



# EINBLICK

CHEFGEDANKEN  
2022-DARAUF  
KOMMT ES AN

SICHTWEISEN  
ZUFRIEDEN ODER  
BEGEISTERT?

DARSTELLUNG  
WIR SITZEN IN  
EINEM BOOT

# AUF WAS ES JETZT 2022 WIRKLICH ANKOMMT!

Zwei turbulente Jahre liegen **hinter** uns. Die Pandemie scheint jedoch – zumindest nach Expertenmeinung – nun ein **Ende** zu nehmen, wenn auch heute noch verschiedenste Maßnahmen und Restriktionen vorhanden sind, die einen ganz normalen Geschäftsablauf **unmöglich** machen. Und so bleibt die Hoffnung, dass wir in Zukunft mit keinen oder zumindest weniger Restriktionen leben (können).

Natürlich werden in naher Zukunft noch einige **Organisationsaufgaben** auf uns zukommen. Wahrscheinlich haben wir öfter sowohl im Mitarbeiter- als auch im Kundenbereich mit Quarantäne zu kämpfen und wir werden noch öfter vor so manche **logistische** Aufgabe gestellt. Mittlerweile sind wir jedoch darauf trainiert und improvisieren unseren Alltag gut! Nichts desto trotz ist es gerade **jetzt** an der Zeit, sich über die zukünftige Aufstellung des Unternehmens Gedanken zu machen und wir müssen bereits an die Zeit **nach** dieser Pandemie denken. An die Zeit, wenn es dann endlich wieder so ist wie früher! Ich muss Sie an dieser Stelle jedoch **enttäuschen!** Es wird ganz sicher **nicht** mehr so sein, wie **vor** der Pandemie! Die Welt hat sich **weiterentwickelt!** Und die Pandemie ist – wie ein Freund von mir sagte – nur das Brennglas auf die Bausteine, die bereits **vorher** existierten und anzupacken waren! Es offenbart im Zeitraffer, an **welchen** Bausteinen zu arbeiten ist, auf die man **ohne** Pandemie nicht so schnell gekommen wäre.

Für jeden Einzelnen sind die durch das „Brennglas Pandemie“ entstandenen Brandherde sicher **individuell**. Jetzt zu hoffen, dass diese Feuer schon wieder ausgehen, das wäre wie am Bahnhof zu stehen und auf den Flieger zu warten!

Schauen Sie sich genau an, wo der Schuh jetzt am **meisten** drückt! Gehen Sie diese Punkte auch **zeitnah** an! Und dabei meine ich nicht die offensichtliche Erstlösung, sondern wirklich die **Ursachenforschung!** Ich will Ihnen das mit folgendem Beispiel verdeutlichen: Wenn jemand jeden Tag Kopfschmerzen hat, dann kann er natürlich täglich mit Schmerztabletten sein Leid lindern. Damit sind die Kopfschmerzen zwar weg, die Ursache der Kopfschmerzen ist aber **nicht** geklärt. So kann es sein, dass der Auslöser ein wachsender **Tumor** ist, oder es könnte sein, dass der allabendliche **Alkoholkonsum** für den Schmerz verantwortlich ist, oder es liegt am täglichen **Stress**. Was auch immer die Ursache ist, diese **muss** beseitigt werden, damit der Kopfschmerz dauerhaft ohne Tabletten weg ist.

Und so ist es auch im Friseurunternehmen: Jetzt einfach Werbung zu machen, weil wir **mehr** Kunden benötigen, das ist leicht. Die Frage ist doch, **warum** wir zu wenig Kunden haben? **Bekanntheitsgrad** nicht vorhanden, **Neukundenzahlen** zu gering, **Stammkundenverluste** zu hoch, **Nachtermine** zu gering oder oder oder ...

Jetzt einfach Kosten oder die Privatentnahmen zu reduzieren, um zukünftige Tilgungen leisten zu können, zeigt doch, dass schon **vorher** etwas schief lief. Und wenn Sie diese Kosten – meist Werbe- und Weiterbildungskosten, weil diese am **leichtesten** zu verändern sind – streichen, so **reduzieren** Sie sich selbst, Ihr **zukünftiges** Wachstum.

In den allermeisten Fällen sehe ich das **Verbesserungspotenzial** in der **Marke** des Unternehmens. Und damit meine ich nicht den

# CHEFGEDANKEN

Auftritt durch das Logo. Ich meine wirklich das Thema Marke als **Gesamtheit**: **Wofür** steht mein Unternehmen gegenüber den Mitarbeitern, gegenüber den Kunden und ist dies auch allen Beteiligten klar?

