

EINBLICK

CHEFGEDANKEN
FINANZIELLE
FREIHEIT

SICHTWEISEN
JUNG HEISST
NICHT UNFÄHIG

ACADEMY
FÜHRUNG:
FRUST ODER FREUDE

FINANZIELLE FREIHEIT ODER UNSERE EINSTELLUNG ZU GELD UND LEISTUNG

Der Inhalt eines kürzlich geführten Telefonates mit einem Unternehmer, der neu im Mandat ist, veranlasst mich, diesen Beitrag zu schreiben. Im Wesentlichen ging es um das Thema Geld und damit verbundene Freiheit. Dabei haben wir über die Seite des Unternehmens genauso philosophiert wie über die der Mitarbeiter und auch der Kunden.

Angefangen hat es mit der **Kundenseite**. Die Menschen haben immer weniger im Geldbeutel, war seine Aussage. Jeder, der mich ein bisschen kennt, weiß, dass ich als strukturierter Typ gleich recherchiere. Noch in unserem Telefonat habe ich auf der Homepage des statistischen Bundesamtes die Reallohnentwicklung in Deutschland gegoogelt: Reallöhne sind die Lohnerhöhungen nach Abzug der Inflationsrate. Ja es wird alles teurer, die Inflation ist vorhanden. Allerdings sind die Löhne um durchschnittlich 3,2 % mehr gestiegen seit 2022 (also nach Corona) als die Inflation. Der reale Lohn lässt es also zu, dass ich mehr konsumiere. Und auch langfristig, jetzt mal seit 2010 betrachtet sind die Reallöhne annähernd jedes Jahr gestiegen, in der Summe von 94,8 auf 103,2 (die Basis von 100 ist immer das Jahr 2022 – das erste Jahr nach Corona). Und ja, der Unternehmer hat auch recht mit der Aussage, dass sich die Menschen weniger leisten können, als noch vor Corona. Im Jahr 2020 und 2022 waren die Lohnsteigerungen geringer als die Inflation und wir konnten uns dadurch weniger leisten als vorher. Seit 2023 steigen die Löhne mehr als die Inflation auffrisst.

ES GIBT IMMER
JEMANDEN, DER
DEN WEG ZUR
FINANZIELLEN
FREIHEIT FINDET.

Damit sind wir dann auch schon auf die Seite des **Mitarbeiters**, seine Leistung und sein Einkommen übergegangen. Natürlich haben wir mit Preiserhöhungen die Möglichkeit, dafür Sorge zu tragen, dass unsere Mitarbeiter auch mehr verdienen. Das müssen wir auch tun, um unsere Mitarbeiter besser zu entlohnen und andererseits auch die uns treffenden Kostenerhöhungen abzufedern. Die Marge der Friseurunternehmen gibt es in den allermeisten Fällen nicht her, dies vom überschüssigen Gewinn ausgleichen zu können, dafür ist die bestehende Rendite der Unternehmen meist zu gering. Hier gilt aber auch das Prinzip der Leistung. Es hilft nicht, die Preise zu erhöhen und dann in gleichem Umfang die Kunden zu verlieren, die nicht mehr bereit sind diese Preiserhöhung zu akzeptieren und deshalb wechseln.

Und hier sind wir dann mitten im Thema **Leistung**. Wie hat sich diese in den vergangenen Jahren entwickelt. Leistung ist definiert als Arbeit in Zeiteinheit. Der Umsatz pro Tag spiegelt dies nicht wieder, weil dieser Wert preisbewertet ist. Die richtige Zahl dafür ist die Zahl der Dienstleistungen pro Tag. Ja natürlich sah ich sofort in unseren Betriebsvergleich. Und hier ist Bemerkenswertes passiert. Im Jahr 2019 war die durchschnittliche Leistung bei 15,21 Dienstleistungen pro Tag. Diese stieg von Jahr zu Jahr leicht an. Bis 2023 erreichten wir 16,31 Dienstleistungen pro Tag. Und jetzt im Jahr 2024 liegt dieser Wert mit 15,96 Dienstleistungen pro Tag wieder unter dem Wert des Jahres 2023. Man könnte natürlich jetzt argumentieren, dass die Dienstleistungen heute einfach länger dauern. Besser ausgelastete Salons haben aber auch heute Werte von

