

Verrückt nach Hund?

NEU!

Gratisprobe und Infos
www.belcando.de



Super!

Die beste Voraussetzung für den Vertrieb unserer Hundernahrung in Ihrem Hundesalon. Wir suchen selbständige Vertriebspartner.

- neben- oder hauptberuflich
- gute Verdienstmöglichkeiten
- zukunftssicher

Möchten Sie Vertriebspartner werden?
Sprechen Sie uns an: 02862 581-92

BELCANDO® enthält viele neue Zutaten und Vitalkomponenten. Nur ausgesuchte Fleischqualitäten mit minimalem Knochenanteil, wertvollen Haferkernen und Kartoffeln anstelle von Weizen kommen für unsere Rezepturen in Frage.

Wiederentdeckte Hausmittel aus der Natur wie Chiasaat, Traubenkerne und Kräuter sorgen darüber hinaus für Gesundheit und Wohlbefinden.



Auf die Zutaten kommt es an

for

special groomer



Bunt, bunter Bolonka!

Individuelles Schneiden



Branchenberichte

Der Bolonka Zwetna

Marketing

Qualität hat ihren Preis.

Recht

Ärgernis mit den Kunden:
Terminabsage!

hundeschnittschule
Aus- und Fortbildung

AESCULAP®

Aesculap® Favorita CL

Die neue kabellose Kleintier-Schermaschine

- Durchzugstarkes Scheren
- Planetengetriebe
- Lithium-Ionen Akku-Technologie
- Akku-Laufzeit: min. 60 Minuten
- Akku-Ladezeit: ca. 50 Minuten
- Geringes Gewicht: 475 g*
- Ergonomisches Design
- 100% kompatibel mit Favorita II Scherköpfen

*Maschine inkl. Akku + Scherkopf GT754 (3 mm)

Aesculap – a B. Braun company.



GT206 – Set

A-VE10012

B | BRAUN
SHARING EXPERTISE

Aesculap Suhl GmbH | 98528 Suhl | Fröhliche-Mann-Str. 15
Deutschland | schermaschinen@aesculap.de | www.bbraun-vetcare.de

Farbe: Anthra

Farbe: Stone

Mit Seminar-Power & Salon-Mode in die Zukunft

Mit dieser Ausgabe unseres Magazins gehen wir bereits in die dritte Runde – und was uns besonders freut: 'special for groomer' findet immer mehr begeisterte Leserinnen und Leser. Deshalb von hier aus erst einmal ganz herzlichen Dank an Sie alle und natürlich an die fleißigen Helfer, die zum Gelingen unseres Heftes beitragen!

Wobei ich es auch sehr spannend finde, wie sich unsere Branche insgesamt entwickelt. Die erste Hälfte von 2011 ist rum, und wir hatten bereits einige sehr gute Seminare und Messen, die für die Zukunft Zeichen setzen.

Apropos Zukunft, da wäre ja noch eine Neuheit, auf die viele von Ihnen bereits warten: Nun ist es so weit, Anfang Juli geht unsere erste Kollektion an den Start! Von Mode-Designern mit mir zusammen nur für uns und unsere Branche entwickelt, ausgiebig und vielseitig getestet... Ihr überaus positives Feedback bei den ersten Präsentationen spornte mich an, nun auch die letzten Hürden zu nehmen, damit zukünftig nicht nur unsere Tiere im Salon adrett aussehen und Komplimente bekommen.

