

SPC-REPORT

# EinBlick

März/April 2018 | N° 317

## Der Traum vom idealen Mitarbeiter

Chefgedanken

## Die „besondere“ Art

Sichtweisen

## Wertewandel – was tun?!

Darstellung

## Weiterempfehlung durch Ihre Kunden

Merkmal

# Der Traum vom idealen Mitarbeiter

Im Zeitalter der aktiven **Mitarbeitersuche**, in der sich viele Unternehmer darüber beschwerten, dass sie zwar ausreichend **Kunden** hätten, aber zu wenig **Mitarbeiter**, die sie bedienen könnten, wollen wir uns die gewünschte Mitarbeiterin einmal zusammenstellen:

Sie sollte natürlich **engagiert** sein, sich gerne **einbringen**, am besten **nie krank** sein, ihre **Urlaubstage** pro Jahr erst gar nicht voll ausnutzen, auch mal **länger bleiben**, wenn es nötig ist, im Idealfall sogar auf zustehende „**Freistunden**“ verzichten - ja so hätten wir sie gerne.

Sie sollte aber auch **fachlich fit** sein, die Dinge, die sie vom Chef hört, übernehmen und mit **Leben** erfüllen. Sie sollte eigene **Methoden** entwickeln, wie sie ihr **Wissen** sammeln kann, damit sie immer mehr **Eigenständigkeit** bekommt und viele Kunden sich glücklich schätzen, von ihr „**bedient**“ zu werden.

Sie sollte **neugierig** sein, viele **Seminare** besuchen aus eigenem **Wissensdurst** und der eigenen **Weiterentwicklung** zuliebe. Sie sollte offen neue **Themen** aufgreifen und andere **Kollegen** unterstützen und „**befeuern**“, dass diese nicht nur mitmachen, sondern auch gerne machen, wie sie dies selbst jahrein, jahraus tut.

Sie sollte auch sozial innerhalb der **Firmengemeinschaft** engagiert sein, gerne bei **Events** dabei sein und auch gerne Events ins Leben rufen, **organisieren**, dadurch auch viele andere Mitarbeiter besser kennen lernen und immer als ausgeglichene Kollegin ein **Vorbild** sein.

Sie sollte immer hilfsbereit sein, ihre **Hauptaufgabe** natürlich **erstklassig** erledigen und auch über ihre eigenen **Aufgaben** hinaus sich für die **Belange der Firma** und der anderen Mitarbeiter einsetzen, mithelfen und vorantreibend sein.

Ach ja, **loyal**, **fürsprechend** und **treu** wäre natürlich auch toll!

Jetzt lassen Sie uns noch ein wenig **spinnen**:

Im **Idealfall** sollte sie sogar die **Führungskraft** nicht nur unterstützen, sondern immer wieder mit ihrem eigenen **Schaffen** antreiben und auch auffordern, den Aufgaben und Verpflichtungen nachzukommen.

Sie sollte natürlich auch im Falle einer **Schwangerschaft** gesundschwanger sein, alle Aufgaben perfekt übergeben, die Nachfolger perfekt auf ihre neuen Aufgaben vorbereiten.

Und natürlich hätten wir gerne, dass diese Mitarbeiterin mindestens **20 Jahre am Stück bei uns arbeitet**.

Gut, das letzte hat sie nicht ganz geschafft. Aber diese **Mitarbeiterin** gibt es **tatsächlich** und jeder, der eine ähnliche Erfahrung machen durfte, dem sei gratuliert.

**Simone Enßer** war nun **19 Jahre** an meiner Seite, immer ausgeglichen, froh gelaunt, lösungsorientiert, hilfsbereit, bei Mitarbeitern und bei Kunden **megabeliebt** und darf sich nun glücklich auf die Geburt und Aufzucht ihres ersten Kindes freuen!

Ich möchte mich auch auf diesem **Wege** für diesen vorbildlichen Einsatz, für die vielen **sorgenfreie Jahre**, die sie mir bereitete, weil sie mich als **Vorgesetzten** nicht nur entlastete, tatkräftig

# Chef Gedanken

tig unterstützte, sondern immer wieder auch vorantrieb, **von ganzem Herzen bedanken**.

