

SPC-REPORT

EinBlick

Mai/Juni 2018 | N° 319

Umsatzkiller
Terminbuch und
Onlinetimer

Chefgedanken

Für eine Receptionistin
habe ich kein Geld

Sichtweisen

SPC-Kongress 2018

Darstellung

CHANGE!

Nachschau



Umsatzkiller Terminbuch und Onlinetimer

Die Suche nach Mitarbeitern wird immer dringender. Der Arbeitsmarkt ist eng, es wird schwieriger, die richtigen **Mitarbeiter** zu finden. Und diese sollen dann auch einen **guten Lohn** erhalten.

Es mangelt heute meist nicht an den Kundenzahlen, es mangelt oft gefühlt an Mitarbeitern, um mehr **Umsatz** in den Salons zu erzielen. Branchenzahlen zeigen, dass in der Branche immer weniger Friseure arbeiten und auch die Zahl der Lehrlinge von Jahr zu Jahr zurück geht. Und trotzdem steigt der Umsatz pro Beschäftigtem laut statistischem Bundesamt nicht in der Höhe, wie dies die Dringlichkeit der Mitarbeitersuche vermuten lässt!

Diese und noch viele Gründe mehr sind gegeben, um das Thema **Effizienz** im Friseursalon genauer zu betrachten. Wie kann die Auslastung **verbessert** werden? Was kann der Einzelne tun, um mehr Umsatz zu generieren? Effizienz wird in der Branche immer **wichtiger**. Und genau hier kommt das **Terminbuch** in den Fokus! Beginnen möchte ich in diesem Thema mit einem Beispiel, welches mir selbst widerfahren ist:

Meine Berechnungen zeigten in diesem Unternehmen, dass jeder **Mitarbeiter** in der Lage ist, einen **Umsatz** von rund 12.000,- Euro zu erwirtschaften. Dies gelingt dem Mitarbeiter, wenn er **85 %** seiner vorhandenen Arbeitszeit auch effektiv am Kunden verbringt. **15 % Restzeit** für Tätigkeiten wie Kassieren und andere organisatorische Dinge, wie zum Beispiel das Zuspätkommen von Kunden usw.

Vor einigen Jahren im **Oktober** sprach mich die Unternehmerin darauf an, dass der Dezember – mit Ausnahme der ersten 4 Tage – bereits komplett ausgebucht sei. Ich freute mich für sie und beglückwünschte sie schon im Vorfeld für die 12.000,- Euro je Mitarbeiter Umsatz. Allerdings hatte sie im Vorfeld schon den

Umsatz zusammengerechnet und kam auf das **ernüchternde Ergebnis**, dass nur rund 8.500,- Euro je Mitarbeiter erzielt werden würden.

Und damit waren wir bei der damals gefühlten ewigen **Diskussion**, dass die von mir berechneten Umsätze von einem Mitarbeiter einfach nicht **erwirtschaftet** werden können. Dies war der beste Zeitpunkt, sich das **Terminbuch** dann einmal zur Hand zu nehmen und die Eintragungen genauer unter die Lupe zu nehmen. Nach wenigen Minuten des Durchblätterns in dem Terminbuch war mir alles klar!

- Kunden werden nur mit Vornamen eingetragen.
- Neukunden werden nicht als solche markiert.
- Einwirkzeiten werden ausgekreuzt.
- Zuarbeiten trägt der Friseur bei sich selbst ein, obwohl der Standard ist, diese beim Assistenten / Auszubildenden einzutragen.
- Zusatzzeiten werden durch Kreuze markiert.
- Vorhandene Lücken von ¼-Stunde zwischen zwei Kunden, die sich niemals mehr füllen lassen.
- Große, hieroglyphenartige Schriftbilder, wodurch nichts lesbar ist.

Aus diesen Gründen wollte ich für einen Tag das **Terminbuch** neu schreiben. Also forderte ich die Unternehmerin auf, einen Tag, an dem aus Ihrer Sicht wirklich nichts mehr ging, zu finden.

Gut – meine Handschrift ist **etwas kleiner** und passt in eine Zeile. Ja, ich habe auch die **Assistenz** zu Hilfe genommen. Und ja, ich habe einige Kunden verschoben – natürlich mit Anruf, ob dies möglich sei. Ich habe die Richtzeiten eingehalten und, und, und...

Ergebnis: Ich habe bei drei Mitarbeitern insgesamt **elf Termine**

Chef Gedanken

zu je einer Dreiviertelstunde an diesem einen Tag frei bekommen. In diesem Salon ist die **Richtzeit** für Waschen, Schneiden, Föhnen **45 Minuten**. Der Preis dafür: 42,- Euro – somit waren an diesem einzigen Tag noch 462,- Euro zusätzlicher Umsatz möglich! Die Antwort der Unternehmerin war, dass sie es verstanden hat. Sie geht das Terminbuch nochmals nach diesen **Kriterien** durch. Kurze Zeit später kam der Anruf: Entwarnung, es gibt noch genügend **freie Termine!**

Im **Februar** des folgenden Jahres kam ich **wieder** in den Salon. Mich überraschte völlig **unaufgefordert** der beste Mitarbeiter mit den Worten: „Stefan, ich wollte mich für die Lohnerhöhung auch bei dir bedanken!“ Der Mitarbeiter hatte im Dezember einen Umsatz von sage und schreibe fast **13.000 Euro** gemacht und damit Leistungsprämien erhalten. Seine zweite Aussage: „Damit habe ich mich aber nicht tot gemacht!“ Und dieses Kompliment von einem Mitarbeiter, der vorher mit **7.000 Euro** an seine Grenzen gestoßen ist und trotzdem mehr wollte!

