



EINBLICK

CHEFGEDANKEN
KOMPLIMENTE
VERSCHÖNERN
DAS LEBEN

SICHTWEISEN
KALKULATION
AUS DER
UMSATZPERSPEKTIVE

DARSTELLUNG
WIR
SIND
GUT

November/Dezember 2022 | N° 370

KOMPLIMENTE VERSCHÖNERN ALLEN DAS LEBEN!

BEIM KRITISCHEN BLICK AUF DAS EIGENE UNTERNEHMEN IST ES WICHTIG,
DIE MENSCHEN IMMER WIEDER POSITIV ZU BESTÄRKEN UND ZU ENTWICKELN!

Wann haben Sie denn zuletzt ein Kompliment gemacht? Und wem? Schon lange nicht mehr? Oder ziemlich viele? Ich denke, bei letzterer Version hat man auch selber ein **erfülltes** und **glückliches** Leben. Denn, das was man ausstrahlt und bereit ist zu geben, erhält man **genauso** wieder zurück und bereitet damit nicht nur den **anderen**, sondern sich **selbst** auch eine besondere Freude. Doch es ist tatsächlich so, je älter die Menschen werden, desto **zurückhaltender** werden viele bei der Vergabe von Komplimenten. Dies hat mit den eigenen Ansprüchen und Erfahrungen zu tun. Es ist aber immer **wichtig**, nicht nur den eigenen Blickwinkel als entscheidendes Urteil über die Vergabe von Anerkennungen zu haben, sondern auch den Blickwinkel der Person einzunehmen, der man mit der ausgesprochenen Anerkennung eine **Freude** machen könnte.

Komplimente kann es natürlich auf mehreren **Ebenen** geben. Zum einen als **positive** Aufmerksamkeit, weil es einfach schön ist, an der Seite des betreffenden Menschen **leben** oder **arbeiten** zu dürfen. Dies ist aber auch **sicherlich** ein Ausdruck von Wertschätzung für die andere Person. „Mit Deiner tollen Ausstrahlung machst Du mir jeden Tag ein bisschen schöner und positiver!“

Zum anderen auch als Zeichen von **Anerkennung** für ausgeführte Tätigkeiten oder besondere Leistungen. Jeder, der etwas Besonderes erreicht oder anderen eine Gefälligkeit erweist oder einfach anderen mit seinem Wirken etwas Gutes tut, **freut** sich immer über dieses Zeichen der Anerkennung.

Das ist der eine Blickwinkel des Empfängers einer möglichen Anerkennung oder eines Komplimentes. Der Blickwinkel eines Senders der Anerkennung ist aber oft ein **anderer**. Leider wird in der heutigen Zeit vieles immer **selbstverständlicher**, zumal man auch mit der eigenen Erfahrung immer mehr schon gesehen oder erlebt hat. Ist es dann das Ausloben von „normalen“ Leistungen tatsächlich wert?

IST ES DANN DAS
AUSLOBEN VON
„NORMALEN“
LEISTUNGEN
TATSÄCHLICH WERT?

Ich sage „ja“, da sich der andere Mensch ja immer über diese ausgesprochene Anerkennung und Wertschätzung freut. Jedoch bleiben im gelebten Alltag viele Chancen des Komplimentes oder der Anerkennung einfach ungenutzt. Dies beginnt natürlich oft schon am **Anfang** eines Tages. Treffen hier einige unangenehme Meldungen ein – aus eigener Erfahrung kann ich sehr wohl bestätigen, dass die negativen Schlagzeilen des Tages **immer** auf dem Cheftisch landen – dann läuft ja der Tag schon in die **falsche** Richtung. Mit jeder negativen Meldung verstärkt sich dann das Gefühl, dass der Tag kein wirklich guter werden kann. So ist man dann aber auch geneigt, seine **„negative Brille“** aufzusetzen und nur noch weitere negative Auffälligkeiten zu suchen und auch immer zu finden. Alles Gute wird an diesem Tag schon gar nicht mehr wahrgenommen oder bekommt kaum eine besondere Aufmerksamkeit. An diesen Tagen ist das Glas nicht halbvoll, es ist immer halbleer.

Dennoch finden häufig auch an diesen Tagen **positive** Vorkommnisse statt, die aber dann in der eigenen Wahrnehmung einfach **untergehen**.

CHEFGEDANKEN

Das sind dann diejenigen Tage, an denen die „Buschtrommeln“ in der Firma verkünden, dass der Chef miese Laune hat. Dementsprechend gedämpft ist dann auch die **gesamte** Stimmung in der Firma.

Der, der durch die „negative Brille“ jedoch den größten Schaden trägt, ist die Firma und damit der Unternehmer selbst. Wer arbeitet schon gerne in einer derartigen schlechten Stimmung? Es liegt also an uns Führungspersonen selbst, an solchen Tagen auf uns zu achten und die negativen Störungen von den Mitarbeitern **fernzuhalten**, bzw. sogar entgegenzuwirken.

Setzen Sie die **positive Brille** auf und entwickeln Sie Ihr Team mit **positiven Gedanken**, Anreizen und vor allem der Wahrnehmung der **positiven Aktivitäten**. Sie werden merken, die Atmosphäre verändert dies mehr als positiv, die Kreativität und das Engagement der Mitarbeiter wird sich weiter deutlich **verbessern**!

Dies bedeutet aber nicht, dass Sie nicht Ihren kritischen und analysierenden Blick **verlieren** sollen. Aber Sie sollen eben nicht mit einer grundsätzlich negativen Brille und Wahrnehmung durch die Firma laufen. Positive Unterstützung durch Komplimente, Wertschätzung und Anerkennung und kritische Analyse müssen **konstruktiv** einhergehen.

