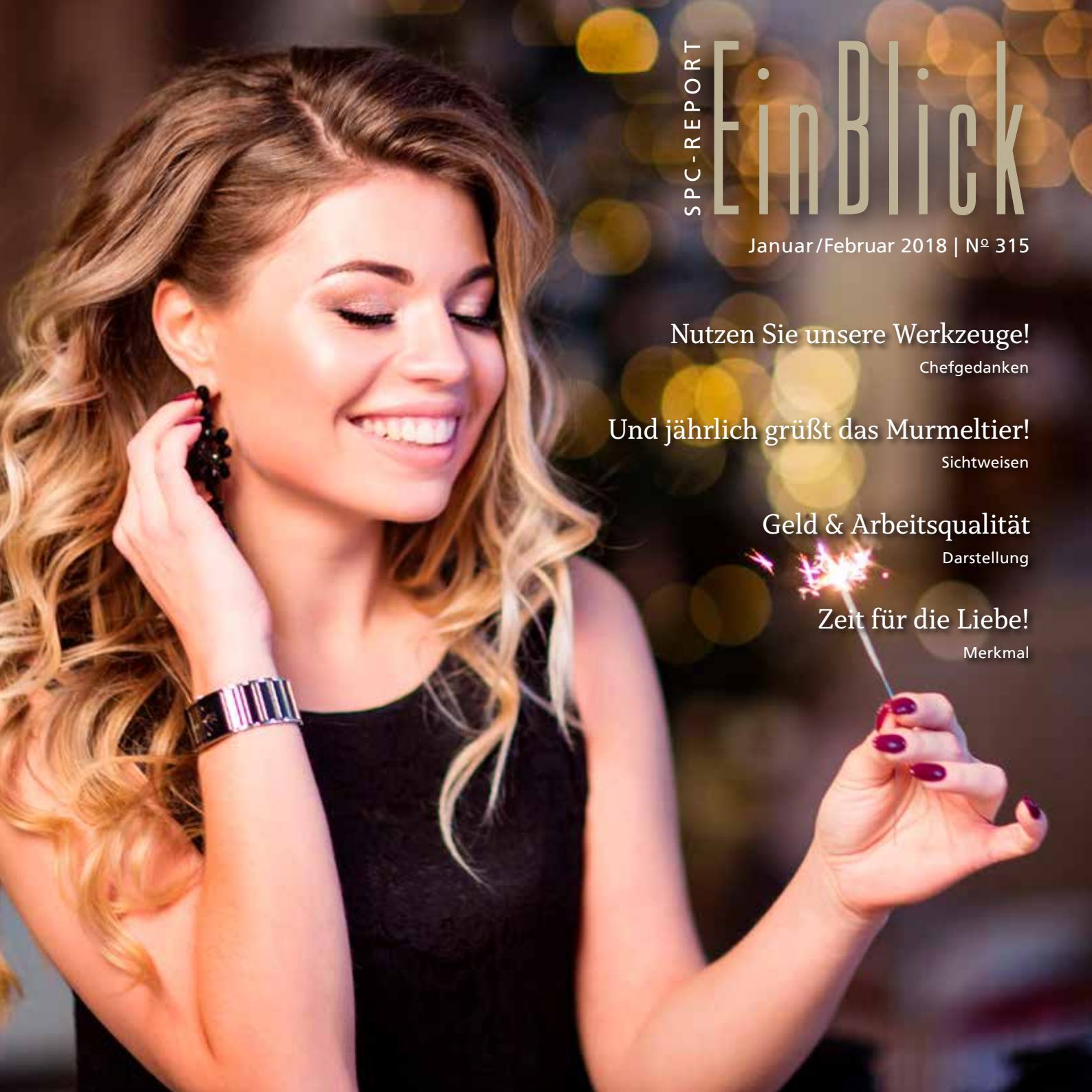


SPC-REPORT

EinBlick

Januar/Februar 2018 | № 315

Nutzen Sie unsere Werkzeuge!
Chefgedanken

Und jährlich grüßt das Murmeltier!
Sichtweisen

Geld & Arbeitsqualität
Darstellung

Zeit für die Liebe!
Merkmal

Nutzen Sie unsere Werkzeuge!

Wie fit bin ich wirklich? Wenn es um mich und meinen Körper geht, kann ich vom eigenen Empfinden schon sagen, ob ich mich wohlfühle; aber **wie fit und gesund mein Körper ist**, kann ich nicht wirklich beurteilen. Je älter man wird, desto bewusster wird einem, welche Bedeutung das „Kapital" Körper wirklich hat. Demnach ist es sinnvoll, regelmäßig den Arzt zu konsultieren und sich untersuchen zu lassen. Hier wird Blut entnommen und Untersuchungen durchgeführt.

Damit der Arzt meine **Werte einordnen kann**, bedient er sich vieler Referenzwerte, die ihm zur Verfügung stehen. Wo sollte sich der Blutdruck bewegen, wie sind die Zuckerwerte, wie steht es um Niere und Leber, und, und, und. Erst die Kenntnis der **Referenzwerte** ermöglicht ihm, meinen **Zustand** genau zu **analysieren und eine entsprechende Diagnose** abgeben zu können.

