



EINBLICK

CHEFGEDANKEN
GELERNT -
ODER ...

SICHTWEISEN
DIE REZEPTION -
SCHALTSTELLE

DARSTELLUNG
ZWISCHEN DER
ZEITWENDE

GELERNT – ODER THE SAME PROCEDURE AS EVERY YEAR?

Der Lockdown läuft noch bis 31. Januar und die Politiker stimmen uns in der Bevölkerung bereits **jetzt** auf eine weitere Verlängerung und auch evtl. **Verschärfung** des Lockdowns ein. Nun - auch wir können **nicht** in der Glaskugel lesen und wissen Stand heute (13.01.2021) nicht, wann es tatsächlich wieder weitergeht. Wir wünschen Ihnen: baldmöglichst! Klar freuen Sie sich wieder auf Ihre Kunden und die Farben und Schnitte und Frisuren. Und selbstverständlich wird es einen **Boom** geben. Mir geht es im Folgenden aber darum, **Erkenntnisse** aus dem ersten Lockdown zu ziehen. **Was** haben wir gelernt und **was** machen wir mit diesem Wissen heute?

Finanziell: Ich kann hier nur darüber sprechen, wie es **mir** in meinen Mandatsgesprächen erging. Oft war es so, dass in den Gesprächen **viel** Überzeugungsarbeit notwendig war, sich jetzt - im Lockdown April - um **Darlehen** zu bemühen und sofort eine eventuelle weitere Schließung mit einzuplanen, wenn nicht Rücklagen dafür auf dem Konto vorhanden waren. Oft wurde ich in diesen Gesprächen **belächelt**. Andere waren **entrüstet**, ein so „großes Darlehen“ aufzunehmen. „Das kostet doch alles nur Zinsen und ich brauche es doch gar nicht und mit der Soforthilfe komm ich doch über die Runden!“, so eines der Gegenargumente. Und so kostete es wirklich **viel** Überzeugungsarbeit.

Heute bekomme ich dafür ganz viel Dank, weil die Friseure auch von ihren Bankern Lob für die **Umsichtigkeit** erhalten, dies so „weitsichtig“ vorausgeplant zu haben. An dieser Stelle Danke für Eure Wertschätzung unserer Arbeit, die in dieser Beziehung erst **jetzt** wirklich sichtbar wird.

Und so ist es auch nicht verwunderlich, dass Sie entspannt sind! Dem entgegen sprechen mich derzeit **viele** von Ihnen darauf an, dass Sie gar nicht verstehen, warum befreundete Friseurunter-

nehmer/innen derzeit so **angespannt** sind und viele **finanzielle** Existenzängste haben. Es ist ein **bekanntes** Phänomen in der Friseurbranche, dass viele von der Hand in den Mund leben und **keine** Rücklagen bilden. Wenn jedoch **keine** Rücklagen vorhanden sind einerseits und sich dann nicht um Darlehen gekümmert wird, dann passiert eben das, was momentan vielen schlaflose Nächte bereitet: **Wie** geht es weiter? Kommt **tatsächlich** auch noch eine Rückzahlung der Soforthilfe dazu und **was** mache ich

WIE GEHT ES WEITER?

dann? Ich kann nicht sagen, ob überhaupt und wenn ja, wieviel zurückzahlen ist und dies ist sicher in jedem **Einzelfall** zu prüfen. Meines Erachtens gab und gibt es auch immer wieder **Änderungen**, die seitens der Regierung eher „leise und heimlich“ gemacht werden, da offensichtlich die Regelungen nicht EU-rechtskonform waren und vielleicht auch noch nicht sind. Wir werden sehen, was hier noch auf uns alle zukommt!

Umso wichtiger ist es, sich auf seine eigene Regelungskraft zu verlassen.

- Als Unternehmer bin ich **verpflichtet**, meine Liquidität, also meine Zahlungsfähigkeit, aufrecht zu erhalten. Hier gilt das alte Sprichwort „Liquidität geht vor Rentabilität“. Die gute Nachricht: Bei wem jetzt langsam die Rücklagen schwinden, der kann sich auch heute noch aus den Fördertöpfen des Staates über Darlehen bedienen, dies erfolgt über Ihre Hausbank!

- Als Unternehmer bin ich **verpflichtet**, dauerhaft Gewinne zu erwirtschaften und Rücklagen zu schaffen.

