



# EINBLICK

CHEFGEDANKEN  
MITARBEITER  
MARKT

SICHTWEISEN  
DAUERHAFTE  
SICHTBARKEIT

DARSTELLUNG  
WO BLEIBT  
DIE LIEBE?

# DER MITARBEITER-MARKT WARTET NICHT AUF SIE!

DER AUFBAU EINES GUTEN MITARBEITERTEAMS  
KOSTET ZEIT, ENERGIE, GELD UND PERMANENTE  
AKTIVITÄTEN

Immer wieder werden wir als Unternehmensberater gefragt, **welche** Faktoren aktuell die **wichtigsten** sind, um ein Unternehmen **erfolgreich** aufzubauen. Welche Aufgaben stehen beim Unternehmen im **Vordergrund**? Klare Antwort: **Mitarbeiter-Marketing**! Schon viele Jahre predigen wir von Schaefer & Partner, dass es wichtig ist, sich im Bereich Unternehmensführung vor allem auf diese Thematik zu fokussieren.

Allerdings bin ich immer wieder überrascht, dass es doch immer noch viele Friseurunternehmer gibt, die einerseits über Mitarbeiter-Mangel klagen, aber nicht bereit sind, **mehr** Geld für das Mitarbeiter-Marketing einzuplanen. Hier wird immer noch zu sehr an der **falschen** Stelle gegeizt! Damit meine ich nicht nur das finanzielle Engagement, sondern die **gesamten** Aufwendungen, die unternommen oder eben nicht unternommen werden, um die **richtigen** Mitarbeiter für das Unternehmen zu finden. Aber eben auch die Zeit und das Geld, um Mitarbeiter **langfristig** an das Unternehmen „zu binden“.

Dies fängt schon bei den **einfachsten** Bausteinen an: Wenn ein Unternehmen Mitarbeiter sucht, wie wird dies nach außen kommuniziert? Da sind Unternehmer auf der Suche nach Angestellten, verkünden dies aber nicht einmal auf ihren **permanenten** Werbeflächen. Ihr Schaufenster steht ihnen 365 Tage im Jahr zur Verfügung, oft in den **besten** Lagen, wofür die Unternehmer auch eine teure Miete bezahlen. Aber dieser Vorteil wird dann bei der Eigenwerbung nicht oder viel zu wenig genutzt. Wenn Sie Mitarbeiter suchen, dann verkünden Sie dies auch in Ihrem Schaufenster oder Außenaufsteller. Sie wissen nie, wann

der Tag kommt, an dem der passende Interessent an Ihrem Salon vorbeiläuft und sich dann auch **angesprochen** fühlen könnte.

Gleiches gilt für die **sozialen** Medien: Wenn Sie als Unternehmer Mitarbeiter suchen, gibt es dann eine Kampagne, bei der sie in regelmäßigen Abständen **Posts** schalten, um potenzielle Kandidaten auf ihr Unternehmen aufmerksam zu machen? Egal

---

NUR WENN SIE  
SICH BEWEGEN,  
KÖNNEN SIE AUCH  
ETWAS BEWEGEN!

---

ob witzige Posts, Mitarbeitervideos, bei denen Sie Ihre eigenen Mitarbeiter für das Unternehmen Werbung machen lassen, Darstellung Ihrer Mitarbeiter-Aktivitäten, die in Ihrem Unternehmen stattfinden, usw. Es muss hier ständig etwas passieren. Nur wenn Sie sich bewegen, können Sie auch etwas bewegen!

Betrachten Sie Ihre eigene Homepage aus Sicht eines **potenziellen** Mitarbeiters. Bekommen Sie dann so Lust darauf, dass Sie bei sich **arbeiten** wollen? Sind auf Ihrer Homepage überhaupt **Schwerpunkte** gesetzt, dass sich auch Mitarbeiter angesprochen fühlen dürfen oder ist diese nur auf Kunden ausgerichtet?

Denken Sie nämlich immer daran: Wenn Sie **überdurchschnittlich** gute Mitarbeiter haben, dann haben Sie automatisch auch **viele** und **gute** Kunden!

