



EINBLICK

CHEFGEDANKEN
VERWALTEN
ODER GESTALTEN

SICHTWEISEN
CHEF-
PREISE

DARSTELLUNG
IST SCHWEIGEN
WIRKLICH GOLD?

VERWALTEN ODER GESTALTEN? DER UNTERNEHMER BESTIMMT DIE RICHTUNG!

Die Zeiten von längerfristiger Stabilität und Sicherheit sind vorüber! Wir Unternehmer sind alle interessiert, dass sich unsere Firmen entwickeln und in eine **stabile** Zukunft marschieren. Dazu sind wir jeden Monat aufs Neue unternehmerisch **gefordert** und müssen darauf achten, dass wir uns nicht nur um die alltäglichen Aufgaben kümmern. Dies ist auch Bestandteil unserer **Mandatsarbeit**, Sie immer als Unternehmer zu entwickeln und zu unterstützen. Dies mit großem Erfolg: Viele unter Ihnen sind jetzt sicherlich der Meinung, dass Sie hier schon **viel** erreicht haben und sich Ihre Zahlen stabil oder wachsend entwickeln. Doch genau darin steckt auch eine **Gefahr**. Oft ist man geneigt, dass man sich in diesen Erfolgen sonnt und gar nicht bemerkt, dass man sich immer mehr zum „Verwalter“ entwickelt. Zumal ja viele Teams mit vielen „grünen“ (siehe Talentfinder) Mitarbeitern gesegnet sind, die dann ohnehin kaum nach Veränderungen dürsten. **Es läuft ja!**

Dabei hat ein ganz anderer Ausgangspunkt zu den heute zufriedenstellenden Ergebnissen geführt. Sie waren kreativ, haben Dinge **neu** initiiert und eher agiert als reagiert. Immer wenn Sie selbst gestalten, haben Sie das Ruder in der Hand und steuern Ihr Unternehmen durch die Herausforderungen des geschäftlichen Alltags. Wenn Sie aber beginnen, sich zurückzulehnen, sich im erreichten Erfolg zu sonnen und den Erfolg nur noch zu verwalten, dann werden Sie immer mehr **Spielball** von äußerlichen Kräften.

ES GIBT ABER
AUCH UNTER-
NEHMEN,
DIE DIGITAL
NICHT ZU
FINDEN SIND.

Ein Beispiel: Wie intensiv und aktuell betreiben Sie Ihr **Kunden-Marketing**: Wir erleben ganz unterschiedliche Friseur-Unternehmer.

Einige bewegen sich dabei auch digital **immer** an der Front, haben eine eigene Website und agieren auf und in den gängigen sozialen Medien und bauen auch außerhalb des Salons eine intensive Kundennähe auf: Sie informieren über die Geschehnisse im Unternehmen, posten aber auch wochenaktuell erstellte Frisuren und Highlights im Salon. Sie sind auch interessiert, welche Plattformen der Zukunft es zu nutzen gilt und wie auch KI ihr Geschäft streifen oder treffen wird. Diese Unternehmer bieten **immer** Gesprächsstoff für ihre Kunden, sind zumindest lokale, wenn nicht regionale „Heroes“ und treiben ihr Unternehmen (und damit auch ihre Mitarbeiter) voran. Selbstverständlich machen sie ihre Angestellten auch

zu eigenen Werbebotschaftern, die mit Weiterempfehlungskarten und -gutscheinen auch selbst immer auf Kunden- und oft auch Mitarbeiterjagd gehen.

Andere sind schon froh, dass sie zumindest einen Instagram-Account verwalten – wir wollen mal nicht sagen, betreiben und schätzen sich glücklich, wenn sie pro Monat ein bis zwei neue Frisurbilder hochschalten. Eine eigene Homepage ist leider zu kostenintensiv, Aktionen finden meist nur dann statt, wenn der Lieferant entsprechende Maßnahmen anbietet. Sie machen einfach mit!

CHEFGEDANKEN

Es gibt aber auch Unternehmen, die digital **nicht** zu finden sind, weder über Homepage noch auf Social Media und die sich alleine auf ihre fachlichen Qualitäten verlassen: „Das hat ja schon **immer** funktioniert!“ Diese sonnen sich immer noch in den Erfolgen früherer Jahre.

WENN DIE UMSÄTZE FALLEN, DANN WERDEN EINFACH NOCH KOSTEN FÜR WEITERBILDUNG UND WERBUNG EINGESPART. OFT WIRD DABEI GAR NICHT BEMERKT, WIE DER SCHLEICHENDE NIEDERGANG EINGELEITET WURDE.

Entscheidend ist aber immer die fordernde, fördernde und gestalterische Ader der Chefebene. „Eine gute Führungskraft stört immer“, hat Bestseller-Autor Reinhard Sprenger schon vor Jahren auf unserer Kongress-Bühne verkündet.

Dies ist umso **wichtiger**, da wir uns in keiner Zeit mehr befinden, in der man nur nach Sicherheit und Stabilität dürsten kann. Die heutigen Zeiten versprechen alles andere als Stabilität. Auf unsere Gesellschaft warten in den nächsten Jahrzehnten Umstrukturierungen und Neuerungen, wie sie die Welt vor allem in ihrer Geschwindigkeit wohl noch **nie** erlebt hat. Noch besser gesagt, sie warten nicht, sie werden uns **überrollen**. Die ersten Veränderungen durch Künstliche Intelligenz zeichnen sich bereits ab. Es bleibt zu erwarten, dass sich auch politisch und wirtschaftlich viele Umwälzungen ergeben werden. Denken Sie nur an Kriege, Klimakrise, Inflation und, und, und.

