



SPC-REPORT

EinBlick

Februar/März 2018 | N° 316

Individuell...

Darstellung

Herzlich Willkommen
im neuen Jahr

Sichtweisen

Der Wert der Arbeit
– Wertarbeit?!

Chefgedanken

Alles eine Frage von Image

Merkmal

Individuell...

...will jeder Mitarbeiter seiner eigenen Kreativität freien Lauf lassen. Und natürlich ist auch **kein Mitarbeiter vergleichbar**. Jeder hat doch seine eigenen Kunden. Und was diese Kunden wünschen, das weiß ja wohl der Mitarbeiter am besten. Diese Argumente höre ich immer wieder von Mitarbeitern mit dem **Ziel**, dass man doch **nicht vergleichen** kann. Und somit die vom Unternehmen gesetzten Standards bei diesem Mitarbeiter und bei seinen Kunden nicht anwendbar seien. Dies sieht man dann auch in den Zahlen. Sicher kennen Sie die ein oder andere Argumentation!

In vielen Chefseminaren kommt dann die **gleiche Argumentation** von Chefs. Und egal, welche Aussage auch immer kommt, der Gesprächspartner oder Seminarteilnehmer hat zunächst **erst einmal Recht** – zumindest aus seiner Sicht!

Es ändert jedoch nichts an den vielfältigen Möglichkeiten und Chancen, die vorhanden sind. **Jeder Unternehmer** – so individuell und kreativ er auch sein mag – hat die **Verpflichtung**, sich mit seinem Unternehmen zu beschäftigen und die notwendigen Schritte zu tun.

Sie haben nun auch **ein Ziel** – meist im November – festgelegt, was Sie in **diesem Jahr erreichen** wollen. Und Sie haben dabei eine Planung erstellt, mit welchen Mitteln und Maßnahmen Sie dieses Ziel erreichen wollen.

Und nun sind wir wieder beim Beginn dieses Artikels. Es finden sich von Seiten der Mitarbeiter Argumente, warum dieses **Ziel in diesem Monat nicht so erreicht** wird und so weiter. Und als Chef selbst versucht man natürlich, auch die **Gründe zu finden**, weshalb es einem nicht gelungen ist, das Ziel zu erreichen.

In einem branchenübergreifenden Unternehmerseminar, welches ich vor längerer Zeit besucht habe, ging es um **Erfolgsfaktoren**. Der Seminarleiter damals hat vier Erfolgsfaktoren ausgemacht. **Diese waren**

- der Teamchef,
- die Erwartungen des Kunden,
- die Mitarbeiter und
- die Prozesse des Unternehmens.

Jeder Faktor hatte mehrere Handlungsfelder von **grün bis rot** (nach Ampelsystem). Eines dieser Handlungsfelder beim Teamchef war benannt als „profitabel wirtschaften“. Schlechtestes Feld unter dieser Rubrik war, dass auf Grundlage der Kontostände und Bilanzen die anstehenden Entscheidungen getroffen werden (rote Ampel). Bestes Feld war, dass der „Plan Ist Vergleich eine Übereinstimmung von 95 % ergibt“ (grüne Ampel).

Chef Gedanken

Und so ergeben sich hier **zwei Aspekte**, auf die ich eingehen will:

- Einerseits an seinen Zielen zu arbeiten und hart dafür zu kämpfen, diese auch zu erreichen.
- Andererseits ist es doch verblüffend, wenn in dem Handlungsfeld „Profitabel wirtschaften“ von Bilanz- und Kontozahlen als schlechtester Aspekt (rote Ampel) bis hin zu „Übereinstimmung im Soll – Ist Vergleich zu 95 %“ andererseits als bester Aspekt (grüne Ampel) unterschieden wird.

Beide Aspekte beinhalten hier den Themenkomplex Ziele und deren Erreichung! Auf den zweiten oben geschilderten Aspekt gehe ich in unserem Seminar „finanzielle Freiheit“ ausführlich ein. Der **einzige Termin** in diesem Jahr ist der **24. und 25. Juni**. Buchen Sie jetzt, wenn Sie zu diesem Themenbereich mehr erfahren wollen.