Doch bleiben wir beim Thema: Bevor Sie nun Mitarbeiter-Kampagnen entwickeln, müssen Sie sich im **Klaren** sein, warum Ihre Mitarbeiter aber auch potenzielle Mitarbeiter gerne bei Ihnen

# CHEFGEDANKEN

arbeiten oder arbeiten wollen. Was macht Sie als Arbeitgeber **besonders**? Wenn Sie sich beim Lesen dieser Zeilen diese Fragen selbst stellen, können Sie diese Fragen auch **spontan** beantworten? Wie **viele** Big Points fallen Ihnen hier ein?

Wenn Sie damit noch **Schwierigkeiten** haben, diese zu benennen und zu Papier zu bringen, nutzen Sie doch die Zeit zwischen den Jahren, um dies **auszuarbeiten**. Bringen Sie alles zu Papier, was das **Arbeiten** in Ihrem Unternehmen **besonders** macht, oder was es **zukünftig** besonders machen soll. Befragen Sie auch Ihre **Mitarbeiter** zu diesem Thema. Erstellen Sie eine **Liste** mit den wirklichen **Big Points**, die Sie als Arbeitgeber einfach besonders machen und die den Arbeitsalltag in Ihrem Unternehmen abwechslungsreicher und spannender machen! Diese sind dann auch die Punkte, die nach Außen **kommuniziert** werden müssen. Setzen Sie sich dann mit Ihrem **Beraterteam** zusammen, um daraus Ihr Mitarbeiter-Marketing auf **allen** Kanälen zu entwickeln.

Und noch ein Tipp: Suchen Sie in der heutigen Zeit nicht „anlässlich“ nach Mitarbeitern, sondern sondieren Sie **fortlaufend** den Markt nach **geeigneten** Kandidaten. Es geht nicht darum, dass der Markt darauf wartet, dass Sie endlich Mitarbeiter suchen und Ihnen dann sofort die passenden Bewerber liefert, sondern dass Sie den Markt beobachten und dann zuschlagen müssen, wenn entsprechende Angebote vorliegen!

Ich wünsche Ihnen ein erfolgreiches und sorgenfreies 2022.

Herzlichst  
Klaus Schaefer



# DAUERHAFTE SICHTBARKEIT = ERFOLG

Du hast Dich schon lange in die Selbstständigkeit gewagt oder stehst sogar noch am Anfang dieser? Dein Angebotsportfolio steht? Deine Zielgruppe ist definiert und auch ein Marketingplan für die nächsten Wochen und Monate steht fest? Super. Aber hast Du nicht etwas ganz **Entscheidendes** vergessen?! Denn wie willst Du dauerhaft sichtbar und somit langfristig erfolgreich sein? Genau hier kommt jetzt die **PR** ins Spiel.

Aber fangen wir doch einmal von ganz vorne an: Was ist eigentlich PR? PR steht für **Public Relations** und wird im Deutschen meist mit Öffentlichkeitsarbeit übersetzt. Wobei dies nicht ganz korrekt ist, denn Öffentlichkeitsarbeit ist nur ein Teilaspekt der PR. PR gliedert sich im Grunde in **drei** große Teilbereiche: **Pressearbeit, Online PR** und **Events**.

IM **GEGENSATZ** ZUM MARKETING IST PR NÄMLICH NIEMALS WERBLICH UND DAHER BESONDERS WERTVOLL FÜR DEINEN IMAGEAUFBAU. Durch PR bleibst Du also **dauerhaft** sichtbar. Denke also immer daran: „Wenn Du einen Euro in Dein Unternehmen investierst, so musst Du einen weiteren Euro investieren, um dies auch bekannt zu machen“. Womit wir auch schon bei den **Gründen** angekommen sind, warum Du als Selbstständiger auf PR setzten solltest:

1. PR ist **nachhaltig** und wirkt **langfristig**. Erste Ergebnisse kannst Du auch bereits nach wenigen Wochen feststellen, jedoch zeigen sich größere Erfolge erst nach mehreren Monaten bzw. Jahren. Ein Grund mehr, um gleich mit Deiner PR anzufangen. Denn sie benötigt Zeit und Geduld. Jedoch zahlt sich jeder noch so kleine PR-Erfolg auf Deinen guten Ruf aus.

Also worauf wartest Du noch?

2. PR ist **glaubwürdig**. Stell Dir doch einfach mal folgende Situationen vor:

- a) Du wirst in einem Artikel mit „Wir sind die Experten im Bereich XY“ zitiert.
- b) In einem weiteren Artikel, mit eindrucksvollen Bildern, wird über Dich als Experte im Bereich XY berichtet.