CHEFGEDANKE

deutlich über 20 Dienstleistungen am Tag. Die guten Friseure werden auch viel verdienen, die weniger guten dann leider nur die minimalen Tarifeinkommen. Der Vergleich des Unternehmers ließ mich schmunzeln (sinngemäß): „Das war auch schon in der Steinzeit so, wer essen wollte musste halt jagen, und wenn du nicht gejagt hast, musstest du hungern.“

Das brachte uns dann auch zu der **Unternehmerseite**. Als Einzelunternehmer ist nun mal der Gewinn der Verdienst und das Einkommen des Saloninhabers. Natürlich müssen davon zunächst die Tilgung, die Steuern und die Versicherungen bezahlt werden. Erst dann kann man das restliche Geld für Privat verwenden. „Ja – da habe ich bisher auch Fehler gemacht: Was da war an Geld, habe ich auch ausgegeben. Hier brauche ich Hilfe. Wie sollte es sein?“ Meine Antwort: „Ja klar, es gibt das 6-Konten-Modell, das findet man überall im Netz mit guten Beschreibungen. Wende dies einfach für Dich an!“

Es dauerte keine 2 Stunden, da rief er mich wieder an: „Stefan, da brauche ich viel mehr Gewinn oder ich gebe einfach zu viel für Unnützes aus. Wir müssen nochmal reden.“ Meine Antwort: „Beides, und jetzt lass uns nochmal zurück in die Steinzeit.“ Wir haben beide gelacht und die erarbeitete Lösung zeigt die ersten Früchte.

Viel Lachen wünsche ich Ihnen!

Herzlichst
Stefan Dax



JUNG HEISST NICHT UNFÄHIG – EINE ETWAS ANDERE BETRACHTUNGSWEISE DER GENERATION Z

Zugegeben, die „Gen Z“ ist im Arbeitsalltag **nicht** immer einfach. **Work-Life-Balance** steht häufig an **erster** Stelle, individuelle Freiheit und Selbstentwicklung werden oft höher bewertet als das Teamwohl. Doch ist das so verwerflich? Immerhin hat sich viel verändert.

Noch vor wenigen Jahrzehnten war es für Friseure oft **schwer**, eine Stelle zu finden. Heute können sich junge Talente den Salon nahezu **aussuchen**, in dem sie arbeiten möchten. Die Generation Z – also die Jahrgänge von 1996 bis 2010 – kennt es nicht anders: Sie legen Wert auf **gute** Arbeitsbedingungen, **Weiterentwicklung** und eine **wertschätzende** Atmosphäre und können sich aussuchen, wo und zu welchen Bedingungen sie arbeiten möchten. Doch anstatt uns nur auf die **Herausforderungen** mit jungen Mitarbeitern zu konzentrieren, sollten wir uns fragen: Welche **Stärken** bringt diese Generation mit? Und wie kann Dein Salon davon **profitieren**?

KOMPETENZ IST NICHT NUR EINE FRAGE DES ALTERS

Die meisten jungen Menschen wollen etwas **bewegen**, haben innovative Ideen und den Blick für nötige Veränderungen. Doch allzu oft heißt es: „Dafür fehlt dir die Erfahrung.“ In der Friseurbranche bedeutet Erfahrung zwar oft **Perfektion** in der Technik, doch ist sie wirklich der **einzig** Maßstab für Kompetenz? Oder verhindern **starre** Strukturen und **mangelndes** Vertrauen, dass wir auf die **Ideen** junger Menschen eingehen?

FORTSCHRITT BENÖTIGT FEHLER

Viele Saloninhaber setzen auf **Bewährtes** und stehen Neuerungen **skeptisch** gegenüber. Doch wer **nie** über den Tellerrand schaut, **verhindert** Innovation. Junge Mitarbeitende bringen Mut zur Veränderung, Flexibilität und ein **intuitives** Verständnis für neue Trends mit. Sie wissen, welche Looks gerade auf Social Media gehypt werden, verstehen sich auf digitale Vermarktung und bringen frischen Wind in **klassische** Dienstleistungen. Doch oft werden ihre Ideen **ausgebremst** – meist, um Fehler zu vermeiden. Dabei gibt es keine Entwicklung ohne Fehler!