Noch ein Beispiel: Wenn Sie in ein Restaurant gehen und hunderte Speisen aus mehreren Kontinenten in der Karte finden – wie hoch schätzen Sie die **Qualität** der einzelnen Speisen? Nicht, dass ich einen falschen Eindruck vermittele – auch dieses Restaurant kann **gut** laufen. Ich höre aber immer wieder von Unternehmen, wofür Sie **stehen**, und sehe dann ein ganz **anderes** Bild auf deren „Speisekarte“.

Manchmal mache ich mir den Spaß und frage die Mitarbeiter des Unternehmens, **wofür** denn der Salon eigentlich steht. Und in vielen Fällen kommt in unterschiedlichen Salons die gleiche Antwort: Für hohe **Qualität**, gute **Schnitte**, **Freundlichkeit**! Das sind meist nicht die Antworten, die mir vorab von dem Unternehmen **bekannt** sind. Sind den Mitarbeitern also die **Werte** der Marke **bekannt**? Wird die Marke auch **tatsächlich** gelebt? Von **Mitarbeitern** wie auch vom **Chef**? Richte ich meine Aktivitäten **wirklich** auf meine Marke aus? Wenn ein Unternehmen „neuartig“ als eine der Markenbotschaften hat und im **digitalen** Bereich nicht tätig ist, die neuen Medien nicht oder nur unzureichend nutzt, oder die neuen **Dienstleistungsgruppen**, die andere Friseure schon längst praktizieren, nicht einführt, was sagt mir das: Mehr Schein als Sein! Mein Vertrauen in die Marke sinkt und ich werde mir eine Marke suchen, die hält, was sie verspricht – als Mitarbeiter wie auch als Kunde!

Markenbewusstsein – zwingende Voraussetzung für zukünftigen Erfolg! Ich wünsche Ihnen viel Erfolg beim weiteren Auf- und Ausbau Ihrer Marke!

Herzlichst  
Stefan Dax



# ZUFRIEDEN ODER BEGEISTERT?

Was treibt Dich eigentlich an? Welche **Werte** bestimmen Dein Leben? Und, genau genommen stellt sich die Frage, warum stehst Du morgens eigentlich auf?

Was hat das eigentlich mit der oben gestellten Frage zu tun? Ich merke gerade, dass es viele Fragen gibt. Keine Angst, ich komme noch zu den Antworten, zumindest zu meinen.

Ich versuche mich gerade an den Tag zu erinnern, an dem ich das letzte Mal aufgestanden bin, um einen **zufriedenen** Tag zu erleben. Hm, ich bin nun fast **sicher**, den habe ich noch nicht erlebt. Du? Sicher auch nicht, denn jeder Tag beginnt mit der Möglichkeit der beste Tag Deines Lebens zu werden und der bringt dann ganz sicher **Begeisterung** und wahrscheinlich auch ein wenig „Sucht“ nach noch mehr solchen Tagen.

Ganz pragmatisch ist in der Schule die Zufriedenheit mit der Note 3 = Befriedigend gleichzusetzen oder anders ausgedrückt „Durchschnittlich“. Gemäß **meiner** Werte kann das weder ein Ziel sein, noch ein Kompliment! Ein Kollege von mir nutzt diese Metapher in unseren Seminaren und sagt jeweils einer/m Teilnehmer/in, dass er ihr/ihm gleich ein Kompliment machen wird. Dann sagt er den Satz der Sätze: „Du siehst so richtig schön **durchschnittlich** aus!“ Dieses „Kompliment“ kommt wirklich **immer** sehr gut an, nein im Ernst, keiner möchte durchschnittlich sein und erst recht ganz sicher **nicht** in unserer Branche.

Übrigens auch hier ganz ruhig bleiben, mein Kollege klärt natürlich danach auf, welchen Hintergrund sein „Kompliment“ hat (meistens 😊).