Sie war und ist ein **Vorbild** für eine **Mitarbeiter-Generation**, wie wir sie uns alle wünschen und vom Glück beschieden sind, wenn wir solche Menschen tatsächlich in unser Umfeld bekommen.

Wir haben in unserem **Unternehmen** ganz viele solche Menschen, die nicht nur in ihre **Fußstapfen** treten, sondern eigene Eindrücke hinterlassen und ihren Weg bei uns gehen. Viele dieser Mitarbeiter werden sicherlich auch nicht **neidisch** auf solche Zeilen schauen, sondern sich einfach **mitfreuen** und selbst in ihrer Art und Weise ihren eigenen **Weg** bei uns finden.

Wir sind also – Gott sei Dank – nicht nur von diesem **einmaligen Glück** beschieden.

Dennoch: **Alles**, was sie für sich und die Firma getan hat, ist keine **Selbstverständlichkeit**, wenngleich sie selbst in diesem Punkt ganz anderer **Meinung** ist. Für sie sind alle ihre Eigenschaften ein Ergebnis aus einem selbstverständlichen Geben und Nehmen.

**Liebe Simone,**

im Namen aller Partner, Mitarbeiter und von all Deinen Kunden, die Du über alles **liebst** und immer hilfreich zur Seite gestanden bist, ein **mega-herzliches Dankeschön** für die tollen **19 Jahre**, die wir mit Dir zusammen verbringen, arbeiten und kreativ schaffen durften!

Wir wünschen Dir viel **Freude, Gesundheit** und **ganz viele tolle Momente** mit Deiner jungen Familie. Wir denken gerne an Dich,

drücken Dir alle Daumen für **Dein privates Glück** und freuen uns, falls Du irgendwann wieder Lust, Zeit und Muße hast, Dein berufliches **Lebenswerk** weiter fortzuführen. Unsere Türen sind immer weit, weit offen! **Immer!**

Herzlichst Ihr Harald Müller

Schaefer & Partner Consulting



# Die „besondere“ Art

In den folgenden Zeilen möchte ich Ihnen von einem Friseurbesuch der „**besonderen**“ Art erzählen. Und diese „besondere“ Art ist leider nicht im positiven Sinn zu sehen.

Angemeldet war ich zum Waschen/Föhnen/Stylen. Schon die Begrüßung an der Rezeption läuft alles andere als freundlich ab. Das Wechseln von **Zigaretten** für einen Mitarbeiter scheint wichtiger als ich – Neukundin – zu sein. Aber ich warte geduldig, bis mir **Aufmerksamkeit** geschenkt wird. Dann werde ich nicht zu einem Bedienplatz begleitet, nein, ich solle mir „einfach einen aussuchen“. Gesagt – getan.

Als ich mich grade in das harte Polster fallen lasse, werde ich aufgefordert, mit zum **Waschplatz** zu kommen. Keine Frage nach meinen **Wünschen** zu dem heutigen Friseurbesuch oder was genau gemacht werden soll. Während ich mich durch die zahlreichen **gestresst wirkenden Mitarbeiter** des Salons zum Waschplatz schlängle, wird mir aus einer nicht zuzuordnenden Himmelsrichtung zugerufen, ob ich denn einen **Kaffee** möchte. Eigentlich schon, aber eigentlich auch wieder nicht. Dankend verneine ich und darf mich nun an einen Waschplatz setzen.

Ich habe den Kopf schon im Becken, als plötzlich die Mitarbeiterin an eine Kollegin übergibt. Ich kann Ihnen sagen, dass es wirklich ein **befremdliches** Gefühl ist, wenn eine fremde Friseurin am eigenen Kopf rumwerkelt, die sich weder vorstellt oder ihr Gesicht zuvor zeigt.

