

MY BEAUTY MY BUSINESS

1/2016

KASSE MACHEN

VERKAUFSTIPPS
VOM PROFI

LOW-BUDGET- MARKETING

FÜR SPARFÜCHSE

SCHÖN ESSEN

SUPERFOODS

MY SPECIAL

KÖNIG KUNDE

ÜBERRASCHEN, VERWÖHNEN & HALTEN



SEIT 35 JAHREN IST KOSMETIK UNSERE WELT UND INNOVATION UNSERE LEIDENSCHAFT!



Für uns steht die permanente Aus-, Fort- und Weiterbildung sowie die Motivation unserer Kunden und Mitarbeiter an erster Stelle. Im Unterschied zu vielen anderen Anbietern unterhalten wir an zahlreichen Standorten eigene Schulungszentren, um so stets in der Nähe unserer Kunden zu sein. Das Seminarprogramm umfasst dabei alle Themen – von der Wirkstoffkunde, über die Behandlungen und Produkte bis hin zu Management-Themen.

Informieren Sie sich jetzt!

LIEBE BEAUTY-PROFIS,

in diesem ePaper erhalten Sie einen Vorgeschmack auf die Inhalte von MY BEAUTY BUSINESS: Ob Service- oder Ratgeberthemen – ich recherchiere, was Sie für Ihr tägliches Business wirklich brauchen!

Sie möchten mehr erfahren? Dann lade ich Sie herzlich dazu ein, unser Marketingmagazin für Beauty-Profis zu testen und die verschiedenen Facetten von MY BEAUTY BUSINESS kennenzulernen. Blättern Sie in der multimedialen Ausgabe und entdecken Sie Ihr persönliches „Rundum-Sorglos-Paket“: Videos, Downloads (zum Beispiel Mailings und Flyer), Checklisten, Direktlinks zu Fachliteratur und vieles mehr! Mit diesen Zusatztools gebe ich Ihnen konkrete Hilfestellungen an die Hand, um Ihren Arbeitsalltag zu erleichtern.

Sie möchten die Ausgabe gern komplett lesen und wissen, was das Geheimnis einer erfolgreichen Businessplanung ist? Lesen Sie MY BEAUTY BUSINESS als Printausgabe und als Digitalversion einen Monat völlig kostenfrei und unverbindlich (www.beauty-forum.com/registrierung). Zudem können Sie Europas größtes Fort- und Weiterbildungsportal mit vielen weiteren Videos, Downloads, Tipps & Tools nutzen.

Klicken Sie sich jetzt rein! Viel Spaß beim „Schnuppern“.

Herzliche Grüße

Isabel Jungmann

Isabel Jungmann



TAUCHEN SIE EIN IN DIE BUNTE WELT VON BEAUTY FORUM...

Nicht nur Marketing, Service und Verkauf sind Themen, mit denen Sie sich täglich beschäftigen? Dann haben wir den perfekten Begleiter für Sie.

Wählen Sie selbst Ihren Favoritentitel und entscheiden Sie, wer Sie auf Ihrem Weg begleiten soll. Sie haben die Qual der Wahl: das Fachmagazin für Nail-Profis, der Profi für medizinische Kosmetik oder die unterstützende Hand in Sachen pflegende und dekorative Kosmetik.

Sie haben Interesse und benötigen weitere Informationen?

Dann rufen Sie uns an unter **+49 (0)7243 7278-162** oder senden Sie uns eine eMail an leserservice@health-and-beauty.com. Wir helfen Ihnen gerne!



INHALT

MY SPECIAL

- 6 König Kunde**
Kundenzufriedenheit
- 10 Gekommen, um zu bleiben!**
Kundenbindung
- 14 Überraschung!**
Umfrage: Kunden halten
- 16 News-Special**
Kleine Geschenke

MY BUSINESS

- 18 Für Sparfüchse**
Low-Budget-Marketing
- 21 IHB-Akademie**
Business-Ladys
aufgepasst
- 22 Profi-Verkaufstipps**
Umsatz steigern leicht
gemacht
- 24 Geräteleasing**
Rechtliche Grundlagen
- 25 Happy Birthday**
15 Jahre „Day Spa
Extravaganz“
- 26 Beautys around the world**
Der Sonne entgegen
- 28 Richtig Kasse machen**
Neue gesetzliche
Anforderungen an
Kassensysteme