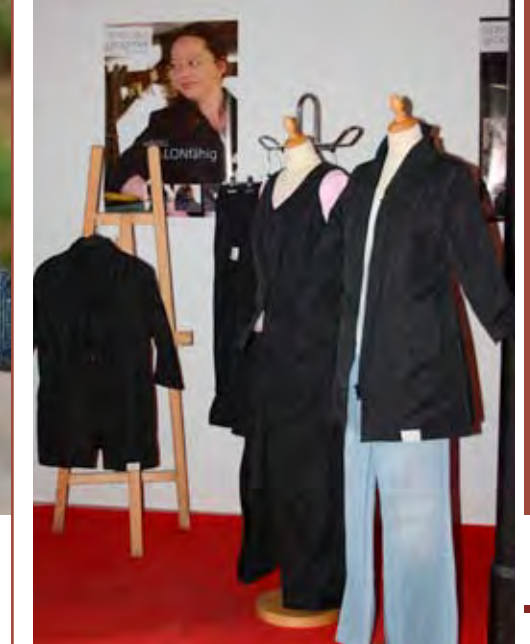
Die erste Kollektion mit Jacke, Weste und Hose (jeweils in den deutschen Größen XS bis XL, also wie angegossen//angemessen geschnitten!) kommt in den Farben Anthra und Stone – perfekt für Ihren Berufsalltag, für den Einsatz beim Kunden vor Ort und sogar auf Seminaren, jetzt Anfang Juli 2011, raus. Denn die neue Salon-Mode mit Stil und hohem Spaßfaktor passt sich perfekt an und ist absolut pflegeleicht.

Die Details zur ersten Special for Groomer Kollektion finden Sie demnächst auf meiner Homepage www.hundeschnittschule.de und bei Facebook. **Dort werden Sie uns in Kürze über meine Homepage erreichen.**

Doch jetzt wünsche ich Ihnen allen aber erst einmal viel Spaß beim Lesen unserer dritten Ausgabe des Magazins, das wieder **viele Informationen liefert und eine Menge hilfreicher Tipps enthält.**

Ihre Anja Reiteritsch

hundeschnittschule
Aus- und Fortbildung



special for
groomer
by anja reiteritsch





INHALT

special for groomer

Foto: Anja Knüppel, www.pfortensalon.de



Branchenberichte

- S. 04 Termine
- S. 05 Salonporträt
- S. 06 Der Bolonka Zwetna
- S. 08 Pflgetipps von Kollegen für Kollegen
- S. 10 Erkrankungen von Haut und Haarkleid
- S. 11 Tipp für den Salonalltag
- S. 12 Haarwachstum und -wechsel
- S. 13 Tipp für den Salonalltag
- S. 14 Bernstein gegen Zecken!
- S. 15 Hundesalonbesuch mit Hundesachverständigen
- S. 16 Erste Hilfe am Hund
- S. 17 Norddeutscher Stammtisch: Für den Notfall gerüstet!

Veranstaltungen

- S. 18 ZZF Fachhandeltagung
- S. 19 Workshop Fachgruppe
- S. 20 ABHB - VAKDAG
- S. 22 Fachseminar-special4groomer 2011

Werkzeug und Materialkunde

- S. 22 Hundesalon sauber und geruchsfrei durch mikrobiologische Reinigung?

Marketing

- S. 26 Empfang & Kassenbereich aus der Sicht des Feng Shui
- S. 28 Neue Serie: Der Weg zum Suchmaschinen Favoriten.
- S. 30 Qualität hat ihren Preis.
- S. 31 Einwände bei der Preiserhöhung - eine Chance zur Kundenbindung!

Steuern / Versicherungen / Recht & Gesetz

- S. 33 Steuerrecht für Kleinunternehmer: Steuerliche Abzugsfähigkeit von Reisekosten
- S. 34 Ärger mit den Kunden: Terminabsage!