Welcher Artikel ist wohl **glaubwürdiger**? Eindeutig der Artikel in Situation b). Warum? Statt einen Platz in einem Medium (bspw. Print- oder Online-Magazin) zu kaufen, wirst Du von einem unabhängigen Dritten, der sich selbst dazu entschlossen hat, als Experte bezeichnet. Dieses Prinzip ist ähnlich der Weiterempfehlung, die Du hoffentlich bereits mit **geeigneten** Werbemitteln, wie z. B. dem Beauty-Scheck, forciert. Eine Person gibt eine persönliche Empfehlung. Daher ist PR für den Aufbau Deiner Sichtbarkeit und Deines guten Rufes **extrem** wichtig.

3. PR ist **zielgruppenorientiert**. Ähnlich wie im Marketing kannst Du PR sehr zielgruppenorientiert ausführen. Denn mit nur einer einzigen Erwähnung in einem Medium erreichst Du gleich tausende von Menschen. Wichtig dabei ist jedoch, dass das Medium gut recherchiert ist und passend zu Deiner Zielgruppe ausgewählt ist. Denn so vermeidest Du große Streuverluste und erreichst exakt die Zielgruppe, die wichtig für Deinen Erfolg ist.

4. PR ist **effizient**. Mit PR erreichst Du eine **große** Reichweite und **geringe** Streuverluste, gepaart mit Glaubwürdigkeit und nachhaltig gutem Ruf. Denn beispielsweise schon ein **einzig**er Artikel in einem Medium kann einiges verändern. Des Weiteren kann PR auch äußerst zeitsparend sein. Denn es ist deutlich schneller Meinungen von unabhängigen Dritten einzuholen, als immer wieder überlegen zu müssen, was man selbst nach Außen tragen möchte.

DU SIEHST: ES LOHNT SICH DEINEN ERFOLG DURCH DEN EINSATZ VON PR ZU STEIGERN.

Bevor Du aber nun von heute auf morgen mit Deiner PR anfängst, solltest Du Dir noch folgende **Frage** beantworten: Hast Du, und somit auch Dein Unternehmen, ein **Leitbild**, nach dem Du tagtäglich lebst und handelst? Wenn Du Dir diese Frage mit „Ja“ beantworten kannst: Let's go. Deinem Erfolg steht **nichts** im Wege. Wenn Deine Antwort „Nein“ oder „Vielleicht“ lautet, solltest Du dies zunächst **definieren**, **implementieren** und **leben**. Aber keine Sorge. Auch zu diesem Thema – warum (D)ein Leitbild für (D)einen Erfolg und (D)eine PR wichtig ist – erzähle ich Dir noch ausführlich. Dann in meinem nächsten Artikel 😊

Und nun wünsche ich Dir, Deinen Mitarbeitern und Deinen Liebsten eine besinnliche Weihnachtszeit, eine große Portion Erholung sowie einen grandiosen Start in das neue Jahr. Gemeinsam haben wir im Jahr 2022 bestimmt genügend „unbeschriebene Blätter“, die sich freuen mit Kreativität und Leben gefüllt zu werden.

Herzlichst  
Stefanie Schäfer-Dax

*Stefanie Schäfer-Dax*



# HOTLINE- ZEITEN VORÜBERGEHEND

## Lieber Victory-User,

schneller als man glaubt, ist schon wieder Weihnachten und ein ereignisreiches Jahr mit arbeitsintensiven Zeiten liegt bald hinter uns. Gerade in turbulenten Zeiten haben Sie uns gezeigt, wie freundlich Sie als Kunde uns gegenüber gesinnt sind und wie treu Sie in unserer Partnerschaft und Zusammenarbeit zu uns stehen. Dafür bedanken wir uns aufrichtig!

Um Ihnen auch im nächsten Jahr den bestmöglichen Service und modernste Technik für Ihre Kasse und Ihren Kalender bieten zu können, nutzen wir die Zeit zwischen den Jahren um wieder Energie zu tanken.

Wir wünschen Ihnen und Ihren Familien eine besinnliche und erholsame Zeit und freuen uns darauf, nächstes Jahr wieder mit Ihnen gemeinsam voll durchzustarten.