Meine **Aufforderung** deshalb:

- Richtzeiten definieren! Es sollte genau festgelegt werden, wer welche Arbeitsschritte durchführt (Vollkraft oder Assistenz).
- Tägliche Prüfung der Einhaltung der Vorgaben.

Der **Terminkalender** – er bestimmt die Attraktivität der Arbeitsplätze! Er bestimmt die Lohnhöhe der Mitarbeiter! Er ist der Dreh- und Angelpunkt im Salon! Und er ist der **Booster** für eine gute Organisation und damit für den Umsatz und den Gewinn im Unternehmen!

Ein guter elektronischer Timer, oft auch **Onlinetimer** genannt, macht übrigens alle oben beschriebenen Dinge richtig und eigenständig. Er lässt erst gar nicht die möglichen Mängel zu.

Ihr Stefan Dax

Schaefer & Partner Consulting



„Für eine Receptionistin habe ich kein Geld!“

Diesen Satz habe ich leider schon öfters gehört.

Beginnen wir einmal bei der Frage, warum es eine **Rezeptionistin** in so vielen anderen Branchen gibt. Nicht nur in der Hotellerie ist dies selbstverständlich, sondern auch bei Ärzten, Bürokomplexen, „großen“ Unternehmen, Autohäusern, in Verwaltungen und wenn ich das hier so schreibe, stelle ich mir die **Frage**: „In welcher Branche gibt es das eigentlich nicht?“

Aus meiner Erfahrung in der **Hotellerie** weiß ich, dass die Rezeption innerhalb eines solchen Betriebes eine überaus große Bedeutung hat. Denken Sie zuerst an die menschliche Leistung: Der erste Eindruck zählt und der letzte Eindruck bleibt.

Ich möchte an dieser Stelle, bevor ich Ihnen auch die wirtschaftliche Seite ein wenig näher bringe, einige **Aufgaben** aufzeigen, die eine **Rezeptionistin** auszuführen hat:

Terminbuchung, Kundenempfang, Plätze vorbereiten, Reserviert-Schilder aufstellen, Getränke servieren, Kassieren, Wareneingang und Warenausgang, Kassenabschluss, Belege, Quittungen, Wechselgeld, Ansprechpartner (Assistenz, Mitarbeiter, Chef...), Typcheck vorbereiten, Mitarbeiterplanung, Urlaubsplanung, Pflege der Kundenkartei, Vorbereiten der Kundenlaufzettel, Reklamationen, Blumen / Dekoration, Sauberkeit, Verkauf an der Rezeption, Aussehen der Mitarbeiter checken, Saloncheck am Abend und, und, und ...

Wow, alles **Aufgaben** einer einzigen Person, das hört sich nahezu unglaublich an und doch ist es so wahr! Sie sehen schon, eine

Rezeptionistin ist schon eher eine **Salonleitung**, womit Sie, als Inhaber, gleich wieder einen weiteren positiven Aspekt für diese Aufgabe haben.

Gehen wir nun einmal auf den **wirtschaftlichen Aspekt** ein, denn dieser ist ebenso interessant. Größen der Friseurbranche, wie z.B. Franc Braun oder auch Heiko Schneider gehen davon aus, dass sich eine Rezeptionistin schon bei **3 Mitarbeitern** „rechnet“.

Denn es ist bewiesen, dass durch eine Rezeptionistin eine höhere Auslastung möglich ist. Durch unsere jahrelange Erfahrung haben wir herausfinden können, dass bei jedem Kunden bis zu 10 Minuten für sogenannte „**Servicearbeiten**“ investiert werden. Das heißt, wenn ein Mitarbeiter zum Beispiel am Tag 7 Kunden bedient, spart er zukünftig **70 Minuten**. In dieser frei gewordenen Zeit kann er eine weitere Kundin bedienen.

Das heißt, wir sprechen bei 21 Arbeitstagen von 21 Kunden. Gehen wir mal von einem durchschnittlichen Umsatz pro Kundin von 60 EUR aus, dann reden wir jetzt über 1.260 EUR im Monat bei einem Mitarbeiter. **Rechnerisch** ergibt sich also bei 3 Mitarbeitern ein möglicher Mehrumsatz im Monat von 3.780 EUR. Die Rezeptionistin ist also bezahlt, Sie haben mehr Kunden mit mehr Freunden, Sie haben mehr Struktur und Ihre menschliche Leistung ist ganz sicher grandios.

Sie haben ganz Recht: Die **menschliche Leistung** der Rezeptionistin muss natürlich dafür auch grandios sein. Deshalb braucht es für diese Aufgabe eine Person mit einem bestimmten Profil.

SichtWeisen

Diese Person muss **menschlich** und **sympathisch** sein, sie sollte sich rhetorisch gut ausdrücken und strukturiert arbeiten können. **Durchsetzungsvermögen** ist ganz wichtig, vielleicht auch schon etwas mehr **Lebenserfahrung** und vor allem **Selbstbewusstsein**. Denn es kann schon sein, dass die Rezeptionistin zwar von allen Kunden und Ihnen als Saloninhaber geliebt wird, jedoch nicht unbedingt von allen Mitarbeitern. Zumindest nicht von denen, die nicht leistungsorientiert denken und handeln.