Empfehlungen

- S. 36 Umsatzerhöhen mit der Original-GOODBOY-Bekleidung für Hundehalter.
- S. 37 Buchempfehlungen
- S. 37 Materialempfehlung: Rapid Clean

Sonstiges

- S. 38 Autoren
- S. 39 Impressum / Vorschau

Termine

www.hundeschnittschule.de

Hundausstellungsdaten mit Vertretung von EHASO:

- 12.-13.06.2011 CACIB Saarbrücken
- 18.-19.06.2011 CACIB Erfurt
- 30.-31.07.2011 CACIB Bremen
- 06.-07.08.2011 CACIB Ludwigshafen
- 20.-21.08.2011 CACIB Leipzig
- 14.-16.10.2011 Hund und Pferd Dortmund
- 22.-23.10.2011 CACIB Hannover
- 05.-06.11.2011 CACIB/ANIMAL Stuttgart
- 10.-11.11.2011 CACIB Hannover

Fortbildungstermine:

- 04. Juli 2011 Spezialkurse für Groomer bei Marie Herder „Engl. Cocker Spaniel – Petra Schaareman“
Info: www.hundesalonherder.com
- 23.-24. Juli 2011 - Schermeisterschaften Golden Groomer in Luik Belgium
Info: www.golden-dog-trophy.be
- 05. September 2011 - Spezialkurse für Groomer bei Marie Herder „Bichon Frisé – Ilse Frenk Kleton“
Info: www.hundesalonherder.com

- 16.-18. September 2011 - Weltmeisterschaften Groomania in Kortrijk Belgium
Info: www.groomania.be
- 26. September 2011 - Workshop im Hundesalon Herder Lindern
Info: marie.herder@ewetel.net
- 01.-02. Oktober 2011 - 6. Thüringer Groomertage
Info: www.hundeserviceschaefer.de
- 08. Oktober 2011 - Schermeisterschaften in Sneek (Holland)
Info: info@abhb.nl
- 30. Oktober 2011 - HKI vakdag mit vielen Demo's von verschiedenen Rassen / Expo in Houten
Info: info@huisdierkennis.nl
- 12.-13. November 2011 - Herbsttagung der Fachgruppe für Heimtierpflege
Info: Ute Klein Tel.: 06055-6260

Änderungen und Irrtümer vorbehalten. Stand Mai 2011

Salonporträt

Seit 15 Jahren arbeite ich, Meike Holsten, als mobile Hundefriseurin. Meinen „Salon“ habe ich immer mit im Gepäck. Meine Begeisterung für den West Highland White Terrierrüden „Grisu“ brachte mich zum Trimmen der weißen Terrier.

Angefangen hat es mit einer kleinen Hobbyzucht. Um die eigenen Welpen frisieren zu können, habe ich einen Intensiv-Trimmlerlehrgang bei meiner Züchterin absolviert. Zudem hatte ich das Glück an ihren Hunden mein Können zu perfektionieren. Aus einer kleinen Idee wurde durch die Liebe zu den Hunden, sorgfältige und zuverlässige Arbeit, über zufriedene sehr treue Kunden ein Ganztagsjob, der die Zucht abgelöst hat. Fundiertes Fachwissen in den Bereichen Pflege und Styling von Terriern bedeutet für mich regelmäßige Teilnahme an Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen. Um auf dem neuesten Stand zu sein und meinem eigenen Anspruch zu genügen, helfen mir Besuche von Seminaren und Messen. Auf diesen informiere ich mich über Neuerungen, neues Werkzeug, neue Produkte, neue Techniken und Alternativen. Meine Kunden freuen sich über meinen Besuch. Ich bin nicht nur der Hundefriseur, der

regelmäßig kommt, um ihren Liebling wieder in Form zu bringen, sondern vielmehr auch Beraterin und eine Zuhörerin. Sehr wichtig ist für mich der Kontakt zu dem Besitzer meiner „Hunde-Kunden“. Ich habe gelernt mich auf die Ansprüche und „Eigenheiten“ einzustellen und profitiere somit von einer enormen Kundentreue. Diese pflege ich sehr. Die Nähe der Besitzer empfinde ich für mich als positiv. Bei Neukunden klappt somit die Absprache prima oder wenn sich bei meinen Stammkunden Veränderungen einstellen, kann ich diese direkt vor Ort besprechen. Ebenfalls ist es mir sehr wichtig gutes, auf mich abgestimmtes Werkzeug zu benutzen. Es unterstützt mich bei meinem Bestreben perfekte Arbeit leisten zu können. Meine Arbeit geht mir leichter von der Hand und der Kunde ist mit dem Ergebnis zufrieden.