MY WEB

- 30 Blickfang**
Marketing mit Foto-
netzwerken
- 34 Online-Seminare**
Fortbildung, Hintergrund-
infos und hilfreiche Tipps
– ganz bequem von zu
Hause aus

MY SELF

- 36 Superfoods**
Baobab, Maca & Co.:
Was sie wirklich können

MY FAIR

- 40 6. BEAUTY FORUM LEIPZIG**
Beauty hautnah erleben

STANDARDS

- 3 Editorial**
- 43 Impressum**
- 50 Vorschau**



Das Mailing „Wir vermissen Sie!“ und den Gutschein „Kundenbindung“ finden Sie auf den Seiten 45 und 46 in dieser Ausgabe.

MAILINGS,
FLYER,
CHECKLISTEN
& CO.

MY PRACTICE

Download unter:
[www.beauty-forum.com/
themenportal](http://www.beauty-forum.com/themenportal)

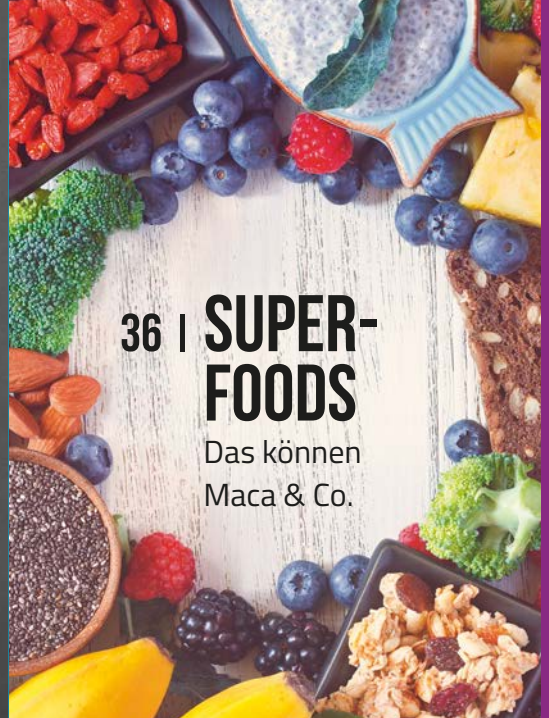
- 44 Flyer**
Princess Day
- 45 Mailing**
Wir vermissen Sie!
- 46 Gutschein**
Kundenbindung
- 47 Flyer**
PMU
- 48 Poster**
Paarmassage
- 49 Mailing**
Valentinstag



Titelmotiv: Mayer George/Shutterstock.com



6 | MY SPECIAL
Kundenbindung



36 | SUPER-FOODS
Das können
Maca & Co.

**28 | RICHTIG
KASSE
MACHEN**

Neue gesetzliche
Vorgaben für
Registrierkassen

**24 | GERÄTE-
LEASING**

Rechtliche
Grundlagen

**18 | LOW-BUDGET-
MARKETING**

Werbung für Sparfüchse



Umfrage: Kundenbindung

Überraschung!

Welche Specials und Aktionen eignen sich am besten zur Kundenbindung – und was kommt besonders gut an? Wie viel Ihre Kolleginnen in kleine Geschenke investieren und was sich wirklich lohnt – MY BEAUTY BUSINESS hat sich für Sie umgehört



DAS HABEN WIR GEFRAGT:

- ★ Wie hoch ist Ihr Stammkundenanteil und welche Tools zur Kundenbindung haben sich bei Ihnen bewährt?
- ★ Was bekommen Stammkunden, was Neukunden nicht bekommen?
- ★ Reicht eine gute Behandlung aus oder zeichnet sich klar ab, dass Stammkunden heute „etwas mehr“ erwarten?
- ★ Gibt es spezielle Behandlungen, die sich besonders gut zur Kundenbindung eignen?
- ★ Wie reaktivieren Sie inaktive Kunden?