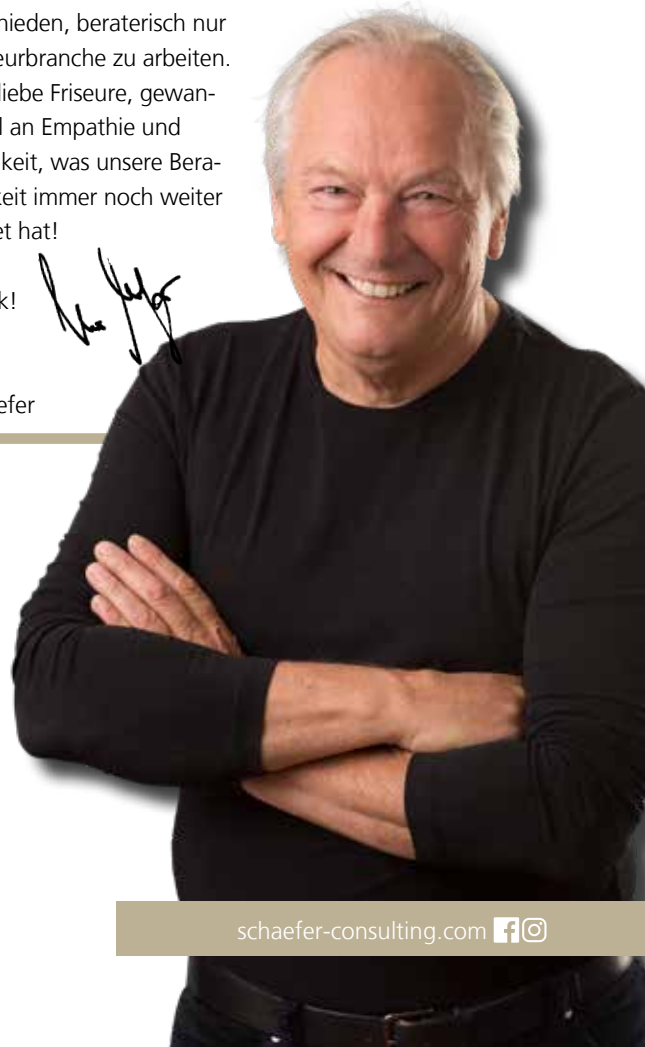
Alles was ich mit diesen Zeilen mitteilen wollte, gilt natürlich nicht nur im geschäftlichen Bereich, sondern auch im **privaten** Alltagsbereich. Komplimente verbessern Beziehungen!

Zum Schluss wollte ich Ihnen noch ein Kompliment machen!

Vor einigen Jahrzehnten habe ich mich entschieden, Beraterisch nur für die Friseurbranche zu arbeiten. Durch Sie, liebe Friseure, gewannen wir viel an Empathie und Menschlichkeit, was unsere Beratungstätigkeit immer noch weiter aufgewertet hat!

Vielen Dank!

Herzlichst
Klaus Schaefer



KALKULATION AUS DER UMSATZPERSPEKTIVE

Preiskalkulation, Budgetierungen, Einsparungen in verschiedensten Kostenbereichen. Viele haben sich in den vergangenen Monaten mit eben diesen Themen auseinandergesetzt. Und dennoch ist da immer noch die **Angst** – die Angst vor **steigenden** Energiepreisen und eventuell damit verbundenen **erneuten** Preisanpassungen.

Wie wäre es jedoch, wenn Du Dir einfach selbst diese Angst nehmen kannst?! Hört sich **gut** an, oder? Hierzu lege doch einfach die monatlichen Mehrkosten eins zu eins auf die monatliche Anzahl Deiner Kunden im Salon um. Beispiel: Bei monatlichen Mehrkosten in Höhe von 500,- EUR und 600 Kunden, bedeutet dies pro Kunde 0,84 EUR. Somit sind mit einer ganz moderaten Preisanpassung diese Mehrkosten **gedeckt**.

Eines muss Dir jedoch klar sein: Kosten wirst Du in Deinem Salon **immer** haben. Und die Aufgabe eines erfolgreichen Salons besteht darin, **Umsätze** zu generieren, die diese Kosten decken und einen entsprechenden **Gewinn** ermöglichen. Eine **wichtige** Rolle hierbei spielt die Organisation im Salon, wobei Du immer wieder die Aufgabenverteilung im Salon überdenken solltest: Welche **Hauptaufgaben** muss eine Stylistin bzw. ein Stylist ausführen? Wo kann der Stylist durch Assistenz bzw. Rezeption **unterstützt** werden? **Wer** kann diese unterstützenden Tätigkeiten ausführen?

Die **Beratung**, der **Haarschnitt** sowie das **Finish** sind Aufgaben, welche ganz klar in der Hand des **Stylisten** liegen. Farbe auftragen, Haare waschen, teilweise das Föhnen, die Pflege, wie auch manche Strähnentechiken können jedoch von

Assistenten übernommen werden. Voraussetzung hierfür ist selbstverständlich, diese entsprechend zu **qualifizieren**. Nach unseren Aufzeichnungen und Zeiterfassungen benötigt ein Stylist im Durchschnitt folgende Zeiten für die oben aufgeführten Leistungen im Damenbereich:

Beratung: 5 Minuten

Haarschnitt: 20 Minuten

Föhnfinish: 10 Minuten

Oft haben Stylisten bei diesen Themen jedoch **immer** sofort die Ausnahmekundin im Kopf. Und ja, mir ist bewusst, dass die **Beratung** bei **Neukunden** länger dauert als 5 Minuten. Da sich der Neukundenanteil jedoch bei 10 % bewegt, sind diese Kunden die **Ausnahme**. 90 % der Kunden sind nämlich im Regelfall **Stammkunden**. Und ja, es gibt auch Ausnahmekunden mit extra viel und dickem Haar, bei denen der Haarschnitt länger dauert. Dies sind Ausnahmen und diese haben auch ihre **Existenzberechtigung**. Wenn wir allerdings die Ausnahmen zum Regelfall erklären, haben wir **dauerhaft** ein Problem.