Erst als ich wieder zum Platz gehen darf, sehe ich die Mitarbeiterin zum **ersten Mal** – aja, so sehen Sie also aus! Gerade als ich mich wieder setze, werde ich von ihr aufgefordert, den Platz noch einmal zu wechseln. Gründe dafür werden keine genannt; ebenfalls wird die **Aufforderung** nicht als Frage gestellt, sondern eben als wortwörtliche Aufforderung.

Mit dem Handtuch auf dem **Kopf**, schlängle ich mich wieder durch den kompletten Salon und darf mich am anderen Ende des Raumes endlich setzen.

Das **Föhnen zieht** unglaublich. Jetzt wäre die erste Chance gewesen, mir ein Pflegeprodukt vorzustellen. Leider vertan. Lediglich Schaumfestiger wird einmassiert, die Tube mir sogar vor die Nase gestellt, aber nichts weiter dazu gesagt. **Schade**.



# SichtWeisen

Beim Föhnen kann es der **Friseurin** gar nicht entgehen, dass meine blonden Strähnen knapp **fünf Zentimeter** herausgewachsen sind. Was für eine **Chance!** „Dürfen wir Ihnen bei der Gelegenheit neue Strähnchen setzen?“ oder „Die Strähnen sind schon ziemlich herausgewachsen; wir sollten einen **Nachtermin** vereinbaren, um dies schnellstmöglich zu korrigieren!“.

Leider blieben solche Sätze **unausgesprochen**. Von meinen trockenen und spröden Spitzen möchte ich gar nicht erst sprechen. Meine Friseurin anscheinend auch nicht. Diese beginnt derweil mit dem **Glätteisen**, Locken zu formen. Sie zieht unglaublich stark; jedoch erkundigt sie sich leider nicht nach meinem **Wohlbefinden**. Ich bin sehr froh, als sie die letzte Strähne durch das Eisen zieht. **Endlich fertig!**

Noch gefühlte 250 ml Haarspray über die Frisur, sodass ich mich jetzt schon frage, wie ich meine Haare jemals wieder durchkämmen soll. Die Verabschiedung läuft ähnlich kühl ab wie auch die Begrüßung. Bezahlen darf ich; einen Nachtermin oder meine **Kundendaten** aufschreiben darf ich leider nicht. Auch auf den Kauf von Produkten für **Zuhause** werde ich nicht aufmerksam gemacht.

Dieser Besuch war das absolute **Gegenteil** von einem entspannenden Frisuraufenthalt mit **Wohlfühlfaktor**. Die Mitarbeiter arbeiten ab; sie gehen nicht auf Zusatzdienstleistungen oder Nachtermine ein und bemühen sich nicht, ihre Produkte an die Frau zu bringen. Die Wünsche und Bedürfnisse Ihrer Kunden können Sie mittels **Typcheck** ganz einfach herausfinden und genau darauf reagieren, indem Sie ihnen die richtigen Dienstleistungen anbieten.

Ich verlasse trotz gelocktem Haar den Salon mit spröden Spitzen und herausgewachsenen Strähnen. Leider werde ich für diese Frisur von niemandem ein **Kompliment** bekommen. Machen Sie es besser! Begeistern Sie Ihre Kunden! Schaffen Sie **Wohlfühl-atmosphäre in Ihrem Salon** und machen Sie aus dem Friseurbesuch Ihrer Kunden einen **Erlebnisbesuch**.

Herzlichst Ihre Nina Philipeit

Schaefer & Partner Consulting





# Wertewandel - was tun?!

Guten Tag liebe Kollegen/innen,  
schon des Öfteren habe ich an dieser Stelle über die Außenwirkung des „fairen Salon“ geschrieben:

- als Bekenntnis zum ehrbaren Handwerk, Mitglied in der BUSINESS HANSE,
- als Alleinstellungsmerkmal mit nachhaltiger Unternehmensführung,
- als Merkmal für potenzielle Mitarbeiter, die einen fairen Arbeitsplatz suchen,
- das Gütesiegel als Signal für Vertrauen und Qualität in Richtung Kunden.