Und dennoch wünschen sich noch viele die ruhigen und stabilen Zeiten vor Corona zurück. Dies wird es wohl in den nächsten Jahren nicht geben. Die Welt ist in Bewegung! Es verschieben sich jetzt schon Dinge, die man sich früher nicht zu denken getraut hat.

Früher richteten sich Bewerber nach den Vorgaben der Arbeitgeber. Arbeitszeiten wurden klar vorgegeben und weitgehend gelebt. Heute bewegen sich die Bewerber mit klaren Vorstellungen auf die Arbeitgeber zu und erreichen es, dass sich die Arbeitgeber neu ausrichten. Wer dachte vor zehn Jahren an eine Vier-Tage-Woche bei vollem Lohnausgleich oder an einen Friseur, der samstags seinen Salon geschlossen hält. An all diesen Beispielen erkennt man: Es gibt höchstens noch **temporär** gefühlte Stabilität und Sicherheit. Morgen kann es schon wieder anders sein!

FORTSETZUNG NÄCHSTE SEITE

VERWALTEN ODER GESTALTEN? DER UNTERNEHMER BESTIMMT DIE RICHTUNG!

CHEFGEDANKEN

FORTSETZUNG

Meine Aufforderung an Sie: Bleiben Sie aktiver Gestalter, ansonsten werden Sie zum Spielball der äußeren Mächte und fühlen sich diesen hilflos ausgeliefert.

Ich freue mich, Sie auf unserem **SPC-Kongress in Dinkelsbühl** wiederzusehen! Zwei Tage, bei denen es wieder darum geht, aktiv zu gestalten und Netzwerke weiter zu vertiefen, um gewappnet zu sein, für die vielen Herausforderungen, die sich uns auch in den nächsten Monaten stellen werden.

Herzlichst
Klaus Schaefer



Friseure helfen Kindern 2023

Liebe Freunde und Unterstützer von ANAK tnk,

nach dem vielversprechenden Anfang im Jahr 2022, haben wir beschlossen, diese Aktion zugunsten der Slum- und Straßenkinder in diesem Jahr wieder durchzuführen.

Meine Frau Astrid und ich kommen gerade von einer beeindruckenden Reise aus Manila zurück, fest entschlossen auch unser **privates Engagement und das des Vereins ANAK tnk e.V. zu intensivieren**. Die Kinder haben durch den 24-monatigen Lockdown sehr gelitten und somit kamen auch Eure Spenden und die Eurer Kunden gerade richtig, um ein **neues Heim für kleine Mädchen** zu finanzieren. Natürlich sind wieder die TopHair, der Zentralverband, Oliver Schmidt und viele namhafte Friseure dabei.

Für die Aktion „**FRISEURE HELFEN KINDERN**“ in diesem Jahr haben wir folgende Vereinfachungen beschlossen:

- **Aktionszeitraum vom 27.05.- 10.06.2023** – am 01.Juni ist übrigens der „INTERNATIONALE KINDERTAG“
- Jeder Salon entscheidet selbst, wie die Spenden gesammelt werden – wobei wir uns nicht wie im letzten Jahr nur auf Kinderhaarschnitte begrenzen sollten. **Alles ist erlaubt!**
- Das **Werbepaket ist kostenlos** (1 Spendenbox, 50 Flyer und 1 Poster pro Salon, sowie Tipps und Material für Eure Social-Media-Aktivitäten)

Wie geht es weiter?

Einfach online anmelden, das Werbepaket wird Anfang Mai zugeschickt.



**Hier scannen oder klicken,
Informieren und
als Salon anmelden**



**Hier scannen oder klicken
und direkt spenden**

Es würde uns sehr freuen wenn Ihr wieder dabei seid... und mehr noch wenn Ihr den Link an andere befreundete Friseure weiterschicken könntet. Denkt daran, 100% der Spenden werden an ANAK tnk in Manila weitergeleitet. ANAK tnk (tulay ng kabataan) heißt übrigens auf Tagalog eine „Brücke für Kinder.“ Helft diese Brücke mit Eurer Aktion zu stärken.

Lieben Dank

Euer Jochen Zaumseil



HAST DU SCHON CHEFPREISE BZW. EINE PREISSTAFFEL FÜR DEINE STYLISTEN?

In nahezu allen Handwerksberufen ist es üblich, dass der Chef/ die Chefin bzw. der Meister höhere Preise als der Geselle aufruft. Auch die Chefarztbehandlung im Krankenhaus ist deutlich teurer als die durch den Belegarzt. Nur in der Friseur-

branche ist dieses System häufig noch nicht der Fall. Ich möchte heute ein paar Anregungen geben, die Dir zeigen, wieso es wichtig, richtig und auch logisch ist, unterschiedliche Preisstaffelungen im Salon zu haben.