Was waren die **wichtigsten** Erkenntnisse aus dem ersten Lockdown:

CHEFGEDANKEN

Na klar, es ging los mit einem Boom: Die Telefone standen nicht still. Es war **richtig** was los und viele hatten einen deutlich besseren Mai 2020 als Dezember des Jahres 2019! Einige hatten diese Situation auch noch bis in den Juni hinein. Und dann klang alles wieder ab und kehrte auf ein **Normalmaß** - zumindest was die durchschnittlichen Kundenzahlen betrifft – in den meisten Fällen zurück.

Und bei den allermeisten von Ihnen war es auch so, dass ein regelrechter **Neukundenboom** zu verzeichnen war. Es war im Gegenzug auch feststellbar, dass viele liebgewonnene Stammkunden sich ebenfalls einen neuen Friseur gesucht haben. Vielleicht haben Sie noch weitere Feststellungen gemacht und doch stellt sich die Frage, was wir daraus für den folgenden Restart und generell für die Zukunft **lernen**.

- Nun, einerseits können Sie jetzt **nochmal** überdenken, was Sie vor dem Lockdown noch verändern wollten oder was gerade in der **Lockdownphase** an neuen Ideen eingeflossen ist und dies **tatsächlich** mit dem Restart verändern! Sei es der **Umgang** mit den Kunden, die **Beratungsintensität** an sich, die **Terminierung, Richtzeiten, Organisation, Arbeitspläne** und so vieles mehr. Sie haben **jetzt** die Zeit, dies zu definieren, in einem Handbuch niederzuschreiben und mit dem Team **vor** dem Restart durchzugehen. Wenn Sie weiter machen wie bisher, **warum** sollte es dann besser werden?
- Andererseits benötigen Sie **maximale** Öffnungs- und Arbeitszeiten für den Restart! Das sind **keine** normalen Zeiten, also können es auch **keine** normalen Arbeits- und Öffnungszeiten sein!

- **UND SIE MÜSSEN!** - UND HIER MEINE ICH **TATSÄCHLICH MÜSSEN!** - **SICH JETZT UM DIE ZEIT NACH DEM BOOM KÜMMERN!** Sei es durch **Nachtermine, Neukundenwerbung, Stammkundenbindung**. Es gibt hier **unzählige** Möglichkeiten – sprechen Sie mit Ihrem Berater! Tun Sie es **jetzt** – in der Boomphase ist es zu **spät!** Ich hoffe, Sie sind gut vorbereitet und wünsche Ihnen viel Erfolg für die Zeit nach dem Restart!

Herzlichst
Stefan Dax



DREI TAGE IM DEZEMBER

IM RUHIGEN ADVENT

EIN AUFWÜHLENDES EVENT.

Sonntag, 13.12.2020. Angela Merkel und Markus Söder kündigen den **zweiten** Lockdown, beginnend ab 16.12.2020 an, auch mit der Schließung **aller** Friseursalons. In Erwartung dieser Beschlüsse wurden in unseren Salons bereits am Samstag **weitreichende** Vorbereitungen getroffen. Unsere Mitarbeiter wurden gebeten, eine kleine Chance zu nutzen, und dabei einheitlich als Team aufzutreten und dies nach **außen** zu kommunizieren. Schon am Samstag hatten wir den Online-Timer abgeschaltet und die Telefone auf Anrufbeantworter umgestellt. Damit war klar, dass wir ab sofort die Termine **selbst** koordinieren müssen, um damit **bestmögliche** Lösungen anbieten zu können. Nach dem Ende der Pressekonferenz von Merkel und Söder, also ab Sonntagmittag, hatten wir begonnen, unsere Kunden anzurufen um ihnen in der noch verbleibenden Zeit Termine anzubieten. Sämtliche Mitarbeiter haben sich um ihre Stammkunden **gekümmert** und ihnen die aktuelle Lage **dargelegt**.

Und genau hier begann das **Unglaubliche**. Die emotionalen Reaktionen **vieler** Kundinnen waren überwältigend, manche von ihnen haben vor Freude geweint. In diesen Momenten konnten wir den wirklichen **Wert** von Kundenbindungen erleben, das hat uns alle sehr demütig gemacht.