Heute möchte ich Ihre **Aufmerksamkeit** in das Innere, dem Konzept der **Wertegemeinschaft**, lenken. Die Außenwirkung bringt Nutzen, das Innere den Sinn.

Wir wissen, dass sich die Vorstellungen unserer Kunden über Haare, Frisur oder Friseursalon jenseits der **Realität** bewegen. Leider ist es so: Das Denken vieler Mitarbeiter sieht im Hinblick auf Unternehmen und Unternehmensführung ähnlich **weltfremd** aus.

Was heute bei der Sache erschwerend hinzu kommt, ist der viel zitierte **Wertewandel**, auch in Verbindung mit den jüngeren Generationen, die oft anders aufgewachsen sind. Nicht nur von Elternhaus und Schule, sondern auch durch **Internet** und **neue Medien** erzogen, folgen sie einem anderen Denken. Als Egomane werden sie bezeichnet: Nur das **eigene Ich** zählt, der eigene Vorteil, nicht immer aber immer öfter. Auch das Leben in der Arbeitswelt ist seit der Börsenorientierung seltener geworden. Das Miteinander von Unternehmen und Menschen, das **Denken** der alten und großen Gründer ist **out**, es geht immer mehr **gegeneinander**.

Mir sind meine Mitarbeiter wichtig, sehr sogar und ich glaube den meisten von Ihnen auch.

Neuen Mitarbeitern, die bei uns anfangen, gebe ich einen Vertrauensvorschuss. Natürlich habe auch ich die **Wirtschaftlichkeit** des Unternehmens im Blick. Eine **Einarbeitungszeit** von sechs Monaten, um Sollumsätze in voller Höhe zu erreichen, wird nur noch **Spitzenkräften** möglich sein.

Also führe ich **Gespräche**, zeige aber Geduld, was die **Umsatzentwicklung** anbelangt. Nach 9 bis 12 Monaten allerdings sollte **Zielnähe** sichtbar sein. Umso erstaunlicher sind die Antworten, wenn dem nicht so ist: Dann lag es an anderen **Mitarbeitern**, den **Kunden**, der **Chefin** oder gar dem **Chef**, einer nicht ganz zeitgemäßen **Saloneinrichtung** oder auch den **Preisen**. Darüber wird geredet, **Verbesserungen** nicht nur geplant, sondern auch geschaffen, wo es sinnvoll ist – bis zum nächsten Gespräch. „Woher soll ich denn die Kunden nehmen?“ Bei über 100 Neukunden in den letzten sechs Monaten eine nicht sehr intelligente Frage ...

Angebotene Hilfe wird abgelehnt. „**Schwachstellen?** Sowas habe ich nicht!“

Schließlich befindet man sich in einer **höheren Lohnstufe** und die ist Beweis für gute Leistung. Mit solchem Denken ändert sich wenig, schon gar nicht die **Umsätze**. Weitere Gespräche sind unausweichlich; Folge: Die Motivation lässt nach, bis hin zu: „Chef, ich habe keine Lust mehr, hier zu arbeiten, immer wieder dasselbe Thema ...!“.

# DarStellung

Nur ein Beispiel für viele **Situationen**, in welchen ich als Arbeitgeber plötzlich mit dem Rücken zur Wand stand. Folge der **Moder-nität** in Werteorientierung und Erziehung. Bis hin zum Vorwurf des **Betrugs** an den Arbeitgeber: „... es gibt keine Monatsarbeitszeit, jeder Monat ist anders, das hat mein Freund in der Bank auch nicht!“.

Unwissenheit, vorgefasste Meinungen sind inzwischen häufiger als der Wille zur **Loyalität**. Chefs sind reich und machen sich die Taschen voll und jeder Mitarbeiter muss um seine Rechte kämpfen.

Aufgrund dieser unterschiedlichen **Wertevorstellungen** und **Denkansätze** ist es in den letzten Jahren immer schwerer geworden, Menschen für seinen Betrieb zu begeistern. Ein großer DAX Konzern brachte es in einem Symposium auf dem Punkt: Eine produktive Zusammenarbeit zwischen älteren und jüngeren Generationen ist nur mit einer **gemeinsamen Werteorientierung** realisierbar.