Dein Ziel oder auch Dein Anspruch sollte also die **Begeisterung** sein! Die Begeisterung zunächst einmal für **Dich**. Warum? Ich hatte es ja schon in meinen letzten Sichtweisen benannt. Nur wenn Du von Dir selber begeistert bist, kannst Du diese Begeisterung weitergeben und im Grunde genommen überhaupt erst spüren und leben. Dieses Gefühl ist ein fast **unbeschreiblich** schönes Gefühl, fast wie im Flow zu sein, einem Gehirnzustand, der uns totale Leichtigkeit fühlen lässt. Doch dazu gerne ein anderes Mal mehr. Kommen wir also zurück zur Begeisterung. Wenn Du dieses Gefühl auch anderen Menschen zukommen lassen möchtest, dann ist das Dein **Ziel** jedes

Mal aufs Neue, wenn ein Kunde/Gast zu Dir in den Salon kommt. Begeisterung erzeugst Du, indem Du **mehr** als das lieferst, was erwartet wird. Eine Kleinigkeit, ein liebevolles Wort, eine ernstgemeinte verbindende Geste, ein selbstgebackener Keks, es gibt so

**unendlich** viele Möglichkeiten Deine Kunden/Gäste zu begeistern.

Noch immer lese ich auf Internetseiten etwas von zufriedenen Kunden. Damit bleibst Du **austauschbar**, denn Durchschnitt bedient Durchschnitt. Für mich ist so ein Salon **nicht** mehr interessant, denn ich freue mich auf die **unerwarteten** Dinge, die **Kleinigkeiten** des Lebens, die mir das Leben **versüßen**.

Wenn wir in den Salonalltag blicken, so beginnt Deine Chance Deinen Kunden/Gast zu begeistern bereits dann, wenn Dein Kunde/Gast den Salon betritt. Denn

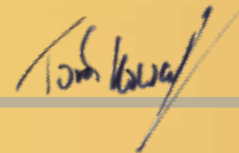
schon bei der **Art** bzw. der **Authentizität** der Begrüßung beginnt die Begeisterung. Bei all meinen Erfahrungen in den vielen Jahren, die ich in unserer Branche bisher erleben durfte, gibt es schon an dieser Stelle große Unterschiede, und das ist im Grunde genommen auch gut so, für die, die die Begeisterung in sich tragen und leben.

Mit einem Herzlich Willkommen beginnt nun also das Treffen, der Besuch, der Termin ...

Wie **nennt** man das eigentlich, um der Begeisterung gerecht zu werden? Dazu werde ich mir demnächst einmal Gedanken machen, ich bin schon gespannt.

Doch zurück, was genau sagst Du mit diesem Herzlich Willkommen? Diese Frage stelle ich meistens zu Beginn meiner Seminare. Da sich viele dazu keine Gedanken gemacht haben oder es doch oft „**nur**“ eine Begrüßungsfloskel ist, kommen die antworten eher zögerlich. Doch es ist ganz offensichtlich: „Herz Ich Will“! Wenn das dir entspricht, also authentisch ist und Du genau das damit sagen willst, dann steht für Deinen Kunden/Gast der Begeisterung nichts mehr im Weg.

Herzlichst mit Begeisterung  
Torsten Kowalsky



# ÄNDERUNGEN AB 2022

## MINDESTLOHN

- Ab 1. Januar 2022: 9,82 Euro
- Ab 1. Juli 2022: 10,45 Euro

Die neue Bundesregierung will den Mindestlohn laut Koalitionsvertrag auf 12 Euro anheben; ein genauer Termin hierfür steht aber noch nicht fest.

**Wichtig:** Der Verdienst darf 450 Euro monatlich trotzdem nicht überschreiten. Soll die Beschäftigung weiterhin als Minijob fortgeführt werden, muss daher unter Umständen die Arbeitszeit neu kalkuliert werden. Ansonsten wird das Arbeitsverhältnis sozial-versicherungspflichtig.

## STEUER-ID VON MINIJOBBERN MUSS GEMELDET WERDEN

Ab Januar 2022 muss die Steuer-Identifikationsnummer der Minijobber im elektronischen Meldeverfahren an die Deutsche Rentenversicherung übermittelt werden.

## KURZFRISTIGE BESCHÄFTIGUNGEN

Seit 1. November 2021 gilt bei kurzfristigen Beschäftigungen wieder die alte Zeitgrenze von längstens drei Monate oder 70 Arbeitstagen, nachdem diese Grenze vom 1. März bis zum 31. Oktober pandemiebedingt auf 4 Monate bzw. 102 Arbeitstage ausgedehnt worden war.

## CORONA-SONDERZAHLUNG NOCH BIS 31. MÄRZ 2022

Die Möglichkeit zur Gewährung von Corona-Sonderzahlungen wurde nochmals verlängert. Bis zum 31. März 2022 können Arbeitgeber jedem Beschäftigten bis zu 1.500 Euro steuer- und sozialversicherungsfrei auszahlen.