KOMPETENZ IST NICHT NUR EINE FRAGE DES ALTERS

IDEEN MÜSSEN GEHÖR FINDEN

Statt neue Vorschläge direkt **abzulehnen**, weil sie früher nicht funktioniert haben, sollten wir jungen Mitarbeitern **Raum** geben, ihre Ansätze auszuprobieren. Vielleicht gibt es eine neue Herangehensweise, mit der ein Konzept heute **erfolgreich** sein kann. Gerade im Friseurhandwerk zählt Kreativität – warum also diese **nicht fördern**? Wer junge Talente **ignoriert, blockiert** potenziellen Fortschritt.

FOLGEN BLOCKIERTER IDEEN

Wenn Ideen ständig **abgelehnt** werden, fühlen sich Mitarbeitende **machtlos**. Sie bringen sich **nicht** mehr aktiv ein, **meiden** Verantwortung und **verlieren** die Motivation. Eine der größten Führungsaufgaben ist es daher nicht, Mitarbeiter **aktiv** zu motivieren, sondern vielmehr zu verhindern, dass sie durch Ignoranz oder Misstrauen **demotiviert** werden.

SICHTWEISEN

Wer ein **offenes** Ohr für neue Ideen hat und Veränderung zulässt, kann junge Talente **langfristig** im Salon halten.

VERTRAUEN STATT MISSTRAUEN

Die junge Generation ist **keineswegs** faul, oder **unfähig** – höchstens **unerfahren**. Gerade ihre **Unvoreingenommenheit** und ihr **frischer** Blick können Deinen Salon **voranbringen**. Wer ihnen keine Verantwortung überlässt, **verhindert** auch die Zukunftsfähigkeit des eigenen Unternehmens.


Der Schlüssel liegt auch in der **Empathie**: Versetze Dich doch mal zurück. Als Du 20 Jahre alt warst, wolltest Du auch **ernst** genommen werden und etwas **bewegen**, oder? Stell Dir vor, wie viel ihr **gemeinsam** erreichen könnt, wenn die Erfahrung Deiner **langjährigen** Mitarbeiter mit der Innovationskraft der jungen Generation **kombiniert** wird. Dein Team wird **unschlagbar**! Denn es geht nicht darum, alles zu verändern, sondern darum, **gemeinsam** den besten Weg zu gehen. Also sehe die „Jungen“ nicht nur als **Herausforderung**, sondern vielmehr als **Chance** für Deinen Salon!

Herzlichst
Natalie Billenstein



Missa

Miée



versüßt
den Moment

schön & praktisch
Miée-Zuckersticks für Deinen Salon.

** Produkt nicht in Originalgrösse abgebildet!*

www.miee.de  

EINBLICK 7

SPC-KONGRESS 2025

25.– 26. MAI 2025

EVENT

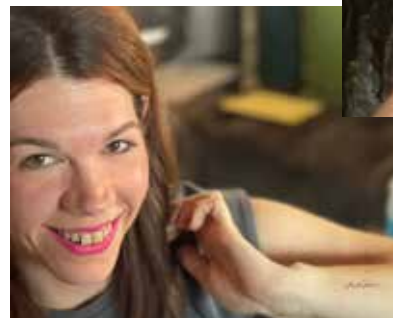


TESSA INK (@tessa.ink)

Handwerk meets Kunst

Lass Dir am Kongress-Samstag Dein Tattoo stechen!
Du hast ein Wunsch-Motiv oder möchtest Dich gerne von uns inspirieren lassen?
Komm gerne bei uns im Eingangsbereich zum Event-Preis vorbei.

Die Kosten für ein Tattoo mit dem Schriftzug der Marke Miée übernimmt die CCT GmbH.
Im Gegenzug spendet der Gast 20 € pro Miée-Tattoo für einen guten Zweck.



GLITZER & GLAMOUR

Mottoparty am Sonntagabend mit den

CHICOLORÉS
DANCE · BLACK MUSIC · OFFBEAT · DISCOVERLEN



BARRIEREFREIHEIT IM INTERNET: AB 2025 PFLICHT

WAS FRISEURBETRIEBE JETZT WISSEN MÜSSEN

SERVICE

Ab dem **28. Juni 2025** tritt das **Barrierefreiheitsstärkungsgesetz** (BFSG) in Kraft, das auf der EU-Richtlinie des European Accessibility Act (EAA) basiert. Ziel dieser Regelung ist es, **digitale Inhalte** für alle Menschen, insbesondere für Menschen mit Behinderungen, **zugänglich** zu machen.