Ja, als Chef muss ich entscheiden, aber wie oft liegt die Scheidung als Folge direkt daneben?

Diese, sich scheidenden, Gesinnungen habe ich recht oft erlebt und erkannt. Mit **Hilfe** vieler Seminare, Bücher und Gespräche habe ich versucht, zu lernen, Mitarbeiter zu halten und zu begeistern. Zugegeben, auch mir gelingt es nicht immer. Dort, wo Menschen nicht dem **Gedanken** der Fairness und eines ausgeglichenen **Gebens und Nehmens** folgen wollen, hat solch ein

Konzept weniger Chancen.

Als Hilfestellung für alle Kollegen/innen in ähnlichen Situationen habe ich eine Vielzahl von Gesprächen und Gedanken zusammengefasst. Diese stehen im **passwortgeschützten Bereich** der Wertegemeinschaft, zusammen mit anderen Tools zum Salonmanagement.

Wir brauchen unsere **Mitarbeiter**, wir brauchen ihr **Verständnis**, ihre **Begeisterung**; darum sind alle diese Beiträge und Ratschläge zum Download vorgesehen. Gedacht für Teambesprechungen oder Einzelgespräche, ebenso nutzbar zum Erarbeiten einer eigenen **Teamideologie**.

**Werte verbinden**; sie müssen nur erkannt, definiert und kommuniziert werden. So werden sie zu einer verpflichtenden **Grundlage** der täglichen Arbeit, Leitlinie und Orientierung für das ganze Team.

**In werteorientiert geführten Unternehmen sehe ich die Zukunft, denn ohne Werte wird vieles wertlos ...**

Herzlichst

Ihr René Krombholz

Der faire Salon, Friseur News, Figaro Düsseldorf



[www.der-faire-salon.de](http://www.der-faire-salon.de) 

# Traumpartner gefunden

von Astrid Schmidt-Hock





Seit 5 Jahren waren wir auf der Suche nach einem Produktpartner, der zu uns passt. Uns waren der bewusste Umgang mit Inhaltsstoffen, die Wirksamkeit der Produkte, die Nachhaltigkeit in der Produktion und die Friseurexklusivität wichtig. In Miée fanden wir weit mehr, als wir erwartet haben. Ab dem ersten Kontakt hat uns Miée überrascht und unglaublich begeistert. Nicht nur die Produkte halten, was man bei so einer exklusiven Optik erwartet, sondern der ganze Umgang mit dem Friseur als Kunden ist unschlagbar. Man wird ernst genommen und die Belange werden ohne lange Umschweife bearbeitet. Vom Erstkontakt über das Einstiegsseminar bis hin zum Vertrag war alles überragend und hat unsere Erwartungen weit übertroffen.

### **Miée denkt immer zwei Schritte weiter!**

Ein Beispiel war die Belieferung mit der Erstausstattung. Die Pakete waren nummeriert und wir bekamen eine sehr persönlich geschriebene Auspackbroschüre, die das Auspacken unheimlich erleichtert hat. Es machte so richtig Spaß, sich mit den Produkten zu beschäftigen und sie kennenzulernen. Nach der Einschulung, die fachlich auf dem allerhöchsten Niveau war und sehr kurzweilig und spaßig vermittelt wurde, war man sofort in der Lage, mit den Produkten zu arbeiten.

Wir, das Team von **HaarSchmidt Friseure**, sind restlos begeistert von der Wirksamkeit der Produkte. Unsere Gäste lieben Miée und wer einmal Miée gefühlt hat, möchte Miée immer wieder. Die Produkte verkaufen sich quasi von selbst und das Schöne dabei ist, dass Miée friseurexklusiv ist und die Gäste treu bleiben beim Nachkauf.

Die Partnerschaft mit Miée war die beste Entscheidung!