Wir waren bis unter das Dach ausgebucht und haben von Montag in der Früh bis Dienstag um Mitternacht, also fast **rund um die Uhr**, gearbeitet, eine **unglaubliche** Leistung aller unserer Mitarbeiter. Zu Beginn und zum Ende dieser beiden Tage gab es eine Videobotschaft an alle mit dem Inhalt, wie **stolz** ich und meine Partner auf die gesamte Mannschaft sind. Für mich war das eine **neue** Erkenntnis, was guter Teamgeist bewirken kann. **Alle** Mitarbeiter in den vier Filialen haben gebrannt und mitgezogen. In diesen beiden Tagen konnte in den vier Filialen

etwa **ein Drittel** eines normalen Monatsumsatzes erzielt werden. Unsere Kunden haben sich tief berührt und dankbar gezeigt und haben das Engagement **übermäßig** anerkannt. Es sind teilweise Trinkgelder pro Tag von bis zu **400 €** in den Trinkgeldboxen vorgefunden worden. Das war im Gegensatz zu dem ersten Lockdown mit einem Totalausfall von Trinkgeldern ein warmer Regen für alle.

Und so hat uns dieses verdammte Corona ein wunderbares Erlebnis und eine tolle Erfahrung geschenkt. Meine Geschäftspartner und ich wissen jetzt mit Bestimmtheit, dass hinter uns Mitarbeiter stehen, die aus dem Stand heraus bereit sind, Krisensituationen anzunehmen und entsprechend zu handeln.

Meine Botschaft für 2021 an Euch alle lautet daher:

DER EINE WARTET,
DASS DIE ZEIT SICH WANDELT,
DER ANDERE PACKT SIE KRÄFTIG AN
UND HANDELT.

-Dante Alighieri

Herzlichst,
Sascha Griebhammer

MOTIVATION



DIE REZEPTION - ALLES LÄUFT HIER ZUSAMMEN!

Laut Wikipedia steht der Begriff **Mittelpunkt** in der Geometrie in enger Beziehung zum Begriff des geometrischen **Schwerpunkts**. Wenn ich das jetzt mal für Dich in Deinen Salon bringen darf, dann ist die **Rezeption** der Mittelpunkt im Salon. Dort liegt für **all** Deine Leistungen der Schwerpunkt!

Beginnen wir mit der **menschlichen** Leistung, die ja wie Du weißt, mit **Abstand** die am **meisten** wahrgenommene Leistung durch Deinen Kunden ist. Das ist auch ganz klar, denn alle Deine Kunden sind Menschen 😊 und können diese Leistung deshalb auch aus **ihrer** Sicht beurteilen.

Es geht also bei der **Begrüßung** durch die Rezeption los. Der erste Eindruck zählt und der letzte bleibt - ein wohl sehr **bekanntes** Wortspiel. Schon in **diesem** Moment entscheidet sich, ob der Kunde **bereit** ist, sein Geld heute **gerne** in Deinem Salon zu lassen und damit auch, ob er es **wieder** tut.

Die **Fürsorge** während des Besuchs, die **Kleinigkeiten**, die **überraschende Begeisterung** beim Kunden auslösen, einfach die **Liebe** zum Menschen, zum **Beruf**, die Du in **diesem** Moment vermitteln kannst - **hier** entsteht die Bereitschaft heute mal **mehr** auszugeben, als vielleicht üblicherweise. Heute auch mal die **Augenbrauen** färben zu lassen, die **besondere** Pflege zu nutzen oder sich ein paar Highlights in das Haar zaubern zu lassen. Nur um es, wie es sich für einen Unternehmensberater gehört 😊, auch mal in Zahlen auszudrücken: Gehen wir mal von 500 Kunden im Monat aus und jeder 3. Kunde nimmt durch die oben ausgeführte menschliche Leistung **eine** Dienstleistung **mehr** in Anspruch, als er ursprünglich gebucht hatte, dann reden wir im Monat über etwa 165 Zusatzdienstleistungen. Gehen wir von im Schnitt 25 € pro Dienstleistung aus, dann wären das im Monat

gute 4.125 € an **zusätzlichem** Umsatz. Nur der formhalber wären das im Jahr 49.500 €. Es **lohnt** sich also durchaus, an der Rezeption **sehr** gut aufgestellt zu sein, natürlich nicht nur wegen des Umsatzes!

DER ERSTE
EINDRUCK ZÄHLT,
DER LETZTE BLEIBT!