CHRISTIANE LINGNER

„Eine gute Behandlung reicht aus, dass eine Kundin zwei- oder dreimal wiederkommt. Aber dauerhaft bleibt sie nur, wenn man ihr das gewisse Extra bietet.“
[www. babor-berlin.de](http://www.babor-berlin.de)

Eine Kundin einmal zu begeistern ist leicht – über Jahre ist es eine Herausforderung.

Der Stammkundenanteil in meinem Institut liegt bei etwa 80 Prozent – und den gilt es zu pflegen. Stammkunden lade ich gerne zu Aktionen wie unserem Weihnachtsshopping ein. Mit Rabatten arbeite ich eigentlich gar nicht. Zu Weihnachten überreiche ich persönlich kleine Geschenke, die speziell auf die Kundin zugeschnitten sind. Entweder ist es eine neue Kleingröße, die gut zur Haut passen würde, oder bei sehr guten Kunden auch mal eine luxuriöse Anti-Aging Cream.

Kuren eignen sich perfekt zur Kundenbindung. Insbesondere apparative Anwendungen. Denn diese wirken erst in einer Kur ideal. Die Ergebnisse gemeinsam zu beobachten und zu dokumentieren, z.B. mit Vorher-nachher-Bildern, das bringt eine extrem

starke Kundenbindung – häufig über Jahre hinweg. Denn nach der intensiven Tech-Kur geht es ja mit den erhaltenden Behandlungen weiter. Wenn eine Kundin regelmäßig kam, plötzlich aber nicht mehr erscheint und auch auf ein Geburtstagsmailing nicht reagiert, rufen wir an. Meist sind es dann externe Gründe wie ein neuer Job, eine neue Adresse. Und falls es wirklich mal eine Behandlung sein



„Kosmetikinstitut Christiane Lingner“ in Berlin

sollte, die nicht gefallen hat, gehen wir auch damit sehr offen um.

Eine Kundin sagte mal: „Auch nach 20 Jahren schenken Sie mir die gleiche Aufmerksamkeit wie am ersten Tag. Bei Ihnen gibt es keine Routinen, sondern Sie widmen sich meiner Haut immer wieder mit einem frischen, fachlichen Blick und wenden die neuesten Erkenntnisse an. So lassen Sie mich meine Schönheit immer neu entdecken.“ Das trifft genau unseren Anspruch.



MARINA MALININ

„Mir ist es wichtig, meinen Stammkunden ab und an einfach Danke zu sagen. Kleine Geschenke erhalten schließlich die Freundschaft.“

www.catherine-gifhorn.com

Mein Stammkundenanteil liegt bei 80 Prozent. In meinem Institut hat sich besonders die sogenannte C-Card bewährt. Mit dieser Karte sparen unsere Kunden drei Prozent des Behandlungspreises. Die Beträge können auf der Karte gesammelt und später eingelöst werden.

Wir machen regelmäßige Aktionen für unsere Stammkunden. Sie bekommen zum Beispiel im jeweiligen Geburtsmonat acht Prozent Rabatt auf alles. Natürlich erhalten sie auch Weihnachtsgeschenke und alle paar Monate gibt es eine kostenlose Wellnessbehandlung im Wert von 20 Euro. Unsere Kunden nutzen sehr gerne unseren VIP-Service. Das heißt, sie kommen regelmäßig alle drei Wochen vorbei, bekommen einen 10-Euro-Bonus auf die Behandlung, eine Keratinkomplexampulle im Wert von 5 Euro gratis und sollte mal ein Nagel kaputt gehen, ist die Reparatur natürlich kostenlos.



„Catherine Elitestudio Marina Malinin“

Da wir mit unseren Preisen doch sehr hoch liegen, sind die Gründe, warum eine Kundin nicht mehr wiederkommt, meistens die Kosten. Oder weil es ihr aus beruflichen Gründen nicht gestattet ist, die Nägel machen zu lassen. Zweimal im Jahr schicke ich Briefe mit besonderen Angeboten an Kunden, die länger nicht mehr da waren. Das wird sehr gut angenommen. Eine meiner Kundinnen kam zum Beispiel erst nach sechs Jahren wieder. Sie hat mir gesagt, dass es sie sehr gefreut hat, regelmäßig Post von uns bekommen – auch deshalb sei sie wieder zu uns gekommen.