Die Sauberkeit und Hygiene steht bei mir an erster Stelle. Alle Arbeitsgeräte und Werkzeuge werden selbstverständlich stets desinfiziert und gereinigt, um eine Übertragung von

eventuellen Krankheitserregern oder Parasiten zu verhindern. Ich sehe aber auch Grenzen in der mobilen Hundepflege. Zum einen darf man den Zeitaufwand der Anfahrtsweg zum Kunden nicht unterschätzen, zum anderen gibt es, meiner Meinung nach, Hunderrassen, die auf jeden Fall im Salon besser aufgehoben sind. Bei Anfragen empfehle ich diese gerne weiter. Ich habe für mich einen guten Weg durch die Spezialisierung auf das Terrier-Trimming gefunden. Trotzdem ist mir die rasseübergreifende Weiterbildung sehr wichtig. – Stillstand ist Rückstand!

Fazit: Professionelles Terrier-Trimming erfordert viel Erfahrung, äußerste Sorgfalt, besonderes Einfühlungsvermögen, Sauberkeit und Hygiene. Einen hohen Anspruch an die eigene Arbeit, Begeisterung für die Terrier und Neugierde auf Neuerungen.

Meike Holsten (Mitglied im ZZF – Fachgruppe Heimtierpflege im Salon und im KFT (VDH/FCI))
www.terrier-trimming.de
www.mobile-hundefriseure.de



JB DOGGROOMING

Jean Beets - Ihr Vertreter für ReQual Pflegeprodukte in Deutschland

- Aus- und Fortbildungen direkt vom Profi Jean Beets Doggrooming
- Veranstaltungen und Workshops für Hundepfleger (siehe Homepage)
- Seminare auch bei Ihnen vor Ort
- 20 Jahre Erfahrung in der Hundepflege
- kostenlose ReQual-Produktworkshops
- gesamtes ReQual-Sortiment für Hundesalon und Endverbraucher

JB Doggrooming und Hundesalon Beets
Siedeburger Straße 17
27246 Borstel
Tel.: 04276 - 963135



REQUAL
ADVANCED COSMETICS FOR PETS



doggrooming.de · info@jbdoggrooming.de · www.jbdoggrooming.de · info@jbdoggrooming.de · www.jbdoggrooming.de · info@jbdoggrooming.de





Foto: Sylke Bendrath

Chantal vom Marienbrunnen

Birte Milionis

DER BOLONKA ZWETNA



Foto: Sylke Bendrath

Jette vom Marienbrunnen

FREMDWORT-ERKLÄRUNG

Patellaluxation ist eine Kniegelenksverletzung, bei der die Kniescheibe (Patella) aus ihrer Führung springt (Luxation). Meist bewegt sich die Kniescheibe spontan in ihre Ursprungsstellung zurück (Reposition). Selten verbleibt sie in ihrer Verrenkungsstellung außen (lateral) am Kniegelenk.

Hundeschnittschule

Bolonka zwetna heißt "buntes Schoßhündchen". Die Rasse Bolonka zwetna entwickelte sich durch Zukreuzen anderer Rassen, hier kann man nur Vermutungen anstellen, wahrscheinlich Toy-Pudel, Lhasa Apso, Pekingesen, Shi Tsu, kleine wuschelige Mischlingshunde u. a. Kleinrassen, in den 50er Jahren des letzten Jahrhunderts, aus der Rasse Bolonka franzuska (französisches Schoßhündchen). Hierdurch erhielten sie ihre Farbe und wahrscheinlich auch die große Bandbreite der Fellstruktur.