Kommen wir nun zur **organisatorischen** Leistung, die auch vom Kunden wahrgenommen werden kann. Hier reden wir jetzt in erster Linie von der **Terminierung**. Die läuft ja auch zum Großteil über die Rezeption. Das heißt, auch für die Organisation steht die Rezeption im **Mittelpunkt** des Geschehens. Ich denke, ich brauche

jetzt mit Dir nicht über den **perfekten** Ablauf der Terminierung zu sprechen, denn das ist **selbstverständlich**, neben der **menschlichen** Leistung, Dein **entscheidendes** Kriterium für **Deinen** Umsatz. Gerne kannst Du dafür auch unser Seminar zu diesem Thema besuchen oder eines unserer Schaeferstündchen-Webseminare ansehen.

Bei **klaren** Richtzeiten für die einzelnen Dienstleistungen, bei **gleichguter** Qualität der einzelnen Mitarbeiter in Bezug auf die Richtzeiten, bei **klarer** Zuteilung der eventuellen Assistenzarbeiten, entscheidest **Du** an der Rezeption in hohem Maße über den **wirtschaftlichen** Erfolg Deines Unternehmens!

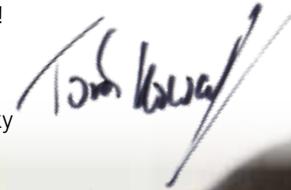
Die **Beratungsleistung** ist der dritte Bereich, der von Deinen Kunden wahrgenommen wird. Was hat **die** jetzt mit der Rezeption zu tun? Aus meiner Sicht **ganz** viel, denn auch schon bei der Terminierung, ob im Salon oder auch am Telefon, kann eine gute Beratung **enorm** viel Positives für alle Seiten bewegen. **Zusätzlich** kann an der Rezeption mittels der **hoffentlich** in Deinem Salon vorhandenen EDV, anhand der **Statistiken** auch herausgefunden werden, in **welchem** fachlichen Bereich der eine oder

SICHTWEISEN

andere Mitarbeiter noch entwickelt werden soll und kann. Denn jeder Mensch berät **nur** gerne und mit Begeisterung, was er auch gut und begeisternd **kann!** Dadurch geht dem Salon jedoch vielleicht **viel** Umsatz verloren und im Laufe der Zeit **sicher** auch Kunden, die **nicht** alle Leistungen des Salons nutzen können. Verbleibt noch die **fachliche** Leistung, die der Kunde im Grunde genommen am **wenigsten** bewerten kann, da der Kunde in der Regel ja **kein** Friseur ist und somit auch nicht wissen kann, worauf es alles zu achten gilt und wie genau die Techniken funk-

tionieren. Hier ist er **sehr** abhängig von seinem Gefühl bzgl. des Endergebnisses der Frisur und des Gesamtkunstwerkes. Da wären wir dann auch schon wieder bei der **menschlichen** Leistung, bei der wir auch über **Gefühle** kommunizieren. Nachdem es an der Rezeption **beginnt**, **endet** es auch an der Rezeption. Alles läuft **hier** zusammen!

Herzlichst,
Torsten Kowalsky







Miie

100% ENERGIE UND
PFLEGE FÜRS HAAR.

von Individualisten für Individualisten

ÄNDERUNGEN 2021

SERVICE

MINDESTLOHN

Erhöhung in 4 Stufen

Ab 1. Januar 2021: 9,50 Euro

Ab 1. Juli 2021: 9,60 Euro

Ab 1. Januar 2022: 9,82 Euro

Ab 1. Juli 2022: 10,45 Euro

ERHÖHUNG DER PENDLERPAUSCHALE

Ab dem 1. Januar 2021 steigt die Pendlerpauschale. Allerdings kommen nicht alle Pendler in den Genuss der höheren Sätze. Für die ersten 20 Kilometer der Entfernung von der Wohnung zur ersten Tätigkeitsstätte bleibt es bei den bekannten 30 Cent. Erst ab dem 21. Kilometer können dann 35 Cent je Entfernungskilometer in der Einkommensteuererklärung als Werbungskosten angesetzt werden. Die Pendlerpauschale kann für die einfache Strecke geltend gemacht werden, nicht für Hin- und Rückweg zusammen.

Die neuen Sätze gelten bis zum 31. Dezember 2023. Nach diesem Stichtag können ab dem 21. Kilometer 38 Cent je Entfernungskilometer in der Einkommensteuererklärung als Werbungskosten angesetzt werden. Dies gilt dann wiederum vorerst bis zum 31. Dezember 2026.