Achtung: Der Höchstbetrag verändert sich durch die Verlängerung nicht. Wer den Betrag in Höhe von 1.500 Euro ausgeschöpft hat, kann ihn nicht erneut in Anspruch nehmen.



### **ELEKTRONISCHE ARBEITSUNFÄHIGKEITS-BESCHEINIGUNG (EAU)**

Ab 1. Juli 2022 müssen Arbeitgeber am Verfahren der elektronischen Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung teilnehmen.

Die EAU wird stufenweise umgesetzt: Bereits seit Oktober 2021 übermitteln Arztpraxen Arbeitsunfähigkeitsbescheinigungen nur noch digital an die Krankenkassen. Die Beschäftigten teilen ihren Arbeitgebern jedoch vorerst weiterhin per gelbem Schein mit, dass sie krank sind.

Ab 1. Juli 2022 entfällt diese Pflicht zur Vorlage einer Papierbescheinigung.

Gleichzeitig sind dann alle Arbeitgeber dazu verpflichtet, die AU-Daten ihrer gesetzlich versicherten Beschäftigten elektronisch abzurufen. Für Privatversicherte bleibt das Papierverfahren bestehen.

### **HÖHERE FREIGRENZE FÜR SACHBEZÜGE**

Ab 1.1.2022 wird die monatliche Freigrenze für Sachbezüge von derzeit 44 Euro auf 50 Euro angehoben.

### **MINDESTAUSBILDUNGSVERGÜTUNG**

Wer im Jahr 2022 eine Ausbildung beginnt, bekommt eine per Gesetz festgeschriebene Mindestausbildungsvergütung von 585 Euro pro Monat. Sie erhöht sich im zweiten Ausbildungsjahr um 18%, im dritten um 35% und im vierten Ausbildungsjahr um 40%. Im Jahr 2023 erhöht sich die Mindestvergütung weiter.

### **ALTERSENTLASTUNGSBETRAG**

Wer im Jahr 2021 seinen 64. Geburtstag gefeiert hat, profitiert 2022 erstmals vom sogenannten Altersentlastungsbetrag. Das Finanzamt mindert die Einkünfte aus selbstständiger oder nicht-selbstständiger Arbeit im Jahr 2022 um 14,5 Prozent, maximal jedoch um 684 Euro.

### **STEIGENDER STEUERFREIBETRAG**

Der Steuerfreibetrag steigt erneut an – und zwar für Alleinstehende von 9.744 Euro im Jahr 2021 auf 9.984 Euro im Jahr 2022. Für Verheiratete gilt der doppelte Betrag, für sie liegt der Steuerfreibetrag im Jahr 2022 also bei 19.968 Euro. Beim Steuerfreibetrag handelt es sich um den Anteil des Jahreseinkommens, auf den keine Steuern fällig werden.

### **PORTO STEIGT**

Wer in Deutschland Briefe, Einschreiben sowie Bücher- und Warensendungen verschicken will, muss ab Januar mehr zahlen. Das Porto für einen Standardbrief kostet beispielsweise 85 statt bisher 80 Cent, ein Kompaktbrief einen Euro statt bisher 95 Cent. Eine Postkarte verteuert sich von 60 auf 70 Cent. Alte Briefmarken bleiben gültig, Sie müssen Ihre Postsendungen aber zusätzlich frankieren.

# WIR SITZEN ALLE IN EINEM BOOT – ABER STEUERN KANN NUR EINER!

Als wenn schwierige Branchensituation, Corona und Lock-down nicht schon **genug** wären. Jetzt kommen die **nächsten** Hiobsbotschaften! Bundesweit ist zu hören: Mitarbeiter kündigen, verlassen die Salons und wechseln in andere Berufe. Das **erschwert** die derzeitige Personalsituation im Friseurhandwerk deutlich. Rund 30.000 Friseure/innen in Deutschland leben im Moment von der Agentur für Arbeit, und sind **kaum** gewillt, in die Salons zurückzukehren. Ob ‚einfach nur bequem‘ oder aus den verschiedensten Gründen demotiviert, das bleibt einmal dahingestellt.

Demotiviert sind auch andere, derzeit zudem vollkommen überlastet: Mitarbeiter aus den Pflegeberufen rufen um Hilfe, fordern lautstark Wertschätzung und bessere Bezahlung. In den Medien wird ihnen dieses auch zugebilligt. Zu Recht, wie ich persönlich anmerken möchte.