Sie sehen also, eine Aufgabe mit **Anspruch**, auch an den Menschen selbst. Wachsen diese Menschen an den Bäumen? Wohl eher nicht. Doch denken Sie an den Anfang dieser Sichtweisen: In welcher Branche gibt es eigentlich keine Rezeptionistin / keinen Rezeptionisten? Demzufolge also genügend Potenzial, um auch den/die „Richtige/n“ für Sie zu begeistern.

Übrigens: Wenn Sie eine Rezeptionistin/einen Rezeptionisten haben, helfen wir Ihnen gerne in unserem Seminar „**Rezeption und Organisation**“ dabei, das Bewusstsein für diese verantwortungsvolle Aufgabe näher zu bringen und natürlich auch die einzelnen Aufgaben zu besprechen. Fragen Sie bei unserer Seminarabteilung für weitere Informationen.

Herzlichst

Torsten Kowalsky

Schaefer & Partner Consulting



SPC-Kongress 2018

Guten Tag liebe Kollegen/innen,
an dieser Stelle diesmal ein Feedback zu dem fantastischen **SPC-Kongress 2018**.

Das waren Tage und Stunden, die in Erinnerung bleiben. Dank dem **SPC-Team**, aber auch dem hervorragenden Service des **NOVINA Hotels**, war es eine Zeit des Wohlfühlens und toller Vorträge mit großem **Lerneffekt**.

In einem Vortrag durfte ich die Wertegemeinschaft für das Friseurhandwerk „**Der faire Salon**“ präsentieren und möchte dazu ein Feedback geben.

Die aus den **tollen Vorträgen** meiner Vorredner gezogenen Erkenntnisse hatten mich etwas überrollt. Bisher sah ich mich mit dieser Wertegemeinschaft eher als **Exot** und **Einzelgänger**. Bei diesen Vorträgen wurde ersichtlich, wie sehr das **Zukunft** hat. Die **Werteorientierung** als fester Bestandteil des Brandings und wichtig für die Arbeitswelt 3.0.

Lars Nicolaisen referierte zum Thema „**Marke und Markenbildung**“ – Hanseatische Denkweise und Werteorientierung inbegriffen. Das Schwierigste hierbei ist es, so Nicolaisen, sich im Team auf bestimmte **Werte** festzulegen, diese zu definieren und sich zu einigen.

Hilfe bietet hier das Konzept der **Wertegemeinschaft**. Problemlos kann hieraus eine Unternehmensphilosophie oder ein Teamkonzept erstellt werden. Etliche Salons haben das bereits in der Praxis umgesetzt.

Stefanie Ehrich beschrieb treffend das Bild der „**Generation Z**“. Zahlreiche nickende Köpfe bestätigten: „...**das kennen wir!**“. Hier dienen die Inhalte aus dem Konzept „**Der faire Salon**“ als Hilfe und Diskussionsgrundlage bei Mitarbeitergesprächen.

Hier gilt es (ganz besonders mit jungen Menschen) einen **Konsens** zu finden. Wie anerkannte **Studien** zeigen, funktioniert eine Zusammenarbeit zwischen den alten und jungen **Generationen** deutlich besser, wenn diese auf Grundlage einer **Werteorientierung** erfolgt.

Linda und Sascha Griebhammer stellten das „**Cynerie**“-**Konzept** vor und zeigten, wie sie im Salonalltag mit diesem Alleinstellungsmerkmal Kunden begeistern.

Auch eine Mitgliedschaft in „**Der faire Salon**“ ist ein erstklassiges **Alleinstellungsmerkmal**.

Wir stellen die einzelnen **Mitgliedsbetriebe** auf unserer Plattform detailliert vor. Hier erreichen wir aktuell über **40.000 Besucher** monatlich. Zusätzlich promoten wir die **Salons** über soziale Medien, behandeln Themen, die angesprochen werden müssen und bieten das bisher einzige Gütesiegel, in welchem der Mensch im Mittelpunkt steht.

Aniello Giordano, bekannter Friseur aus Weil am Rhein, und **Thorsten Otto**, Top Moderator bei Bayern 3, sprachen das Thema „**Werte**“ an, ohne die es nicht geht. So sieht es letztlich auch der Kongress-Referent **Dr. Dr. Cay von Fournier**, der Werteorientierung als festen Bestandteil der Arbeitswelt 3.0 sieht. Zu einigen Fragen, die im Nachhinein gestellt wurden, hier die Antworten:

Gibt es Kriterien zur Aufnahme?

Die zertifizierten Teilnehmer dieser Wertegemeinschaft haben sich der Zielsetzung verpflichtet, dem von den europäischen Sozialpartnern und unter Mitwirkung der EU entstandenen Verhaltenskodex, den Leitlinien für das europäische Friseurgewerbe, zu folgen.

DarStellung

Wie wird die Einhaltung der Richtlinien überprüft?

Mitgliedschaften sind **nicht** käuflich zu erwerben! Alle Bewerber durchlaufen zu Beginn einen **Online-Fragebogen**. Dieser analysiert, wie weit die Bewerber gesetzliche Kriterien und Vorgaben oder den EU Kodex (für Friseure in Europa) in ihren Salonalltag **integriert** haben.

Schon hier findet mancher Bewerber **keinen** Einlass, von zahlreichen Weiteren haben wir uns auch wiederum **getrennt**.