Im oben genannten Beispiel benötigt der Stylist somit 35 Minuten Arbeitszeit pro Dame. Das bedeutet bei einer Auslastung von 80 % (380 Minuten), gemessen an einem Acht-Stunden-Tag (480 Minuten), kann ein Stylist ca. 10 Damen pro Tag bedienen. Und das bei einer frei verfügbaren Pufferzeit von 100 Minuten pro Tag (1 Stunde 40 Minuten). Das heißt, auch Verspätungen oder die Ausnahmekundin mit mehr Zeitaufwand sollten hier **gut** abdeckt sein. Jeder Umsatz, den die Assistenz für den Stylisten erarbeitet, wird dem Stylisten **gutgeschrieben**. Bei einem durchschnittlichen Umsatz pro Dame von 85 EUR bedeutet dies einen Tagesumsatz von

SICHTWEISEN

850 EUR. **Ohne** Verkauf, Haarverlängerung und Kosmetik wohlgemerkt. Dies entspricht einem **Monatsumsatz** von ca. 17.000 EUR.

Wie sind **Deine** Abläufe geregelt? Wie viele Kunden kann ein Mitarbeiter bedienen? **Welchen** Umsatz kann er erreichen? Was kann er somit verdienen?

Je **mehr** Zeit ein Stylist **effektiv** am Kunden verbringen kann, desto mehr Umsatz kann er generieren. Welche **Unterstützung** bietest Du Deinen Stylisten im Salon um dies zu erreichen? Wenn Du noch mehr und detailliertere Infos darüber haben möchtest, dann hör doch einfach mal in die aktuellen **Podcastfolgen** von **Focus Friseur**.

Was mir noch **wichtig** ist zu sagen: Kosteneinsparungen sind **begrenzt**. Wir können diese nur zu einem **Teil** reduzieren. Auf der **Umsatzseite** finden wir jedoch **zahlreiche** und **größere** Möglichkeiten, diesen Kosten **vernünftig** zu begegnen. Daher: Betrachte Dir doch einmal diese Seite der Kalkulation.

Herzlichst
Frank Greiner-Schwed





PLUS

ODER



Weihnachtsspezial:

Aus drei mach vier!

Das Weihnachts-Angebot hat sich inzwischen etabliert und wird von Kundenseite sogar erwartet und nachgefragt. Das freut uns natürlich sehr.

Bei jeder Bestellung von je einer Verpackungseinheit Shampoo, Kur und Balsam erhältst Du eine VPE des Leave In's oder der Kopfhautlotion gratis dazu. „Jade Leave In“-Creme ist nicht in der Aktion enthalten.

Seit dem **24. Oktober** kannst Du mit der **Bestellung** der Weihnachtsaktion starten! Die Aktion ist gültig im November und Dezember 2022.

Gerne stehen wir Dir für weitere Informationen zur Verfügung! Ruf uns an oder sende uns einfach eine E-Mail!

Wir freuen uns auf Dich!

Dein

Miée-Team

info@miee.de



Du schenkst Dir
zu **Weihnachten** gesundes
und glänzendes Haar und
wir schenken Dir beim Kauf
von Shampoo, Kur & Balsam
eine „**Kopfhautlotion**“
oder ein „**Leave In**“-Spray
gratis dazu.

104 € statt ~~134 €~~

Gültig im Zeitraum November & Dezember.
„Jade Leave In“-Creme ist nicht
in der Aktion enthalten.

WIR SIND GUT - ABER WER SAGT ES UNSEREN KUNDEN?

„Gerne, dann vielleicht beim nächsten Mal wieder und viele Grüße an Steffen Hallaschka!“ Ich beende das Gespräch und lege den Hörer auf. Die Redaktion von „**Stern TV**“ hatte sich gemeldet und suchte Gesprächspartner für die Sendung am Sonntag zum Thema **Bürgergeld**.

Gerne hätte ich teilgenommen, gerne hätte ich von den 10 Millionen Euro, welche der deutsche Steuerzahler Monat für Monat für arbeitslose Friseur*innen ausgeben muss, erzählt. Und davon, wie **verzweifelt** die meisten Unternehmen dieser Branche Mitarbeiter suchen.

Leider wollte die Redaktion nur **Arbeitnehmer** zum Thema hören - was dann wieder auf die Ausgewogenheit der Berichterstattung schließen lässt! Obwohl ich gerne mit den Medien zusammenarbeite, ärgern mich zunehmend viele **schlecht** recherchierte Beiträge.

„Alles **so** teuer! Ein Wochenendeinkauf kann problemlos bis zu 150 € kosten!!!!“ - Heutige Schlagzeile eines **großen** Magazins. Was ist das aber für eine Aussage?! Ich kann auch einen Warenkorb für 200 € füllen, oder **weniger**, wenn ich das möchte.

Direkt danach wird der **Friseur** genannt: „Haarschnitt bis 100 €.“ Grund: Die gestiegenen Energiekosten. Das ist **schlechte** und **irreführende** Berichterstattung. Verbraucher wissen nicht, dass fast alle Friseure die Soforthilfe aus dem ersten Lock-down zurückzahlen müssen, wie andere Branchen auch unter massivem Fachkräftemangel leiden und zudem eine Lohnkostensteigerung von bis zu 25 % hinnehmen müssen. Zusätzlich zu einem, meist **reduzierten**, Kundenaufkommen wegen

Energiekrise und Pandemie. Viele Verbraucher sind verängstigt, viele vermeiden Geldausgaben wo möglich.

„100 € der Haarschnitt, wegen Mehrkosten für das bisschen Strom beim Föhnen und eventuell ein wenig Gas für das Heißwasser?“, so erfahren es unsere Kunden in den meisten Medien. Wollen wir beim Verbraucher Verständnis für Preisangleichungen erfahren, dann müssen auch vorgenannte Punkte in die Öffentlichkeit **kommuniziert** werden. Gleichfalls die derzeit vollkommen unzureichenden Rahmenbedingungen für einen fairen und lohnenden Wettbewerb.

Und nicht nur das! 2 Stunden später führe ich ein längeres Gespräch mit der Redakteurin von ‚imSalon‘ **Raphaela Kirschnick**. „Wie können wir denn das Friseurhandwerk dorthin bewegen, dass es mehr Akzeptanz und Wertigkeit bei den Kunden erhält?“, so die Frage am anderen Ende der Leitung.