„Ich werde immer kompetent und freundlich behandelt und bekomme eine wundervolle Behandlung. Man fühlt sich, als würde man zu guten Freunden zu Besuch kommen.“ Kann das Lob einer Stammkundin noch schöner sein?



ANTJE HERRICH

„Gratis Nackenmassagen, Nägel lackieren und Handpackung gehören für meine Stammkunden einfach dazu.“

www.kosmetik-herrich.de

In meinem Institut liegt der Stammkundenanteil bei 75 bis 80 Prozent. Zur Kundenbindung haben sich besonders Newsletter, 10-er-Rabattkarten und regelmäßige Veranstaltungen zu neuen Trends bewährt. Bei Geburtstagen gibt es kleine, individuell passende Geschenke extra für Stamm-

kunden. Pro Kunde investiere ich ca. 12 bis 15 Euro im Jahr für Geschenke – ohne Rabatte. Gratis Nackenmassagen, Nägel lackieren und Handpackung gibt es für Stammkunden ebenfalls obendrauf – das kostet nicht viel und hat eine große Wirkung.

Ja, ich denke schon, dass kleine Besonderheiten heutzutage einfach dazugehören. Daher spicke ich meine Behandlungen mit kleinen Aufmerksamkeiten wie zum Beispiel Blumen, Schokolade, Testmuster oder Ampullen. Behandlungen, die sich gut zur Kundenbindung eignen, sind solche, die von vorneherein als Kur angelegt sind. Bei mir hat sich eine Rabattkarte mit 10 Behandlungen bewährt. Die Kundin hat dabei einen Spareffekt von ca. 50 Euro in Geldwert – der Warenwert ist ca. 10 Euro.

Inaktive Kunden reaktivieren wir, indem wir anrufen – dabei haben wir eine Trefferquote von eins zu drei. Außerdem verschicken wir Kundenbriefe per Post und Newsletter per E-Mail. Hier ein sehr schönes Lob von einer meiner Stammkundinnen: „Herrich Kosmetik ist für mich das Institut der ersten Wahl. Denn Antje Herrich ist eine absolut professionelle Fachfrau mit Herz. Für ihre Kunden erfindet sie ihr Studio immer wieder neu – dadurch wird es nie langweilig.“



„Kosmetik Herrich“ in Wachau



Achtung: das ist bei der Anschaffung von Geräten zu beachten

Leasing – ja oder nein?

Sie möchten neue Apparate fürs Institut anschaffen? Was beim Geräteleasing zu beachten ist, erläutert Rechtsanwalt Stefan Engels

DOWNLOAD-TIPP

Hilfreiche Zusatzinfos zu diesem Thema finden Sie in unserem Themenportal unter folgenden Stichwörtern:

- ★ Leasing oder Finanzierung
- ★ Datenschutz
- ★ Homepage – rechtliche Hinweise

[www.beauty-forum.com/
themenportal](http://www.beauty-forum.com/themenportal)

Hochwertige medizinisch-kosmetische Geräte wie IPL oder Laser gehören oft zur Grundausstattung im Kosmetikinstitut. Die Anschaffung bedeutet einen hohen finanziellen Aufwand, besonders für Existenzgründer. Für eine solche betriebliche Investition bietet sich das „Leasing“ an.

Das Leasinggeschäft

Unter einem Leasinggeschäft versteht man die entgeltliche Nutzungsüber-

lassung eines Investitionsgutes für eine bestimmte Zeit.

Dabei zahlt der Nutzer des Leasingobjektes, der Leasingnehmer (LN), dem überlassenden Unternehmen, dem Leasinggeber (LG) eine im Voraus vereinbarte monatliche Rate.