**We love Miée!**

*Dieser Artikel wurde nicht gesponsert.*

# Achtung Nebenkostenabrechnungen

RechtsWelt

Zum Jahresende kommen in aller Regel die **Endabrechnungen** der Nebenkosten durch den Vermieter. In diesen Abrechnungen werden alle umlegbaren **Kosten** zusammengestellt und als Gesamtsumme den Vorauszahlungen gegenübergestellt; daraus ergibt sich entweder eine Nachzahlung oder auch eine Rückvergütung.

Hier ist ganz entscheidend, ob Ihr Salon als **gewerblicher** Mieter eingestuft ist, das heißt, ob der Vermieter sowohl die Miete als auch die Nebenkosten zuzüglich Umsatzsteuer berechnet. Dies dürfte in den meisten Fällen auch so gehandhabt werden.

Wenn es sich also um eine umsatzsteuerpflichtige, gewerbliche Vermietung handelt, müssen in den umgelegten Kosten die jeweiligen **Vorsteuern** herausgerechnet werden, bevor dann die Umsatzsteuer draufgerechnet wird. Manche dieser **Kosten** enthalten keine Umsatzsteuern, wie zum Beispiel Grundsteuer, Versicherungen, usw., aber der größte Umlagebetrag ist fast immer der **Heizkostenanteil**. Bei einem gewerblichen Mietobjekt lässt der Vermieter in den meisten Fällen die Heizkosten von einer Fremdfirma, z. B. Brunata ermitteln. Diese Firmen arbeiten aber immer mit den **Bruttokosten**, also den Bezugskosten für Wärme, Gas, usw.

Das führt dann dazu, dass diese Firma aus einem Brutto-Gesamt-betrag der Kosten über einen Umlageschlüssel (Flächenanteil und abgelesener Verbrauch) einen **Kostenanteil** für jeden Mieter ermittelt. Dieser Kostenanteil ist aber dann ein Bruttobetrag, also inklusive **Mehrwertsteuer**.

In vielen Fällen übernimmt der Vermieter diesen Bruttobetrag in seine Nebenkostenaufstellung und schlägt dann die übliche Mehrwertsteuer von derzeit 19 % darauf.

Das ist absolut falsch, da Sie in diesem Fall bei den Heizkosten Umsatzsteuer auf die Umsatzsteuer bezahlen, also **doppelt**. Also bitte **immer prüfen**, ob sämtliche Umlagekosten und vor allen Dingen der Heizkostenanteil mit einem **NETTOBETRAG** angesetzt ist, auf den dann die pauschale Umsatzsteuer draufgerechnet werden kann.

Leider gibt die Praxis der Nebenkostenabrechnungen zu diesem Punkt Anlass zur Überprüfung. Seien Sie wach, ich war es.

In diesem Sinne,  
Ihr Bernd Werner



# Terminplaner

# KundenService



Lieber SPE-Victory User,

wir freuen uns, Ihnen **Neuigkeiten** berichten zu dürfen:

Schon bald können wir Ihnen unseren **neuen Online-Timer** präsentieren!

Dieser wird dann auch nachträglich ins „**neue SPE.Victory**“ als fester Bestandteil integriert.

**Seien Sie gespannt!**

Bei Fragen stehen wir Ihnen jederzeit sehr gerne zur Verfügung

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



Wussten Sie schon...



- 71 % der Frauen bevorzugen rasierte Männer, lediglich 7% Männer mit Vollbart.
- Männer, die sich täglich rasieren, sind außerdem mit sich selbst zufriedener und wirken selbstsicherer.
- 20.000 Mal rasiert sich ein Mann mindestens in seinem Leben.

[www.schaefer-electronics.com](http://www.schaefer-electronics.com) 

# Weiterempfehlung durch Ihre Kunden



Unterstützend zur **Erhöhung** Ihrer Weiterempfehlung stellen wir Ihnen die Wunderwaffe der Neukundengewinnung vor: Der **Beautyscheck** ist das effektivste Werbemittel der Schaefer & Partner Consulting, das sich seit über 25 Jahren in der Friseurbranche bewährt. Weiterempfehlung ist die beste Werbung! Durch die persönliche Weiterempfehlung Ihrer Kunden bzw. Ihrer Mitarbeiter ist hiermit ein Rücklauf von 15 % bis 20 % garantiert.