Garantie für Fairness

Nein, die kann **niemand** geben. Aber die Tatsache, dass wir uns von mehr als 150 Mitgliedern wieder **getrennt** oder diese **nicht** zugelassen haben, spricht für sich. Genau wie es im Handel oder im Sport Bestrebungen, Initiativen oder Plattformen für mehr **Fairness** gibt, können wir an diesem Thema **arbeiten** und versuchen unsere **Gemeinschaft** sauber zu halten. Und genau **das** tun wir!

Herzlichst
Ihr René Kromholz

Der faire Salon, Friseur News, Figaro Düsseldorf



www.der-faire-salon.de 

MORGENTAU

Der neue Trendduft

So geheimnisvoll und perlenreich der Morgentau sich an den Gräsern schmiegt, so fruchtig und süß umhüllt der neue Duft auch Sie.



Miée

100% ENERGIE UND
PFLEGE FÜRS HAAR.

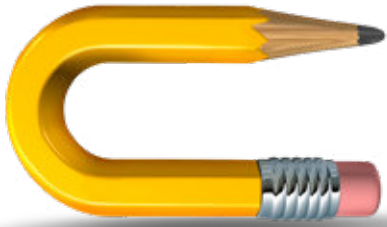


HAARPARFUM

Immer und überall fantastisch duftendes Haar.

Tauchen Sie ein in unsere Welt des Miée-Duftes
und erleben Sie den neuen Trendduft **Morgentau**.

www.miee.de  



CHANGE

Mehr Marke – Mehr digitales Marketing –
Mehr Verantwortung – Mehr Erfolg!

150 Friseure aus Deutschland, Österreich und der Schweiz kamen vom 15. bis 16. April 2018 zusammen, um sich beim diesjährigen **SPC-Kongress** voneinander und von den Referenten inspirieren zu lassen. Schon am **Samstag** reisten zahlreiche Gäste an, die auf ihren Hotelzimmern im **Novina Hotel** Herzogenaurach eine Lockencreme von **Miée**, ein dazugehöriges **Armband** sowie einen ausgefallenen **Schlüsselanhänger** als Willkommens-Überraschung vorfanden.

Dieser war ein Vorbote des diesjährigen Mottos:

„**CHANGE!** Mehr Marke – Mehr digitales Marketing – Mehr Verantwortung – Mehr Erfolg!“. Mit der passenden Aufschrift auf dem Schlüsselanhänger „Ja ich will ... Veränderung!“ konnten sich die Gäste schon vor Kongressbeginn **Gedanken** dazu machen, ob und in welcher Form sie sich Veränderung für sich und ihr Unternehmen wünschen.

Klaus Schaefer begrüßte seine Gäste zu Kongressbeginn herzlich und verkündete im selben Zug, dass **Schaefer & Partner** zukünftig mit **Blackboxx POS** zusammenarbeiten wird. Beide Firmen ergänzen sich – also eine **Win-Win-Situation**, vor allem für die Kunden von **SPE.Victory** und **Blackboxx POS**.

Klaus Schaefer's Worten folgte **Lars Nicolaisen**, Friseurunternehmer aus Hamburg, zum Thema „**Marke und Vison**“. Welche Voraussetzungen müssen erfüllt sein, dass mein Unternehmen eine Marke wird und welche Werte machen mein Unternehmen aus? Diese und weitere Fragen regten zahlreiche Zuhörer an, die Aufstellung ihres Salons zu überdenken.

Danach sprach **Stefanie Ehrich**, Friseurunternehmerin aus Rostock, über die „**Generation Z**“ und wie Unternehmer am besten mit ihr

umgehen sollten. Auszubildende kritisieren die Ausbildung an sich und die Lehrmethoden, die Abbruchrate ist größer denn je. Der **Bewerbungstapel** wird immer niedriger. Wie ist diese neue Situation zu bewältigen? Vielen Unternehmern im **Publikum** sprach Stefanie Ehrich aus der Seele. Sie gab neue Impulse und Tipps, wie beispielsweise einen **Jahreskalender**, in den systematisch Schul-tage, Schulungsnachmittage, Seminare, Prüfungen und Urlaub eingetragen werden und bei Bedarf verschoben werden können.

Nach einem **Mittagsbuffet** zur Stärkung begeisterten am Nachmittag die Unternehmensberater **Frank Greiner-Schwed** und **Torsten Kowalsky** von Schaefer & Partner Consulting die Zuhörer mit ihrem kurzweiligen und aus der Webinarreihe bekannten „**Schaeferstündchen**“, in dem sie die neuesten Aktionen und Trends für Friseurunternehmen präsentierten. Auch die neue Seminarreihe „**Für Dich**“ zur Persönlichkeitsentwicklung von CCT-Trainerin **Lisa Aceves** und die neue **Datenschutzgrundverordnung** waren im „Schaeferstündchen“ Thema.

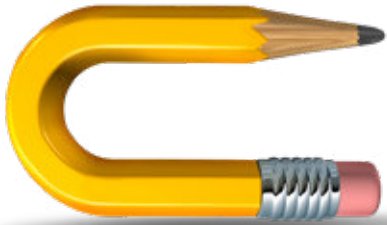
Anschließend stellte der Friseurunternehmer **Sascha Griebhammer** aus Starnberg mit Markenbotschafterin **Linda Griebhammer** die besondere Beratungsform „**Cynerie**“ vor, mit der Salons ein absolutes **Alleinstellungsmerkmal** erlangen und aus der Masse herausstechen können. Unter dem Motto „**Be the change you want to see**“ kann die Kundin mithilfe der **Haarmodelle** von „Cynerie“ schon zu Beginn ihres **Friseurbesuches** sehen und fühlen, ob sie so wirklich den Salon verlassen möchte. Die besondere **Beratungsform** bringt Lebendigkeit in die Beratung, erhöht die **Stammkundenbindung** und lässt **Neukunden** in den Salon finden.