SOLIDARITÄTSZUSCHLAG WIRD FÜR DIE MEISTEN STEUERZAHLER ABGESCHAFFT

Um Gering- und Mittelverdiener zu entlasten, hebt die Bundesregierung die Freigrenzen erheblich an: von 972 € auf 16.956 € (Einzelerveranlagung) bzw. von 1.944 € auf 33.912 € (Zusammenveranlagung).

Konkret bedeutet das, der Soli-Zuschlag fällt ab 1. Januar 2021 für rund 90 Prozent der Steuerpflichtigen weg. Neben der

Anhebung der Freigrenzen wird eine sogenannte Milderungszone eingeführt, sodass der Solidaritätszuschlag für weitere 6,5 % teilweise wegfällt. Nur Spitzenverdiener profitieren nicht: Wer ein hohes Einkommen bezieht, muss weiterhin den vollen Satz zahlen.

HÖHERES KINDERGELD AB 2021

Ab dem 1. Januar 2021 steigt das Kindergeld um 15 € je Kind. Das Kindergeld beträgt dann monatlich:

- für das erste und zweite Kind jeweils 219 €,
- für das dritte Kind 225 €
- für das vierte und für jedes weitere Kind jeweils 250 €.

Der steuerliche Kinderfreibetrag steigt entsprechend von 5.172 € um 288 € auf 5.460 €.

HOME-OFFICE-PAUSCHALE

Ab dem 01.01.2021 gibt es eine neue Home-Office-Pauschale von maximal 600 € im Jahr. Betrifft alle Steuerpflichtigen, die keine Kosten für ein separates Arbeitszimmer daheim geltend machen können.

Je Arbeitstag im Home-Office zählen 5 € pauschal als Werbungskosten oder Betriebsausgaben – maximal für 120 Tage im Jahr. Das gilt auch rückwirkend für das Jahr 2020.

DAS NEUE KRANKENKASSENWAHLRECHT

Das Verfahren zum Krankenkassen-Wechsel wird am 1. Januar 2021 geändert.

- Bindungsfrist verringert sich von 18 auf 12 Monate
- Bei einer neuen Beschäftigung können versicherungspflichtige Mitglieder sofort die Kasse wechseln – ohne Kündigung bei der Vorkasse und ohne Einhaltung einer Bindungsfrist.
- Die neue Krankenkasse informiert die Vorgängerkasse.

Unsere Leistungen für Sie konkret:



IDEEN & DESIGN FÜR FRISEURE

- Erste Objektbegehung
- Aufmaß & Bewertung der Immobilie, Installationspläne
- Möbeldesign
- Handwerkerleistungen durch Generalunternehmer
- Nutzungsänderungsantrag – Bauamt – Architektenleistung
- Lichtdesign & Lichtplanung
- Finanzierungen
- Sound und Technik
- Kassenprogramm
- Montage & Abnahme
- Kundenservice & Wartung
- Garantie & Wachstum

Vereinbaren Sie jetzt Ihren Termin!

ZWISCHEN DER ZEITWENDE

In der jüngsten Vergangenheit haben wir die letzten röchelnden Atemzüge des **Industriezeitalters** erlebt, welches uns lange Zeit Wohlstand und Wirtschaftswachstum bescherte. Das digitale Zeitalter hat die ersten Gehversuche hinter sich. Wir haben den Start **verschlafen**!! Es profitieren derzeit Andere, während wir dem Abwärtstrend früherer Hochkulturen folgen.

Aber kommt es nur auf den **Profit** an? Gerade in dieser Zeit des Paradigmenwechsels müssen wir uns diese Frage stellen. Viele Jahre war unser Wachstum rein **materiell** orientiert. Das menschliche Wachstum ist vielfach unterblieben. Daraus resultiert, gerade im Moment, eine **Spaltung** unserer Gesellschaft, die langsam unerträglich wird.

Auch im Friseurhandwerk. Die Petitionen für oder gegen Schließung oder Wiedereröffnung der Salons wechseln am laufenden Band, die Meinungen sind kontrovers. Zu viele, die in den letzten Jahren aus schwarzen Kassen und in Komfortzonen lebten, sich sonst kaum für die Branche interessierten, fordern **jetzt** vehement das Handeln der Verbände. Nicht erkennend, dass sie diese, durch ihren Austritt und ihrer Verweigerung, bis fast zur **Wirkungslosigkeit** geschwächt haben.