Nichts anderes ist es mit Ihrem Unternehmen. Ihnen **als Mandant** der Schaefer & Partner Consulting stehen exklusiv **viele Referenzwerte zur Verfügung**, wenn Sie nur damit arbeiten. Es gibt unzählige Friseur-Unternehmen in der Branche, die gerne wüssten, wo sie die Leistung und den Zustand ihres Unternehmens einordnen können. Doch sie haben außer ein paar oberflächliche Vergleichswerte, die in der einschlägigen Presse veröffentlicht werden, nichts zur Verfügung, um sich selbst einstufen zu können.

Sie haben diese exklusiven Möglichkeiten **jeden Monat**. Diese wurden durch unsere **Einführung des Friseur-Informations-Systems** noch erheblich **verfeinert und verbessert**. Hier haben wir in 2017 Erhebliches investiert, damit Sie sich noch besser und schneller über Ihre Kunden und Ihre Mitarbeiter informieren können und Ihre Mitarbeiter-Führung, Ihre Kunden-Betreuung und Ihr Marketing noch weiter zu optimieren.

Allerdings zeigen uns die bisherigen Erfahrungswerte, dass auf **diese Möglichkeiten nur ein Bruchteil der Mandanten zugreifen**. Mit den digitalisierten Typ-Checks können Sie jederzeit erfahren, was sich die Kunden Ihres Salons wünschen, mit welchen Ansprüchen sie in Ihren Salon kommen, welche Zeiten sie bevorzugen, wodurch sie den Weg zu Ihnen finden, was derzeit Ihre effizienteste Werbung ist, und, und, und...

Und das alles **auf Knopfdruck**. Es steht Ihnen **jederzeit** und **ohne finanziellen Mehraufwand** zur Verfügung. Ich kann einfach nicht nachvollziehen, warum dies bis dato noch so wenige nutzen. Dies kommt einer **unternehmerischen Unterlassungssünde** gleich.

Auch wenn Sie zukünftig eine Kunden- oder Mitarbeiterbefragung durchführen, müssen die Befragten **keine lästigen Papierbogen** mehr ausfüllen, sondern werden durch das Menü geführt. Auch hier haben Sie **sofort Ihre Auswertungen** im Netz zur Verfügung und können die Meinung und die Beurteilung Ihrer Kunden sofort einsehen.

Auch sollte das FIS Sie daran erinnern, regelmäßig mit einem 22-Punkte-Protokoll zu arbeiten, um Ihre Mitarbeiterführung im Bereich Motive der Mitarbeiter nicht zu vernachlässigen. All dies steht Ihnen **365 Tage im Jahr zur Verfügung**.

Zudem erhalten Sie von uns monatlich die **aktuellsten Benchmarkwerte** über unseren Betriebsvergleich. Arbeiten Sie damit? Auch dies steht sonst keinem Friseur-Unternehmer außerhalb des Mandats zur Verfügung. Wie dürfen Sie Ihre **Leistungszahlen** einordnen? Wo bewegen Sie sich mit Ihrer **Beratungsleistung** bei den Dienstleistungen? Wie gut sind Ihre **Verkaufswerte**? Wie gut sind Sie **ausgelastet**? Wo bewegen sich die **Spitzenreiter** der Branche? Was ist mit einem Salon überhaupt **möglich**? Darüber gibt Ihnen jeden Monat **Ihr Betriebsvergleich** Aufschluss.

Viele Friseur-Unternehmer in der Branche interessieren sich oft erst dann für diese Werte, wenn das Unternehmen **in einer Krise steckt**. Genauso wie viele Menschen sich erst dann ernsthaft um ihren Körper Sorgen machen, wenn sie schon erkrankt sind und es dann manchmal sogar schon zu spät ist.

Als Mandant der Schaefer & Partner Consulting müssen Sie es niemals soweit kommen lassen. Sie haben alle **Analyse-Möglichkeiten**, genießen durch Ihre Berater und vor allem auch durch das Assistenten-Team, das Ihnen fünf Tage pro Woche rund um die Uhr zur Verfügung steht, eine **erstklassige Betreuung** und können immer positiv ausgerichtet aktiv **an Ihrer Zukunft arbeiten**.

Wenn Sie Ihre Möglichkeiten nur auch nutzen! Verfallen Sie nicht in den **Fehler**, als Unternehmer **nahezu 100 %** Ihrer Arbeitszeit nur **für Ihre Kunden am Stuhl zu nutzen**. Als Unternehmer benötigen Sie auch **Zeit für Analyse, Konzeption und Führung**.

Wenn Sie noch konkretere **Fragen zum Friseur-Informations-System** haben, wenden Sie sich bitte direkt an **Stefanie Schäfer**, die sich auf dieses Projekt spezialisiert hat.

Ich wünsche Ihnen ein erfolgreiches 2018!

Ihr Klaus Schaefer
Schaefer & Partner Consulting

Und jährlich grüßt das Murmeltier!