Der Bolonka franzuska wurden wahrscheinlich schon im 18. Jahrhundert am russischen Zarenhof von den Adelsdamen gehalten. Enge Verbindungen mit dem französischen Adelshof, und die Beliebtheit von Hunden als Gastgeschenke (z.B. auch Barsoi), lassen darauf schließen, dass der Bolonka Franzuska eng mit dem heutigen, größerem Bichon á poil frisé verwandt ist. So werden auch die Bolonka zwetna und die Bolonka franzuska den "bichonartigen" Hunden zugeordnet (wie auch Havaneser und Malteser).

Die kleinen weißen, gelockten Hündchen wurden in Russland gezüchtet und waren sehr beliebt. Viele russische Poeten erwähnen die kleinen Hündchen, so spricht auch Puschkin von den Bolonki' s. Während der Revolution wurden auch die vierbeinigen Lieblinge der Zaren und des Adels umgebracht, wie ihre Herren. Nur wenige Exemplare überlebten. Nach dem 2. Weltkrieg wuchs das Interesse an Hunderassen, auch an den Zwerggrassen. Da nur noch sehr wenige Bolonka franzuska zur Verfügung standen (es konnten ja auch kaum Hunde in die Sowjetunion importiert werden), wurden andere Kleinrassen (s. o.) eingezüchtet. Anfangs wurden die bunten Welpen eliminiert. Mitte der 60er Jahre wur-

den die Bolonka zwetna das erste Mal ausgestellt.

In den frühen 80er Jahren fingen Züchter in der ehemaligen DDR mit der Zucht der Bolonka zwetna an. Sie machten sich sehr verdient beim Aufbau der Rasse. Nach der Grenzöffnung eroberte der kleine Schoßhund auch den Westen Deutschlands und wird inzwischen in ganz Deutschland gezüchtet.

Der Bolonka franzuska wurde 1990 nach Grenzöffnung den vom VDH anerkannten Bolognesern zugeordnet, die Ahnentafeln umgeschrieben. 1991 erkennen zwei deutsche, dem UCI angeschlossene Vereine den Bolonka zwetna als Rasse an. Am 31.01.2011 wurde der Bolonka zwetna vom VDH als Rasse anerkannt. Züchter dieser Rasse erhalten, nach Prüfungen vor dem VDH, die Möglichkeit, Registerpapier für ihre Tiere zu erhalten, um im VDH weiter zu züchten. Viele dieser Züchter haben sich mit viel Liebe, Ausdauer, Zeit und Geld, Sachkenntnis und Aufklärung in der Öffentlichkeit um die Rasse bemüht.

Der russische Standart wurde vom VDH übernommen:

Der Bolonka zwetna ist in Charaktereigenschaften, Fellanlage und Körpergröße noch sehr verschieden. Charaktereigenschaften, die alle Bolonka zwetna aufweisen sind ihre große Anpassungsfähigkeit, ihre Freundlichkeit und Menschenbezogenheit. Sie sind feinfühlig, verspielte Schmuser, sie sind lebhaft und neugierig aber keine Kläffer. Ihr zauberhaftes Wesen und ihr oft puppig Aussehen lassen diese Rasse, sehr schnell, sehr beliebt werden. Dies ist auch eine Gefahr für diese liebenswerte Rasse, weil es leider auch die "Vermehrer" lockt, die schon vielen Rassen

gesundheitlichen und auch von den Charaktereigenschaften sehr großen Schaden zugefügt haben.

Der Bolonka zwetna ist kein Hund mit großen Anfälligkeiten für Krankheiten.

Wie bei allen Hunden mit Hängeohren muss diesen immer ein wenig mehr Aufmerksamkeit geschenkt werden. Solange keine Probleme auftauchen, sollte, meiner Erfahrung nach, der Mensch nicht eingreifen. Bei sehr viel Haarwuchs im Gehörgang kann dieser gezupft werden. Bessere Erfahrungen als mit Ohrreinigungsprodukten habe ich mit lauwarmen Wasser- Ballistolölpülunge(ca.1%) gemacht. Bei krankhaften Veränderungen, wie unangenehmer Geruch, Schmerzen, ständiges Kopfschütteln oder stark verschmutzten Ohren sollte der Hund dem Tierarzt vorgestellt werden.