1. MINUTENPREIS

	Lohn/mtl.	Lohnkosten/jährl.	Arbeitsminuten im Jahr	Lohnkosten pro Minute	Lohnkosten pro Minute Auslastung 65 %	Lohnkosten pro Stunde Auslastung 65 %
Inhaberin/Chefin	5.000 EUR	60.000 EUR	100.800 Minuten	0,60 EUR	0,92 EUR	55,20 EUR
			210 AT x 8 Std. x 60 Min			
Topstylistin	2.800 EUR	42.000 EUR	100.800 Minuten	0,42 EUR	0,65 EUR	39,00 EUR
		33.600 EUR + 25 % Lohnnebenkosten	210 AT x 8 Std. x 60 Min			
Stylistin	2.500 EUR	37.500 EUR	100.800 Minuten	0,37 EUR	0,57 EUR	34,20 EUR
		30.000 EUR + 25 % Lohnnebenkosten	210 AT x 8 Std. x 60 Min			
Lehrling	700 EUR	10.500 EUR	80.640 Minuten	0,13 EUR	0,20 EUR	12,00 EUR
		8.400 EUR + 25 % Lohnnebenkosten	168 AT x 8 Std. x 60 Min			

Aus der Tabelle wird **deutlich**, warum es rein betriebswirtschaftlich absolut logisch ist, dass unterschiedliche Preise abgerufen werden sollten. Der Minutenpreis für die reinen Lohnkosten bzw. Entnahmen der Chefin beläuft sich auf 0,60 EUR. Der der Stylistin – bei **gleicher** Arbeitszeit im Salon – auf 0,37 EUR pro Minute. Natürlich muss in einer Preiskalkulation die Auslastung **berücksichtigt** werden.

Diese habe ich in oben genanntem Beispiel mit 65 % festgelegt. So werden bei der Chefin in einer Stunde Lohnkosten in Höhe von 55,20 EUR fällig, bei der Topstylistin 39,00 EUR und bei der Stylistin 34,20 EUR. Wenn die Chefin jetzt gegenüber Kunden denselben Preis aufruft wie die Stylistin, kann die Rechnung **nicht** aufgehen. Ebenso verhält es sich zwischen den Topstylisten und Stylisten.

Das Beispiel bezieht sich auf die **reinen** Lohnkosten. Gemeinkosten wie Miete, Strom, Versicherung, Weiterbildung etc. wurden noch nicht berücksichtigt.

2. ERFAHRUNG/WISSEN/KÖNNEN

Dein Knowhow und Deine Qualifikationen sind **Geld** wert! Alleine die Anzahl der Weiterbildungen und das damit erworbene Wissen rechtfertigen, zusätzlich zu den unter Punkt 1 erläuterten Gründen, einen höheren Preis.

Eine Chefarztbehandlung z. B. kostet immer extra. Dabei ist nicht gesagt, ob er beispielsweise die meiste Erfahrung hat, weil er jede Woche zig Operationen durchführt. Dies ist meistens auch nicht der Fall! Operationen werden im Regelfall nämlich nicht vom Chefarzt durchgeführt. Seine Hauptaufgaben liegen woanders. Aber er hat die **höchste** Qualifikation und damit auch den **höchsten** Preis.

Mach Dir **Gedanken** über Dein Preissystem! Dieses vernünftig auf die Beine zu stellen, bietet Dir noch weitere Vorteile im Salon. So kannst Du z. B. den Mitarbeitern die Chance bieten, vom Stylisten zum Topstylisten oder Masterstylisten aufzusteigen. Ruft der Mitarbeiter mit dem Aufstieg einen höheren Preis auf, steigt **automatisch** sein Umsatz und Du kannst mit steigendem Stylistenlevel auch einen **höheren** Grundlohn anbieten. Das ist für viele Mitarbeiter ein **Anreiz**. Die Bedingungen für einen Aufstieg kannst Du selbst bestimmen. Diese sollten natürlich **kalkuliert** und für beide Seiten **fair** sein.

Faktoren, die hier betrachtet werden können, sind z. B.

- Umsatz pro Tag
- Kunden pro Tag
- Dienstleistungen pro Tag
- Umsatz pro Kunde
- Betriebszugehörigkeit
- Weiterbildungsmaßnahmen pro Jahr
- Berufserfahrung

Im Idealfall sind diese **sorgfältig** ausgewählt und aufeinander abgestimmt.

Ein weiterer Vorteil entsteht z. B. auch bei **Preiserhöhungen** gegenüber den Kunden. Master- bzw. Topstylisten haben eine **höhere** Auslastung als Stylisten. So kannst Du bei Preiserhöhungen auch steuern, **wo** Du erhöhst und bietest Deinen Kunden **zusätzliche** Ausweichmöglichkeiten im eigenen Salon nach einer Preiserhöhung. Arbeiten alle Mitarbeiter nämlich zum selben Preis, hat der Kunde bei einer Erhöhung nur eine Auswahlmöglichkeit. Nämlich: „Ich bleibe im Salon oder nicht“.

FORTSETZUNG NÄCHSTE SEITE

HAST DU SCHON CHEFPREISE BZW. EINE PREISSTAFFEL FÜR DEINE STYLISTEN?