Eine öffentliche Diskussion ist entbrannt und lässt auch die Gedanken der Haarkünstler/innen kreisen, die sich fragen: „Wo bleiben wir?“ Die, von denen behauptet wird, sie verdienen deutlich zu wenig, reden von Stundenlöhnen, welche bei 18 € liegen....! Arbeitsangebote im Überfluss, auch mit offen kommunizierten Stundenlöhnen, deutlich über denen des Friseurhandwerks, sind an der Tagesordnung. Das ist die Seite **außerhalb** unserer Salons.

In den Salons erleben Mitarbeiter derzeit durchweg **erschwerte** Arbeitsbedingungen. Ausbleibende Kunden und erhöhte Besuchsintervalle erschweren das Erreichen der Zielvorgaben und nicht zuletzt gibt es auch missmutige Kunden und

auch ebensolche Chefs. Natürlich Corona begründet, aber das macht es nicht besser!

Mitarbeiter, als Prellbock zwischen nörgelnden Kunden und missmutigen Chefs, brennen schnell aus. Hier ist unternehmerische Verantwortung gefragt. Hier zeigt sich, wie **wichtig** es ist, an der Unternehmenskultur zu arbeiten, beziehungsweise früher gearbeitet zu haben. Jetzt damit anzufangen dürfte fast **zu** spät sein.

Natürlich müssen wir unsere Mitarbeiter auch fordern. Gleichzeitig müssen wir aber auch **Verständnis** zeigen, denn auch für Mitarbeiter ist es eine **schwere** Zeit. Wir alle erleben solche Pandemie-bedingten Situationen zum ersten Mal. Für viele junge Menschen sind es die ersten **großen** Schwierigkeiten, die in ihrem jungen Leben auftauchen. Jetzt brauchen sie Halt, Zuspruch und Richtung. Die zeigt sich in den Leitlinien unserer Unternehmen und in dem, was wir vorleben, beziehungsweise, wie wir mit den Menschen **umgehen**. Natürlich, wir sind alle nur Menschen und viele Dinge sind einfach nur **menschlich**. Trotzdem sollte uns bewusst sein, dass ein Kapitän, der sich ängstlich in der Kajüte versteckt, oder spuckend über der Reeling hängt, kein gutes **Vorbild** ist.

Und noch etwas: Vorhin war ich im Supermarkt. An der Kasse eine junge Dame mit bester Laune. Sie sprach mich lachend an. Sie lächelte mit den Augen über der Maske und machte mir richtig gute **Laune**. Wann habe ich das zum letzten Mal erlebt, dachte ich pandemiemüde und stellte fest: Das muss schon lange her sein.... !



# DARSTELLUNG

Geht es den Kunden, die Ihren Salon besuchen **auch** so?  
Dann herzlichen Glückwunsch – Sie haben wohl das meiste  
richtig gemacht.  
Wenn nicht..... **ändern** Sie es! Ihre Kunden und Ihre Mitarbei-  
ter werden es Ihnen danken.

Herzlichst  
René Kromholz



# Sabine Fritz

Mobil: +49 (0)173 104 967 3  
fritz.sabine@miee.de



**Begrüßen Sie mit uns herzlich Sabine Fritz.**

*Herzlich Willkommen bei Mièe. Magst Du was zu Dir erzählen?*  
Ich heiße Sabine Fritz, bin 47 Jahre und seit 33 Jahren im Friseurberuf, davon 19 Jahre als Friseurmeisterin tätig und lebe seit 2 Jahren mit meinem Mann am wunderschönen Bodensee. Ich bin eine gebürtige Oberfränkin aus dem Landkreis Forchheim, wo ich auch 44 Jahre meines Lebens verbracht habe. Ich habe eine Tochter und einen Sohn, beide schon erwachsen..... und ja, ich bin auch schon eine Oma.

*Wir freuen uns sehr, dass Du bei uns bist. Warum hast Du Dich für Mièe entschieden?*

Danke, ich freue mich auch sehr, dass ich ein Teil der Mièe – Familie geworden bin. Warum ich mich für Mièe entschieden habe? ... Da muss ich kurz ausholen. Ich wurde durch zwei OP's an der Schulter berufsunfähig und habe daraufhin eine Weiterbildungsmaßnahme im Vertriebsmanagement absolviert. Zu dem Zeitpunkt sah ich die einzige Möglichkeit, meine Zukunft im sogenannten „Außendienst“ zu suchen, um weiterhin in meinem Berufsfeld tätig zu sein. Und an einem Samstagvormittag ploppte Stepstone bei mir auf ... was soll ich sagen, man muss sich mit einer Marke identifizieren und das tue ich mit Mièe zu 100% ... aus diesem Grund Mièe.