Wie alle Kleinrassen neigen die Bolonka zwetna zu einer Patelleluxation.

Seriöse Züchter setzen seit mehreren Generationen nur gesunde Zuchttiere ein, um diese vererbare Erkrankung auszumerzen. Ein besonderes Augenmerk brauchen auch die Zahnchen der kleinen Schmuser. Einige neigen sehr zu Zahnstein. Eine artgerechte Zahnpflege sollte jeder Bolonka bekommen (Kauartikel, regelmäßiges Zähneputzen mit entsprechenden Produkten und gute Ernährung). Die artgerechte vielseitige Ernährung spielt eine große Rolle bei der Gesunderhaltung des Lieblings. Ich habe hier sehr gute Erfolge mit dem BARFEN. Auch kleine Hunde brauchen regelmäßige Entwurmungen, Parasitenvorbeugung und Impfungen. Bei Beachtung dieser Grundvoraussetzungen, ausreichender Bewegung und viel Zuwen-

nung wird ein Bolonka zwetna nicht selten 15 Jahre und älter!

Eine Besonderheit bei dieser Rasse ist ihr Fell.

Der Bolonka zwetna haart nicht. Er hat eher einen Haarwechsel, wie der Mensch, also nicht Saisonbedingt. Ausgefallene Haare verbleiben im Fell. Regelmäßiges kämmen ist erforderlich, um diese zu entfernen und das lange Haar nicht verfilzen zu lassen. Hierbei eignen sich, meiner Erfahrung nach, besonders gut Fellentwirrer mit relativ groben Zinken. Feinzahnige Kämmen entfernen zuviel Haar. Bürsten ist eine Wellnessbehandlung und reicht nicht aus! Um ein Verfilzen zu vermeiden ist meist Kämmen 2xpro Woche ausreichend, die Regelmäßigkeit und das Kämmen vom Ansatz an sind hier das Geheimnis.

Die Hunde sollten ca. alle 2-3 Monate gebadet werden.

Es empfiehlt sich ein qualitativ hochwertiges Shampoo zu verwenden, weil die Haare dann gepflegter aussehen und sich besser kämmen lassen. Das Haar sollte im Anschluss vollständig trocken geföhnt und gekämmt werden. Der Bolonka zwetna ist ein Langhaarhund, der durch sein Fell wirkt. Die Haare müssen nicht geschnitten werden, er braucht aber ein bisschen Frisur. Regelmäßig sollten die Haare an den Pfötchen rund und zwischen den Ballen geschnitten werden. Der Pony sollte fransig das Gesicht umrahmen. Das Kurzhalten im Augenwinkel empfiehlt sich, auch um eine Reizung der Augen durch hineinwachsende Haare zu verhindern, Tränenfluss kann so reduziert werden. Einzelne Tiere neigen zu Tränenfluss, dann kann der Augenbereich re-

gelmäßig mit warmem, abgekochtem Wasser gereinigt werden (bei eitrigen Absonderungen wird der Tierarzt hinzugezogen). Manchmal gibt sich das Problem mit dem Wachstum des Tieres.

Viele Bolonkabesitzer möchten das Fell ihrer Hunde lieber kurz halten. Das ist natürlich pflegeleichter und der Hund wirkt immer etwas welpig. Der Ohrbehang und die Haare an der Rute der Hunde sollten dabei nicht geschnitten werden. Man bedenke, wenn der Bolonka zwetna Rassehundaustellungen besucht, das vielfach Hunde mit geschnittenem Haar nicht zugelassen werden.