Den zweiten Aspekt möchte ich hier mit zwei Einstellungen darlegen: Natürlich kann man jetzt gerade in den ersten Monaten des Jahres sagen, dass noch **zehn Monate Zeit** sind, die Ziele zu erreichen. Ich warne allerdings ausdrücklich davor. In meinem Alter weiß man, **wie schnell ein Jahr vergeht** und immer den Zielen hinterherhinkt. Das macht dann auch keinen Spaß mehr, immer mit den Verfehlungen der ersten Monate zu leben. Insofern hier meine Aufforderung und eine **alte Lebensweisheit**: Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen!

Beginnen Sie bereits jetzt mit der Durchsetzung und Umsetzung der Planung! Ein Kollege von Ihnen sagte mal: Was Du bis August nicht erreicht hast, wirst Du auch nicht mehr aufholen! Dem kann ich nur zustimmen!

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen natürlich, dass Sie ihre Ziele erreichen und die notwendigen Maßnahmen im Bereich Werbung, Weiterbildung, Salonabläufe, usw. bereits jetzt konsequent umsetzen!

Herzlichst Ihr Stefan Dax

Schaefer & Partner Consulting



Herzlich Willkommen im neuen Jahr

Es ist vollbracht! Das Jahr 2017 liegt nun schon wieder hinter uns. Für manche vielleicht ein Segen, für andere hätte das Jahr 2017 niemals enden sollen.

Dies liegt allerdings nicht in unserer Hand. Vieles andere liegt aber ganz sicher in unserer Hand! Machen Sie das **Jahr 2018** zu Ihrem **besten Jahr** und begegnen Sie dem neuen Jahr von Anfang an mit Lust auf das Leben. Jeden Tag entscheiden Sie ganz alleine, ob es ein guter Tag wird. Viele neue und bekannte Herausforderungen warten wieder auf Sie.

Sie werden neuen Menschen begegnen und vielen bekannten Gesichtern. Es werden sich **Dinge wiederholen** und es werden Dinge passieren, die Sie noch nicht erlebt haben. Es wird Momente geben, in denen Sie **stolz auf sich** sein werden und es wird Momente geben, die hätten sie vermeintlich lieber vermeiden. Wir können Gott sei Dank nicht in die Zukunft blicken. Doch wir können unsere **Zukunft sehr aktiv mitgestalten**. Deshalb nutzen Sie jeden Tag für sich.

Vielleicht hat der eine oder andere den Brauch gepflegt, mit **guten Vorsätzen** in das neue Jahr zu starten. Ich wünsche wirklich jedem von Ihnen, dass den Worten auch Taten folgen, denn das ist die Wahrheit.

Fangen Sie direkt im Januar und Februar an und schaffen Sie sich einen **optimalen Start in das neue Jahr**. Wie heißt es so schön: Der Januar ist der wichtigste Monat ... und dann der Februar und dann der März ...

Es ist wirklich wahr, je **schneller und besser** Sie ins neue Jahr starten, desto **ruhiger und entspannter** werden Sie das Jahr erleben. Der Dezember hat sicherlich für viele gute Ergebnisse gebracht und es wurden wahrscheinlich Dienstleistungen durchgeführt, die sonst nicht so zum Tragen kommen.

Bitte lassen Sie jetzt nicht locker und verfallen erstmal in gewohnte Tätigkeiten mit weniger guten Ergebnissen. Knüpfen Sie gleich an die **Energie** aus dem Dezember an und verwöhnen Sie Ihre Kunden auch gleich zu Beginn des Jahres mit all Ihren Möglichkeiten.



SichtWeisen

Es ist nicht wahr, dass Januar und Februar von Haus aus ruhiger sind. Seien Sie derjenige oder diejenige, die das **Gegenteil** beweist. Ihre Kunden möchten auch zu Beginn eines neuen Jahres genauso **verwöhnt werden** wie zum Abschluss eines Jahres.

Achten Sie bei allen Mitarbeitern darauf, dass Sie eine **tolle, individuelle Beratung** ausführen, dass Sie alle Dienstleistungen anbieten, dass Sie über die **Weiterempfehlung**, die **Nachtermine** und den **Produktverkauf** sprechen.

Wenn Sie im Januar und Februar gute Umsätze generieren, Ihre Planung erreichen oder sogar überbieten, dann müssen Sie nicht von Anfang an irgendetwas hinterherlaufen. **Hinterherlaufen** ist immer **sehr kraftaufwendig**. Gehen Sie also lieber voran, das **erspart** Ihnen **Kraft und Energie** für andere Momente, die in diesem Jahr auf Sie warten.