Die „Buh“ und „Pfui“ Rufe wegen vermeintlich entzogener Freiheit mehrten sich, vergessend die Tatsache, dass Freiheit auch **Verantwortung** bedeutet – die aber keiner übernehmen will. Gesucht werden Schuldzuweisungen statt Lösungen. Aber nur **gemeinsam** werden wir die Zukunft bewältigen.

Wir Friseure **müssen** lernen, dass unsere Arbeit **mehr** ist als nur die handwerkliche Tätigkeit des Haare kürzens. Wir schenken den Menschen äußerliche Schönheit, Wohlbefinden und Selbstbewusstsein. Wir greifen, mit unserer Tätigkeit am Äußeren, auf das **seelische** Empfinden der Menschen ein. Bei 50% Singlehaushalten in der BRD sind Friseure auch oft Zuhörer oder Therapeuten für viele (vorwiegend ältere) Menschen. Dessen sollten wir uns **bewusst** sein und uns diese heilsame Tätigkeit auch entsprechend honorieren lassen.

Doch **aufgepasst**, der Friseurmarkt **wandelt** sich radikal! Die derzeitigen Gesetze und Hilfsmaßnahmen während der Pandemie dienen eher denen, die ihre Hände in den Schoß legten oder ihren Umsatz minimierten. Mindestens 30 % Umsatzverlust sind **erforderlich** um Hilfe zu erhalten. Wer durch seinen Fleiß und seine Einsatzbereitschaft nur 27 % Minus gemacht hat, der geht **leer** aus. Globalplayer und Großkonzerne, denen unser Allgemeinwohl keinen Cent wert ist, erhalten Milliarden. Wer Geld in seine schwarze Kasse scheffelt, darf dieses behalten und bekommt **zusätzlich** Unterstützung.

Keine leichte Zeit für faire und ehrliche Unternehmen – der Markt wird schrumpfen, aber **nicht** gesundschrumpfen. Wir werden sehen, wer am Ende **übrigbleibt** und für welches Angebot eine finanziell ausgezehrtc Gesellschaft dann noch Geld zur Verfügung hat.

Wertebewusste Kunden werden die Unternehmen bevorzugen, welche aus Liebe zu den Menschen **weiter** ihren Weg gehen, Mitarbeiter und Kunden in den Zenit ihrer Tätigkeiten stellen.

DARSTELLUNG

Diese Unternehmen werden (**erstmal**) zur Rarität – trotz steigender Nachfrage. Das Friseurhandwerk hat den Trend zum **nachhaltigen** Handwerk noch nicht einmal erkannt, so das Fazit des Bundesverbandes „VERBRAUCHER INITIATIVE e.V.“, der unserer Wertegemeinschaft „Der faire Salon“ ein hervorragendes **Alleinstellungsmerkmal** im Friseurhandwerk einräumte.

In der Esoterik wird diese Phase zum Anfang einer neuen Weltordnung auch „Sterntaler-Phase“ genannt. Wie sehen **SIE** sich und Ihr Unternehmen? Stehen Sie da, mit aufgespannter leerer Schürze und warten sehnsüchtig auf den Regen der Sterntaler? Oder gehören Sie zu den Gewinnern von Morgen, weil Sie die **Fülle** von Wissen und Können in Ihrer Schürze sehen und damit den Menschen etwas **geben** möchten ? Der Gedanke hat was – auch wenn man kein Esoteriker ist.

Herzlichst,
René Kromholz





NICHT
VERGESSEN!

**Mehrwertsteuer-
umstellung
zum
01.01.2021**

Liebe Kundinnen und Kunden,
bitte denken Sie an Ihre Mehrwertsteuerumstellung
von 5% auf 7% und von 16% auf 19% zum 01.01.2021.

Bei Fragen und Problemen rund um Ihre Kassensoftware
sind wir gerne für Sie da.

Ihr Victory Team
Thomas Scheder, Manuel Klerner, Marco Krückel,
Michaela Marx und Joshua Le





SCHAEFER CONSULTING

An der Hochstraße 15 · 91617 Oberdachstetten

Tel.: +49 (0) 9845 / 989 0



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