## Ihr Victory Team



# HOTLINE-ZEITEN

In der Zeit vom 15.12.2021 – 12.01.2022  
haben wir eine „Hotline-Notbesetzung“  
mit folgenden Zeiten:

**Montag – Freitag:** 11 – 18 Uhr  
**Samstag:** 9 – 13 Uhr

Am 24.12. und am 31.12.2021 sind wir  
jeweils von 9 – 13 Uhr erreichbar.

Ab 13.01.2022 sind wir wieder wie  
gewohnt für Sie da.

# GMBH ODER GBR?

Jeder Friseurunternehmer steht vor einer Menge von Entscheidungen, sowohl bei der Gründung aber auch danach. Die Wahl der **richtigen** Rechtsform ist dabei eine, durchaus wichtige, vor allem dann, wenn er einen Mitgesellschafter aufnehmen möchte. Ausgang meiner Überlegungen ist der Umstand, dass Friseursalons im Normalfall zu den sogenannten **Kleinunternehmen** gezählt werden.

## Die Kostenfrage:

Der Steuerberater verlangt für einen Jahresabschluss einer Gesellschaft des bürgerlichen Rechts (GbR) etwa EUR 1.000,00, bei einer GmbH eines Kleinunternehmens etwa EUR 2.000,00. Hinzu kommen dann noch in beiden Fällen die Kosten für die Steuererklärungen. Welche Vorteile kaufe ich mir also für etwa EUR 83,30 pro Monat an **Mehrkosten** für eine GmbH-Bilanzierung ein?

## Die Haftungsfrage:

Bei der GmbH haftet **jeder** Gesellschafter nur in Höhe **seiner** erklärten Einlage. Darüber hinaus nur dann, wenn er für **bestimmte** Verbindlichkeiten die persönliche Haftung übernommen hat. Bei der GbR haften dagegen die Gesellschafter infolge der Rechtsform für **sämtliche** Verbindlichkeiten, im Innenverhältnis sogar **gegenseitig**, was sicher der problematischste Punkt ist. In einem Insolvenzfall ist eine Durchgriffshaftung auf die Gesellschafter einer GmbH nur bei **strafrechtlichen** Verfehlungen möglich. Bei einer GbR-Insolvenz greift der Insolvenzverwalter im Gegensatz zur GmbH stets auch auf bestehende **Privatvermögen** zu.

## Die Steuerfrage:

Die GbR-Gesellschafter versteuern ihren eigenen Gewinnanteil zu ihrem jeweiligen Steuersatz. Bei der GmbH fällt auf den ausgewiesenen Gewinn Körperschaftsteuer in Höhe von 15 % an, zudem noch die Gewerbesteuer, die man im Mittelwert mit ebenfalls 15 % ansetzen kann. Mit der Festlegung der Gehälter für die Geschäftsführer kann der GmbH-Gewinn strategisch gemindert werden und dadurch auch die Steuerlast. Die Geschäftsführergehälter sind normal über die individuelle Einkommensteuer zu versteuern.

## Das Handling der Anteile:

Hier hat eindeutig die GmbH die Nase vorn. GmbH-Anteile können auf einfache Art prozentual definiert werden. Eine Anteilsbewertung ist ebenfalls schon im Vertrag geregelt, denn für alle Gesellschafter gilt der GmbH-Vertrag als die Basis. Mitarbeiterbeteiligungen, die Aufnahme von Außenstehenden, das Ausscheiden eines Gesellschafters, die zwangsweise Kündigung von Anteilen, wie auch die Erbfolge sind dort schon vorab geregelt. Vor allem aber sind bei einer GbR die Kosten bei einem Ausscheiden eines Mitgesellschafters immens hoch, da dies meistens zu einer Zwischenbilanz usw. führt.

## Das Standing im Außenverhältnis:

Heute hat sich eine GmbH trotz der bekannten Haftungsbeschränkung als salonfähig behauptet. Bei den Banken ist diese Rechtsform anerkannt, da sie auch bei der steuerlichen und rechtlichen Behandlung in ein festes Regelwerk eingebunden ist. Bilanzen werden beim Registergericht hinterlegt, es herrscht eine deutlich größere Öffentlichkeit. Die Geschäftsführer der



GmbH haben sich allerdings an die Vorschriften des GmbH-Gesetzes zu halten, andernfalls drohen bei Verstößen empfindliche Strafen. Hier werden nicht selten Fristen versäumt und man gerät durch den Vorwurf einer Insolvenzverschleppung in den strafrechtlichen Bereich.