Beim Leasingvertrag handelt es sich um eine spezielle Art des Mietvertrags. Besonderheit: Der LG bleibt während der Gesamtlaufzeit Eigentümer. Dem LN werden bestimmte Rechte, Pflichten und Risiken übertragen, die bei einem herkömmlichen

AUF EINEN BLICK

- ★ **Leasing mindert** den finanziellen Aufwand für den Gerätekauf, da man das Objekt nicht komplett bezahlen muss.
- ★ **Vor allem Existenzgründer** sollten vor einem Leasing ihre Bonität bzw. die Möglichkeit einer Ausfallbürgschaft und ihre möglichen steuerlichen Vorteile prüfen.
- ★ **Bei Sachmängeln** des Apparates müssen die Leasingraten weitergezahlt werden, da der Leasingnehmer seine Ansprüche zunächst gegen den Hersteller/Händler durchsetzen muss.
- ★ **Während der Laufzeit** ist der Vertrag vom Leasingnehmer nicht kündbar.

Mietvertrag der Vermieter zu tragen hätte.

Rückgabe nach Laufzeit

Leasen kann man nahezu jedes Wirtschaftsgut. Die Konditionen ergeben sich aus dem jeweils zugrunde liegenden Vertrag, der folgendermaßen zustandekommt: Hat man sich für ein Objekt entschieden, bestellt man es bei Hersteller oder Händler. Gleichzeitig schließt man mit einem Leasingunternehmen einen Vertrag. Dabei verpflichtet sich die Leasinggesellschaft zur Beschaffung und Überlassung des gewünschten Gegenstandes und der LN zur Zahlung der monatlichen Raten. Der LG bezahlt den Kaufpreis an Händler oder Hersteller und erwirbt das Eigentum am Leasingobjekt, welches er – das ist die Besonderheit beim Leasing – dem LN überlässt. Nach der vereinbarten Laufzeit wird das Gerät an den LG zurückgegeben. Abweichende Vereinbarungen sind möglich.

Genau hinschauen

Folgendes ist vor Vertragsabschluss zu bedenken: Leasing gilt als liquiditätsfördernd, da man den Gegenstand zu Beginn der Nutzung nicht komplett bezahlen muss. Das eröffnet größere

finanzielle Spielräume. Ähnlich wie bei einem Kredit wird auch vom LG die Bonität streng geprüft. Gerade Existenzgründer werden als Vertragspartner oft nur dann akzeptiert, wenn sie eine Ausfallbürgschaft von einem solventen Dritten nachweisen können. Geprüft werden sollte auch, ob das Leasing im Einzelfall tatsächlich steuerlich vorteilhaft ist. Vorsicht: Ansprüche gegen den Hersteller aufgrund von Sachmängeln gehen beim Leasing in der Regel durch Abtretung auf den LN über. Das heißt: Ist das Gerät fehlerhaft, muss der LN seine Rechte selbst beim Hersteller durchsetzen. Die Raten muss er dann trotzdem weiterzahlen, so als sei der Apparat in Ordnung – selbst wenn der aufgrund der Mängel gar nicht benutzt werden kann. Wichtig: Leasingverträge sind während der Laufzeit vom LN nicht kündbar. Zahlungsverpflichtungen bestehen auch dann, wenn der Apparat nicht mehr benutzt wird, etwa weil das Gewerbe zwischenzeitlich aufgegeben wurde. Da bei Leasingverträgen viele Varianten möglich sind, empfiehlt sich vor der Unterzeichnung immer eine rechtliche Überprüfung des Vertragswerks.

Stefan Engels, Rechtsanwalt
www.dermaeve-institut.de



HAPPY BIRTHDAY!

Vor 15 Jahren eröffnete Daniela Hoffmann Ihr Institut „Day Spa Extravaganz“ in Lustadt. Jetzt wird Jubiläum gefeiert.

Schon als Jugendliche schlug ihr Herz für die Kosmetikbranche. Nach einer Lehre zur Arzthelferin setzte Daniela Hoffmann ihren Traum schließlich in die Tat um. Sie ließ sich zur Kosmetikerin ausbilden und eröffnete ihr eigenes Institut. Dort möchte sie ihren Kunden vor allem eines bieten: Auszeit vom Alltag! Ihr Angebot umfasst ein breites Spektrum. Von Kosmetiktreatments, apparativen Anwendungen, Wellnessmassagen und Nailedesign bis hin zu Wimpernverlängerungen und Tanning ist alles dabei, was das Beautyherz begehrt. Fragt man Daniela Hoffmann nach ihrem Erfolgsrezept, so bekommt man die Antwort: „Immer up to date sein“! Super, finden wir.