Das Jahr 2018 hat begonnen und schenkt man **diversen Friseurforen oder Facebook-Gruppen** Glauben, bringt es auch die üblichen Problemchen mit sich. In den letzten Tagen waren hier häufig Beiträge zu **folgenden Themen** zu lesen:

- Kunden, die einfach nicht zum Termin erscheinen
- Leerlauf
- keine vereinbarten Termine
- Däumchen drehen

Dieses **Phänomen zum Jahresbeginn** besteht nicht erst seit 2018, sondern stellt viele Friseurunternehmer Jahr für Jahr vor eine Herausforderung. Verwunderlich ist allerdings die Tatsache, dass es **jedes Jahr** so ist, viele sich aber immer wieder aufs Neue **überrascht fühlen, anstatt schon vorher zu handeln** und den Januar für sich zu einem guten Monat zu machen.

Damit Sie 2019 nicht wieder vom Jahresbeginn überrascht werden, **hier einige Tipps** zu den oben genannten Punkten:

KUNDEN, DIE EINFACH NICHT ZUM TERMIN ERSCHEINEN

Wenn Sie wissen, dass dies zum Jahresbeginn vermehrt bei Ihnen vorkommt, sollten Sie sich **jetzt schon die Frage stellen**, wie Sie dies in Zukunft vermeiden bzw. vermindern können. Hierzu bietet unter anderem die moderne Technik viele Möglichkeiten.

Beispiel: Terminerinnerung per SMS! Ein **super Kundenservice**. Sogar mein Zahnarzt schickte mir vor wenigen Wochen am Tag vor meinem Termin eine **SMS mit einer Terminerinnerung**. Ich dachte nur „Super - zum Glück hat er mir die geschickt.", denn wenn ich ehrlich bin, hatte ich den **Termin nicht 100 % im Speicher**.

Im **Idealfall verfügt Ihr Kassensystem über eine solche Funktion** und übernimmt diese Aufgabe für Sie. Bei unserem System „SPC.VICTORY" ist dies schon seit Jahren ein **erfolgreicher Baustein**! Aber auch Kommunikationssysteme wie z.B. WhatsApp bieten Ihnen die Möglichkeit, **schnell** mit Kunden in **Kontakt** zu treten. Und da, wie in den Beiträgen geschrieben, sowieso viel Leerlauf besteht, bleibt bestimmt Zeit für die ein oder andere Kundennachricht.

Zusätzlich können Sie die **Termintreue** auch mit einem Aufsteller an der Rezeption unterstützen: **Bitte vergessen Sie nicht Ihren nächsten Termin!**

SMS Text Zahnarzt: Sehr geehrter Herr Greiner-Schwed, bitte nicht vergessen: Terminerinnerung für 23.11.2017 um 8:15 Uhr Gemeinschaftspraxis Dr. XX

LEERLAUF – KEINE VEREINBARTEN TERMINE – DÄUMCHEN DREHEN

Da wir uns schon mitten im Januar befinden, muss ich Ihnen leider sagen, dass **dieser Zug jetzt bereits abgefahren** ist. Die Chance, die sich Ihnen bietet, den Januar und auch den Februar zu **guten Monaten** zu machen, haben Sie von **Ende November bis Ende Dezember**.

In dieser Zeit besucht Sie der **Großteil Ihrer Stammkunden** und hier gilt es, ganz gezielt das **Thema Nachtermine** anzusprechen. Im Idealfall unterstützen Sie dies, indem Sie Ihren Kunden **Dienstleistungsgutscheine für Januar und Februar** als Weihnachtsgeschenk zukommen lassen – je einen für Januar und Februar. Sie selbst können entscheiden, ob Sie hier einen **bestimmten Euro-Betrag oder eine Dienstleistung**, die Sie eventuell sowieso im Salon forcieren möchten, wie z. B. Augenservice oder Silikonabzug anbieten.

Diese Gutscheine lassen sich wunderbar an einem **Weihnachtsbaum aufhängen** und jeder Kunde kann so sein Weihnachtsgeschenk **abpflücken**. Somit haben Sie noch einen tollen haptischen Effekt für Ihre Kunden. Das wichtigste ist allerdings nicht das reine schenken, sondern, dass die Kunden dann auch gezielt auf die **Einlösung des Gutscheins angesprochen** werden.

Beispiel: „Frau Müller, Sie haben jetzt einen Gutschein für Januar und Februar. Möchten Sie den **Januar-Gutschein nutzen**? Wenn ja, dann lassen Sie uns gleich einen **Termin vereinbaren**, denn diese Termine sind **sehr gefragt** und der Januar-Gutschein gilt nur im Januar!"

Kommt die Kundin dann zum **Januar-Termin** (nachdem Sie auch per SMS daran erinnert wurde), darf nicht vergessen werden, dass die Kundin noch einen Gutschein für **Februar** besitzt.

Gelingt es Ihnen hier Nachtermine zu vereinbaren, werden auch der Januar und Februar für Sie zu **keiner Herausforderung mehr**.