*Du hast ja vorhin gesagt: Du hast schon Erfahrungen gesammelt. Was ist es für Dich, was Mièe ausmacht?*

Was Mièe für mich ausmacht?... Die Individualität, die Ehrlichkeit der Produkte. Dass unsere Partner ihren Kunden oder Gästen mit Mièe ein Produkt an die Hand geben können, das ihre Bedürfnisse und Wünsche zu 100% erfüllt.

Ich komme ja auch aus einer exklusiven und preisintensiven Salonbranche, aber solche Ergebnisse wie mit Mièe ... da kann ich nur sagen: Chapeau!!

*Du bist ja zukünftig in Baden-Württemberg und Süddeutschland unterwegs. Dieses Präsentieren ist gerade am Anfang aufregend. Wie entspannst Du Dich?*

Zum einen hab ich einen Hund, koche und backe gerne, die Berge und natürlich den Bodensee direkt vor der Tür. Für Entspannung ist gesorgt.

*Wir wünschen Dir viel Spaß und möge 2022 Dein Jahr sein.*

*Vielen lieben Dank Sabine*



„Mein Traum ging in Erfüllung!

Ich wünschte mir meinen Salon hell, freundlich, familiär, modern, schlicht und offen. Das waren meine Vorstellungen an Interpartner.

Mit Boris Bächle und seinem Team hatte ich einen Einrichter gefunden, der mich zuvorkommend und mit viel Weitblick in der Neugestaltung meines Salons begleitete.

Fast schon Tag und Nacht standen sie mir mit Rat und Tat zu Seite. Und ich kann sagen, aus der Zusammenarbeit ist wahrscheinlich eine lebenslange Freundschaft entstanden.

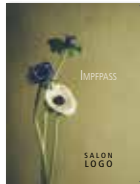
LIEBLINGSEINRICHTER?  
Ja, das trifft es genau!

Marina Probst



# „IHREN IMPFPASS BITTE!“

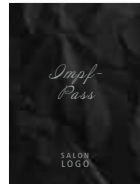
DEIN  
DESIGN  
AUF  
WUNSCH



Layout A



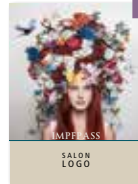
Layout B



Layout C



Layout D



Layout E



IMPFPASS-EINBAND  
mit Logo für die Klarsichthüllen

100 Stk.	90,00€
250 Stk.	105,00€
500 Stk.	130,00€

## MIT JEDEM VORZEIGEN BIST DU IN ERINNERUNG

Seit fast einem Jahr bieten wir die Hüllen nun an und haben durchweg positives Feedback bekommen. Die Kunden freuen sich sehr über das kleine Extra.

Impfpasshüllen schützen den Pass, damit er die bewegte Zeit gut übersteht. Wir haben für Dich verschiedene Layouts angelegt, die wir gerne mit Deinem Logo versehen.

Dazu passend haben wir die bewährten Beautyschecks gestaltet. Diese spielen Dir – über Empfehlung Deiner Kunden – Neukunden in den Salon.

Die Impfpasshülle mit den Beautyschecks ist eine tolle Kombination!

Für Deinen Erfolg!

**BESTELLE JETZT!**

[schaefer-graphics.com](http://schaefer-graphics.com)  

# VICTORY WINNER DAY

Erlebe die Synergie von Schaefer Digital

**13.03.22**

**9-16 UHR,**

**MEISER**

**DESIGN HOTEL,**

**DINKELSBÜHL**



VICTORY  
Winner Day

**Harald Müller,**

Unternehmensberater:

**„Werden Sie zum besseren und erfolgreicheren Unternehmer!“**

Welche Zahlen sind maßgeblich für meinen Unternehmenserfolg? Wie gut steht mein Unternehmen im Vergleich zu anderen Unternehmen? Was kann ich verbessern? Wie gehe ich in die Zukunft?

Der Unternehmensberater Harald Müller zeigt Ihnen sehr praxisnah auf, welche Aufgaben Sie als Unternehmer unbedingt in Angriff nehmen müssen und welche Vorteile Sie dabei durch das VICTORY-Team haben.

**Frank Greiner-Schwed,**

Unternehmensberater:

**„Marketing und die daraus resultierenden Maßnahmen!“**

Frank Greiner-Schwed zeigt Ihnen auf, wie Sie anhand Ihrer Zahlenauswertungen Entscheidungen treffen, passende Werbemaßnahmen einleiten und wie Sie VICTORY dabei unterstützt.