NachSchau

Den Abschluss der Vorträge am ersten Kongresstag machte **René Krombholz** von „Der faire Salon“ mit seinem Vortrag über den **Wertewandel**. Er zeigte die Auswirkungen auf, die Friseurunternehmen in Zeiten von digitalem Wandel und Globalisierung bewältigen müssen. Eine solide **Werte-Orientierung** sollte nichts Altbackenes sein, sondern ein neues Denken, das aus den Anforderungen des **21. Jahrhunderts** hervorgehen sollte.

Nach den abwechslungs- und lehrreichen Vorträgen wurden den Gästen verschiedene **Workshops** geboten. **Lisa Aceves** stellte ihre neue Seminarreihe „Für Dich“ vor – In der interaktiven und kurzweiligen Stunde sollten die Teilnehmer einfach mal nur auf ihr **Inneres** hören und lernten verschiedene **Persönlichkeitstypen** kennen. **Stefanie Schäfer** stellte die zahlreichen Vorteile des Friseur-Information-Systems „**FIS**“ vor, indem ein realer Friseurbesuch mit **Stefanie Ehrich** als Masterstylistin dargestellt wurde. Stefanie Ehrich besprach mit ihrer Kundin den zuvor ausgefüllten **Typcheck**. Dieser zeigte, dass die Kundin offen für Veränderungen ist und Interesse an einer neuen Farbe zeigt. An welchem Wochentag und zu welcher Uhrzeit möchte die Kundin in den Salon kommen? Wünscht sie einen Kostenvorschlag? Diese und weitere Fragen beantworten die Kunden im **Typcheck**. Daraufhin kann der Stylist den **Friseurbesuch** nach den Wünschen des Kunden individuell ausrichten. Zudem erfüllt das „**FIS**“ die Vorschriften des neuen **Datenschutzgesetzes**. Im „**Cynerie**“-Workshop zeigte Markenbotschafterin **Linda Griebhammer**, wie eine typgerechte Beratung an der Kundin mit den Haarmodellen aussehen kann. Und die Workshop-Teilnehmer durften das Aufsetzen der **Haarmodelle** selbst ausprobieren. Das Feedback: **Begeisterung**.



CHANGE

Mehr Marke – Mehr digitales Marketing –
Mehr Verantwortung – Mehr Erfolg!

Auch **Miée** bot einen interaktiven Workshop für alle Interessierten. Hier wurden neue **Produkte** und deren Verwendung vorgestellt, die Vorteile eines **Silikonabzugs** erklärt und live eine **Miée Deluxe Behandlung** von Miée-Fachtrainer **Anil Akkoyun** ausgeführt. Zudem zeigte **André Leddermann**, Masterstylist und CCT-Trainer, in nur wenigen Minuten, wie der perfekte Haarschnitt gelingt – ein kleiner Ausschnitt aus dem Seminar „Cut Basic“. Die Teilnehmer erhielten zahlreiche Tipps und Tricks für ihren **Salonalltag**.

Auf dem parallel laufenden „Walk of Change“ konnten bereits in den Vorträgen angesprochene Neuheiten und Aktionen bewundert werden, beispielsweise das **Blasenpflaster-Mäppchen** der **Schaefer Graphics & Solutions** – Wie ein Running-Gag zur **Neukundengewinnung** beiträgt.

Zudem standen die **Referenten** für Fragen und Gespräche zur Verfügung.

Ein besonderes **Highlight** lieferte nach dem Dinner-Buffet am Abend die Band „**Chicolores**“, die mit ihren bunt gemischten Songs für kräftig Stimmung und eine volle Tanzfläche sorgte. Dieses **Abendprogramm** stellte zudem die ideale Atmosphäre für ein entspanntes **Come-Together** der Friseure dar.

Den zweiten Kongresstag leitete **Harald Müller** ein, der in seinem authentischen Vortrag seine Zuhörer direkt fragte, welcher Typ sie sind: „Entscheidungsfreudiger Gestalter oder Bremse?“ – „Solist oder Teamplayer?“ – „Kundensklave oder Schönheitsberater?“. Jeder Mensch trifft jeden Morgen für sich die Entscheidung – es liegt einzig und allein in seiner **Hand**. Harald Müller folgte der erfolgreiche Friseurunternehmer **Aniello Giordano** aus Weil am Rhein. Er war vor vielen Jahren zu sehr am Stuhl eingespannt und hat mehr im als am Unternehmen gearbeitet. Seine Top-Stylisten realisieren heute teilweise Farbanteile von über **130 %** und in

diesem Jahr eröffnet er seinen dritten Salon. Aniello Giordano machte dem **Publikum** deutlich, dass es häufig viel Mut und Umdenken erfordert, wenn man erfolgreicher werden möchte. Seine Zuhörer reagierten mit lautem **Applaus** und vielen positiven Reaktionen auf den sehr sympathischen Friseurunternehmer. Anschließend referierte ein auf den ersten Blick Branchenfremder, **Thorsten Otto**, erfolgreicher und bekannter **Radiomoderator** aus Bayern. Jedoch stellten die Gäste schon nach wenigen Sätzen **Parallelen** zur Friseurbranche fest, vor allem, als es um das Thema „**Smalltalk**“ ging und darum, wie Friseure mit ihren Kunden ein authentisches und gutes Gespräch führen können.