Am besten Sie binden **alle Mitarbeiter** gleich zu Beginn des Jahres mit einem Teammeeting in den Start mit ein. Wenn jeder Mitarbeiter informiert ist, über das, was im **Jahr 2018 geplant** ist – an Umsätzen, an Weiterbildung und Werbung –, dann kann jeder direkt durchstarten und mit dem ersten Arbeitstag im neuen Jahr seinen Beitrag zum **Salonerfolg** leisten.

Es ist also nicht nur wichtig, dass Sie gut starten wollen, sondern dass alle gut starten wollen. Legen Sie ein **Motto** fest. Vielleicht nicht nur eines für das gesamte Jahr, vielleicht einfach eines für den Januar und Februar! Was halten Sie von „**Bester Start ever...**“ Dann können Sie noch Synonyme für die einzelnen Buchstaben erschaffen. **B**: Beratung; **E**: Energie; **S**: Spass; **T**: tolle Farben und vieles mehr.

Schaffen Sie nach der sicherlich liebevollen weihnachtlichen **Atmosphäre** auch für den Januar und Februar eine Atmosphäre, in der es sich lohnt, mit ganzem **Einsatz und Herzen** zu agieren.

Setzen Sie zum Beispiel auch ein **Teamziel** für den Januar und Februar, das **anspruchsvoll und zugleich erreichbar** ist, und dann gehen Sie allen anderen voran. Denn „Vorleben ist die nachhaltigste Kommunikation“.

Ja, es stimmt, es wird sich nicht alles ändern im neuen Jahr. Sie werden alle Dinge, die Sie von den anderen erwarten, auch **selbst vorleben** müssen. Sie werden tagtäglich ein Vorbild sein müssen und es kann sein, dass auch in diesem Jahr nicht alles auf Anhieb gelingt und Sie das eine oder andere auch **zwei- oder dreimal wiederholen** werden.

Machen Sie das Jahr 2018 zu Ihrem **besten Jahr** und fangen Sie gleich heute damit an!

Herzlichst Ihr Torsten Kowalsky

Schaefer & Partner Consulting

Der Wert der Arbeit – Wertarbeit?!



In meinem letzten Bericht hatte ich die Arbeitsqualität in Deutschland kritisiert und die schlechten Prüfungsergebnisse im Friseurhandwerk bemängelt. Wenn 77,4% der Prüflinge die Gesellenprüfung mit Note ausreichend und schlechter bestehen, sollte man nachdenklich werden. Damit sind wir schon beim nächsten Thema: **Wertarbeit oder dem Wert der Arbeit**. Arbeit? Klar der Salon, jeden Tag aufs Neue! Wert? Die Qualität der Arbeit bestimmt deren Wert.

Mit solchen Prüfungsergebnissen ist das hochgradig Discount geeignet – aber nicht um **Image**, höhere **Preise** und **Löhne** zu rechtfertigen.

An dieser Stelle wendet sich mein Blick in **zwei Richtungen**: einmal in Richtung **Ausbildungsbetriebe** und dann in Richtung der **Auszubildenden** selbst. Auf beiden Seiten gibt es Probleme. Nicht wenige Friseurbetriebe nutzen Azubis immer noch als billige Putzkräfte. Lehrjahre sind keine Herrenjahre, das ist bekannt. Jedoch die **Meldungen junger Menschen**, die uns immer wieder erreichen, sprechen eine deutliche Sprache und die

ist beschämend. Sätze wie „Im nächsten Leben werde ich lieber Totengräber“ sind bezeichnend.

Eine **Abbruchquote von 39,5%** schon während der Ausbildung sind eine deutliche Antwort. Ebenso die weiteren **26%** junger Menschen, die diesen **Beruf nach Abschluss** der Lehre **verlassen**. Dieses Desaster kann nicht mit mangelnden Verdienstmöglichkeiten schöngeredet werden. Diese waren den Betroffenen vorher bekannt; die wahren Gründe sind andere!

Wenden wir uns also unseren **Auszubildenden** zu: Über wohl keine Generation ist so viel diskutiert, philosophiert und geschrieben worden wie über die **Generation Y** (geboren ca. 1980 bis 2000) und deren **Nachfolgeneration Z** (ca. 1995 bis 2010). Es sind die ersten Generationen, die nicht nur von Schule, Kirche und Elternhaus erzogen wurden. Hier haben **Internet** und neue **Medien** mitgewirkt. Von klein auf haben diese jungen Menschen jegliche Information bekommen können und haben das auch genutzt.