Ihre Kunden sind Ihre Fans! Dennoch denkt keiner von alleine an eine Weiterempfehlung. Setzen Sie den Beautyscheck bei Ihren Stammkunden ein, um die **Weiterempfehlung** zu unterstützen. Ihr Appell: „Wir möchten gerne weitere tolle Kunden wie Sie und freuen uns über Ihre Weiterempfehlung!“.

Zudem verschenken Ihre **Mitarbeiter** die Beautyschecks gezielt während privater Situationen, z. B. als Dankeschön an die nette Verkäuferin oder die aufmerksame Bedienung im Restaurant – wenn bereits eine erste Sympathie aufgebaut wurde.

Alle **Layouts** sind für Sie so angelegt, dass diese an Ihre Logo- oder Wunschfarbe angepasst werden können.

Bei den Layouts I und J können die Ergebnisse Ihrer „I like“-Aktion eingebunden werden. **Individualisieren** Sie diese Beautyschecks mit den positiven Stimmen Ihrer Kunden aus der „I like“-Aktion. Sie kennen die „I like“-Aktion noch nicht? Sprechen Sie uns gerne jederzeit an!

Herzlichst  
Ihre Schaefer Graphics & Solutions

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

**SCHAEFER**  
GRAPHICS & SOLUTIONS

www.schaefer-graphics.com  



# Merkmale

„Egal, was Du anziehst, Dein Kopf schaut IMMER raus.“

- Wolfgang Joop -

**SALON  
LOGO**

Layout A

## BEAUTYSCHECK

über  
Waschen + Schneiden + Föhnen  
zum 1/2 Preis

Pro Person ein Gutschein einlösbar. Nicht in bar auszahar. Nicht gültig in Verbindung mit anderen Aktionen. Für Personen ab 16 Jahren. Alle weiteren Dienstleistungen werden zum Normalpreis verrechnet.

ein Geschenk für

ein Geschenk von

einlösen bei oder nach Wunsch:

einlösen bis

Vereinbaren Sie gleich Ihren Termin.

**SALON  
LOGO**

Lockenweg 5  
12345 Lockenstadt  
Tel. 09876 - 12 34 56  
www.salonname.de 

Rückseite

Das **Schönste** an den meisten Männern ist die **Frau** an ihrer Seite.

- Henry Kissinger -

**SALON  
LOGO**

Layout B

Life is better  
when you have a  
good hairstylist!

**SALON  
LOGO**

Layout E

„Du musst heute mit mir ausgehen!“

„WARUM?“

„Dein Haar sieht zu gut aus, um zu Hause zu bleiben!“

**SALON  
LOGO**

Layout H

Das Leben kann nicht immer perfekt sein.  
**Deine Haare schon.**

- Friseur Maria -

**SALON  
LOGO**

Layout C

Akzente Ästhetik Atmosphäre  
Ausstrahlung Auszeichnungen Beauty-Tips  
Begrüßung Beratung Bemerkung Brillanz  
Design Duft Emotionen Entspannung  
Ereignis Events Farbenspiel Fashion  
Feeling Freude  
Gefühl Glamour  
glücklich Harmonie  
Halsstühle Harmonie  
Herzlichkeit Hochzeiten  
Hochzeit Styling Image Innativ  
Komplimente Kopfmassage  
Kosmetik Kreativität Lebensqualität  
Lebensqualität Leidenschaft Licht  
Liebe Lifestyle Menschlichkeit Mode  
modern persönlich Persönlichkeit  
Professionalität Qualität Rendevous Schönheit  
Seele Service Silberberatung tillool Style  
Sympathie temperamentvoll Traumbauf  
Träume Trends Überraschung  
Veränderung verlieben verwöhnen  
Wasserspiel Wellness wohlfühlen Zeit