In diesem Sinne – Schluss mit Leerlauf!

Herzlichst Ihr Frank Greiner-Schwed

Schaefer & Partner Consulting

Rechenbeispiel 500 Stammkunden: Sie schaffen es, 50 % Ihrer Kunden durch gezieltes Nachtermin-Management im Januar und Februar einmal mehr bei Ihnen im Salon zu begrüßen als üblich, sprechen wir hier von 250 Kundenbesuchen.

Bei einem Umsatz pro Kunde von 60 € im Durchschnitt ergibt dies einen Gesamtumsatz von 15.000 € (abzüglich 2.500 € Gutscheinbetrag) sowie eine Mehrauslastung von 250 Terminen!

Geld & Arbeitsqualität

Eine Rückzahlung hatten uns die Stadtwerke angekündigt, erfreulich – besonders vor Weihnachten. Aber nach Wochen fragten wir uns, wo bleibt das Geld? Bei **Nachzahlungen** geht es jedenfalls **schneller**, dachten wir und griffen zum Hörer.

„Das Geld ist zu uns zurückgekommen.", erklärte die Sachbearbeiterin am anderen Ende der Leitung. Der Fehler fand sich schnell. Der Betrag war auf ein Konto überwiesen worden, welches seit über zehn Jahren **nicht mehr existent** ist. „Nun ja, Fehler passieren.", so die Entschuldigung. „Zudem wurden Sie schon vor zehn Tagen schriftlich benachrichtigt."

Das wiederum ist ein ganz anderes Thema; schließlich hatten wir über eine Woche hinweg **keine Post** mehr bekommen. Unser Zusteller hat sich in der Vorweihnachtszeit in den Urlaub verabschiedet. Die **Aushilfen** waren sichtlich **überfordert**; die Post für einen Abschnitt unserer Straße blieb liegen. Die Nachfrage bei der Beschwerdestelle der Post kostete **pro Minute 1,60 €**; allein das ist schon ein Witz. Lakonisch auch die Antwort: Da könne man nichts machen. Wir geben die Beschwerde weiter…

Eine ähnliche Antwort bekam ich vom **Störungsdienst der Stadtwerke** als bei uns zu Hause das **vierte Mal** hintereinander der Strom für mehrere Stunden weg blieb. Ärgerlich, arbeite ich doch auch als Fachjournalist und bin **auf Internet und PC angewiesen**. Ebenso meine Nachbarn; allesamt Geschäftsleute, die ihren Betrieb einstellen mussten. „Höhere Gewalt!", so die Entschuldigung, die ich eher als Ausrede sehe. Hochwasser, Blitzschlag oder Feuer mögen höhere Gewalt sein, nicht aber **mangels Wartung** verrotteter Leitungen.

Also widme ich mich dem **Weihnachtseinkauf**. Im Kaufhaus suchend brauche ich Rat und werfe den drei herumstehenden Verkäuferinnen **hilfesuchende Blicke** zu. Ergebnislos; die Damen sind offensichtlich der Meinung, ihren **Lohn allein** schon **durch Anwesenheit** zu verdienen. Das ärgert mich, denn ich bin Kunde und letztlich bringe ich das Geld ins Geschäft, von welchem die Mitarbeiter dann bezahlt werden können.

Eine Tatsache, die leider Gottes zu oft übersehen wird. Auch die Löhne bei den Stadtwerken oder bei der Post werden von Kunden – sprich somit auch von mir – finanziert. Als ich die **mangelnde Zustellung der Post öffentlich im Netz kritisierte**, bekam ich zu hören: Für einen Appel und ein Ei arbeitet heute niemand mehr!

Nun, nicht Jeder kann in seinem Job ein Traumgehalt verdienen. Immer schon hat es **besser und schlechter bezahlte Berufe** gegeben. Davon abgesehen: Briefzusteller (ein angelernter Job) verdienen so ziemlich den gleichen Stundenlohn wie eine Friseurmeisterin! Es ist an dieser Stelle müßig über faire Löhne zu diskutieren, aber trotzdem ist es **Pflicht eines jeden Arbeitnehmers**, vernünftig zu arbeiten und 100 % Leistung zu bringen. Das was unsere Väter noch praktizierten, scheint aus der Mode gekommen.

Die **Arbeitsqualität** in unserem Land ärgert mich immer wieder. Auch im Friseurhandwerk, wo inzwischen deutlich mehr als die Hälfte der **Lehrabgänger** mit Note 4 und schlechter abschneiden. In Salons der unteren Preiskategorie **schnibbeln** sie dann **lieblos Haare**, **meckern über schlechte Bezahlung**.

Manchen Kunden reicht das. Sie freuen sich über **50 % Preisersparnis** und merken überhaupt nicht, dass sie auch **nur 50%ige Qualität** bekommen haben. Nicht nur im Friseurhandwerk.

Wer faire Preise zahlt, hat aber 100 % Gegenleistung verdient!