DarStellung

Sie **hinterfragen**, warum sie etwas tun sollen und fordern, dass man das Geforderte vorlebt. Oft wird bemängelt, dass **kein Arbeitswille** vorhanden sei; dem ist nicht ganz so. Sie hinterfragen, wissen, das vieles eben nicht mehr sicher ist, ihr Arbeitsplatz nur eine Lebensphase sein wird und schätzen deswegen ihre Freiheit, die sie sinnvoll nutzen möchten.

Das **Paradoxe**: Zumeist sind diese jungen Menschen ohne, oder zumindest mit weniger Wertevermittlung aufgewachsen, trotzdem suchen sie **einen Sinn** für ihr Tun und auch wieder nach Werten und Orientierung. Eine große Herausforderung an alle Unternehmen!

Zu Beginn meiner Lehrzeit, das ist mehr als 50 Jahre her, wurden uns in der Berufsschule zuerst die sozialen Aspekte des Friseurberufs vermittelt: Dass wir mit unserer Tätigkeit am Äußeren des Menschen **Einfluss auf sein Wohlbefinden** nehmen, Verantwortung haben für das Aussehen Anderer und dass unsere Tätigkeit eine wertvolle ist.

Die Zeiten haben sich **gewandelt**. Welchen Wert der Friseurbesuch für jeden Einzelnen hat, ist unterschiedlich. Vielleicht aber auch, weil die Wertarbeit immer mehr unterbleibt. Das einfache **Schipp Schnapp der Billigfriseur** wird bei den Verbrauchern als Normalität angesehen.

Es liegt an den Chefs und Führungspersonen, jungen Menschen die **Wertigkeit** ihrer Arbeit zu **vermitteln** und **schmackhaft** zu machen. Das interessiert emphatische Menschen, die sich meist in diesem Berufsfeld finden, mehr als etwas mehr Lohn.

Mir liegt ein interessanter Bericht eines **DAX-Konzerns** vor, der sich die Frage gestellt hat, wie verschiedene Generationen produktiv zusammenarbeiten können. Man kam zu dem Ergebnis, dass eine konstruktive und sinnvolle Zusammenarbeit nur auf Grundlage einer **gemeinsamen** Werteorientierung realisierbar ist.

Diese Werte stellt die Wertegemeinschaft „Der faire Salon“ in den Mittelpunkt, eben weil diese verbinden und Orientierung zum gemeinsamen Handeln geben. Es gibt inzwischen **vielen Möglichkeiten**, Salons zu **zertifizieren**. Meist werden fachliche Leistung und materiell messbare Werte bewertet.

Natürlich ist das wichtig, aber sind nicht das Wichtigste die Menschen selbst? Der **Umgang untereinander**, Respekt, Fairness, Ehrlichkeit... Wenn das stimmt, dann stimmen auch **menschliche und fachliche Qualität**. Wobei wir dann direkt wieder bei der Wertarbeit landen – das Eine geht nicht ohne das Andere.

Mit einer gelebten **Unternehmensphilosophie** bestimmen wir letztlich dann auch den **Wert unserer Arbeit**, Image und damit den Erfolg und unseren Lohn.

Herzlichst
Ihr René Krombholz

Der faire Salon, Friseur News, Figaro Düsseldorf



www.der-faire-salon.de 

nice

100% ENERGIE UND
PFLEGE FÜRS HAAR.



Sie möchten es selber erleben?

Rufen Sie uns an.

Telefon: + 49 (0) 98 45 – 989 110





DER *Miée* TIPP

Balayage bleibt auch 2018 die Färbetechnik für natürlich gesträhtes Haar wie von der Sonne geküsst.

Für eine einfache und schnell auswaschbare Balayage im Rot/Blond-Bereich verwende ich sehr gerne das **Color Shampoo Rubinrot**.

Hier lassen sich je nach Blondton die verschiedensten Looks kreieren. Je wärmer das Blond ist, desto mehr entsteht ein altrosa Look, je weißblonder das Haar, desto pinker wird das Ergebnis.

Die Looks halten zwei bis drei Haarwäschen.