Zuchtstätte Däumeling von Grabow
Tel. 05864/986560

Anzeige



Hundesalon Herder
Tel.: 05957 - 888 719
E-Mail: marie.herder@ewetel.net
www.hundesalonherder.com

Spezialkurse für Groomer im Hundesalon Herder
Poststraße 4 - 49699 Lindern (bei Cloppenburg)

- 06.06. West-Highland-White Terrier
- 04.07. English Cocker Spaniel
- 05.09. Bichon Frisé
- 26.09. Hands-on workshop



Foto: www.bolonka-vomkindertraum.de



TIPP Bettina Weber-Jaschke

www.wau-wau-winneneden.de

Ich habe sehr viele Bolonkas im Salon, diese Rasse ist seit längerer Zeit bei mir in der Gegend unglaublich »in«. Die ersten tauchten bei mir vor etwa 5 oder 6 Jahren auf. Sie ähnelten sich alle in der Größe und Statur. Fellstrukturen gab's in allen Variationen, kleine pudelähnliche Löckchen, leichgewellt mit größeren Locken. Mittlerweile sind wir bei jedem Neukunden immer ganz gespannt, was denn da zur Tür rein kommt. Im Moment hab ich Bolonkas mit dem Körperbau eines Yorkshire Terrier oder auch so groß wie West Highland Terrier. Sie haben Fell in allen nur erdenklichen Varianten, ganz spärlich behaart und eher glatt, viele mit unheimlich dichtem, wattigem Fell (das sind die, die extrem filzanfällig sind), krause Locken. Meine Stammkunden kommen in Pflegeabständen von 6 Wochen. Ich habe Kunden, die auch langhaarige Bolonkas nach meiner Beratung sehr gut pflegen. Wir benutzen Les-Pooch-Bürsten. Kleinere Verfilzungen bürste ich vor dem Baden mit der Resilk von ReQual aus (Tropfen Seide auf die Bürste). Manchmal bürste ich den Hund kurz beim Baden durch, wenn er die Spülung zum Einwirken drauf hat. Danach föne ich unter ständigem Bürsten, meist mit der roten Les-Pooch-Bürste und zum Schluß mit der silbernen Les-Pooch-Bürste. Dann wird das Haar gekürzt entweder mit den Aufsteckkämmen oder der Modellierschere. Je nach Fellstruktur kommt am Schluß noch Seide ins Fell.



PFLEGETIPPS

Von Kollegen an Kollegen!

1. Bolonka blond, weiblich, Name: Sheila

- Gewaschen mit Les Poochs LA Vitamin Shampoo und Botanique Conditioner
- Geblowert mit Vivog Blower
- Gefönt mit Tornado Major 2000 und Doggy Man Bürste weiß
- Pfoten von unten mit Moser Genio ausgeschoren
- Grundschnitt am Körper mit Wahl KM2 mit Aufsteckkamm 19 mm
- Beine und Kopf mit Schere Revolution Ergo Halm gerade und Revolution Modellierschere

Bearbeitungsempfehlung & Bestandteil Kundenkartei von Anja Knüppel
www.pfotensalon.de

TIPP

Jean Beets

www.jbdoggrooming.de

Was die Entfilzung angeht schließe ich mich meinen Kollegen an. Es ist so schwierig, etwas über diese Rasse im Allgemeinen zu sagen. Die Vertreter, dieser Rasse, sind sehr unterschiedlich von einander! Ich habe einen Bolonka in der Kundschaft, den ich wie einen Bichon schneiden kann. Das sieht sehr gut aus und ist eigentlich einfach hin zu kriegen, weil er schön kompakt ist.

Andere Bolonkas kann man besser mit Aufsteckkämmen bearbeiten. Ich rate den Kunden, die Hunde jede 8 Wochen schneiden zu lassen und zwischendurch, nach 4 Wochen, zum durch kämmen (und baden) kommen zu lassen. Man bemerkt übrigens dass die Fellstruktur sich im Laufe der Jahre ändern kann.