**Weiterhin viel Erfolg wünscht
MY BEAUTY BUSINESS**



15 Jahre „Day Spa Extravaganz“
www.dayspa-extravaganz.de

Sie feiern 2016 auch Jubiläum?

Dann bewerben Sie sich per Mail an
jubilaeum@health-and-beauty.com

Ab dem 1. Januar 2017 müssen elektronische Daten aus Kassensystemen vollständig und unveränderbar elektronisch gespeichert und zehn Jahre lang aufbewahrt werden. So bestimmt es das Schreiben vom Bundesministerium der Finanzen zur Aufbewahrung digitaler Unterlagen bei Bargeschäften. Was das für Sie und Ihr Kassensystem im Institut bedeutet? Wir haben nachgefragt



Ab 1.1.2017: Neue gesetzliche Anforderungen an Kassensysteme

Richtig Kasse machen

BEAUTY FORUM: Was besagt das neue Gesetz? Warum wurde es erneuert?

Silvia Gürtler: Es handelt sich nicht um ein neues Gesetz. Vielmehr geht es um ein Schreiben des Bundesministeriums der Finanzen – kurz BMF – bezüglich der „Grundsätze zur ordnungsgemäßen Führung und Aufbewahrung von Büchern, Aufzeichnungen und Unterlagen in elektronischer Form sowie zum Datenzugriff

(GoBD)“. Es kommt oft vor, dass bei der Anwendung von Gesetzen Unklarheiten bestehen. Daher ergehen diese BMF-Schreiben häufig, um die Anwendung von gesetzlichen Regelungen zu verdeutlichen.

Aufgrund der zunehmenden Nutzung von elektronischer Datenverarbeitung in Geschäftsprozessen war eine Äußerung der Finanzbehörde – das BMF ist die oberste Finanzbehörde Deutsch-

lands – erforderlich. Ausgangspunkt ist die Vorschrift § 146 Abs. 1 Abgabenordnung, die besagt, dass sämtliche Bareinnahmen und Barausgaben eines Unternehmens täglich, richtig und vollständig festzuhalten sind.

Was ändert sich diesem Schreiben zufolge genau?

Die oben genannten Grundsätze umfassen 39 Seiten. Ganz allgemein kann

man sagen, dass die bisher schon geltenden Regelungen für Aufzeichnungen und Daten in diesem Zusammenhang spezifiziert wurden – im Hinblick auf die verstärkte Nutzung von elektronischer Datenverarbeitung. Zum Beispiel ist jetzt genau geregelt, welche Anforderungen die zum Einsatz kommenden Datenverarbeitungsverfahren – also elektronische Kassen und PC-Kassensysteme – erfüllen müssen. Hervorzuheben sind dabei insbesondere die Unveränderbarkeit und die Nachvollziehbarkeit.

Grundsätzlich sind die neuen Regelungen ab 01.01.2015 anzuwenden. Das Schreiben sieht aber eine Ausnahmeregelung für elektronische Registrierkassen vor, die die geforderten Anforderungen nicht erfüllen. Solche Geräte dürfen noch bis 31.12.2016 verwendet werden. Die Ausnahme gilt jedoch nur für bereits vorhandene Anlagen. Bei Neuanschaffungen ist schon jetzt auf die Einhaltung der Vorgaben zu achten.

Registrierkassen mit einem oder zwei Drucklaufwerken, die zwar Bons für Kunden drucken können, bei denen aber eine Speicherung der Daten nicht möglich ist, erfüllen die Voraussetzungen nicht.

Wer überprüft, ob die neuen Voraussetzungen umgesetzt werden? Und wie geschieht das genau?

In der Regel erfolgte die Überprüfung im Rahmen einer Betriebsprüfung oder einer sogenannten Umsatzsteuernachschau. Der Prüfer lässt sich die Unterlagen, zum Beispiel die Bedienungsanleitungen und Programmierprotokolle, zeigen und überprüft diese. Die gespeicherten Daten müssen zur Verfügung gestellt werden und werden anschließend überprüft.

Was passiert Betroffenen, die sich nicht daran halten und die neuen Vorgaben nicht umsetzen?