Zu Beginn der Anwendung waschen wir das Haar und verwenden anschließend die Topas Kur. Sie ist wichtig, da die angelagerten Keratine die Farbe intensiver wirken lässt.

Anschließend kämmen wir die Haare zu einem Zopf zusammen und halten diesen fest. Nun arbeiten wir Rubinrot in die Längen ein. Um den roten Übergang zu erzielen, streichen wir das Shampoo den Zopf entlang hoch und runter und spülen es nach ca. einer Minute wieder aus. Je länger das Farbschampoo im Haar verbleibt, desto intensiver wird das Ergebnis.

Ich wünsche Euch viel Spaß beim Testen!

Euer Vincenzo Esposito & Euer Team Miée

www.miee.de  

Alles eine Frage von Image

MerKMal



Bevor sich ein Kunde für ein **Produkt** oder einen **Dienstleister** entscheidet, vollzieht sich in seinem Kopf ein komplexer psychologischer Prozess. Dieser Prozess kann durch **gezielte Werbung** beeinflusst werden.

Die klassischen Wege sind Produktwerbung und Preiswerbung. Mit dieser Art der Werbung erzielt man kurzfristige, gut messbare Ergebnisse. Im Gegensatz dazu zielt **Imagewerbung** nur sekundär auf die Produkte als solche ab.

Mit Imagewerbung verfolgt man **außerökonomische Werbeziele**, die sich auf die psychologischen Werbewirkungen wie Sinneswirkung und Gedächtniswirkung beziehen. Die Bezeichnung außerökonomisch bedeutet dabei, dass diese Ziele sich nicht unmittelbar in der Beeinflussung ökonomischer Größen wie Umsatz und Gewinn äußern, sondern sich erst über den **Umweg** der Werbewirksamkeit **feststellen lassen**.

Bei Imagewerbung geht es darum, sich **auf dem Marktumfeld** zu **positionieren** und sich gegen **Konkurrenten abzugrenzen** und **durchzusetzen**.

Dabei muss Imagewerbung einfach dargestellt werden. Es geht darum, zu vermitteln, **wofür Ihr Salon steht und was Sie einmalig macht**. Besonders im Dienstleistungssektor, in dem es für den Kunden keine greifbaren Produkte gibt, ist Imagewerbung wichtig, damit ein Unternehmen als **kompetent** und **vertrauenswürdig** wahrgenommen wird.

Nutzen Sie das **Salonmagazin** als Medium für Ihre Imagewerbung! Durch die **Zusammenarbeit** mit anderen Unternehmen (z.B. Juwelier, Boutique, Nagelstudio, o.ä.), welche Ihre **Philosophie** teilen oder ähneln, können Sie Ihr Magazin schnell füllen. Durch die Verteilung wird Ihr Einfluss auf die **Wahrnehmung in der Öffentlichkeit** gesteigert, wobei Sie nicht nur ein bestimmtes Produkt, sondern **ein Gefühl verkaufen**.

Herzlichst
Ihre Schaefer Graphics & Solutions

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

SCHAEFER
GRAPHICS & SOLUTIONS

www.schaefer-graphics.com  

Frühjahrsputz

KundenService

Bereinigen Sie Ihren Kundenbestand

Wie viele Kunden haben Sie? Wie viele davon sind noch aktive Kunden bei Ihnen?

Sie haben die Möglichkeit, Ihre Altkunden **selbst zu deaktivieren**: Wählen Sie den Kunden unter „**Kunden bearbeiten**“ an und drücken Sie die „**Entf**“-Taste. SPE.Victory deaktiviert Ihren Kunden – aber es geht noch **viel einfacher**.

Rufen Sie uns an; lassen Sie uns einfach Ihre Arbeit tun!

Wir **deaktivieren** gerne für Sie Ihre „**Altkunden**“. Es bleibt nur kurz abzuklären, vor welchem Datum der letzte Besuch der Kunden liegen soll und wir deaktivieren diese. Derzeit **empfehlen** wir, alle Kunden mit letztem Besuch **vor dem 01.01.2016 zu deaktivieren**. Diesen Vorgang sollten Sie jährlich wiederholen. Insbesondere, wenn Sie ihre Kunden regelmäßig mit Präsenten anschreiben (z. B. zum Geburtstag des Kunden).