Mein  
Lieblings-  
friseur

**SALON  
LOGO**

Layout F

**Unsere Kunden können nicht irren!**

„Echte Menschen mit Herz!“

„Tolles Team – individuelle Beratung – faire Preise!“

„Du bekommst immer neue Ideen!“

„Weil ich immer Komplimente für meine Frisur bekomme.“

**SALON  
LOGO**

Layout I

**Innere Schönheit** ist 'ne super Sache!

**Eine tolle Frisur** aber irgendwie auch!

**SALON  
LOGO**

Layout D

„Eine schöne Uhr zeigt die Zeit an, eine schöne Frau lässt sie vergessen.“

- Maurice Chevalier -

**SALON  
LOGO**

Layout G

**MEIN LIEBLINGSFRISEUR**

„Echte Menschen mit Herz!“

„Tolles Team – individuelle Beratung – faire Preise!“

„Du bekommst immer neue Ideen!“

„Weil ich immer Komplimente für meine Frisur bekomme.“

**SALON  
LOGO**

Layout J

## Ihre nächsten Seminartermine

**Chefseminar I** mit Klaus Schaefer & Sascha Griebhammer  
06.05. – 08.05.2018 Hotel Sonne, Neuendettelsau  
25.11. – 27.11.2018 Rotes Ross, Marktbergel

**Chefseminar II** mit Stefan Dax  
14.10. – 15.10.2018

**Führungsseminar I** mit Harald Müller  
18.03. – 19.03.2018 Landgasthof Bergwirt, Herrieden  
21.10. – 22.10.2018

**Führungsseminar II** mit Harald Müller  
10.06. – 11.06.2018  
11.11. – 12.11.2018 in Eich

**Finanzielle Freiheit** mit Stefan Dax & Anja Wiesendorf  
24.06. – 25.06.2018 in Oberdachstetten

**Beratung & Kommunikation** mit Bastian Schaefer  
17.06. – 18.06.2018 in Oberdachstetten  
01.07. – 02.07.2018 in Eich  
21.10. – 22.10.2018 in Eich

**clever@work** mit Frank Greiner-Schwed  
11.11. – 12.11.2018 in Oberdachstetten

**Organisation & Rezeption** mit Torsten Kowalsky & Andrea Büchele  
25.03. – 26.03.2018 in Oberdachstetten  
06.05. – 07.05.2018 in Eich  
14.10. – 15.10.2018 in Oberdachstetten

**Communication & Clienting** mit Stefanie Ehrich  
06.05. – 07.05.2018 in Oberdachstetten  
05.11. – 06.11.2018 in Oberdachstetten

**Sicher am Telefon** mit Torsten Kowalsky  
04.06.2018 in Oberdachstetten

**Fit to Start**  
27.08. – 31.08.2018 in Würzburg

**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

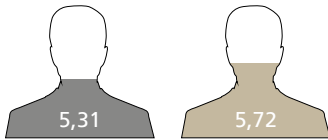
**T.I.M. 2018** mit Franc Braun  
Schweiz: 16.09.2018, Nottwil Hotel Sempachersee

## Sichern Sie sich jetzt Ihren Platz!

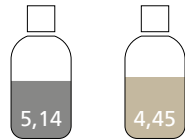
Weitere Informationen erhalten Sie bei:

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

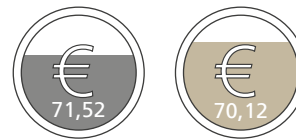
## Auswertungen



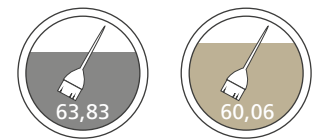
Kunden pro Tag  
(Anzahl)



Verkauf pro Kunde  
(in €)



Umsatz pro Dame  
(in €)



Farbanteil Damen  
(in %)

Jan '17 ■  
Jan '18 ■

## Mitarbeiter-Jubiläen

Bettina Hofmann



25 Jahre

Harald Müller



25 Jahre

Bernd Werner



20 Jahre

Miriam Semmler



15 Jahre

*Danke* für Euer Engagement!

# 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](mailto:info@schaefer-consulting.com)  
[www.schaefer-consulting.com](http://www.schaefer-consulting.com)