Werden Verstöße oder Mängel festgestellt, kann der Prüfer schlimmstenfalls die gesamte Buchführung als nicht ordnungsgemäß verwerfen. Dadurch ist das Finanzamt berechtigt, Hinzuschätzungen beim Umsatz vor-

zunehmen. Diese können bis zu 10 Prozent des erklärten Umsatzes betragen. Auf die hinzugeschätzten Beträge müssen dann Einkommen-, Umsatz- und gegebenenfalls Gewerbesteuer nachgezahlt werden. Die Nachzahlungsbeträge werden verzinst. Bei besonders groben Verstößen kann auch ein Steuerstrafverfahren eingeleitet werden. Kleinere Verstöße können auch ganz ohne Konsequenz bleiben.

Wie kann ich überprüfen, ob mein Kassensystem die nötigen Anforderungen erfüllt?

Ich würde empfehlen, das bestehende Kassensystem am besten zusammen mit dem Steuerberater genau unter die Lupe zu nehmen. Außerdem sollte die Herstellerfirma kontaktiert und um eine Stellungnahme gebeten werden.

Wie kann ich meine Kasse aufrüsten? An wen kann ich mich wenden?

Darüber, ob und wie ein System aufrüstet werden kann oder nicht, kann nur der Hersteller Auskunft geben.

Ganz grundsätzlich stellt sich allerdings die Frage, wie die Aufzeichnungen über die Bareinnahmen vorzunehmen sind und ob überhaupt ein

Kassenbuch geführt werden muss. Eine Verpflichtung zur elektronischen Aufzeichnung, also die Nutzung einer elektronischen Kasse oder eines computergestützten Kassensystems, besteht nicht. Gleichwohl sind diese in der Praxis häufig anzutreffen. Unternehmer wie Kosmetikinstitute und Nagelstudios, die Ihren Gewinn durch Einnahmen-Überschuss-Rechnung ermitteln, müssen lediglich Betriebseinnahmen und Ausgaben festhalten. Jedes Institut, jedes Studio ist anders. Daher sollte eine Überprüfung im Einzelfall ganz individuell erfolgen.

Das Interview führte Isabel Jungmann



Dipl. Betriebswirtin (FH) Silvia Gürtler ist Steuerberaterin und Fachberaterin für Internationales Steuerrecht. www.baer-guertler.de

AUF EINEN BLICK

Das muss Ihr Kassensystem ab dem 1.1.2017 können:

- ★ Unterlagen, die mithilfe einer Kasse erstellt worden sind, müssen für die Dauer der Aufbewahrungsfrist von 10 Jahren jederzeit verfügbar, unverzüglich lesbar und maschinell auswertbar sein (§ 147, Abs. 2 der Abgabenordnung).
- ★ Die Daten müssen unveränderbar und vollständig aufbewahrt werden. Eine Zusammenfassung der Einzelbuchungen im täglichen oder monatlichen Z-Bericht ist unzulässig. Ebenso unzulässig ist das Vorhalten der Daten ausschließlich in gedruckter Form nach den Tagesabschlüssen (Z-Streifen oder Journalstreifen).

Die Kassen müssen den folgenden Grundsätzen entsprechen:

- ★ Grundsätze ordnungsmäßiger DV-gestützter Buchführungssysteme (GoBS)
- ★ Grundsätze zum Datenzugriff und zur Prüfbarkeit digitaler Unterlagen (GDPdU)

Das gesamte Schreiben können Sie beim Bundesministerium der Finanzen unter dem Stichwort „Aufbewahrung digitaler Unterlagen bei Bargeschäften“ einsehen. www.bundesfinanzministerium.de



DOWNLOAD POSTER „VALENTINSTAG“: WWW.BEAUTY-FORUM.COM/THEMENPORTAL

Die verwendeten Bilder/Illustrationen können auf www.shutterstock.com gekauft werden. Die Bildnummer finden Sie direkt hier im Heft oder im Downloadbereich.