Ist der Kunde nicht deaktiviert, erhält er auch fünf Jahre nach seinem letzten Besuch noch seine Geburtstagskarte.

Keine Angst – sollte ein **Kunde wieder** bei Ihnen im Salon **bedient** werden – kurzer Anruf und wir „**aktivieren**“ den Kunden selbstverständlich wieder mit allen Behandlungskarten bzw. Farbkarten.

Gerne informieren wir Sie auch vorab über die Anzahl der Kunden, die dies bei Ihnen betreffen würde.

Rufen Sie uns an; wir freuen uns auf Ihren Anruf.

Ihr
SPE.Victory Dienstleistungszentrum

Tel. +49 (0) 9845 / 989 333
victory@schaefer-electronics.com

Mo.–Fr. 08:00 Uhr–20:00 Uhr
Sa. 08:00 Uhr–14:00 Uhr



www.schaefer-electronics.com 

Änderungen 2018 – im Überblick

Mehr Netto

Der Grundfreibetrag steigt 2018 auf 9.000,-€, bei gemeinsam veranlagten Ehepaaren sind es 18.000,-€. Erst wenn Ihr zu versteuerndes Einkommen über diesen Beträgen liegt, fällt Einkommensteuer an.

Rentenbeitrag sinkt – 18,6 %

Der Beitragssatz für die gesetzliche Rentenversicherung sinkt von 18,7 % auf 18,6 %.

Kindergeld

Das Kindergeld wird um 2,-€ angehoben. Für die ersten beiden Kinder gibt es nun jeweils 194,-€ pro Monat. Für das dritte Kind erhalten Eltern monatlich 200,-€ und für jedes weitere 225,-€. Der Kinderfreibetrag steigt 2018 um 72,-€ auf insgesamt 7.428,-€.

Wichtig: Das Kindergeld können Sie ab 2018 nur noch für sechs Monate rückwirkend beantragen, nicht mehr für mehrere Jahre.

Riester-Sparer freuen sich

2018 steigt die Grundzulage für Riester-Verträge von 154,-€ auf 175,-€ pro Jahr. An den Zulagen für Kinder ändert sich nichts: Für jedes Kind, das nach dem 31. Dezember 2007 geboren wurde, gibt's zusätzlich 300,-€ pro Jahr, für davor geborene Kinder sind es 185,-€.

Mehr Geld bei der Erwerbsminderungsrente

Wenn Sie aus Gesundheitsgründen nicht mehr arbeiten können und eine Erwerbsminderungsrente beziehen, werden Sie ab 2018 bessergestellt. Bisher werden Betroffene bei der Rente so eingeordnet, als hätten sie bis zum 62. Lebensjahr gearbeitet. Diese Grenze wird nun stufenweise bis zum Jahr 2024 auf 65 Jahre angehoben.

Beitragsbemessungsgrenzen steigen

2018 müssen Sie bis zu einem monatlichen Einkommen von 4.425,-€ Kranken- und Pflegeversicherung zahlen. Bei der allgemeinen Rentenversicherung steigt die Beitragsbemessungsgrenze in den alten Bundesländern auf 6.500,-€ und in den neuen auf 5.800,-€. Für Einkommen, das darüber liegt, zahlen Sie keine Beiträge.

In die private Krankenversicherung können Sie 2018 ab einem Monatseinkommen von 4.950,-€ brutto wechseln.

Zusatzbeitrag vergleichen

Der allgemeine Beitrag zur gesetzlichen Krankenkasse bleibt bei 14,6 %. Dieser wird je zur Hälfte vom Arbeitgeber und Arbeitnehmer gezahlt. Der Zusatzbeitrag sinkt 2018 im Durchschnitt von 1,1 % auf 1,0 % des Bruttolohns. Den Beitrag zahlen Sie allein. Da jede Krankenkasse die Höhe selbst festlegt, können Sie bares Geld sparen, wenn Sie vergleichen.

Buchhaltung

Neue Grenze für geringwertige Wirtschaftsgüter

Ab 2018 können Sie Arbeitsmittel bis zu 800,-€ netto oder 952,-€ brutto direkt im Jahr des Kaufs beziehungsweise der Herstellung in voller Höhe in Ihrer Einkommensteuererklärung geltend machen. Zuvor galt hier ein Betrag von 410,-€. Wirtschaftsgüter, deren Anschaffungskosten über 800,-€ liegen, werden weiterhin über mehrere Jahre abgeschrieben.