FORTSETZUNG

Hast Du eine Preisstaffelung für Deine Stylisten, bietest Du dem Kunden Möglichkeiten innerhalb Deines Salons z. B. vom Topstylisten zu einem Stylisten zu wechseln. So verlierst Du **weniger** Kunden an andere Salons und unterstützt die **Auslastung** Deiner Stylisten. Die Auslastung Deiner Master- und Topstylisten wird sich schnell wieder einpendeln, da diese ja bisher auch gute Umsätze erzielten und eine hohe Kundennachfrage haben. Durch den höheren Preis bleibt selbst bei einem gewissen Kundenrückgang der Umsatz gleich. Somit ist auch der Punkt Angebot und Nachfrage in Deinem Preissystem berücksichtigt.

Ich hoffe, ich konnte Dir ein paar Gedankenansätze geben. Es lohnt sich, dass Du Dir hier Gedanken machst. Gerne hilft Dir Dein Berater von Schaefer Consulting bei der Ausarbeitung.

Herzlichst
Frank Greiner-Schwed



DER MAHNBESCHEID UND DER SCHUFA-EINTRAG.

SERVICE

Bezahlt ein Schuldner trotz erfolgter Mahnschreiben nicht, wird meistens das gerichtliche Mahnverfahren eingeleitet, was mit der Beantragung eines Mahnbescheides beginnt. Einen Mahnbescheid stellt das Gericht mit einem gelben Briefumschlag zu und der Schuldner hat dann zwei Wochen Zeit, zu bezahlen oder sich zu dem Mahnbescheid zu äußern.

Es kann ja sein, dass die geforderte Schuldsumme nicht korrekt angegeben oder dass sich Zahlungen überkreuzt haben. Dann muss gegen die Schuldhöhe ein Widerspruch eingelegt werden.

Wie wirkt sich ein Mahnbescheid auf die Schufa aus?

Der Gläubiger ist zwar nicht verpflichtet, der Schufa den Vorgang zu melden, in der Praxis geschieht dies aber fast immer. Die Schufa nimmt dann den Mahnbescheid als ein negatives Beurteilungsmoment auf, was sich natürlich für den Schuldner ungünstig auswirkt.

Wenn allerdings der Schuldner einen Widerspruch einlegt, wird die Schufa den Eintrag zurückziehen und abwarten, wie die Sache weiterläuft. Bei einem Widerspruch nämlich muss der Gläubiger dem Gericht die Rechtmäßigkeit seiner Forderung nachweisen.

Dies kann durch die Vorlage von Verträgen, Belegen, Liefernachweisen und Mahnschreiben erfolgen. In einer mündlichen Gerichtsverhandlung wird dann festgestellt, ob die Forderung zu Recht besteht, ganz oder teilweise oder auch nicht. Das Verfahren mündet in ein vollstreckbares Urteil, mit welchem gepfändet werden kann und von dem auch die Schufa in Kenntnis gesetzt wird. Das wiederum führt dann zu einem entsprechenden Eintrag in der Schufa mit den bekannten Auswirkungen.

Rein theoretisch könnte nämlich jeder einen Mahnbescheid gegen eine willkürliche Person beantragen, auch wenn überhaupt keine Forderung im Raume steht. Diesen Umstand prüft das Gericht zu diesem Zeitpunkt nicht. Erst wenn ein Widerspruch eingeht, beginnt der Prozess der rechtmäßigen Prüfung der angegebenen Forderung. Deswegen sperrt die Schufa im Falle eines Widerspruchs auch den Eintrag vorübergehend.

Also passt bitte bei eingehenden Mahnbescheiden auf und **prüft den Vorgang auf seine Richtigkeit** und das innerhalb der Zwei-Wochen-Frist.

Herzlichst
Bernd Werner

IST SCHWEIGEN WIRKLICH GOLD?

Seit über fünf Jahrzehnten bin ich nun in der Friseurbranche tätig und immer noch gibt es Dinge, die mir bis **heute** unverständlich sind. Warum gestandene Friseurinnen sich **weigern**, über ihre (gute) Arbeit zu reden, zum Beispiel.

Dieser Text findet sich auf unserer Salon-Homepage:

„Ständige Weiterbildung, beste Produkte – wo immer es geht auch vegan und tierversuchsfrei, ausreichend Zeit für Eure Behandlung statt Schnellabfertigung, Beratung, die ehrlich ist und nur das zulässt, was Euch Nutzen bringt.... all das hat seinen Preis. Unter einem Stundensatz von ca. 70,- € kann ein Friseurbetrieb heute nicht mehr überleben. Zumindest, wenn Steuern und Abgaben ehrlich entrichtet und Mitarbeiter fair bezahlt werden.“

„Um Gottes willen!!! Chef, so etwas kann man doch **nicht** schreiben!“ Meine zwei Meisterinnen sind entsetzt, ich allerdings auch. „Ihr verdient doch **gutes** Geld! Wie begründet Ihr denn die Tatsache, dass Ihr für Eure Arbeit solche Stundensätze berechnen müsst? Einige Häuser weiter zahlen Kunden etwa die Hälfte – wie macht Ihr denn Euren Kunden einen Mehrwert deutlich?“ , frage ich.

„Durch gute Arbeit, ich mach' meine Kunden glücklich!“, so die erste Antwort und ich überlege, ob beim preiswerten Mitbewerber unglückliche Kunden den Salon verlassen. Das zweite Feedback erinnert mich an die Herkunft meiner grauen Haare: „Indem ich alles selber mache, von der Haarwäsche, Farbe abwaschen oder Fixierung bis hin zum Kassiovorgang!“ so die zweite Antwort.