Immer wieder weise ich auch unser Team darauf hin. Eigentlich unnötig, denn ich weiß wie **kundenorientiert und liebevoll** sie arbeiten. Aber das „darüber reden" liegt mir am Herzen, das ist unglaublich wichtig! Arbeiten, Hintergründe und Tätigkeiten mit Worten zu begleiten, das bedeutet auch, den Kunden mitzunehmen. So werden **Unterschiede in Sachen Qualität** deutlich; wie oft hören wir Sätze wie „Das hat mir meine frühere Friseurin nie erklärt!".

DAS ist gelebte Fachkompetenz; SO wird man zur Marke. Wichtig ist, dass **alle Mitarbeiter mitziehen**. Wiederum stellt sich die Frage der vorhandenen **Fachkompetenz** (an der man arbeiten kann) und dem Willen zur Leistung – in diesem Fall gelebter **Arbeitsqualität**.

Nachfolgende **Tabelle** zeigt die Noten einer **Friseur-Gesellenprüfung im Rheinland 2017**. Ein Endergebnis, bei welchem **87,5 %** der Prüflinge den praktischen Teil mit Note 4 und schlechter bestehen, ist meiner Meinung nach indiskutabel.

Junge Menschen zu **fördern**, sie trotz „anderer Denke" **mitzunehmen** und **einzubinden**, auch das gehört zum Konzept des fairen Salons, genau wie eine gelebte Arbeitsqualität.

Herzlichst
Ihr René Krombholz

Der faire Salon, Friseur News, Figaro Düsseldorf

PRÜFUNGSERGEBNISSE GESELLENPRÜFUNG

	Friseurtechniken 64 TN		Betriebsorganisation 64 TN		Wirtschaft- und Sozialkunde 64 TN		Friseur- und Kosmetikdienstleistungen Praxis 54 TN	
Note 1	0 Prüflinge	0,0 %	5 Prüflinge	7,8 %	0 Prüflinge	1,1 %	0 Prüflinge	0,0 %
Note 2	5 Prüflinge	7,8 %	7 Prüflinge	10,9 %	5 Prüflinge	7,8 %	3 Prüflinge	5,6 %
Note 3	3 Prüflinge	4,7 %	17 Prüflinge	26,6 %	6 Prüflinge	9,4 %	38 Prüflinge	70,4 %
Note 4	27 Prüflinge	37,5 %	22 Prüflinge	34,4 %	22 Prüflinge	34,4 %	9 Prüflinge	16,7 %
Note 5	19 Prüflinge	29,7 %	7 Prüflinge	10,9 %	21 Prüflinge	32,8 %	1 Prüflinge	1,9 %
Note 6	13 Prüflinge	20,3 %	6 Prüflinge	9,4 %	10 Prüflinge	15,6 %	3 Prüflinge	5,6 %

DIAMANT die vollständige Styling-Linie für einen glanzvollen Auftritt

NEU!
Volumen-Ansatzspray

Der Diamant ist der erhabenste aller Edelsteine. Seine einzigartige, magische Ausstrahlung wird hoch geschätzt. Er verkörpert Vollkommenheit, Reinheit und Unverwundbarkeit. Der Diamant ist das Symbol für Licht und Leben und steht für ewige Beständigkeit.

Das Spray schenkt dem Haar Volumen vom Ansatz an und schützt es vor Hitzeeinwirkung und Austrocknung.

Feines Haar erhält zusätzlich Kraft und Volumen.

www.miee.de

Zeit für die Liebe!

Weihnachten ist vorbei und schon steht das nächste Event vor der Tür: **Der Valentinstag!** Doch warum wird dieser Tag gefeiert? Hier eine kleine **Geschichtsstunde**:

Valentin von Rom soll als Priester Paare **trotz des Verbots** durch Kaiser Claudius II. nach kirchlichem Ritus getraut haben. Dabei soll er den Paaren auch **Blumen aus seinem Garten** geschenkt haben. Die Ehen, die von ihm geschlossen wurden, standen der Überlieferung nach unter einem guten Stern. Auf Befehl des Kaisers Claudius II. wurde er am **14. Februar 269** wegen seines christlichen Glaubens enthauptet.

Im **15. Jahrhundert** wurden in England Valentinspaare gebildet, die sich kleine Geschenke oder Gedichte schickten. Die Paare bildeten sich **durch Losen** am Vorabend oder durch den **ersten Kontakt** am Valentinstag.

Englische Auswanderer nahmen den Valentinsbrauch mit in die **Vereinigten Staaten**, und er kam so durch US-Soldaten nach dem Zweiten Weltkrieg in den **westlichen Teil Deutschlands**; 1950 veranstaltete man in Nürnberg den ersten „Valentinsball". Allgemein bekannt wurde der Valentinstag durch die vor dem 14. Februar **verstärkt einsetzende Werbung** der Floristen und der Süßwarenindustrie.

Tragen auch Sie an diesem Tag ein bisschen zum **Glücklichsein** Ihrer Kunden bei. Wir unterstützen Sie, Ihren Kunden ein Lächeln ins Gesicht zu zaubern. Dabei sind Ihnen keine kreativen Grenzen gesetzt. Unsere Valentins-Aktion anbei ist vielseitg einsetzbar!