Genau mein Thema. Aktuell diskutieren wir diese Frage auch bei uns im Salon. Ja, wir sind **Mitglied** der **Wertegemeinschaft** im Friseurhandwerk „**Der faire Salon**“, wir tragen des Gütesiegel, aber was **bedeutet** das für die Kunden?

Welchen **Vorteil** hat es für Kunden, wenn wir eine gute Produktqualität, ständige Weiterbildung, ehrliche Beratung und ein gutes Miteinander in unserem Konzept manifestieren? Klar gibt es Haarfarben für 2,99 € die Tube. Wenn wir für das Produkt unserer Wahl rund 15,- € bezahlen, haben wir ein gutes Gewissen in Sachen Qualität – aber **interessiert** das die Kundin? Weiß sie es überhaupt?

DARSTELLUNG

Wir müssen lernen, unseren Beruf wieder **anders** zu sehen. Als ich im Jahr 1966 meine Ausbildung begann, wurde uns in der Berufsschule als erstes beigebracht, dass dieser Beruf zu den **sozialen** Berufen zählt. Friseure sorgen dafür, dass Menschen besser aussehen, sich besser fühlen und wir bieten eine **Dienstleistung** am Menschen. Individuell und für jeden typgerecht. Eine Denkweise, die heute fast **vergessen** scheint.

So unterhalten wir uns derzeit in Teamgesprächen über Dienstleistung mit Liebe und Sorgfalt! Darüber, dass ehrliche Beratung auch mal ein **„Nein“** beinhalten muss und über viele andere Dinge auch. Welche **Alleinstellungsmaße** haben wir? Welche davon sind unseren Kunden bekannt und bewusst?

Eine **stattliche** Liste, die dort zusammenkommt und ein ganz anderes Bild des Friseurs ergibt. **Anders, als es sich ein 10 €-Friseur je ausmalen könnte.**

Fakt ist: Vieles ist einfach nur noch **Normalität** - bei uns! Man muss sich diese Dinge **bewusst** machen, **festhalten** und darüber mit den Kunden/innen **reden**.

Daraus ergibt sich dann der kleine, aber feine **Unterschied** warum jemand gerade in **unseren** Salon kommen soll oder kommen möchte.

Fangen Sie an! Setzen Sie sich einmal mit Ihrem Team zusammen und reden Sie darüber, dafür ist es **nie** zu spät.

Viel Erfolg

Herzlichst
René Krombholz



WIE DU DEINE DIENSTLEISTUNGS- PREISE IN VICTORY ZU EINEM BESTIMMTEN STICHTAG ERHÖHEN KANNST

Vorbereitungs-TIPP:

Alle Dienstleistungen, deren Preise **erhöht** werden, sollten übersichtlich zusammengefasst sein (nach Dienstleistungsgruppen sortiert z. B. Farbe, Schnitte, Kosmetik, etc.). Hilfreich ist es, Dir Deine aktuelle **Dienstleistungstabelle** aus Victory auszu-drucken. Klicke hierzu unter „**Stammdaten**“ auf den Button „**Service**“ und anschließend auf das **Druckersymbol**.

Starte nun mit der **Preiserhöhung**:

1. Starte Victory
2. Drücke den Button „**Stichtagsdaten**“ im Menü „**Stammdaten**“
3. Mit einem Klick auf das Plus-Symbol (=“Hinzufügen“) beginnst Du den Vorgang und es öffnet sich ein kleines Fenster.
4. „Schritt 1: **Grundeinstellungen**“
 - a) **Bezeichnung** eintragen:
Wir empfehlen die Bezeichnung so zu wählen, wie die Dienstleistungsgruppe heißt (siehe Beginn der Anleitung).
Bsp.: Preiserhöhung Strähnen zum 01.12.2022.
 - b) **Ausführungsdatum** eintragen:
Hier trägst Du das Datum ein, an dem die Preise der Dienstleistungen automatisch im Kassensystem angepasst werden sollen. Wir empfehlen den 1. eines Monats zu wählen (z. B. 01. Dezember 2022).
5. Klicke nun unten **rechts** auf den **Pfeil**.
6. „**Schritt 2: Filter**“
Jetzt erscheinen die Dienstleistungsgruppen, die in Deinem Kassensystem angelegt sind und nach denen Du filtern kannst. Wähle mit einem Klick rechts neben der Dienstleistungsgruppe die Kästchen an, deren Preise Du erhöhen möchtest.
7. Die Auswahl wird mit einem **Klick** auf den **Pfeil rechts unten** abgeschlossen.
8. „**Schritt 3: Auswahl**“
Es werden Dir alle Dienstleistungen, der zuvor ausgewählten Gruppe, angezeigt.
Falls sich darunter Dienstleistungen befinden sollten, deren Preis Du **nicht** erhöhen möchtest, kannst Du mit einem **Klick** in der Zeile auf das **rechte Kästchen** die Dienstleistung **ausschließen**.
 - a) **Globale Einstellungen**:
Wähle aus, ob Du die markierten Dienstleistungen „**Prozentual**“ oder „**Absolut**“ erhöhen möchtest. Trage den Wert bzw. den Prozentsatz in das **rechte Feld** ein und **klicke** den **Button**.
Solltest Du bestimmte Dienstleistungen einzeln bearbeiten wollen, hast Du auch die Möglichkeit, die Dienstleistungen einzeln anzuklicken, im weißen Feld neben „**Neu Preis**“ den neuen Preis einzutragen und mit „**Enter**“ zu bestätigen.