So ist es im Friseurhandwerk und mich tröstet, dass es nicht nur in meinem Salon so ist. Die gut gemeinte Betreuung wird zum Bumerang, weil sie die Rentabilität mindert. Es ist so, als wenn der Chefkoch im Sterne-Restaurant die Teller spülen müsste. Gut gemeinte Kundenorientierung, die sich wirtschaftlich **nicht** mit solchen Stundenlöhnen vereinbaren lässt.

Bis vor kurzen war den meisten unserer Kunden nicht einmal **bewusst**, dass sie hier von zwei Meisterinnen bedient werden. Beide machen **hervorragende** Arbeit, keine Probleme mit der letzten Preisangleichung bei den Kunden, die Begeisterung zur Mundpropaganda allerdings fehlt.

Tue Gutes und rede darüber – sagt man heute im Marketing. In einer Zeit, wo den Menschen Plagiate und wertlose Dinge als Must-have angepriesen werden, wird es immer **wichtiger** seine positiven Besonderheiten deutlich herauszustellen. „Mitarbeiter-Self-Marketing“, nannte es Peter Gress einmal in einem Beitrag. Die **wenigsten** Mitarbeiter dieses Handwerks verstehen das.

Vielfach wollen sie es auch nicht. Stellt sich die Frage: Ist der Leidensdruck mit niedrigen Gehältern (die es leider in dieser Branche noch zur Genüge gibt) nicht **hoch** genug oder gibt es vielleicht sogar so etwas wie einen „Leidens-Willen“? Begründet ist diese Verweigerung auch in der Tatsache, dass Mitarbeitern (aber auch vielen Chef-/innen) **betriebswirtschaftliches Wissen** wie aber auch **Marktkenntnisse** fehlen. Und wer es noch nicht gemerkt hat: Langsam wird es eng für das Friseurhandwerk!

DARSTELLUNG

Jeder **dritte** deutsche Salon ist ein steuerbefreiter Kleinbetrieb und kann aus wirtschaftlichen Gründen weder Aus- noch Weiterbildung betreiben. Zusammen mit Barbershops, die ebenfalls nicht ausbilden, finden sich hier 50 % Marktteilnehmer, die am Markt teilnehmen, aber ihn nicht weiterbringen. Im Gegenteil ... sie erschweren eine marktgerechte Preisentwicklung und unsere Nachwuchszahlen sagen alles!

Auch in anderen Berufen gab es früher Fachkräfte. Fachverkäufer, Drogisten bis hin zu Schneidern und Schuhmachern – alle haben sich wortlos und **ohne** Gegenwehr abschaffen lassen. Diese Entwicklung vollzog sich, auch weil ein Mehrwert oder Nutzen für die Kundschaft nicht erkennbar war.

Im Friseurhandwerk bahnen sich gerade **neue** Entwicklungen an. Im Schnellverfahren sollen in- und ausländischen jungen Menschen die Tätigkeiten des Friseurhandwerks beigebracht werden. Als „angelernete“ Arbeitskräfte werden sie nicht nur den Fachkräftemangel lindern, sondern auch die Lohnkosten senken – vielleicht aber auch die Arbeitswelt im Friseurhandwerk verändern – während wir schweigend zuschauen.

Herzlichst,
René Krombholz



Lydia Wontorra

Mobil: +49 (0)151 182 112 44
wontorra.lydia@miee.de



Begrüßen Sie mit uns herzlich Lydia Wontorra.

Herzlich Willkommen bei Miée. Magst Du was zu Dir erzählen?

Hallo erstmal, ich bin Lydia, fast 46 Jahre. Stolze Mama einer 27-jährigen hübschen Tochter, die mich zur glücklichen Oma von Prinzessin Greta (3 Jahre) gemacht hat.

Ich wohne im schönen Schleswig-Holstein, um genau zu sein in Itzehoe, zusammen mit meinem Partner und unserem Hund „Lotte“. Das Friseurhandwerk habe ich relativ spät erlernt, aber schnell gemerkt, dass es mich nicht erfüllt. In der Beratung exklusiver Produkte aber gehe ich auf, vor allem in dem Moment, wenn mein Gegenüber den Nutzen erkannt hat.

Wie bist Du zu Miée gekommen?

Beruflich war ich im Vertrieb/Außendienst für die Friseurbranche tätig. Bei einem meiner Kunden habe ich die Color-Serie von Miée entdeckt. Sie sprach mich optisch sofort an und ich wollte gleich wissen: „Was ist das?“ Sofort bekam ich die Antwort, es wäre das beste Farbshampoo, das auf dem Markt ist. Ein paar Tage später traf ich in einem anderen Salon erneut auf Miée. Nachdem mir wieder viel Positives erzählt wurde, wollte ich mehr wissen und fing an zu recherchieren. Die Namensgebung nach Edelsteinen holte mich zusätzlich ab. Ich fand alles superspannend und wie durch ein Wunder wurde für den Bereich Norddeutschland eine Markenrepräsentantin gesucht.