IHB-Akademie: Managementseminare 2016

Business-Ladys aufgepasst



Wissen ist ein Wettbewerbsvorteil. Genau deshalb bietet die Ionto Health & Beauty-Akademie in Kooperation mit MY BEAUTY BUSINESS spannende Managementseminare für Sie an. Denn Ihr Erfolg liegt uns am Herzen

Marketing und Verkaufen

Hier lernen Sie, was Marketing bedeutet und wie Sie damit den Verkauf steigern können. Außerdem erfahren Sie, wie Sie Beschwerdemanagement gekonnt einsetzen und dadurch sogar neue Aufträge generieren. Auch das Einsetzen der Neuen Medien steht auf dem Programm.

8 Stunden, max. 10 Teilnehmer, 249 €

Mitarbeiterführung

Wie Sie die Leistungspotenziale Ihrer Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen erschließen, damit das Team Spitzenleistungen erbringt? Die Antworten gibt es in diesem Seminar. Nehmen Sie die Führungsrolle ein und lernen Sie, welche Bedeutung soziale Regeln haben.

8 Stunden, max. 15 Teilnehmer, 199 €

Behandeln und verkaufen

Wie begrüßen Sie Ihre Kundin? Worauf müssen Sie unbedingt achten und wo liegen die absoluten No-Gos? All das lernen Sie bei uns. Außerdem gehen wir intensiv auf das Führen von Verkaufsgesprächen ein. Fragen und Zuhören als Schlüssel zum Erfolg.

8 Stunden, max. 10 Teilnehmer, 249 €

Betriebswirtschaftliches Grundwissen

Dieses Seminar vermittelt die Grundlagen der Betriebswirtschaft. Themen wie der Unterschied zwischen Umsatz und Gewinn, lesen der BWA, einen Businessplan sowie einen Marketingplan erstellen u.v.m. stehen auf der Agenda. Hier lernen Sie, wie Sie Ihr Institut langfristig profitabel führen.

8 Stunden, max. 15 Teilnehmer, 249 €

Konsequenzen der Gesetzgebung

Kosmetische Präparate müssen die Bestimmungen der europäischen Kosmetikverordnung erfüllen. Bei apparativer Kosmetik sieht das anders aus. Bis heute gibt es kaum eine gesetzliche Regulierung. Doch nun reagieren die Gesetzgeber. Welche Auswirkungen hat dies auf die Dienstleistungskosmetik?

2 Stunden, max. 15 Teilnehmer, für Sie kostenlos

Selbstmarketing und Auftreten

Das Bild, das ich von mir gebe, ist der Spiegel meines Instituts und auch meines eigenen Könnens. Doch wie wirke ich eigentlich auf andere? In diesem Seminar vermitteln wir Ihnen einfache, aber wirkungsvolle Tipps und Tricks, wie Sie Ihr eigenes Image pflegen können – ganz ohne sich zu verbiegen.

4 Stunden, max. 15 Teilnehmer, 149 €

MEHR INFOS

Die aktuellen Termine, Seminarzeiten und Teilnahmegebühren finden Sie auf der Homepage der IHB-Akademie: www.ihb-akademie.de

Weitere Informationen erhalten Sie jederzeit gerne bei IONTO Health & Beauty, Rebecca Fischer, Tel. 0721 9770-936

IHNEN HAT ES GEFALLEN?

Sie wollen mehr?!



Klicken & kostenfrei registrieren

Klicken & einloggen

MY BEAUTY BUSINESS als PREMIUM KOMBI in der Print + Online-Version lesen!

Nutzen Sie neben dem Magazin zusätzlich das Themenportal mit:

- über 600 Videos, Workshops & Reportagen
- mehr als 1.200 hilfreichen Downloads, Tipps & Tools
- sofort nutzbaren Online-Vorlagen für erfolgreiches Marketing
- BEAUTY FORUM Web-tv
- interessanten LIVE-ONLINE-SEMINAREN

Registrierte Nutzer testen 3 Monate lang unverbindlich & kostenfrei.

www.beauty-forum.com/myBEAUTYFORUM

oder gleich abonnieren: shop.beauty-forum.com

www.beauty-forum.com

Health and Beauty Germany GmbH
Ludwig-Erhard-Straße 2, 76275 Ettlingen · Deutschland
Geschäftsführer: Jürgen Volpp
Registergericht Mannheim, HRB 106183 · USt-ID: DE 813859129

MY BEAUTY BUSINESS