Doch was bedeutet das **konkret** für Friseurbetriebe? Müssen Friseursalons ihre Websites **anpassen**? Und wenn ja, welche **Maßnahmen** sind notwendig?

WELCHE FRISEURBETRIEBE SIND BETROFFEN?

Die gesetzliche Pflicht zur Barrierefreiheit gilt für Unternehmen, die digitale Dienstleistungen für Endverbraucher (B2C) anbieten. Dazu gehören auch Friseursalons, sofern sie beispielsweise:

- Online-Terminbuchungen ermöglichen
- Ein Kontaktformular auf der Website haben
- Dienstleistungen oder Produkte über das Internet anbieten

Kleinstunternehmen, also Betriebe **mit weniger als zehn Mitarbeitenden und einem Jahresumsatz oder einer Bilanzsumme unter zwei Millionen Euro**, sind von der Pflicht ausgenommen. Doch Achtung: Wird nur **eine** dieser Grenzen überschritten, **gilt** die Barrierefreiheitsverpflichtung!

WARUM IST BARRIEREFREIHEIT WICHTIG?

Viele Menschen haben Einschränkungen, die die Nutzung von Websites **erschweren** können. Dazu gehören beispielsweise:

- Motorische Einschränkungen (Schwierigkeiten beim Klicken oder Tippen)
- Sehbehinderungen (Schwierigkeiten beim Lesen kleiner Schrift oder schwacher Kontraste)
- Hörbehinderungen (fehlende Untertitel für Videos oder akustische Hinweise)
- Kognitive Einschränkungen (Verständnisschwierigkeiten bei komplizierten Texten oder unübersichtlicher Navigation)

Ein **barrierefreier Internetauftritt** macht es Menschen mit diesen Herausforderungen möglich, sich über Dienstleistungen zu **informieren**, **Termine** zu buchen und mit dem Salon zu **kommunizieren**.

Im nächsten EinBlick Informieren wir Dich, wie Du dieses neue Gesetz für Deinen Salon umsetzen kannst.



wave.webaim

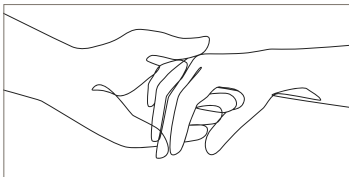


studio.bitvtest

CHECKE
DEINE
WEBSITE
KOSTENLOS
HIER



Layout A



Layout B



Layout C



Layout D

SAG DEINEN LIEBSTEN DANKE

WÄHLE DEIN
LIEBLINGS-
MOTIV!

Blumen und/oder ein Frühstück ans Bett sind toll - aber es gibt auch mehr. Biete Deinen Kunden die Möglichkeit, gemeinsame Zeit in Deinem Salon zu schenken oder einen Gutschein, mit dem man zur wohlverdienten Auszeit im Salon animiert.

Für Deinen Erfolg haben wir folgende Werbemittel für Dich:

- einen Mama-/PapaScheck (DIN-lang) mit Kennenlern-Gutschein zur Neukundengewinnung
- einen Kaufgutschein in Sprechblasenform
- Aufsteller, um Aufmerksamkeit zu generieren

BESTELLE JETZT!



AUCH
FÜR MICH!



SCANNE DEN QR CODE
FÜR DAS GESAMTE
ANGEBOT!

GESETZLICHE KRANKENKASSEN VERGLEICHEN & GELD SPAREN

RECHTSWELT

Lohnt sich ein Wechsel der gesetzlichen Krankenversicherung für Sie? Und was es mit den Zusatzbeiträgen auf sich hat.

Der allgemeine Beitrag in der gesetzlichen Krankenversicherung (GKV) ist für alle Versicherten gleich: Er liegt bei 14,6 % des Bruttoeinkommens. Dazu kommt ein Zusatzbeitrag, den die Krankenkassen individuell festlegen können.