9. Wenn Du mit dieser **Dienstleistungsgruppe fertig** bist, **klicke unten rechts** auf den **Pfeil**.
10. Die **Änderungen** werden **gespeichert**, wenn Du nun mit einem **Klick** auf „**Ja**“ bestätigst.
11. Nun bist Du wieder in der **anfänglichen** Maske und wenn Du „**Stapel**“ anklickst, wird Dir die Bezeichnung, das Plan-Datum der gespeicherten Preiserhöhung sowie die hinterlegten Dienstleistungen **rechts daneben** angezeigt. Falls hier der Preis einer **Dienstleistung** nachgebessert werden soll, kannst Du unter „**Neuer Preis**“ und mit klicken auf die **Speicherdiskette** oben die Angabe ändern. Das gleiche gilt für das Ausführungsdatum der Preiserhöhung sowie für die Bezeichnung. **Achtung:** Weitere Dienstleistungen können aber **nicht** in die bereits gespeicherte Liste aufgenommen werden. Sollte die Liste der Dienstleistungen **komplett** fehlerhaft sein oder sollten Dienstleistungen fehlen, kannst Du mit einem Klick auf „**X**“ die **gesamte** Liste löschen.

Alle soeben genannten Schritte **wiederholst** Du für **jede** Dienstleistungsgruppe, bis Du **alle** zu erhöhenden Dienstleistungen sowie deren Preise hinterlegt und gespeichert hast.

Sollte es im Salon Dienstleistungen geben, die in einem Paket zusammengefasst sind, sollten die Pakete nach der Erhöhung **kontrolliert** werden und ggf. **manuell** im Reiter „**Service**“ dauerhaft angepasst werden.

ALLES KLAR?

Wenn Du doch noch Fragen hast, sind wir natürlich gerne für Dich da.

Als FSC-Kunde übernehmen wir gerne die Preisanpassung kostenfrei für Dich.

Bist Du Support-Kunde verrechnen wir ca. 25,- € zzgl. MwSt. pro Serviceleistung „**Preislisten Update**“ – je nach Aufwand.

Dein Victory Team



SPC KONGRESS

18.-19.06.2023

Ihr wart begeistert, wir waren begeistert. Es war so schön, nach drei Jahren Pause **endlich** wieder mit Euch den **SPC-Kongress** verbringen zu können.

Deshalb sind wir jetzt schon **voller Vorfreude** auf das nächste Jahr. Meldet Euch an! Wir haben **nur 160** Plätze. Und schon einige davon vergeben.

EUER VORTRAGSPROGRAMM

„Erfolgsprinzipien des Sports!“

Frank Busemann

Ihr lernt die Erfolgsprinzipien des Sports für Euch und Euer Business zu nutzen: Umgang mit Niederlagen, Fokus auf die eigenen Stärken, Eigenmotivation, selbstbewusste Umsetzung.

„Mut ist machbar – stabil durch Krisenzeiten!“

Prof. Dr. med. Volker Busch

Auf einer Reise durch das Gehirn erfahrt Ihr, was Euch psychisch stark und stabil hält, wie Ihr Euch und Eure Mitarbeiter motivieren könnt und wie ein gesundes Miteinander zwischen Mensch und digitaler Arbeitswelt gelingt.

„Erfolg hat, wer mit Liebe führt!“

Mike Fischer, Nancy Bradtke

Wie Ihr Euer DREAMTEAM formt und an die Spitze führt! Zudem wird Social-Media Managerin Nancy Bradtke aufzeigen, wie man das Thema Social-Media erfolgreich angeht.

„Inspirationsreise“

Niki Madunovic

Niki wird Euch von ihrer Inspirationsreise 2022 von verschiedenen Salons in verschiedenen Ländern berichten. Lasst Euch überraschen, was sie dort alles erlebt und „mitgenommen“ hat.

Zusätzlich werdet Ihr zu aktuellen Themen rund um die Friseurbranche aus unseren eigenen Reihen Input erhalten.

EURE WORKSHOPS/KURZVORTRÄGE:

Shiatsu Massage – **Kunden durch Erlebnisse begeistern**

Petra Schnelle

Feng Shui – **Wie richte ich meinen Wohlfühlsalon ein?**

Christine Hartlapp

Live Podcast **„Focus Friseur“**

Stefan Dax und Friseur Yusuf Gezgin

Pervormance – **kühle Textilien**

Sabine Stein

Gryvvel - **Die magische Hochsteckhilfe**

Denise Bredtmann

Miée –

Katja Linke

MELDE DICH AN!
SPC KONGRESS
18.-19.06.2023
MEISER DESIGN
HOTEL
DINKELSBÜHL
09845/989100
schaefer-academy.com

EUER RAHMENPROGRAMM:

Reist bereits am Abend vorher an und genießt ein Get-together mit Welcome-Buffet, Musik und guter Laune.

Tauscht Euch mit Kollegen aus, lasst Eure Scheren beim Scherenschleifer schleifen, nehmt teil an der Tombola für einen guten Zweck und gewinnt einen Kurzurlaub im Meiser Vital Wellnesshotel.

DER COUNTDOWN LÄUFT. WIR FREUEN UNS AUF EUCH!

P.S. Alle Infos zum Kongress findet Ihr unter:

www.schaefer-academy.com/events



INFLATIONSAUSGLEICHSPRÄMIE

SERVICE

Ab sofort bis zu 3.000 Euro steuerfrei

Arbeitgeber können rückwirkend ab 1. Oktober 2022 ihren Beschäftigten eine steuer- und abgabenfreie Zulage von bis zu 3.000 Euro gewähren.

Gibt es einen Anspruch auf die Inflationsprämie?

Bei der Inflationsprämie handelt es sich, wie schon bei der Corona-Prämie, um eine Sonderzahlung, diesmal mit dem Ziel der Abmilderung der gestiegenen Verbraucherpreise.

Arbeitgeber können ihren Beschäftigten damit Leistungen in Form von Zuschüssen und Sachbezüge bis zu einem Betrag von 3.000 Euro in der Zeit vom 1. Oktober 2022 bis zum 31. Dezember 2024 gewähren. Verpflichtet sind sie hierzu nicht. Damit ist klar: einen rechtlichen Anspruch auf die Auszahlung einer solchen Inflationsprämie haben Beschäftigte nicht.