#### **Die Beurkundungspflicht:**

Im Gegensatz zur GbR besteht bei der GmbH für die Gründung als auch für Veränderungen die Pflicht zur notariellen Beurkundung. Das drückt sich aber in überschaubare Kosten aus und ist eben nur in diesen Fällen erforderlich. Der beurkundende Notar leitet dann diese Informationen an das Amtsgericht zur Eintragung weiter.

#### **Das Fazit:**

Den eher nicht ins Gewicht fallenden Mehrkosten für die Bilanzierung, stehen aus meiner Sicht erhebliche Vorteile gegenüber. Die Anteile können einfach geändert werden, ohne dass das Gesamtkonstrukt in Frage gestellt wird. Die Steuerfrage ist durch bestehende Obergrenzen einfacher zu kalkulieren. Über die jeweiligen Geschäftsführergehälter besteht ein Gewinnsteuerungsinstrument. Gerade bei nicht auszuschließenden, späteren Zerwürfnissen ist die Haftungsfrage besser geregelt. Verbindlichkeiten eines Mitgesellschafters der GmbH können nicht auf andere Gesellschafter durchschlagen.

Auch nach diversen Rücksprachen mit Steuerberatern schlägt das Pendel der Vorteile eindeutig auf die Seite der GmbH aus. Wenn sich also die Frage einer Veränderung, und damit im Zusammenhang auch die Frage nach der künftigen flexibleren Rechtsform stellen sollte, ist mein Rat klar. Über diese Frage kann man zwar durchaus einmal eine Nacht lang schlafen. Nur verschlafen sollte man das Thema nicht.

Herzlichst  
Bernd Werner



# WO BLEIBT DIE LIEBE?

Frisch, als wäre es gestern gewesen, sind meine Erinnerungen an die Basler Fastnacht 2019. **Gewaltig** und **eindrucksvoll** waren diese Tage. Auch weil dieser Karneval **anders** gefeiert wird, als bei uns im Rheinland. Ursprünglich und sinnbehaftet, der Obrigkeit alles sagen zu dürfen, das wird hier noch **gelebt**. Der Karnevalswagen mit dem großen roten Herz, er war mir sofort aufgefallen. Die Aufschrift: „Wo bleibt die Liebe?“, erregte meine Aufmerksamkeit, die Rückseite aber noch mehr: „Deutschland verliert die Liebe!“, konnte ich dort lesen. Eine Behauptung, weiter nichts, und trotzdem geht sie mir bis heute **nicht** aus dem Sinn.

Basel, März 2019, das war noch vor Corona. Deutschland war schon zu dieser Zeit nicht mehr das Wirtschaftswunderland, wo Menschen zusammenstehen, sich einig sind und anpacken. Aber **wo** sind wir falsch abgelenkt?

Die Zeit der Gründer, die mit sozialer Verantwortung auch für ihre Mitarbeiter sorgten, wurde abgelöst von der reinen **Börsenorientierung** moderner Unternehmen. Der Börse verpflichtet – **nicht** den Menschen. Mit der Entscheidung einiger Banken und Konzerne, trotz Milliarden Gewinnen tausende von Menschen auf die Straße zu setzen, begann eine **Spaltung** zwischen Arbeitnehmer und Arbeitgeber.

In der Spaß- und Freizeitgesellschaft der neunziger Jahre wurde in den Familien das Geld **knapp**. Das Erfüllen von Wünschen und Träumen brauchte jetzt das Einkommen von **zwei** Berufstätigen. Die Zeit für Familie und Kinder **fehlte**. So wurde diese Zeit auch zur Zeit des Wertewandels. Man sprach von einem

**Orientierungs-Vakuum**. Werte als Leitlinie, wurden weder in Schule **noch** im Elternhaus weitergegeben.

Viele wissen es **nicht** mehr, aber Aldi und Co. waren damals noch verpönt. Auch weil viel darüber diskutiert wurde, wie und mit welchen Mitteln diese Discounter die Preise der Lieferanten und Hersteller drückten. Kinder von heute wissen in der Regel **nicht**, wie schwer es ist, ein Kartoffelfeld zu beackern. Massenproduktion und Massenkonsum prägen auch unser Denken. **Alles** ist verfügbar – alles zum **kleinen** Preis! Wie und woher – das interessiert nicht.