Den Abschluss machte Top-Speaker **Dr. Dr. Cay von Fournier** unter dem Motto „Change – Geben Sie Gas in Richtung Erfolg!“. Er nannte zahlreiche Methoden und Tricks, wie **Friseursalons** ihre Kunden zu **Fans** machen können. Dr. Dr. Cay von Fournier erzählte von einem **Hotelaufenthalt**, bei dem er sich aus der Hotel-Bibliothek ein Buch nahm und es am Zimmer las. Am Tag seiner Abreise lies er das Buch unbeachtet und offen liegen, da er es aus Zeitgründen nicht zu Ende lesen konnte. Bei seinem nächsten Besuch in diesem Hotel war er mehr als überrascht, als er das gleiche Buch wieder auf seinem Zimmer vorfand – aufgeschlagen auf der Seite, auf der er aufgehört hatte zu lesen! Das ist **Kundenbegeisterung**. Jeder Saloninhaber sollte gemeinsam mit seinen Mitarbeitern seine Kunden im Salon begeistern. Und wenn dann doch mal ein Fehler unterlaufen sollte ist dieser nicht schlimm, denn: Kunden reklamieren, Fans verzeihen! Wir bedanken uns bei allen Gästen, Kooperationspartnern und Mitwirkenden, die diese zwei Tage zu etwas ganz Besonderem gemacht haben. **Wir freuen uns schon auf den nächsten SPC-Kongress von 19. bis 20. Mai 2019 im Novina Hotel Herzogenaurach!**





Spontane Kassen-Nachschau ...

... und plötzlich klopft es an der Tür!

Seit Anfang des Jahres gibt es die sogenannte „**Kassen-Nachschau**“, bei der Finanzämter ohne Voranmeldung bei Betrieben der Bargeldbranche prüfen können, ob die in einem **Kassensystem** erfassten Daten den gesetzlichen Formvorschriften entsprechen. Ab **Mai 2018** werden die Prüfer **verstärkt** die bargeldintensiven Betriebe aufsuchen.

Was ist eine **Kassen-Nachschau**?

Finanzbehörden dürfen seit 2018 **ohne** vorherige **Ankündigung** und außerhalb einer Außenprüfung (Betriebsprüfung) während der üblichen Geschäfts- und Arbeitszeiten Geschäftsgrundstücke/-räume des Unternehmers **betreten**, um das **Kassenbuch** zu überprüfen bzw. einen **Kassensturz** zu machen.

Was ist zu beachten, wenn der **Prüfer** vor der Tür steht?

Bevor der Prüfer Auskünfte oder Unterlagen verlangen kann, muss er sich **ausweisen**. Sie sollten sich zusätzlich auch einen Nachweis aushändigen lassen, dass der Prüfer auch tatsächlich zur **Kassenprüfung** bei Ihnen beauftragt ist.

Fordert der vermeintliche Prüfer des Finanzamtes aufgrund der Kassen-Nachschau Geld, dürfte es sich um einen **Betrüger** handeln. Hier sollte die **Polizei** informiert werden.

Privaträume darf der Prüfer in der Regel **nicht** betreten.

Möchte der steuerliche Berater die Kassen-Nachschau betreuen, ist der Prüfer zu informieren und bis zum Eintreffen des Beraters um **Geduld** zu bitten.

Sollte eine weitere **Auskunftsperson** Ihres Unternehmens benannt werden, so ist dies dem Prüfer mitzuteilen. Andere Personen dürfen dem Prüfer keine Fragen beantworten.

Können bestimmte Fragen nicht mit Sicherheit beantwortet werden, ist es besser, **keine Auskunft** zu erteilen und hierzu auf den steuerlichen Berater zu verweisen.

Welche **Unterlagen** müssen dem Kassenprüfer vorgelegt werden?

Der Unternehmer muss alle Aufzeichnungen, Bücher, die für die Kassenführung erheblichen sonstigen Organisationsunterlagen zum **Kassensystem** (Bedienungs- und Programmieranleitungen) sowie die elektronischen Daten bereitstellen.

Wichtig: Bitte achten Sie immer darauf, dass der gezählte Kassenbestand mit dem buchmäßigen Bestand des Kassenbuches übereinstimmt! Diesen sogenannten **Kassensturz** darf der Prüfer jederzeit bei der Prüfung durchführen.



Buchhaltung

Ist eine **Kassen-Nachschau** auch bei Betrieben **ohne** Kassensystem zulässig?

Im Interesse der **Wettbewerbsgleichheit** werden Unternehmen **ohne Kassensystem** nicht bessergestellt, als solche mit einer Registrier- oder PC-Kasse. Deshalb sind auch hier Kassen-Nachschauen möglich. Die Prüfung beschränkt sich zumeist auf eine **Zählung** des in der Kasse befindlichen Geldes (Kassensturzprüfung) sowie die Tageskassenberichte für die Vortage.

Was **droht** Ihnen?

Fallen dem Prüfer Unregelmäßigkeiten z.B. in Bezug auf die Kassenaufzeichnungen, -buchungen oder die zertifizierte technische Sicherheitseinrichtung auf, kann er **ohne** gesonderte **Prüfungsanordnung** und **ohne Fristsetzung** zu einer regulären Betriebsprüfung übergehen. Diese erstreckt sich dann auf **alle** betrieblichen Unterlagen, elektronischen Daten und Steuerarten für den festgelegten Prüfungszeitraum.