Wie erfolgt die Auszahlung?

Wenn Sie sich entscheiden, Ihren Beschäftigten eine Prämie zum Ausgleich der Inflation zu zahlen, erfolgt dies auf freiwilliger Basis. Sie müssen auch nicht den vollen Betrag von 3.000 Euro ausschöpfen, sondern sind in Ihrer Entscheidung frei, welche Summe Sie Beschäftigten gewähren können und wollen. Auch mehrere Teilbeträge sind möglich. Es werden keine Steuern und Sozialversicherungsabgaben auf die Zahlung erhoben. Wichtig ist, dass die Prämie zum zusätzlich ohnehin geschuldeten Arbeitslohn gezahlt und gesondert ausgewiesen wird.



SEMINAR KALENDER 2023

**DEN
SEMINARKALENDER
2023
FÜR DEINEN SALON
KANNST DU JETZT
GRATIS ANFORDERN!**

RUF AN!
09845/989-100

SCHAEFFER CONSULTING

SCHAEFFER ACADEMY

SCHAEFFER GRAPHICS

SCHAEFFER DIGITAL

SCHAEFFER

CYNERGIE

2023

JANUAR	FEBRUAR	MÄRZ	APRIL	MAI	JUNI	JULI	AUGUST	SEPTEMBER	OCTOBER	NOVEMBER	DEZEMBER
1 So <i>Neujahrstag</i>	1 Mi	1 Mi	1 Sa	1 Mo <i>Tag der Arbeit</i>	1 Di	1 Sa	1 Di	1 Fr	1 So	1 Mi	1 Fr
2 Mo	2 Di	2 Di	2 So	2 Di	2 Mi	2 So	2 Mi	2 Sa	2 Mo	2 Do	2 Sa
3 Di	3 Fr	3 Fr	3 Mo	3 Mi	3 Sa	3 Mo	3 Do	3 So	3 Di <i>Tag der Deutschen Einheit</i>	3 Fr	3 So
4 Mi	4 Sa	4 Sa	4 Di	4 Do	4 So	4 Di	4 Fr	4 Mo	4 Mi	4 Sa	4 Mo
5 Do	5 So	5 So <i>BE 1 BR 1</i>	5 Mi <i>Führung II OR</i>	5 Fr	5 Mo	5 Mi	5 Sa	5 Di	5 Do	5 So <i>Chaf II BE 1</i>	5 Di
6 Mo <i>Feiertag Zweiteilung</i>	6 Mo	6 Mo <i>BE 1 BR 1</i>	6 Do <i>Führung II OR</i>	6 Sa	6 Di	6 Do	6 So	6 Mi	6 Fr	6 Mo	6 Mi
7 Sa	7 Di	7 Di	7 Fr <i>Feiertag</i>	7 So	7 Mi <i>BE 1 BR 1</i>	7 Mo	7 Mi	7 Do	7 Sa	7 Di	7 Do <i>Chaf II BE 1</i>
8 So	8 Mi	8 Mi	8 Sa	8 Mo	8 Do <i>BE 1 BR 1</i>	8 Sa	8 Di	8 Fr	8 So	8 Mi <i>DS</i>	8 Fr
9 Mo	9 Do	9 Do	9 So <i>Chaf II BR 1</i>	9 Di	9 Fr	9 So	9 Mi	9 Sa	9 Mo	9 Do <i>DS</i>	9 Sa
10 Di	10 Fr	10 Fr	10 Mo <i>Chaf II BR 1</i>	10 Mi	10 Sa	10 Mo	10 Do	10 So	10 Di <i>BE 1 BR 1</i>	10 Fr	10 So <i>Chaf II BR 1</i>
11 Mi	11 Sa	11 Sa	11 Di	11 Do	11 So	11 Di	11 Fr	11 Mo	11 Mi <i>BE 1 BR 1</i>	11 Sa	11 Mo
12 Do	12 So	12 So	12 Mi <i>TF Shuttle</i>	12 Fr	12 Mo	12 Mi	12 Do	12 Di	12 Do <i>BE 1 BR 1</i>	12 So	12 Di <i>BE 1 BR 1</i>
13 Fr	13 Mo	13 Mo	13 Do <i>TF Shuttle</i>	13 Sa	13 Di	13 Do	13 So	13 Mi	13 Fr	13 Mo	13 Mi <i>BE 1 BR 1</i>
14 Sa	14 Di <i>Feiertag</i>	14 Di	14 Fr <i>Shuttle</i>	14 So	14 Mi <i>Feiertag</i>	14 Mo	14 Do	14 Mi	14 Sa	14 Di	14 Do
15 So	15 Mi	15 Mi	15 Sa	15 Mo	15 Do	15 Sa	15 Di <i>Feiertag</i>	15 Fr	15 So <i>Chaf I BE 1 TF Shuttle</i>	15 Mi	15 Fr
16 Mo	16 Do	16 Do	16 So	16 Di	16 Fr	16 So	16 Mi	16 Sa	16 Mo <i>Chaf I BE 1 TF Shuttle</i>	16 Do	16 Sa
17 Di	17 Fr	17 Fr	17 Mo	17 Mi <i>BE 1</i>	17 Sa	17 Di	17 Do	17 So <i>Chaf I BE 1 TF Shuttle</i>	17 Di <i>Chaf I</i>	17 Fr	17 So <i>Chaf I</i>
18 Mi	18 Sa	18 Sa	18 Di	18 Do <i>Chaf I</i>	18 So <i>SPC-Kongress</i>	18 Di	18 Fr	18 Mo	18 Mi	18 Sa	18 Mo
19 Do	19 So	19 So	19 Mi <i>Chaf I DS</i>	19 Mo <i>BE 1</i>	19 Do <i>SPC-Kongress</i>	19 Mi	19 Sa	19 Di	19 Do	19 So	19 Di
20 Fr	20 Mo <i>Feiertag</i>	20 Mo <i>Chaf I DS</i>	20 Do	20 Sa	20 Di	20 Fr	20 So	20 Mi	20 Fr	20 Mo	20 Mi
21 Sa	21 Di	21 Di	21 Fr <i>Chaf I</i>	21 So	21 Mi	21 Fr	21 Mo	21 Do	21 Sa	21 Di	21 Do
22 So	22 Mi <i>Feiertag</i>	22 Mi	22 Sa	22 Mo	22 Do <i>BE 1</i>	22 Sa	22 Di	22 Fr	22 So <i>Führung I BE 1 OR</i>	22 Mi <i>Chaf I BR 1</i>	22 Fr
23 Mo	23 Do	23 Do	23 So <i>Führung II Telefon</i>	23 Di <i>BE 1</i>	23 Fr	23 So	23 Mi	23 Do	23 Mo <i>Führung I BE 1 OR</i>	23 Do <i>Chaf I BR 1</i>	23 Sa
24 Di	24 Fr	24 Fr	24 Mo <i>Führung II Telefon</i>	24 Mi <i>BE 1</i>	24 Do	24 Mo	24 Do	24 So	24 Di <i>Chaf I BE 1</i>	24 Fr	24 So <i>Feiertag</i>
25 Mi	25 Sa	25 Sa	25 Di	25 Do	25 So	25 Di	25 Fr	25 Mo	25 Mi <i>Chaf I BE 1</i>	25 Sa	25 Mo <i>Feiertag</i>
26 Do	26 So	26 So	26 Mi <i>BE 1</i>	26 Fr	26 Mo	26 Mi	26 Do	26 Di	26 Do <i>Chaf I</i>	26 So <i>Feiertag</i>	26 Di
27 Fr	27 Mo	27 Mo	27 Do <i>BE 1</i>	27 Sa	27 Di	27 Do	27 So	27 Mi	27 Fr	27 Mo	27 Mi
28 Sa	28 Di	28 Di	28 Fr <i>Feiertag</i>	28 So	28 Mi <i>Feiertag</i>	28 Mo	28 Do	28 Mi	28 Sa	28 Di	28 Do
29 So	29 Mi	29 Mi	29 Sa	29 Mo <i>Feiertag</i>	29 Do	29 Sa	29 Di	29 Fr	29 So	29 Mi	29 Fr
30 Mo	30 Do	30 Do	30 So	30 Di	30 Fr	30 So	30 Mi	30 Do	30 Mo	30 Do	30 Sa
31 Di	31 Fr	31 Fr	31 Mi	31 Do	31 Mi	31 Do					

