit vermitteln, die mit den Werten und Überzeugungen ihrer Zielgruppe resonieren. Diese emotionale Bindung führt zu einer treuen Kundenbasis, die bereit ist, die Marke weiterzuempfehlen und langfristige Beziehungen aufzubauen.



3. DIFFERENZIERUNG IM WETTBEWERB:

Inmitten einer Vielzahl von Produkten und Dienstleistungen auf dem Markt hilft eine starke Marke dabei, sich von der Konkurrenz abzuheben. Durch die Schaffung eines einzigartigen Markenimages können Unternehmen ihre Alleinstellungsmerkmale betonen und die Aufmerksamkeit der Verbraucher auf sich ziehen.

4. WERTSTEIGERUNG:

Eine starke Marke trägt zur Wertschöpfung eines Unternehmens bei. Marken, die positiv wahrgenommen werden, haben oft einen höheren Markenwert, was sich in höheren Preisen, größerer Markenloyalität und einer insgesamt stärkeren Positionierung auf dem Markt niederschlägt.

5. KOMMUNIKATION UND KONSISTENZ:

Eine klare Markenbotschaft und -identität erleichtern die Kommunikation mit Kunden. Konsistenz in der Markenkommunikation, sei es in der Werbung, auf Social-Media-Plattformen oder anderen Kanälen, verstärkt das Markenimage und schafft eine nachhaltige Wahrnehmung.

6. ATTRAKTIVITÄT FÜR MITARBEITER:

Eine starke Marke ist nicht nur für Kunden wichtig, sondern auch für potenzielle Mitarbeiter. Unternehmen mit einer attraktiven Marke ziehen qualifizierte Talente an und fördern eine positive Unternehmenskultur. In Zeiten des Mitarbeitermangels ein immer wichtiger werdender Aspekt.

Die Schaffung einer attraktiven Marke ist also nicht nur ein Marketinginstrument, sondern ein strategischer Geschäftsaspekt, der maßgeblich zum langfristigen Erfolg eines Unternehmens beiträgt und nicht zu vernachlässigen ist, sondern einer aktiven Auseinandersetzung und stetigen Überprüfung bedarf.

Deshalb mein Tipp: Befasst Euch mit den Werten, die Ihr verkörpern wollt, kreiert Erlebnisse für Eure Kunden, die das Herz berühren und im Gedächtnis bleiben und erschafft ein Umfeld, in dem Eure Mitarbeiter mit Leidenschaft dabei sind und bleiben. Schaut vorbei, beim Werte-Workshop am SPC Kongress mit den Trainern Stefan Dax und Torsten Kowalsky und erlebt, wie viel Freude es macht, sich mit seinen Werten zu beschäftigen und direkt ins Handeln zu kommen.

Herzlichst
Lisa Aceves



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:

28.–29.04. in Dinkelsbühl
01.–02.09. in Eich/CH
27.–28.10. in Dinkelsbühl

FÜHRUNGSSEMINAR II:

23.–24.06. in Dinkelsbühl

DURCHSTARTER:

21.–22.04. in Oberdachstetten
03.–04.11. in Oberdachstetten

BERATUNG & KOMMUNIKATION I:

05.–06.05. 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:

28.–29.04. in Oberdachstetten
15.–16.09. in Siegburg

ORGANISATION & REZEPTION:

15.–16.09. in Oberdachstetten

SICHER AM TELEFON:

07.10. online

CUT BASIC:

26.–28.08. in Eibelsstadt

SHIATSU:

14.10. in Oberdachstetten

TALENTFINDER:

13.–14.10. in Dinkelsbühl

LEICHTFÜSSER:

10.–11.11. in Dinkelsbühl

EVENTS 2024:

SPC-Kongress

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

T.I.M. - team in motion **AUSGEBUCHT!**

22.09. im Meiser Design Hotel
in Dinkelsbühl/D

T.I.M. - team in motion Österreich

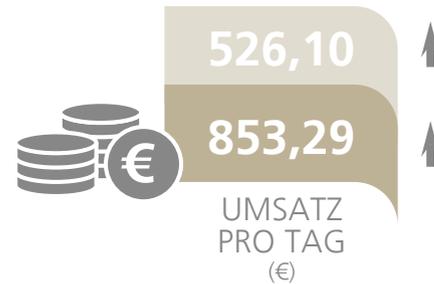
17.11. in Salzburg

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

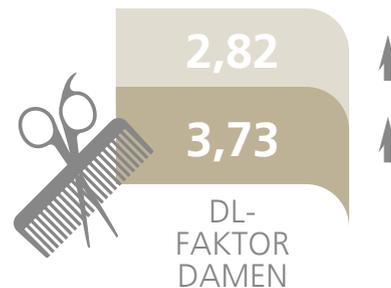
ZAHLEN IM EINBLICK

FEBRUAR 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 Februar 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.

Titelbild: © Georgii / Adobe Stock

Seite 7: © BackgroundHolic / Adobe Stock

Seite 8: © hkama / Adobe Stock

Seite 14: © LoopAll / Adobe Stock

Seite 20: © EtiAmmos / Adobe Stock