Auf den **Übergang** zur regulären Betriebsprüfung muss vom Prüfer schriftlich hingewiesen werden. Zu den steuerlichen Folgen, die eine nicht ordnungsgemäße Kasse bei einer Prüfung mit sich bringen kann, gibt es künftig **neue Bußgeldtatbestände**. Eine Ordnungswidrigkeit liegt etwa vor, wenn die Geschäftsvorfälle **nicht** vollständig, richtig, zeitgerecht und geordnet aufzeichnet

werden. Die neuen speziellen Bußgeldtatbestände für Verstöße gegen die Ordnungsvorschriften für Kassen gelten **ab 2020**. Es kann für Verstöße eine Geldbuße von bis zu 25.000,- Euro festgesetzt werden.

Was können **Sie** tun?

Gute Vorbereitung ist alles, damit der Besuch des Kassenprüfers Sie nicht in eine unangenehme Situation bringt. Sprechen Sie rechtzeitig mit Ihrem **Steuerberater** oder mit uns darüber.

SPE.Victory-Anwender finden alle erforderlichen Unterlagen rundum die Kassensoftware unter:
SPE.Victory -> COM -> Versionshistorie.

Bei **Fragen** erreichen Sie das **SPE.Victory Dienstleistungszentrum** wie gewohnt unter Tel. +49 (0) 9845 / 989 333.

Mo.-Fr. 08:00 Uhr – 20:00 Uhr
Samstag 08:00 Uhr – 14:00 Uhr

Ihre Finanzbuchhaltung & Personalabrechnung CCT Team

Tel.: +49 (0) 9845 / 989 -121 Frau Gisela Hafner oder
Tel.: +49 (0) 9845 / 989 -155 Frau Jutta Dax

Neu im Team - Michelle Schubert

Hallo und Glückauf!

Ich heiße Michelle und arbeite seit April 2018 bei Schaefer Graphics & Solutions als Mediengestalterin. Es war eher ein glücklicher und überraschender Zufall, dass ich jetzt hier sein darf, denn **Harald Müller** rief mich an, als ich gerade mit meiner **Bachelorarbeit** fertig war und mich an neue Bewerbungen setzen wollte. Ich hatte mich bereits während meines Studiums in der **Graphics** - jedoch für eine Teilzeitstelle - beworben, um mir neben der anstehenden Bachelorarbeit das Studium zu finanzieren. Stattdessen konnte ich nun direkt als Vollzeitkraft anfangen.

Ich bin in einer wohl sehr **nervenaufreibenden** Zeit eingestiegen, da der **Kongress** kurz vor der Tür stand und es noch sehr viel zu erledigen und vorzubereiten gab. Zu dritt haben wir das aber alles gut gemeistert. Mittlerweile kann ich sagen, habe ich mich sehr gut hier eingelebt. Vor allem **gefällt** mir das offene, freundschaftliche **Arbeitsklima**.

Obwohl ich mich hier offiziell als **Mediengestalterin** beworben habe, hatte sich schon früh herumgesprochen, dass ich aus meinem Studium auch im **Bereich Film, Animation und Audio** einige Kenntnisse mitbringe und ebenso das Interesse, diese Kenntnisse erweitern und einsetzen zu können. Ich bin froh darüber, mich an unterschiedlichsten **Projekten** beteiligen zu können und so durch die stete Anwendung mehr Übung im Bereich Video zu erhalten.

Noch ein paar Worte zu meiner **Person**: Ich komme ursprünglich aus einem Kleinort in der Nähe von Chemnitz. Ausbildung und Studium haben mich nach **Ansbach** gebracht und nun mit der nahegelegenen Arbeit, werde ich auch noch eine ganze Weile dort ansässig bleiben. Ich habe das **Kleinstadtleben** kennen und lieben gelernt. Alles ist mit dem **Fahrrad** innerhalb einiger Minu-

ten erreichbar und trotzdem hat man die Stadt schnell hinter sich gelassen, wenn man sich auf **MTB-Touren** über die umliegenden Dörfer und Felder begibt. Neben diesem Hobby zeichne ich in meiner Freizeit auch gern oder spiele Klavier.

Außerdem lerne ich in meiner Freizeit **Japanisch** und plane, auch noch etwas in der Welt herum zu kommen und somit auch viele andere Länder und fremde Kulturen kennen zu lernen. Auch wenn mir trotz der neuen **Erfahrungen** immer dabei etwas mulmig wird, bin ich der Meinung, dass es wichtig ist, es zumindest versucht zu haben, anstatt irgendwann darauf zurückzublicken und sich zu denken: „ach, hätte ich nur...“

Ein guter Spruch, der zu dieser Situation passt:

„Sometimes you have to stop being scared and just go for it. Either it will work or it won't. That's life.“

Es kann **immer** sein, dass etwas nicht so gut läuft oder einem nicht so gut gefällt, wie man erst gedacht hat, aber **Hauptsache**, man hat es **versucht**.

Genauso geht es mir auch derzeit hier in meinem **Beruf**, es gibt Bereiche, in denen ich mich nicht so gut auskenne, aber die **Chance** habe, mehr zu lernen, also **ergreife** ich sie und versuche stets das **Beste** daraus zu machen.

Ihre Michelle Schubert



Schnell noch zur WM!!