Unsere Seminare:

Chaf I: Chafseminar I
Chaf II: Chafseminar II
Führung I: Führungseminar I
Führung II: Führungseminar II

BE 1: Beratung & Kommunikation I
BE 2: Beratung & Kommunikation II
DS: Durchstarter
OR: Organisation & Reception

Telefon: Sicher am Telefon
Shuttle

TF: Telefonate
LF: Leuchtfahrer

T.J.M.: Team in motion
SPC-KONGRESS: Schaeffer & Partner Consulting Kongress
A.R.Y.K.C.S. NRW: Österreich, Bayern, Schweiz, Nordrhein-Westfalen

© ist Götter & die Hochschule 11 • 91817 Oberhofen • D
Tel. +49 (0) 9845 989 100 • Fax +49 (0) 9845 989 222
info@schaeffer-academy.com • schaeffer-academy.com



BRIEF AN PAUL



SCHAEFER GRAPHICS

Schaefer Graphics & Solutions GmbH | An der Hochstraße 15 | 91617 Oberdachstetten | D

Paul Hintermann
Letze Straße 45
76534 Schenkenhausen

Hallo Paul,
wir haben im letzten EinBlick von Dir gelesen, dass Du Deine Weihnachtsgeschenke immer erst kurz vor knapp kaufst. Wie Dir die Schaefer Consulting ja schon mitteilte, ist Weihnachten die emotionalste Zeit im Jahr und sicherlich willst auch Du Deinen Kunden Freude schenken und zugleich Deinen Umsatz steigern. **Wenn Du noch was reißen willst, solltest Du jetzt in die Puschen kommen.**

Wie?

Dazu hast Du die Wahl zwischen zwei besonderen Anschreiben. Schreibe Deine Stammkunden mit einem weihnachtlichen Gruß an und lege zwei Gutscheine zum Weiterschicken bei, oder Du schreibst Deine ausgebliebenen Kunden mit einem Brief an, der gleichzeitig einen Preisvorteil für deren nächsten Besuch beinhaltet.

Also Paul, wähle noch jetzt Dein persönliches Anschreiben aus und verschenke Freude mit Erfolg für Dich!

KONTAKTIERE
UNS GERNE!
WIR FREUEN UNS
AUF DEINEN ANRUF!
09843/ 989-260



	Schaefer Graphics & Solutions GmbH	An der Hochstraße 15 91617 Oberdachstetten D	Tele +49 (0) 9845 / 989-220 Fax +49 (0) 9845 / 989-222	info@schaefer-graphics.com schaefer-graphics.com
Geschäftsführer: Klaus Schaefer, Stefan Dax	Steuernummer: 203/118/80358 USt-IDNr: DE811162620	HRB: 2557 Reg.-Gericht Ansbach schaefer-graphics.com/agb	Commerzbank Nürnberg BIC: COBADE33XXX IBAN: DE44 7604 0061 0103 2648 00	

Hätte, hätte, Fahrradkette.

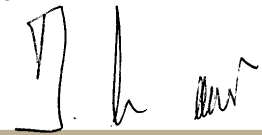
Ja, wenn Starkoch Alfons Schuhbeck seinerzeit schon eine EDV mit **TSE**, also mit der **Technischen Sicherheits-Einrichtung** in seinen Geschäften gehabt hätte, wäre **alles** anders gekommen. Stattdessen hatte er einen **selbsternannten** EDV-Spezialisten, der, in **voller** Kenntnis einer **planmäßig** organisierten Steuerhinterziehung, ihm die Möglichkeit einer Manipulation seiner Kassen **eingerrichtet** hatte. Wenn Gäste zu Schuhbeck in seine Südtiroler Stuben oder in das daneben liegende Orlando gehen, möchten sie natürlich auch eine Rechnung haben. Die wird dann in nicht wenigen Fällen als Trophäe und Beweis verwendet und bei passenden Gelegenheiten **vorgezeigt**. Da eine solche Rechnung nur über einen Kassenvorgang zu erstellen ist, sind die Umsätze **zwangsläufig** verbucht.