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

Ich möchte vermitteln, dass wir nicht einer von vielen sind. Wir können bei richtiger Anwendung unser Qualitäts-Versprechen halten, egal welcher Bereich für unseren Partner wichtig ist.

Was fasziniert Dich an Miée?

Dass man jedem das Haargefühl schenken kann, das er sich wünscht, aber auch das, was benötigt wird, um das Haar wieder schön und die Kopfhaut wieder gesund zu machen.

Was hast Du immer daheim?

Kaffee, Zigaretten und „Lotte“. Alles zusammen macht mich glücklich.

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

Wir haben einen großen Garten, in dem mir mein Freund den Wunsch nach einem Teich mit Wasserfall erfüllt hat. Das Plätschern beruhigt mich und ich fahre runter.

Was magst Du nicht?

Unehrllichkeit und Ungerechtigkeit.

KENNST DU DAS?

Deine Kundin steht im Salon und sucht im Internet,
um wieviel billiger sie genau dieses Shampoo ergattern kann?

KANN DIR DOCH EGAL SEIN!

míee

#miee #mieehaarpflege #salonexklusiv #nurbeideinemstylisten #exklusivhaarpflege

***bahnbrechend
& einzigartig***



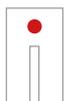
Wir freuen uns, Dir auf dem diesjährigen **SPC-Kongress**
sagen zu können **BITTE AUFSETZEN!!!**

Wir laden Dich herzlich in die neue und einzigartige Welt
der animierten Salonplanung ein.

Du wirst begeistert sein!



Animierte Salonplanung in 3D zum Durchlaufen!



interpartner

IDEEN & DESIGN FÜR FRISEURE

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

SPC-KONGRESS
18.–19. JUNI 2023

#CREATE
YOUR
FUTURE

Meiser
Design Hotel
Dinkelsbühl

#spckongress



Dein Victory²-Team

Der Salonmanager für die Friseur- und Beautybranche

Wir sind bereits am Kongress-Samstag für Dich da und freuen uns auf Deinen Besuch. Wir beantworten Dir gerne alle Fragen rund um Deinen Salonmanager bzw. Online-Timer und helfen Dir bei Deinen Anliegen. Sprich uns an.

Wir freuen uns auf Dich!



The Superflys

Sascha & Sebastian

The Superflys (Acoustic DUO) präsentieren am Samstagabend leidenschaftliche Eigeninterpretationen von Pop & Rock Songs, Soul & Funk Klassiker, Hits der 70er, 80er und 90er Jahre, bis zu aktuellen Top Songs. Live, real & groovy – sei dabei!





SPANNENDE VORTRÄGE:

„Erfolgsprinzipien des Sports!“

mit Frank Busemann

„Mut ist machbar – stabil durch Krisenzeiten!“

mit Prof. Dr. med. Volker Busch

„Erfolg hat, wer mit Liebe führt!“

mit Mike Fischer und Nancy Bradtke

„Employer Branding!“

mit David Schwarz

„8 Länder - 9 Wochen! Eine Salonreise bringt spannende Erkenntnisse!“

mit Niki Madunovic-Reser

KURZWEILIGE WORKSHOPS:

Live Podcast „Focus Friseur“

mit Stefan Dax

Miée Color „Träume bunt!“

mit Katja Linke für Miée

Shiatsu „Image prägen durch Wohlfühlfaktor!“

mit Petra Schnelle

Feng Shui „Wie richte ich meinen Wohlfühlsalon ein?“

mit Christine Hartlapp

pervormance „Kühle Textilien“

mit Sabine Stein

gryvvel „Die magische Hochsteckhilfe!“

mit Denise Bredtmann



gryvvel „Die magische Hochsteckhilfe!“

Denise Bredtmann, Unternehmerin, Friseurmeisterin

gryvvel Styling-Lounge:

Besuche am Sonntag die Styling-Lounge von Denise Bredtmann im Eingangsbereich und lass' Dich verführen von der Magischen Hochsteckhilfe. Die Hochsteck-Koryphäe zaubert Dir mit dem Gryvvel eine schnelle Hochsteckfrisur. Gryvveln macht Spaß! Denise Bredtmann ist seit 2016 bei Let's Dance und Dancing on Ice beschäftigt.

Öffnungszeiten der Styling-Lounge:

Sonntag, 18. Juni 2023

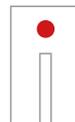
08.00 bis 09.45 Uhr

15.30 bis 17.00 Uhr

Schau! Dein Lieblingseinrichter

Ideen & Design für Friseure

Deine individuelle Planung musst Du Dir nicht vorstellen können, denn wir zeigen Dir Deinen Salon auf Wunsch vorab. Wir animieren Deinen Salon so, dass Du beim Betrachten bereits das Bedürfnis hast, direkt Deine Produkte aufstellen zu wollen, Gäste und Kunden zu begrüßen sowie darin tagtäglich zu arbeiten. Erlebe es selbst!



Schau Dir hier unbedingt den neuen Film von Interpartner an!

SPC-KONGRESS 18.-19. JUNI 2023



Bochumer Schleiftechnik

Das Original seit über 40 Jahren

Am Kongress-Sonntag wird das Unternehmen mit seinem Mobil für Dich vor Ort sein. Das qualifizierte Team ist gründlich auf die Schleifung aller gängigen Scherenmarken ausgebildet und erhält regelmäßig Weiterbildungen, auch für hochwertige japanische Scheren und deren besondere Schlitze. Bring Deine Scheren gerne mit und überzeug Dich selbst von der hohen Qualität.