Junge Menschen können nur **das** Leben was sie gelernt haben. So ist es nicht verwunderlich, dass aus dieser Entwicklung von Jahrzehnten eine Generation entstanden ist, die einfach keinen Blick für den Anderen hat. Einzig das Ego zählt - und das, was man haben will. Dazu beigetragen hat auch die „Geiz ist geil-Mentalität“, die schließlich ein Laster (Geiz) in ein Lebensmotto wandelte.

In dieser Zeit trafen die ersten Flüchtlingsströme in Deutschland ein. „Alles vom Geld der Bürger – wie lange wollt Ihr Euch das noch gefallen lassen?“, fragte eine



# DARSTELLUNG

große Boulevardzeitung und lenkte die Gedanken der Leser in Richtung Spaltung. Hoyerswerda und Solingen waren die Antworten.

„Deutschland verliert die Liebe!“, las ich und mir ist bewusst, in weiten Teilen unseres Landes ist es inzwischen so.

Warum ich **Ihnen** das sage? Weil wir alle Menschenkinder sind, die ohne Liebe nicht leben können und wollen. Wertschätzung ist auch eine Art von Liebe. Viele Menschen gieren in dieser kalt gewordenen Welt nach etwas Aufmerksamkeit.

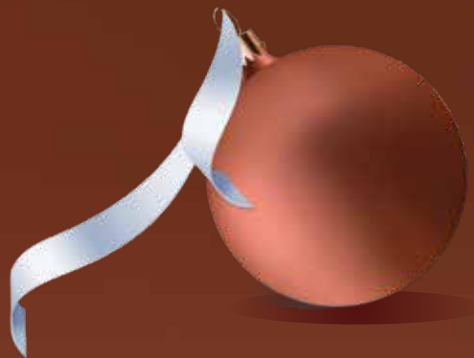
Praktizieren Sie Dienstleistung mit Liebe und Sorgfalt, so dass Ihre Kunden das spüren. Schenken Sie ihnen ein **Lächeln**, ein paar **nette** Worte, nehmen Sie Anteil an ihrem Leben. Besonders bei **Ihren** Mitarbeitern! Glauben Sie mir, das ist **wichtiger**, als die dritte oder vierte Lohnerhöhung in einem Jahr.

Probieren Sie es, Sie werden es mit Freude selber spüren.

Herzlichst  
René Krombholz



MERRY  
*Christmas*  
— & —  
HAPPY NEW YEAR



WIR WÜNSCHEN EUCH EIN SCHÖNES,  
BESINNLICHES WEIHNACHTSFEST ...

UND EINEN GUTEN RUTSCH  
IN DAS NEUE JAHR 2022!

Euer Miée Team

*miee*

100% ENERGIE UND  
PFLEGE FÜRS HAAR.

## Der Tee zum Duft



#wohlfühlmomente



[www.miee.de](http://www.miee.de)



**Wir wünschen Ihnen  
ein wundervolles Weihnachtsfest  
und einen guten Rutsch ins neue Jahr.**

**Lassen Sie uns auch 2022 Ihr *lieblings*Einrichter sein.**

tel. +49 (0) 23 27 - 99 10 950



[www.interpartner.de](http://www.interpartner.de)

# SCHÖN, DASS IHR DABEI WART!

SEMINARE 2021



Was für eine Freude mit so vielen wissbegierigen Seminarteilnehmern gemeinsam am Erfolg des Salons zu arbeiten.

DANKE, dass ihr wieder mit dabei wart.

Wir freuen uns schon auf Euch im nächsten Jahr.

Eure Schaefer Academy

P.S.: Hier nur eine kleine Auswahl an Fotos





# WEITERBILDUNG







„WAS WIR HEUTE TUN,  
SKIZZIERT DAS GEMÄLDE VON MORGEN.“

MONIKA MINDER

Liebe Mandanten, liebe Kunden, liebe Partner,  
das Jahr neigt sich dem Ende zu. Wir wollen dies  
zum Anlass nehmen, uns für das entgegengebrachte  
Vertrauen und die angenehme Zusammenarbeit zu  
bedanken.