Der Richtwert des Bundesgesundheitsministeriums für den durchschnittlichen Zusatzbeitrag ist 2025 von 1,7 auf 2,5 % gestiegen – einige Kassen liegen knapp darunter, einige aber auch weit darüber.

So hat die AOK Bayern z. B. auf 2,69 %, die Techniker KK auf 2,45 % und die DAK auf 2,8 %, die Barmer auf 3,29 % und die Mobil Krankenkasse auf 3,89 % erhöht.

- Die Hälfte des Krankenkassenbeitrages **inklusive** Zusatzbeitrag zahlt der Arbeitgeber, die andere Hälfte der Arbeitnehmer.
- Rentnerinnen und Rentner teilen sich den Beitrag mit der gesetzlichen Rentenversicherung.
- Freiwillig Versicherte müssen den Beitrag alleine tragen.

WECHSEL DER KRANKENKASSE


Jeder gesetzlich Krankenversicherte hat die Möglichkeit seine Krankenkasse zu wechseln. Die normale Kündigungsfrist beträgt zwei Monate zum Monatsende.

Voraussetzung für den Wechsel ist eine zwölf monatige Mitgliedschaft.

Tipp: Ob Sie nun grundsätzlich unzufrieden mit Ihrer Krankenkasse sind, Sie sparen oder Leistungen erweitern wollen, die Krankenkasse vergleichen lohnt sich. So können Sie sondieren, wie gut Sie versichert sind und ob sich irgendwo Versicherungslücken zeigen, die Sie schließen wollen.

Einen Überblick finden sie auf der Seite finanztip.de.

Herzlichst
Gisela Hafner



Stellen Sie sich vor, Sie wollen Ihr tägliches Brot mit dem Angebot von Autowäschen verdienen!

Sie wollen 8 Stunden am Tag mit dem Reinigen der Autos direkt verbringen und die administrativen Aufgaben (Mails und Briefe beantworten, Unterlagen für den Steuerberater zusammentragen und die letzte Auswertung mit ihm besprechen, sich um Ihre Werbung kümmern, Bestellungen aufgeben usw.) nach diesen 8 Stunden erledigen. Sie benötigen pro Reinigung eines Autos 30 Minuten.

In Bezug auf Ihre Kosten wissen Sie, dass Sie für sich selbst (inklusive Ihrer Versicherungen und Steuern) monatlich 3.500€ benötigen.

In Ihrem Betrieb entstehen monatliche Kosten von 2.500€ und Sie brauchen noch 5 % des Umsatzes für die sogenannten variablen Kosten (Wasser und Shampoo für die Wäschen), also direkt abhängig von der Zahl der tatsächlichen Wäschen. Sie gehen davon aus, dass Sie Ihre 8 Stunden auch voll auslasten können, nachdem Sie bereits eine gewisse Zeit am Markt und bekannt sind.

Frage: Wie hoch muss der Preis für eine Autowäsche mindestens sein, damit Ihre Kosten gedeckt sind?



DU HAST
NOCH KEIN
EXEMPLAR?
DANN GÖNN'
DIR WISSEN!

Die Lösung:

- a) Berechnung der zur Verfügung stehenden Arbeitsminuten:
 $20 \text{ Arbeitstage} \times 480 \text{ Minuten (8 Stunden je 60 Minuten)}$
 $= 9.600 \text{ Arbeitsminuten}$
- b) Berechnung der Anzahl der möglichen Autowäschen:
 $9.600 \text{ Arbeitsminuten} : 30 \text{ Minuten je Wäsche}$
 $= 320 \text{ Wäschen je Monat}$
- c) Berechnung der Kosten ohne Berücksichtigung der Umsatzsteuer:
 $3.500 \text{ € private Kosten monatlich (Mindestgewinn)}$
 $+ 2.500 \text{ € Geschäftskosten monatlich}$
 $= 6.000 \text{ € wiederkehrende Ausgaben monatlich}$

(unabhängig von der Zahl der Autowäschen)

 $+ 5 \% \text{ i.H. variable Kosten}$

(abhängig von der Zahl der Autowäschen)

 $= 316 \text{ €}$

Berechnung: $6.000 \text{ € entsprechen } 95 \% \text{ der Ausgaben,}$
 $5 \% \text{ für variable Kosten, also } 6.000 \text{ €} : 95 \times 5 = 316 \text{ €}$