Tombola

für einen guten Zweck

Gewinne im Wert von über 10.000 € warten auf Dich, unter anderem ein Gutschein für das Meiser Vital Hotel im Wert von 390 €!

Der Erlös geht an soziale Einrichtungen.



UNSER ZEITPLAN FÜR DICH:

SAMSTAG, 17.06.2023

ab 18.00 Uhr „Get together“ mit Welcome-Bufferet (bis 21.30 Uhr), Musik, guter Laune und tollen Gesprächen

SONNTAG, 18.06.2023

ab 08.00 Uhr Styling-Lounge und Scherenschleifer

09.00 Uhr Einlass

ab 10.00 Uhr Vorträge und Mittagessen

ab 15.30 Uhr Workshops und Kurzvorträge

ab 19.45 Uhr Abend-Bufferet, Musik und Überraschung

MONTAG, 19.06.2023

09.00 Uhr Einlass

ab 09.30 Uhr Vorträge

ab 13.30 Uhr Verabschiedung, Mittagessen und Ausklang

**DER COUNTDOWN LÄUFT.
WIR FREUEN UNS AUF DICH!**

Alle Infos zum Kongress findest Du unter:
www.schaefer-academy.com/events



GROSSE WERTMARKE MIT GROSSEM EFFEKT

Das **Wertmarkensystem** ist ein einmaliges, konkurrenzloses und effektives Mittel zur **Kundenbindung** und zur **Neukundengewinnung**.

Gerade in der jüngsten Vergangenheit ist die **Treue** der Kunden enorm **gesunken**. Immer mehr Endverbraucher besuchen Konkurrenzunternehmen und geben diesen damit die Chance, den Endverbraucher als Stammkunden zu gewinnen. Das Wertmarkensystem wirkt diesem Phänomen auf unterschiedlich Arten **entgegen**. Es ist für alle Altersgruppierungen sowie Kundenschichten einsetzbar.

Dieses System besteht aus einem „Wertmarkenheft“, kleinen „Wertmarken“ sowie großen „Sondermarken“ und gegebenenfalls den dazugehörigen Postkarten. Das Wertmarkenheft besteht aus gesamt 54 Feldern (je 9 Felder auf 6 Seiten), auf denen die Wertmarken eingeklebt werden können.

Unter den Anwendern und natürlich auch unter den Kunden sind die „großen Wertmarken“ bzw. „Sondermarken“ natürlich das **Non plus Ultra**. Denn eine dieser Marken deckt eine ganze Seite des Wertmarkenheftes ab, also entspricht dem Wert von neun kleinen Wertmarken.

Die große Wertmarke kann zu verschiedensten Anlässen an Deine Kunden direkt im Salon herausgegeben werden:

- Weiterempfehlungssondermarke
- Geburtstagssondermarke
- Sondermarke zu Ostern / Weihnachten / Muttertag / Valentinstag /Jubiläum

ON TOP:

Die Sondermarken können auch mit einer **speziell** dazu entwickelten Postkarte versendet werden. So können beispielsweise auch die ausgebliebenen Kunden zum Geburtstag angeschrieben und damit in den Salon zurückgeholt werden. Erfahrungswerte zeigen, dass ausgebliebene Kunden und „Fremdgeber“ oftmals nur auf ein solches Zeichen gewartet haben.

BEST SERVICE:

Du hast die Salonkasse Victory und hast Dich für den **Full Service Center** entschieden? Gerne übernehmen wir für Dich den Kartenversand zzgl. Porto, Kuvert, Layout & Druck. Auch als Support Kunde steht Dir unsere Dienstleitung zur Verfügung (monatlich 100,- Euro netto, zzgl. Porto, Kuvert, Layout & Druck).

Wir unterstützen Dich gerne bei der Realisierung Deines individuellen Wertmarkensystems.

P.S.: Du kannst auch die kleinen Wertmarken zum „labeln“ Deiner Produkte, Tüten etc. verwenden.

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

Dein
Schaefer Graphics- & Victory Team



Wertmarkenkarte mit großer Wertmarke

MEHR UMSATZ DURCH KLARE STRUKTUREN

Wie sieht es eigentlich mit den **Richtzeiten** in Deinem Salon aus? Hält sich jeder Mitarbeiter **genau** daran oder wird da auch mal eine Viertelstunde **drangehängt**, obwohl sie gar nicht eingeplant war? Vielleicht wird sie auch vom einen oder anderen Mitarbeiter bereits im vorne herein zusätzlich in den Timer eingetragen, damit es zu keinen zeitlichen Engpässen kommt, er oder sie beim Haarschnitt nicht gehetzt wird oder sogar noch Zeit für die Zigarette zwischen den Kunden bleibt?

All diese Szenarien sind **keine** Seltenheit im Salonalltag. „Ach, die Viertelstunde ist ja nicht so schlimm“, denkt jeder einzelne Mitarbeiter für sich. Der ein oder andere Mitarbeiter hat die Richtzeiten gar nicht im Fokus und arbeitet einfach vor sich hin, vergisst dabei, dass es nicht nur auf Qualität, sondern auch auf Effektivität ankommt. In der Summe aller Mitarbeiter über alle Haarschnitte des Tages verteilt, ergeben sich hier bis zu mehrere Stunden pro Tag, die verlorene Zeit und somit verlorenen Umsatz bedeuten.