Wir wünschen besinnliche Weihnachtsfeiertage  
und ein gesundes, erfolgreiches neues Jahr.

Mit herzlichen Grüßen

 **SCHAEFER & PARTNER**

# SEMINARTERMINE 2022 D/CH



## CHEFSEMINAR I

24.04.–26.04. in Dinkelsbühl  
23.10.–25.10. in Dinkelsbühl

## CHEFSEMINAR II

16.10.–17.10. in Oberdachstetten

## FÜHRUNGSSEMINAR I

15.05.–16.05. in Dinkelsbühl  
09.10.–10.10. in Dinkelsbühl

## FÜHRUNGSSEMINAR II

03.04.–04.04. in Dinkelsbühl

## BERATUNG & KOMMUNIKATION I

06.02.–07.02. in Hamburg  
20.02.–21.02. in Oberdachstetten  
20.03.–21.03. in Siegburg  
04.04.–05.04. in Oberdachstetten  
04.07.–05.07. in Oberdachstetten  
25.09.–26.09. in Oberdachstetten  
16.10.–17.10. in Siegburg  
23.10.–24.10. in Oberdachstetten

## BERATUNG & KOMMUNIKATION II

15.05.–16.05. in Oberdachstetten  
23.10.–24.10. in Siegburg

## DURCHSTARTER

27.03.–28.03. in Oberdachstetten

## ORGANISATION & REZEPTION

24.04.–25.04. in Oberdachstetten  
09.10.–10.10. in Oberdachstetten

## SICHER AM TELEFON

26.04. in Oberdachstetten

## CUT BASIC

26.09.–28.09. in Ansbach

## SHIATSU

13.03. in Oberdachstetten  
13.11. in Oberdachstetten

## TALENTFINDER

06.02.–07.02. in Dinkelsbühl  
22.05.–23.05. in Siegburg  
16.10.–17.10. in Dinkelsbühl