Kleines **Spiel** gefällig? Nutzen Sie die **Tisch-Torwand**, um Ihre Stammkunden mit einem **Gutschein** zu überraschen! Mit dieser **Aktion** haben Sie **Spaßgarantie** für echte Fußballfans, Büro- und Thekensportler.

Wie funktioniert die Aktion?

Stellen Sie die **Tisch-Torwand** an Ihrer **Kasse** auf. Jeder Kunde hat **vor** dem Bezahlen zwei Versuche in eines der Löcher zu **treffen**. Drückt man auf den Kopf der Figur, so hebt sich deren Bein, wodurch der **Ball** geschossen wird.

Schießt der Kunde ein **Tooooooor** erhält er von Ihnen einen **Gewinn** (z.B. 50 % auf Dienstleistungen; Waschen/Schneiden/Föhnen gratis; 10 % auf Verkaufsprodukte). Lassen Sie sich bei der Höhe und Art des Gewinnes von **uns** oder Ihrem **Berater** der **Schaefer & Partner Consulting** beraten.

Herzlichst

Ihre Schaefer Graphics & Solutions

Tel. +49 (0) 9845 / 989 260

kontakt@schaefer-graphics.com



DranDenken

Wussten Sie schon ...



Der Erfinder der Bob-Frisur

Als Vater des Bobs wird oft der englische Starfriseur Vidal Sassoon genannt. Dies ist aber nur teilweise richtig, denn eigentlich hat er ihn neu erfunden und als Vorlage den in den 1920er Jahren populären Garçon-Schnitt genommen, der in jenen Jahren für Frauen geradezu revolutionär war: Bis zu den Ohrläppchen reichend, passte er wunderbar zu den Flappers dieses Jahrzehnts. Er wurde entweder glatt oder in ondulierten Wellen getragen. Als Sassoon 1963 zur Schere griff und aus dem Garçon-Schnitt den Bob zauberte, war er begeistert. „Shake it, baby!“ rief der Meistercoiffeur begeistert aus, als er entdeckte, dass das Haar immer wieder zum eigentlichen Cut zurück fiel, ohne dass dafür ein großes Styling nötig gewesen wäre.

SCHAEFER

GRAPHICS & SOLUTIONS

www.schaefer-graphics.com  

Ihre nächsten Seminartermine

FreiHalten

Chefseminar I mit Klaus Schaefer & Sascha Griebhammer
25. – 27.11.2018 in Marktbergel

Chefseminar II mit Stefan Dax
14. – 15.10.2018

Führungsseminar I mit Harald Müller
21. – 22.10.2018

Führungsseminar II mit Harald Müller
11. – 12.11.2018 in Eich

Finanzielle Freiheit mit Stefan Dax & Anja Wiesendorf
24. – 25.06.2018 in Oberdachstetten

Beratung & Kommunikation mit Bastian Schaefer
01. – 02.07.2018
21. – 22.10.2018 in Eich
28. – 29.10.2018 in Oberdachstetten
19. – 20.11.2018 in Oberdachstetten

clever@work mit Frank Greiner-Schwed
11. – 12.11.2018 in Oberdachstetten

Organisation & Rezeption mit Torsten Kowalsky & Andrea Büchele
14. – 15.10.2018 in Oberdachstetten

Communication & Clienting mit Stefanie Ehrlich
05. – 06.11.2018 in Oberdachstetten

Sicher am Telefon mit Torsten Kowalsky
04.06.2018 in Oberdachstetten

Fit to Start mit Tobias Kabirschke & Anil Akkoyun
27. – 31.08.2018 in Würzburg

Talentfinder mit Lisa Aceves
07. – 08.10.2018 in Oberdachstetten
21. – 22.10.2018 in Eich

Cut Basic Seminar by *Nice*
08. – 10.10.2018 in Neunkirchen mit Thomas Müller

Events:

T.I.M. 2018

Nottwil/CH: 16.09.2018 mit Franc Braun
Würzburg/D: 23.09.2018 mit Frank Greiner-Schwed & Torsten Kowalsky



SPC-Kongress 2019

19. – 20.05.2019 in Herzogenaurach

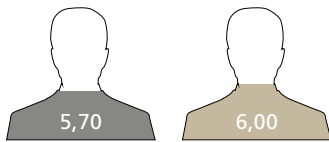
Webinar mit Frank Greiner-Schwed & Torsten Kowalsky
18.06.2018, Thema: Cynerie: mit Linda Griebhammer
09.07.2018, Thema: Social Media

Sichern Sie sich jetzt Ihren Platz!

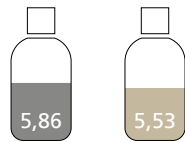
Weitere Informationen erhalten Sie bei:

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

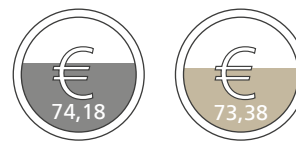
Auswertungen



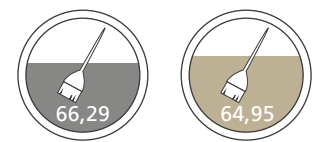
Kunden pro Tag
(Anzahl)



Verkauf pro Kunde
(in €)



Umsatz pro Dame
(in €)



Farbanteil Damen
(in %)

März '17 ■
März '18 ■

DANKE ...

... für den tollen SPC-Kongress 2018!

Save the Date:

19.-20. Mai 2019

Novina Hotel Herzogenaurach



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 