**Michael Sprattler,**  
 Steuerberater:

**„Anforderungen an ein Kassensystem“**

Was sind aktuell rechtliche Anforderungen an ein Kassensystem, was muss mein Kassensystem leisten können.

Zudem können Sie Ihre Fragen an unseren Experten und Steuerberater stellen: Was Sie einen Steuerberater schon immer mal fragen wollten.



**Workshops:**

Unter dem Motto „Klick Dich Fit – Dein Salonmanager im Detail erklärt“ finden am Nachmittag Workshops rund um Deine Salonkasse statt.

Durch den Austausch, den Du mit uns sowie weiteren VICTORY-Anwendern hast, schaffen wir eine Energie, die den Zusammenhalt und die Gemeinschaft voranbringt und somit Deine Salonkasse noch stärker macht.

Komm zum **VICTORY Winner Day** und tausche Dich mit Gleichgesinnten aus. Tanke Inspiration und Motivation für Deinen Salon bei wertvollen Vorträgen für Dich. Ziehe das Beste aus Deinem Kassensystem, um Deinen Salon nach vorne zu bringen.

# KEINEN BOCK MEHR AUF TEAM!

„Ich schmeiß’ alles hin. Ich hab’ da **keinen** Bock mehr drauf. Immer ist **irgendjemand** krank, schlecht gelaunt, hält sich nicht an die Salonregeln, zieht seinen eigenen Stiefel durch oder kündigt und es mangelt an Bewerbungen. Da verkleinere ich mich lieber wieder und ziehe das Ganze **alleine** durch. Das erspart mir viele Nerven und ich kann **endlich** wieder ich sein“.

Hast Du manchmal **ähnliche** Gedanken? Wenn ja, dann kann ich Dich beruhigen: Du bist mit diesen Gefühlen **nicht** alleine. Es ist keine leichte Zeit im Moment. Die ständig wechselnden Corona Maßnahmen zehren an unser aller Nerven. Und der Mitarbeitermangel in der Branche macht den Teamgedanken **nicht** leichter. Außerdem fehlt im stressigen Alltag oft die Muse, sich mit dem Thema Teamführung auseinanderzusetzen. Aber wäre es wirklich schöner, alles **alleine** durchzuziehen? Niemanden zum quatschen zwischendurch, niemanden zum lachen oder austauschen, niemanden, um ein Problem gemeinsam zu lösen und niemanden, mit dem man kleine und große Erfolge feiern kann? Ich denke, da sind wir uns einig: **GEMEINSAM** macht das alles tausendmal mehr Freude – vorausgesetzt die Zusammenarbeit funktioniert.

Und auch die Kunden **profitieren** von verschiedenen Persönlichkeiten in einem Team. Aber natürlich **nur**, wenn die Stimmung im Team bzw. im Salon **einladend** ist. Und hier kann schon ein einziger Störenfried die gesamte Atmosphäre kaputt schießen. Dabei ist doch gerade diese das A und O für Euren **Erfolg**. Es ist einer der **Hauptgründe**, warum Kunden sich bei Euch wohlfühlen und wiederkommen. Ja, es ist nicht immer leicht, ein Team zu führen. Es bedarf

Arbeit, Zeit und Muse für das Thema. Wenn es aber **funktioniert**, ist es umso schöner. Auch eine **private** Partnerschaft braucht „Arbeit“. Menschliche Beziehungen laufen **nicht** einfach so nebenher. Wenn es aber fruchtet, bereichert es unser Leben und sorgt gleichzeitig für **mehr** Zufriedenheit und Erfolg. Es **lohnt** sich also, daran zu arbeiten.

**Wie** schaffst Du es nun, **alle** Teammitglieder mit an **Bord** zu bekommen, dass alle gerne **gemeinsam** an einem Strang ziehen und gerne **gemeinsam** am Erfolg arbeiten? Ein wesentlicher Teil hierfür liegt an der richtigen **Kommunikation**. Die häufigste Kommunikation zwischen zwei Menschen ist jedoch das **Missverständnis**, welches der eine evtl. gar nicht wahrnimmt, sich aber der andere richtig zu Herzen nimmt und daraus Unzufriedenheiten entstehen, die die Beziehung zueinander schädigen. Diese Missverständnisse entstehen **oft** unbeabsichtigt bzw. unbewusst:

MAN FÜHLT SICH NICHT GEHÖRT

MAN FÜHLT SICH DURCH

UNANGEMESSENE KOMMUNIKATION ANGEGRiffEN

MAN FÜHLT SICH DURCH DIE FALSCH E NONVERBALE

KOMMUNIKATION NICHT WOHL IM GESPRÄCH

Diese oft „klein“ erscheinenden „Kommunikationsfehler“ werden bei Wiederholung immer größer und größer und sorgen für viele **negative** Gefühle. Aber **wieso** fühlt sich mein Gegenüber denn nicht gehört? Ich hab doch zugehört und geantwortet? Und **wieso** fühlt sich mein Gegenüber angegriffen? Ich hab doch gar **nichts** Schlimmes gesagt? Und wieso passt denn meine nonverbale Kommunikation meinem Gesprächspartner nicht? Das ist mir einfach zu kompliziert.



# WEITERBILDUNG

STOPP! Nein, es ist **nicht** kompliziert. Ich muss einfach nur verstehen, welche **Persönlichkeit** ich habe, **wie** ich kommuniziere und **wie** ich von meinem Gegenüber wahrgenommen werde. Und ich **muss** verstehen, **welche** Persönlichkeit **vor** mir steht, **welche** Bedürfnisse **sie** hat und auf **was** die Person Wert legt. Wenn ich **das** verstanden und verinnerlicht habe, weiß ich **genau**, wie ich auf andere zugehen kann und wir uns gegenseitig verstehen, gehört fühlen, vertrauen und wertschätzen. Und wenn uns **das** gelingt, kann jeder er selbst bleiben, hat auch jeder Freude, gemeinsam in die gleiche Richtung zu marschieren, sich für den anderen einzusetzen und sich **gegenseitig** zu unterstützen. So macht Team richtig Spaß und bereichert Kunden, Salon und Leben.

Auf **was** wartet Ihr noch? Seid dabei beim nächsten **Talentfinder** Seminar und arbeitet **gemeinsam** an Eurem Teamspirit, am Mensch sein und allem, was dazu gehört. Es wird Euch **riesig** Spaß machen und Ihr werdet ganz viele „Ach deshalb“ Momente haben, und als gestärktes Team wieder zurück in den Salon kehren, das garantiere ich Euch. Persönlichkeitstest im Wert von 315,- Euro inklusive.

Herzlichst  
Lisa Aceves



MELDE DICH AN!  
TALENTFINDER  
06.-07.02.  
DINKELSBÜHL  
09845/989100  
[schaefer-academy.com](http://schaefer-academy.com)

# 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



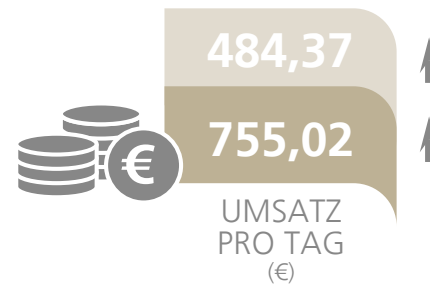
DEN  
SEMINARCALENDER  
2022 FÜR DEINEN  
SALON  
KANNST DU JETZT  
GRATIS ANFORDERN!

RUF AN!  
09845/989-100

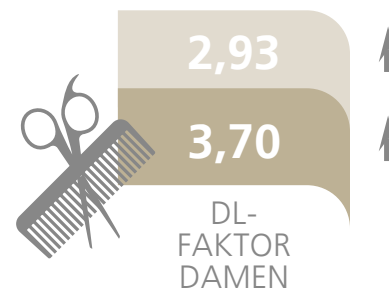
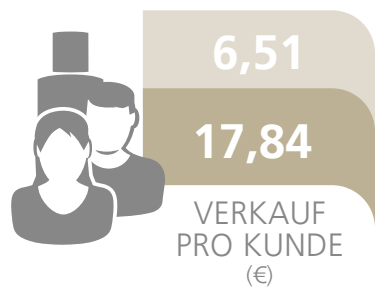
Anmeldung unter: Tel.: +49 (0) 9845 / 989 100 ■ info@schaefer-academy.com ■ schaefer-academy.com  

# ZAHLEN IM EINBLICK

# WISSENSWERTES



DURCHSCHNITTSWERTE ■  
TOP-WERTE ■  
ENTWICKLUNG ■



\*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 Dezember 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: © JenkoAtaman / Adobe Stock

S. 4/5: © master1305 / Adobe Stock

S. 9: © fotogestoeber / Adobe Stock

S. 9: © alzay / Adobe Stock

S. 17: © REDPIXEL / Adobe Stock