## LEICHTFÜSSER

06.11.–07.11. in Dinkelsbühl

## SCHWEIZ:

### CHEFSEMINAR I

22.05.–24.05. in Eich

### FÜHRUNGSSEMINAR I

10.07.–11.07. in Eich

### BERATUNG & KOMMUNIKATION I

23.01.–24.01. in Eich  
29.05.–30.05. in Eich  
06.11.–07.11. in Eich

### BERATUNG & KOMMUNIKATION II

25.09.–26.09. in Eich

### SPC-Kongress 2022

26.–27.06. im Meiser Design Hotel  
in Dinkelsbühl/D

### T.I.M. 2022

18.09. im Meiser Design Hotel  
in Dinkelsbühl/D



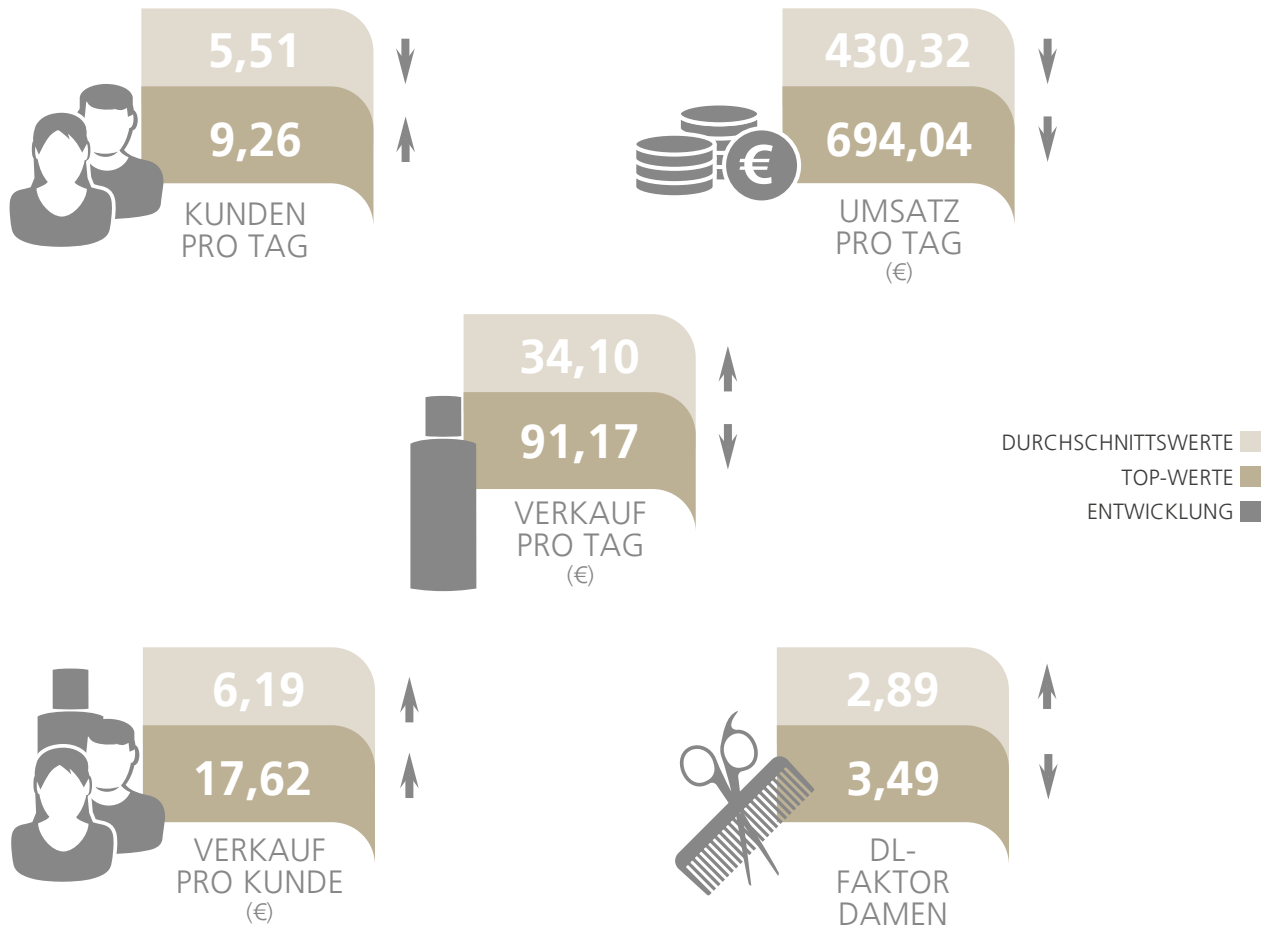
DEN  
**SEMINARCALENDER  
2022 FÜR DEINEN  
SALON  
KANNST DU JETZT  
GRATIS ANFORDERN!**

**RUF AN!  
09845/989-100**

Anmeldung unter: Tel.: +49 (0) 9845 / 989 100 ■ [info@schaefer-academy.com](mailto:info@schaefer-academy.com) ■ [schaefer-academy.com](http://schaefer-academy.com)  

# ZAHLEN IM EINBLICK

# WISSENSWERTES



\*Zu beachten ist, dass es sich nicht um die Werte eines einzelnen Salons handelt, sondern um Durchschnittswerte aller ausgewerteten Salons in der jeweiligen Kategorie im November 2021.



## SCHAEFER CONSULTING

Herausgeber:

Schaefer & Partner Consulting GbR, An der Hochstraße 15, 91617 Oberdachstetten  
+49 (0) 09845 989 0 / schaefer-consulting.com



[info@schaefer-consulting.com](mailto:info@schaefer-consulting.com)



Redaktion:

Stefanie Schäfer-Dax, [schaefer-dax.stefanie@schaefer-consulting.com](mailto:schaefer-dax.stefanie@schaefer-consulting.com), +49 (0) 9845 989 217

Gestaltung:

Katrin Cervizzi, [cervizzi.katrin@schaefer-graphics.com](mailto:cervizzi.katrin@schaefer-graphics.com), +49 (0) 9845 989 202

Erscheinungsweise:

monatlich (am 15. des Monats)

Beiträge von Gastkommentatoren stellen nicht unbedingt  
die Meinung der Schaefer Consulting, sowie der Redaktion dar.

Titelbild: © Anna / Adobe Stock

S. 6: © Ljupco Smokovski / Adobe Stock

S. 9: © Andrey Popov / Adobe Stock

S. 15: © kazy / Adobe Stock

S. 18/19: © Di Studio / Adobe Stock