Dass es dann immer wieder zu einer Herausnahme von Umsätzen, steuerlich gesehen handelt es sich um sogenannte „**Umsatzverkürzungen**“, kam, war allen Beteiligten bekannt, **auch** den Finanzämtern. Nicht umsonst ist daher vom Bundesministerium für Finanzen „BMF“ die Einführung einer Technischen Sicherheits-Einrichtung „TSE“ zwingend verlangt worden, allerdings erst im Jahr 2019. Als letzter Einführungs-termin wurde der 30.09.2020 gesetzt, dem allerdings corona-bedingt eine Fristverlängerung bis 31.03.2021 gewährt wurde, für die Gastronomie sogar bis 31.12.2022.

Diese TSE soll Manipulationen **verhindern**, wie sie in Schuhbecks Zeiten noch **möglich** waren. Dieses System muss u.a. eine lückenlose Aufzeichnung **aller** Rechnungsnummern ausweisen können, außerdem muss für jede Änderung oder Stornierung ein **Begründungsprotokoll** hinterlegt sein. Damit wird natürlich **jeder** Form von Manipulation ein Riegel vorge-schoben. Wenn Ihr mit unserem Victory-System mit aufgeschalteter TSE arbeitet, wisst Ihr **wovon** ich spreche.

Leider hatte sich der Ingwer-Starkoch Schuhbeck von einem **unverantwortlich** handelnden EDV-Experten eine „Schuhbeck-Software“ basteln lassen, also eine „Ingwer-Software“, welche sich nunmehr als ziemlich ungesund herausgestellt hat. Glaubt man der Presse, wird er wohl in einer Zelle ausreichend Zeit zum Nachdenken bekommen.

Herzlichst
Bernd Werner



SEMINARTERMINE 2023 D/A/CH

CHEFSEMINAR I:

19.–21.03. in Dinkelsbühl
24.–26.09. in Dinkelsbühl
15.–17.10. in Salzburg/A

CHEFSEMINAR II:

05.–06.11. in Oberdachstetten

FÜHRUNGSSEMINAR I:

05.–06.03. in Dinkelsbühl
25.–26.06. in Eich/CH
22.–23.10. in Dinkelsbühl

FÜHRUNGSSEMINAR II:

23.–24.04. in Dinkelsbühl

DURCHSTARTER:

19.–20.03. in Oberdachstetten
08.–09.10. in Oberdachstetten

BERATUNG & KOMMUNIKATION I:

05.–06.02. in Oberdachstetten
26.–27.03. in Siegburg
17.–18.04. in Oberdachstetten
07.–08.05. in Eich/CH
22.–23.05. in Oberdachstetten
24.–25.09. in Oberdachstetten
15.–16.10. in Siegburg
05.–06.11. in Eich/CH
12.–13.11. in Oberdachstetten

BERATUNG & KOMMUNIKATION II:

07.–08.05. in Oberdachstetten
10.–11.09. in Eich/CH
22.–23.10. in Siegburg

ORGANISATION & REZEPTION:

05.–06.03. in Oberdachstetten
22.–23.10. in Oberdachstetten

SICHER AM TELEFON:

24.04. online
30.10. online

SHIATSU:

13.03. in Oberdachstetten
16.10. in Oberdachstetten

TALENTFINDER:

12.–13.03. in Dinkelsbühl
15.–16.10. in Dinkelsbühl

LEICHTFÜSSER:

12.–13.11. in Dinkelsbühl

EVENTS:

KONGRESS 2023

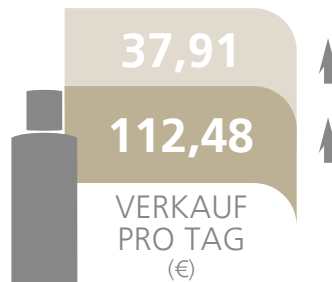
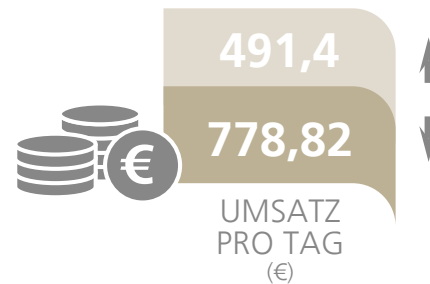
18./19.06. im Meiser Design Hotel
in Dinkelsbühl/D

T.I.M. 2023

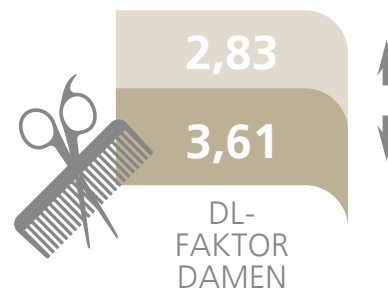
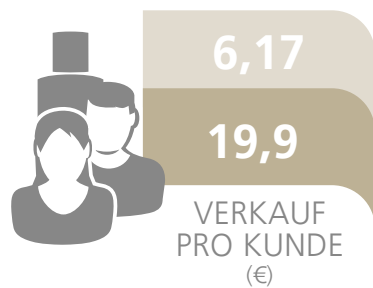
10.09. im Meiser Design Hotel
in Dinkelsbühl/D

ZAHLEN IM EINBLICK

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 2022.



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: © queen21 / Adobe Stock

S. 9: © juanjo / Adobe Stock

S. 11: © Matias / Adobe Stock

S. 14: © PhotoSG / Adobe Stock

S. 17: © Natika / Adobe Stock

S. 18: © Comauthor / Adobe Stock