ANGESICHTS DER STEIGENDEN GEMEIN- UND PERSONALKOSTEN UND DEN DAMIT VERBUNDENEN PREISANPASSUNGEN IST DAS DERZEIT FÜR KEINEN SALON EINE AKZEPTABLE SITUATION.

Für Führungskräfte gilt, die Richtzeiten des Salons entsprechend den individuellen Salonstandards und Preisen genau zu definieren, im Team zu kommunizieren und stets auf die Einhaltung zu achten. Doch vielen Mitarbeitern fällt es sichtlich **schwer**, sich an die Vorgaben zu halten, sie fühlen sich **gestresst** und **unwohl**. Mögliche Gründe hierfür können einer-

seits Unsicherheiten bzw. fehlendes Selbstbewusstsein beim Haarschnitt oder andererseits das Arbeiten ohne Struktur sein, sodass wichtige Zeit verloren geht. Und das ist nicht nur bei neuen Mitarbeitern zu beobachten.

Braucht man für einen Haarschnitt länger als im Timer geplant, zieht sich dieser Zeitverlust durch den **ganzen** Rest des Tages durch. Die Zeit wird immer knapper, der Stylist immer gestress-ter, der Haarschnitt womöglich immer unstrukturierter. Eine Abwärtsspirale entsteht. Die negative Stimmung kann sich auf Kunden und den Rest des Teams übertragen und löst Unruhe anstatt Wohlempfinden aus.

Um dieser Situation vorzubeugen, hilft Euch eine **klare Struktur** und ein **einheitliches System** beim Haarschnitt. Ein Tool sozusagen, das Du jedem Mitarbeiter an die Hand geben kannst, damit er zeitlich im Plan bleibt und gleichzeitig selbstbewusst an den Haarschnitt rangehen kann. Umso **klarer** die Struktur und das System, desto **einfacher** ist es, für das Team, den Haarschnitt mit Leichtigkeit und ohne Druck und Stress in der vorgegebenen Zeit auszuführen.

Ihr könnt somit besser planen, mehr Umsatz pro Tag generieren und die Qualität des Haarschnittes ist immer gleich hoch. Win win sozusagen für den Salon, den Mitarbeiter und den Kunden.

Wir empfehlen Dir hierfür das **Cut Basic Seminar** von **Miée** für das gesamte Team. 4 Formen, 5 Schnitte, ein gutes Gefühl – Fachwissen zum Anwenden. Es gibt den Mitarbeitern Sicherheit und ein einfaches System, dass sie zeitsparend und ohne Druck arbeiten lässt.

Du machst Dir Sorgen, dass dann bald alles gleich aussieht? Ganz im Gegenteil, denn nur wer die Basis beherrscht, kann kreativ werden. Eine einheitliche Herangehensweise ist für jeden einzelnen Mitarbeiter die Grundvoraussetzung für Selbstbewusstsein und der daraus resultierenden Kreativität.

Wir freuen uns auf Dich. Du wirst staunen, wie einfach richtig gute Qualität sein kann und was es mit den Mitarbeitern macht.

Herzlichst,
Lisa Aceves



MELDE DICH AN!
CUT BASIC
SEMINAR
11.-13.09.2023
WIESBADEN
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

FÜHRUNGSSEMINAR II:

25.–26.06. in Eich/CH

DURCHSTARTER:

08.–09.10. in Oberdachstetten

CUT BASIC:

11.–13.09. in Wiesbaden

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:

10.–11.09. in Eich/CH

22.–23.10. in Siegburg

ORGANISATION & REZEPTION:

22.–23.10. in Oberdachstetten

SICHER AM TELEFON:

18.09. online

SHIATSU:

16.10. in Oberdachstetten

TALENTFINDER:

15.–16.10. in Dinkelsbühl

LEICHTFÜSSER:

12.–13.11. in Dinkelsbühl

EVENTS:

KONGRESS 2023

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

T.I.M. 2023

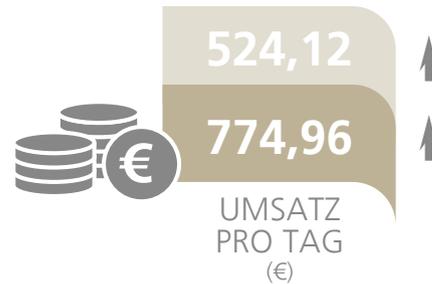
10.09. im Meiser Design Hotel
in Dinkelsbühl/D

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

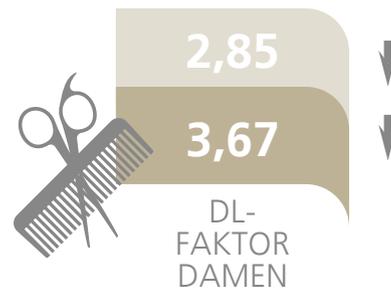
ZAHLEN IM EINBLICK

APRIL 2023

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 April 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: © Uncanny Valley / Adobe Stock

S. 11: © Wayhome Studio / Adobe Stock