 $= 6.316 \text{ € Nettokosten}$
- d) Berechnung des wirtschaftlichen Preises pro Wagenwäsche:
 $6.316 \text{ € Nettokosten zuzüglich Umsatzsteuer von } 19 \%$
 $= 1.200 \text{ € Umsatzsteuer}$
 $= 7.516 \text{ € Bruttokosten}$
 $= 23,49 \text{ € Berechnung: } 7.516 \text{ €} : 320 \text{ Wäschen pro Monat}$

FÜHRUNG: FRUST ODER FREUDE?

DIE MITARBEITERFÜHRUNG IST EINE DER HERAUSFORDERNDSTEN
ABER AUCH GEWINNBRINGENDSTEN AUFGABEN!

Führung der Mitarbeiter – ein Thema, auf das man weder in einer schulischen Ausbildung, noch in der Meisterschule vorbereitet wird. Dabei ist in der Praxis gerade die Führungsarbeit der entscheidendste Faktor, ob sich der gewünschte Erfolg in einem Friseurunternehmen einstellt oder nicht. Die meisten Führungspersonen wurden bei dieser Aufgabe ins kalte Wasser geworfen, meist sogar mit der Annahme, dass dies ja so schwer nicht sein könne. Schließlich ist man ja selbst total vernünftig und macht bestimmt viele Fehler der früheren eigenen Vorgesetzten nicht. „Es kann also nur Freude machen, mit mir als Führungsperson arbeiten zu können!“

DOCH SCHON BALD FOLGT DIE ERNÜCHTERUNG:
Warum funktionieren die Dinge nicht, wie man sich diese im Berufsalltag vorstellt? Warum sehen die Mitarbeiter Dinge nicht von selbst? Warum laufen sie nicht jeden Tag top motiviert durch das Unternehmen? Warum muss ich immer wieder nachhaken und hundert Mal das Gleiche sagen?

Hinzu kommen noch schlechte Erfahrungen, die man im Laufe der Jahre sicher auch machen darf. Einige demotivierte Mitarbeiter, andere Mitarbeiter, die ohne ersichtlichen Grund kündigen oder sich selbstständig machen. Hinzu kommen aktuell überhaupt Probleme, passende Mitarbeiter zu finden, von der anderen Sichtweise und Arbeitseinstellung der jungen Generation Z ganz zu schweigen. Führung kann schon frustrierend sein!

Viel hängt dabei von der eigenen Einstellung ab, wie ich der Aufgabe gegenüber trete. Habe ich Freude, andere Menschen zu entwickeln, diese in den Erfolg zu führen, mit ihnen gemeinsame Erfolge zu feiern und in einem menschlich und fachlich gut entwickelten Team zu arbeiten? Dies alles kannst Du als Führungskraft bewirken und bekommst dadurch mehr Unabhängigkeit von der eigenen Leistung am Friseur-Stuhl. Der Management-Berater und Spiegel-Bestseller-Autor Dr. Reinhard Sprenger hat dies schon vor Jahren bei einem Vortrag am SPC-Kongress beschrieben: „Schaffen Sie die Grundlage, dass Ihre Mitarbeiter unabhängig von Ihrer eigenen fachlichen Leistung den Erfolg des Unternehmens erwirtschaften!“

Dies beginnt mit dem Zeitrahmen, den Du Dir für Deine Führungsarbeit einräumst. Werden regelmäßig Team- und Einzelgespräche durchgeführt? Gibst Du Deinen Mitarbeitern zeitnah Feedback über ihre Leistungen? Je mehr Du Deine Mitarbeiter spüren lässt, dass Du ihnen als positiver Mentor zur Seite stehst, sie forderst und förderst, desto mehr Erfolg wird sich einstellen.