Mangelt es Ihnen an **Neukunden**? – Geben Sie Ihren Kunden einen Gutschein zum weiterverschenken mit! Möchten Sie Ihren **Stammkunden** eine Freude bereiten? – Schenken Sie Ihren Kunden einen persönlichen Gruß oder einen Gutschein für den nächsten Besuch! **Ausgebliebene Kunden**? – Schicken Sie ihnen ein Anschreiben mit herzlichen Grüßen!

Bestellen Sie noch heute! Für Fragen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.

Herzlichst
Ihre Theresa Weißer, Katrin Cervizzi & Kirsten Voss
Schaefer Graphics & Solutions

Tel. +49 (0) 9845 / 989 220
kontakt@schaefer-graphics.com

„We are not alone!"

Am **20. November 2017** war es einmal wieder soweit: Schaefer & Partner Consulting konnte **Franc Braun** für einen Tag voller **Tipps, Motivation und Begeisterung gewinnen**. Als einer der Top-Friseure Deutschlands sprach er an diesem Tag offen und ehrlich über Missstände und Fehler, die jedem der Teilnehmer mal mehr, mal weniger bekannt vorkamen. **Resultat: „Gleiche Problematik! We are not alone!"**

Welche Faktoren beeinflussen das **Wohlbefinden Ihrer Mitarbeiter** am Arbeitsplatz? Die Faktoren auf den vorderen Plätzen müssen von **Führungskräften** möglichst genau gekannt werden, um wiederum eine hohe **Mitarbeiterzufriedenheit** zu generieren. Denn diese beeinflusst wiederum maßgeblich die Zufriedenheit der Kunden. Doch wie sieht das in der Praxis aus? **Franc Braun plauderte aus dem Nähkästchen**, wie er es beispielsweise schaffte, miesepetrige Gesichter am Samstagmorgen, die

WIE MACHEN AUCH MEINE MITARBEITER IM DURCHSCHNITT 120.000 € UMSATZ IM JAHR?

Ein wichtiges **Basistool** zur Beantwortung dieser Frage bietet das von Franc Braun empfohlene **Kassensystem SPE.Victory** der Schaefer & Partner Electronics. Hieraus können nicht nur die **Umsatzstatistiken** nach Mitarbeitern herausgezogen werden, sondern ebenso **Kundenverluste** sowie **Neukundengewinne** oder **Auswertungen** nach Wochentagen oder Uhrzeit. Des Weiteren beinhaltet SPE.Victory ein umfassendes **Dienstleistungscenter**, von welchem automatisch Geburtstagskarten oder Altkundenanschreiben an die Kunden versendet werden. Ach ja: Kassiert werden kann mit dem intelligenten Kassensystem übrigens auch!

sich übrigens den ganzen Samstag über hindurchzogen, in strahlende und gut gelaunte Mitarbeiter zu verwandeln. Jeden Samstag wird im Salon von Franc Braun ein Frühstück veranstaltet, bei dem sich seine Mitarbeiter für den Tag stärken können.

Alle Teilnehmer konnten an diesem Tag mit **viel Motivation und neuen Ideen im Gepäck die Heimreise antreten**. Jetzt heißt es für sie: Machen, machen, machen! Schaefer & Partner Consulting wünscht hierbei viel Erfolg.

Herzlichst
Ihre Nina Philipeit
Schaefer & Partner Consulting

Änderung von Arbeitszeiten

Infolge eines konkreten Anlasses hatte sich die grundsätzliche Frage gestellt, wie behandelt der Arbeitgeber an ihn gestellte **Wünsche** auf **Abänderung der bisherigen Arbeitszeiten**. Zur Beantwortung dieses Themas hatten wir unsere Vertragskanzlei hinzugezogen und ich darf Ihnen auszugsweise deren **Stellungnahme** erläutern:

Kehrt eine Mitarbeiterin **nach ihrer Schwangerschaft zurück**, so gelten auch hier die vertraglich **vereinbarten bzw.** die **gesetzlichen** Kündigungsfristen. Das sind in aller Regel die vereinbarten Fristen im Arbeitsvertrag; besteht kein Arbeitsvertrag und auch kein Tarifvertrag, so gelten die Fristen nach **§ 622 BGG**. Nicht selten möchte aber die Mitarbeiterin nach ihrer Schwangerschaft entweder eine **kürzere** Arbeitszeit oder aber auch eine **andere Verteilung** ihrer Arbeitsstunden. Jetzt beginnt die Problematik.

Grundsätzlich hat der Arbeitgeber gem. **§ 6 TzBfG** den Arbeitnehmern Teilzeit zu ermöglichen. Ein Arbeitnehmer, dessen Arbeitsverhältnis **länger als sechs Monate** bestanden hat, kann verlangen, dass seine Arbeitszeit verringert wird. Der Arbeitnehmer muss die Verringerung seiner Arbeitszeit und den Umfang der Verringerung **spätestens drei Monate vor** deren Beginn geltend machen. Er soll dabei die gewünschte Verteilung der Arbeitsstunden angeben.