Weniger Papierkram

Ab 2018 wird's einfacher: Sie brauchen keine Belege mehr zusammen mit Ihrer Steuererklärung für 2017 beim Finanzamt einreichen. Einfach alles zu Hause sammeln und erst auf Nachfrage des Fiskus herausgeben.

Freistellungsaufträge

Kontrollieren Sie jetzt Ihre Freistellungsaufträge! Prüfen Sie, welcher Bank Sie Freistellungsaufträge erteilt haben und wie viel jeweils noch frei ist. Falls Unklarheiten bestehen, erteilen Sie jedem in Frage kommenden Institut einen neuen Freistellungsauftrag, gegebenenfalls mit dem Betrag von null Euro.

Der Freistellungshöchstbetrag beträgt für Alleinstehende 801,-€ und für Verheiratete 1.602,-€.

Tschüss 500-Euro-Schein

2018 bedeutet das Aus für den 500-Euro-Schein, der nicht mehr gedruckt und ab Ende des Jahres nicht mehr ausgegeben wird.

Haben Sie hierzu Fragen, können Sie uns gerne kontaktieren.

Ihr Finanzbuchhaltung & Personalabrechnung CCT Team

Tel.: +49 (0) 9845/989-121 Frau Gisela Hafner oder

Tel.: +49 (0) 9845/989-155 Frau Jutta Dax

Wussten Sie schon ...



„Haar! Wundervoller Mantel des Weibes in Urzeiten, als es noch bis zu den Fersen herabhing und die Arme verbarg.“

So schwärmte 1842 der Schriftsteller Gustave Flaubert. Was langes Haar in der Steinzeit bedeutete, hat Prof. Adrian Barnett, Roehampton University (GB), erforscht: Sie waren ein wichtiges Statussymbol. Denn für die Pflege waren Helfer nötig, und die konnten sich nur wenige leisten.

Ihre nächsten Seminartermine

FreiHalten

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

Chefseminar II mit Stefan Dax
14.10. – 15.10.2018

Führungsseminar I mit Harald Müller
18.03. – 19.03.2018 in Herrieden
21.10. – 22.10.2018

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
04.03. – 05.03.2018 in Eich
18.03. – 19.03.2018 in Oberdachstetten
17.06. – 18.06.2018 in Oberdachstetten
01.07. – 02.07.2018 in Eich

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 *Nice*
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 mit Frank Greiner-Schwed & Torsten Kowalsky
Deutschland: 23.09.2018, Würzburg Festung Marienberg

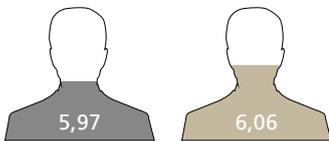
T.I.M. 2018 mit Franc Braun
Schweiz: 16.09.2018, Nottwil Hotel Sempachersee

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

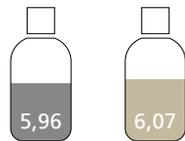
Sichern Sie sich jetzt Ihren Platz!
Weitere Informationen erhalten Sie bei:

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

Auswertungen



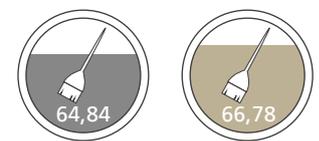
Kunden pro Tag
(Anzahl)



Verkauf pro Kunde
(in €)



Umsatz pro Dame
(in €)



Farbanteil Damen
(in %)

Dez '16 ■
Dez '17 ■

CHANGE – jetzt!

Wir starten am 15. April durch...

Lars Nicolaisen bringt Ihnen „...viel Stoff zum Nach- und Querdenken!“. Cay von Fournier gibt Gas mit Marken und Werten! Thorsten Otto verrät: Small talk leicht gemacht! Harald Müller ruft auf: „Mach' es zu Deinem Baby!“.

Außerdem: Live dabei „DAS Schaefer-Stündchen“, Vorträge zu den Themen „Weg vom Stuhl!“, ein Alleinstellungsmerkmal der Branche, Generation Z, „Mit Werten gewinnen!“, Workshops, eine Ideenmeile, Austausch mit Gleichgesinnten und eine After-Show-Party am Sonntagabend mit der Band „Chicocolores“!



SCHAEFER PARTNER

C O N S U L T I N G

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