Es macht einfach auch Spaß in einem tollen Team zu arbeiten: Gemeinsames Arbeiten, gegenseitiges Helfen, sich Aufeinander verlassen können, viel gemeinsames Lachen, Menschlichkeit, tolle gemeinsame Erlebnisse schaffen, auch öfters mal aus dem beruflichen Alltag ausbrechen und alles zu feiern, was es zu feiern gibt. Dies alles ist Ergebnis und Sinn einer tollen Führungsarbeit. Dies kann einen selbst wieder neu motivieren. Ein Unternehmer, den ich über Jahre erfolgreich begleiten durfte, war trotzdem immer wieder enttäuscht, wenn ihn

Mitarbeiter verlassen haben, weil sie sich selbstständig machen wollten. Er hätte natürlich auch mit diesen Mitarbeitern selbst Filialen aufbauen können. Heute blickt er begeistert auf seine Führungsarbeit zurück, da es in seinem Ort bestimmt rund 20 Salons gibt, deren Chefs alle von ihm aus- oder weitergebildet wurden. Er hat viel bewegt und hat selbst auch sehr gut davon gelebt.

Wie gesagt, es gibt kurzfristig immer wieder auch mal Rückschläge. Wir Menschen sind sehr unterschiedlich, es passieren Missverständnisse, manchmal harmonieren auch nicht die Ziel-systeme, aber es gibt auch so viele tolle Erfolgsstorys. Nachdem das Thema in den Schulen vernachlässigt wurde, haben wir Seminare zum Thema Führung entwickelt, um Euch noch mehr Lust auf die Führung und Sicherheit in der Umsetzung zu vermitteln. An diesen Seminaren geht es jeweils zwei Tage nur um das Thema Mitarbeiterführung, aber auch um die „eigene Führung“. Auch beim nächsten SPC-Kongress im Mai 2025 geht es um Werte und die Generation Z, die sicherlich eine Herausforderung aber nun auch eine gemeinsame Aufgabe ist, der es sich zu stellen gilt.

Ob am Kongress oder in unseren Führungsseminaren, wir freuen uns auf ein Wiedersehen!

Herzlichst
Harald Müller



MELDE DICH AN!
FÜHRUNG I
06. – 07.04.
DINKELSBÜHL
09845/989100
schaefer-academy.com

SEMINARTERMINE 2025 D/A

CHEFSEMINAR I:

20.–22.07. in Dinkelsbühl
28.–30.09. in Dinkelsbühl
19.–21.10. in Österreich

CHEFSEMINAR II:

09.–10.11. in Dinkelsbühl

FÜHRUNGSSEMINAR I:

06.–07.04. in Dinkelsbühl
26.–27.10. in Dinkelsbühl

FÜHRUNGSSEMINAR II:

06.–07.07. in Dinkelsbühl

DURCHSTARTER:

06.–07.04. in Oberdachstetten
26.–27.10. in Oberdachstetten

BERATUNG & KOMMUNIKATION I:

02.–03.06. in Oberdachstetten
21.–22.09. in Oberdachstetten
17.–18.11. in Oberdachstetten

BERATUNG & KOMMUNIKATION II:

27.–28.04. in Oberdachstetten
28.–29.09. in Hamburg

ORGANISATION & REZEPTION:

14.–15.09. in Oberdachstetten

SICHER AM TELEFON:

06.10. online

SHIATSU:

20.10. in Oberdachstetten

TALENTFINDER:

29.–30.06. in Dinkelsbühl
21.–22.09. in Dinkelsbühl

LEICHTFÜSSER:

16.–17.11. in Dinkelsbühl

Inspirationstage

03.11. Social Media

in Oberdachstetten/D

25.–26.05. 60. SPC-Kongress

in Dinkelsbühl/D

19.10. T.I.M. - team in motion

in Dinkelsbühl/D

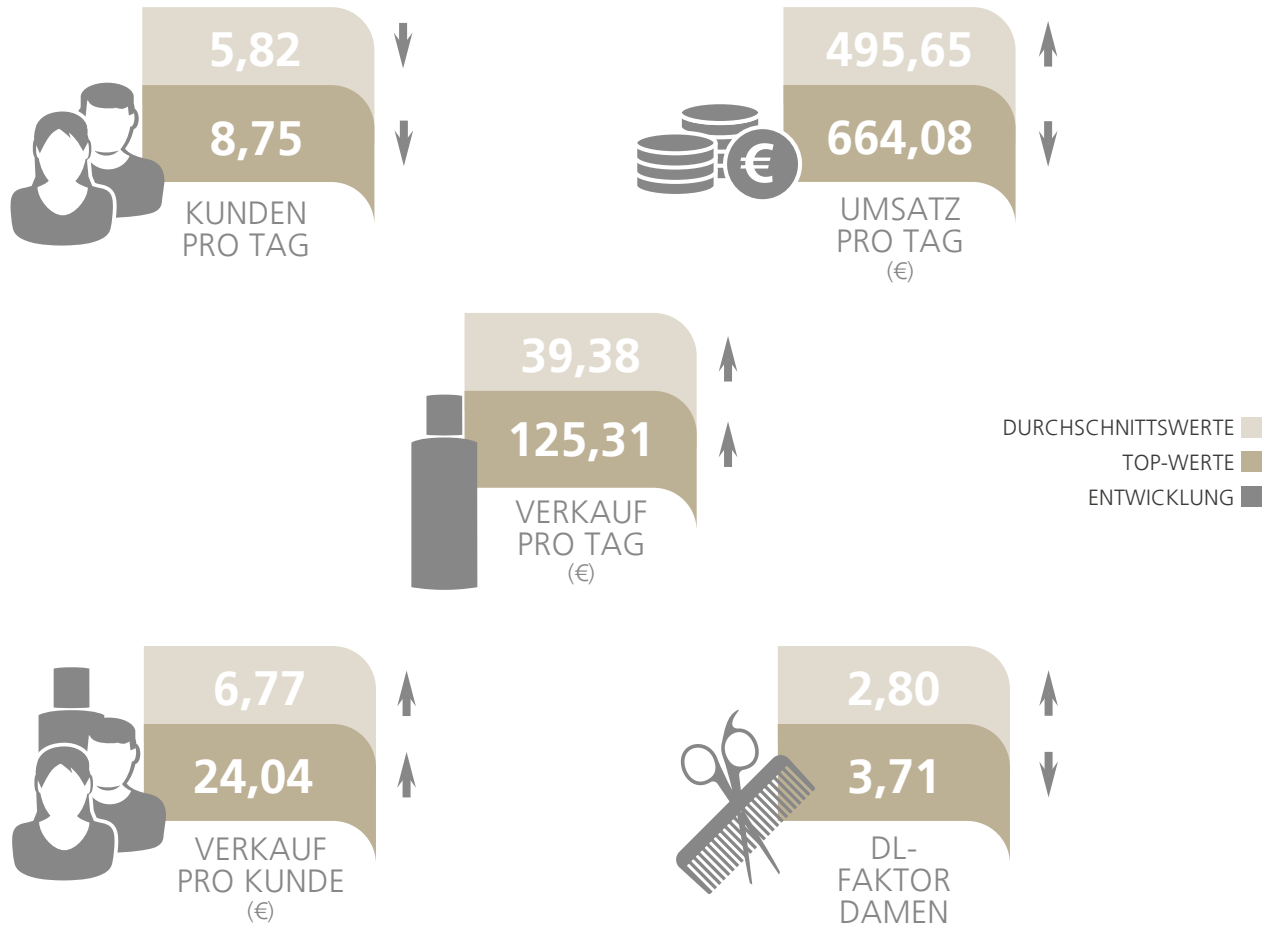
MELDE DICH
JETZT AN UNTER:

+49 (0) 9845 / 989 100
INFO@SCHAEFER-ACADEMY.COM
SCHAEFER-ACADEMY.COM

ZAHLEN IM EINBLICK

FEBRUAR 2025

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 Februar 2025.



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



Redaktion:

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

Wir wenden uns mit diesem Medium selbstverständlich an alle Menschen, unabhängig von ihrem Geschlecht. Wir haben in den Beiträgen und Texten versucht, eine geschlechtergerechtere Sprache umzusetzen: durch Nennung der weiblichen und männlichen Form, durch eine abwechselnde Nennung der weiblichen und männlichen Form, durch Partizipformen wie „die Mitarbeitenden“ oder textliche Umschreibungen. Beschreibt eine Textpassage aus unserer Sicht eher eine berufliche Rolle wie beispielsweise „Stylist“, haben wir auf das Gendern verzichtet.

Gestaltung:

Katrin Cervizzi, 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: © Vincenzo Esposito für Miée

Seite: © 11 / br.illu Adobe Stock