Der Arbeitgeber hat dann mit dem Arbeitnehmer die neue Arbeitszeit zu erörtern. Er hat mit dem Arbeitnehmer ein Einvernehmen über die festzulegende Verteilung zu erzielen. Der **Arbeitgeber** hat einer **Verringerung** der Arbeitszeit **zuzustimmen**, sobald betriebliche Gründe nicht entgegenstehen.

Ein **betrieblicher Grund** kann vorliegen, wenn die Verringerung die **Organisation**, den **Arbeitsablauf** oder die **Sicherheit** im Betrieb wesentlich beeinträchtigt.

In der Regel entstehen die Schwierigkeiten im Salon dadurch, dass **Arbeitszeiten gewünscht** werden, die den bekannten **Auslastungs- und Kundenfrequenzzeiten** entgegenstehen. Hier wirken sich die Zeiten der Kinderkrippen oder der Kitas unmittelbar aus. Nicht selten stoßen hier gegenseitige Interessen aufeinander.

Die Entscheidung über eine Verringerung der Arbeitszeit und ihre Verteilung hat der Arbeitgeber dem Arbeitnehmer **spätestens einen Monat vor** dem gewünschten Beginn der Verringerung schriftlich **mitzuteilen**. **ACHTUNG:** Konnte keine Einigung zwischen den Parteien erzielt werden oder hat der Arbeitgeber den gestellten Antrag **nicht fristgerecht** abgelehnt, verringert sich die Arbeitszeit in dem gewünschten Umfang!

Ein **Arbeitnehmer** kann aber gerichtlich **nicht durchsetzen**, dass er seine Arbeitszeit anstatt von nachmittags nur auf vormittags verlegen will, wenn sachliche Gründe des Arbeitgebers entgegenstehen. Dies wäre dann im Einzelfall vorzutragen.

Achtung: Für den Anspruch auf Verringerung der Arbeitszeit gilt, dass der Arbeitgeber in der Regel **mehr als 15 Arbeitnehmer** beschäftigt. Bei der Berechnung der Anzahl sind Auszubildende oder andere zur Berufsausbildung beschäftigte Personen nicht zu berücksichtigen. Teilzeitbeschäftigte werden allerdings voll gezählt.

Damit beträfen diese Bestimmungen im **Wesentlichen Filialisten oder große Salons**. In jedem Fall sollten Sie aber diese Hinweise in Ihrem Alltag beachten.

Herzlich Ihr Bernd Werner

Schaefer & Partner Consulting

Wussten Sie schon ...

Männer mit Glatze wirken dominanter!

Einer Studie der University of Pennsylvania zufolge wirken kahlköpfige Männer häufig dominanter und intelligenter auf ihr Umfeld!

Ihre nächsten Seminartermine

FreiHalten

Chefseminar I mit Klaus Schaefer & Sascha Grießhammer
06.05. – 08.05.2018 in Neuendettelsau

Führungsseminar I mit Harald Müller
28.01. – 29.01.2018 in Eich
18.03. – 19.03.2018

Führungsseminar II mit Harald Müller
10.06. – 11.06.2018

Finanzielle Freiheit mit Stefan Dax
24.06. – 25.06.2018 in Oberdachstetten

Beratung & Kommunikation mit Bastian Schaefer
05.02. – 06.02.2018 in Oberdachstetten AUSGEBUCHT!
04.03. – 05.03.2018 in Eich
18.03. – 19.03.2018 in Oberdachstetten
17.06. – 18.06.2018 in Oberdachstetten

clever@work mit Frank Greiner-Schwed
19.03. – 20.03.2018 in Marktbergel

Organisation & Rezeption mit Torsten Kowalsky und Andrea Büchele
25.03. – 26.03.2018 in Oberdachstetten
06.05. – 07.05.2018 in Eich

Communication & Clienting mit Stefanie Ehrich
06.05. – 07.05.2018 in Oberdachstetten

Sicher am Telefon mit Torsten Kowalsky
04.06.2018 in Oberdachstetten

Talentfinder mit Lisa Aceves
07.10. – 08.10.2018 in Oberdachstetten
21.10. – 22.10.2018 in Eich

Cut Basic Seminar by Mee
28.01. – 30.01.2018 in Rostock mit André Leddermann AUSGEBUCHT!
07.05. – 09.05.2018 in München mit Tobias Kabirschke
08.10. – 10.10.2018 in Neunkirchen mit Thomas Müller

SPC-Kongress 2018
15.04. – 16.04.2018 in Herzogenaurach

T.I.M. 2018
Deutschland: 23.09.2018 mit Frank Greiner-Schwed & Torsten Kowalsky
Schweiz: 16.09.2018 mit Franc Braun

Webinar mit Frank Greiner-Schwed & Torsten Kowalsky
05.02.2018, 19–20 Uhr, Thema: Ein Ausbildungskonzept
19.03.2018, 19–20 Uhr, Thema: Der Typcheck

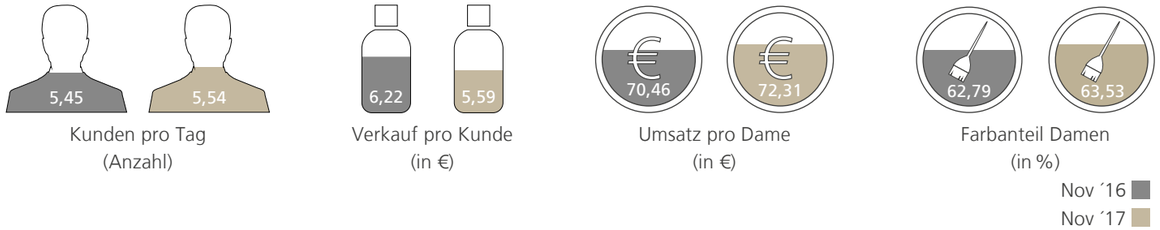
Sichern Sie sich jetzt Ihren Platz!

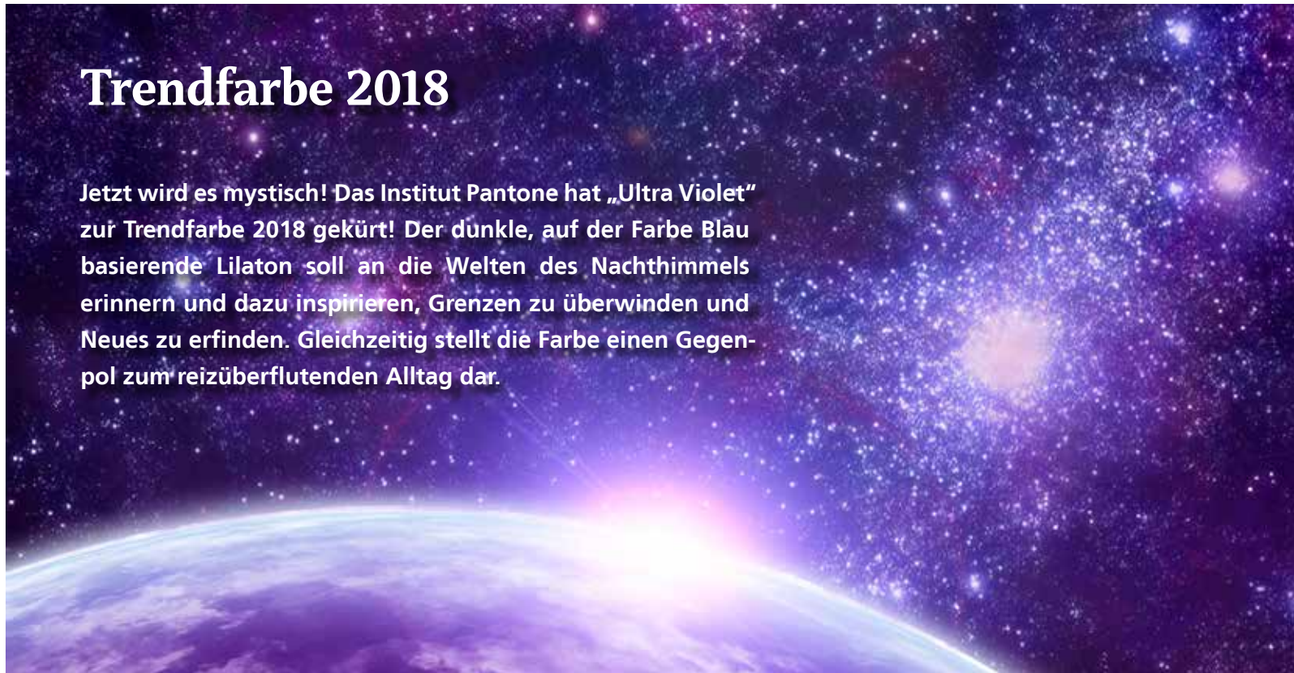
Weitere Informationen erhalten Sie bei:

CCT GmbH
An der Hochstraße 15
91617 Oberdachstetten
Tel.: +49 (0) 9845 / 989 100
info@cct-seminare.com
www.cct-seminare.com

Auswertungen

WissensWertes





Trendfarbe 2018

Jetzt wird es mystisch! Das Institut Pantone hat „Ultra Violet" zur Trendfarbe 2018 gekürt! Der dunkle, auf der Farbe Blau basierende Lilaton soll an die Welten des Nachthimmels erinnern und dazu inspirieren, Grenzen zu überwinden und Neues zu erfinden. Gleichzeitig stellt die Farbe einen Gegenpol zum reizüberflutenden Alltag dar.

SCHAEFER PARTNER

CONSULTING

An der Hochstraße 15 · 91617 Oberdachstetten
Tel.: +49 (0) 9845 / 989 0 · Fax: +49 (0) 9845 / 989 222

info@schaefer-consulting.com
www.schaefer-consulting.com

Redaktion: Simone Enßer · Gestaltung: Theresa Weißer · © 2018 Schaefer Graphics & Solutions GmbH