TIPP

Heike Bischof

www.hundesalonlucky.de

Meine Bolonka Zwetna Kunden möchten Ihre Hunde auf eine pflegeleichte Länge gekürzt, ca 5-10 cm, damit sie zu Hause problemlos gekämmt werden können.

Wahrscheinlich ist die Haarlänge regional abhängig, bei uns ist es sehr ländlich, das heißt die Bolonkas streunen gerne im Wald und auf Wiesen rum. Ich bade mit Requal Vital Prof, das macht das Haar gut kämmbar. Als Finish oder zum Knötchen auskämmen benutze ich Re Silk



2. Bolonka weiss-bunt, männlich, Name: Charly

- Gewaschen mit Les Poochs LE Vitamin Shampoo und Botanique Conditioner
- Geblowert mit Vivog Blower
- Gefönt mit Tornado Major 2000 und Doggy Man Bürste weiß
- Pfoten von unten mit Moser Genio ausgeschoren
- Grundschnitt am Körper mit Wahl KM2 mit Aufsteckkamm 22 mm
- Beine und Kopf mit Schere Revolution Ergo Halm gerade und Revolution Modellierschere

Bearbeitungsempfehlung & Bestandteil Kundenkartei von Anja Knüppel
www.pfotensalon.de

TIPP

Marion Lübbert

www.hundesalonprimabello.de

Leider kommen die Bolonka Zwetnas fast nie ohne Knötchen in den Salon. Ich benutze zum auskämmen auch Seide (Re Silk oder Liquid Silk) und lege den Haltern nahe, zur Verbesserung der Kämmbarkeit, auch zu Hause Seide zu nutzen.

PR-Artikel



cdVet WundEx Puder

cdVet WundEx Puder ist ein natürliches Pulver aus 100% Vulkangestein zur besonderen Pflege wundgeplagter Hautstellen. Durch seine pflegende und gut verträgliche Wirkungsweise eignet es sich besonders bei Bisswunden, Wundstellen aller Art, Schürfwunden, etc.

Zeolith was ist das?

Klinoptilolith-Zeolith ist ein Vulkangestein und besteht zum größten Teil aus Silizium. Bei seiner Anwendung kommt es zu entzündungshemmenden, antibakteriellen und antiviralen Effekten. Das Immunsystem wird moduliert und gestärkt. Neben seiner wundheilenden Wirkung optimiert es als Biokatalysator den Zellstoffwechsel.

Pflegemittel für Tiere - Pflegt und versorgt wundgeplagte Hautstellen. Zusammensetzung: natürliche Mineralkomplexe. Anwendungsempfehlung: bei Bedarf die betroffenen Stellen bestäuben. Natürlich für Mensch und Tier. Verpackungsgrößen: 15g, 70g



TIPP

Helga Milde

www.fellpflege-mit-herz.de

Bei den Bolonkas - speziell den etwas lockigeren Exemplaren - mache ich immer wieder die Beobachtung, dass sie extrem verfilzen, wo Reibung entsteht. Und von diesen »Krisenherden« ausgehend breitet sich das ganze aus. Daher habe ich mir angewöhnt, auch bei denen, die ziemlich gut gepflegt zu mir kommen, unter den Achseln ein paar Quadratzentimeter kurz zu scheren.

Damit ich nicht so viel erwische dass es von außen sichtbar wird, nehme ich hierzu den Pfothenschkopf. Ganz wichtig finde ich, die Besitzer wirklich bei der Pflege so anzuleiten, dass sie bis auf die Haut durchkämmen bzw. -bürsten, und nicht nur oben drüber. Das geht leider immer wieder schief, die obere Schicht sieht gut aus, und unten drunter entsteht die Verfilzung. Bei richtiger Anleitung bekommen die Kunden das in den Griff und ich kann mich auf das Schöne, das Schneiden, konzentrieren.



Erkrankungen von Haut & Haarkleid beim Hund



Haarbalgmilben

Demodex canis

Haarbalgmilben sind Auslöser der Demodikose. Da diese Parasiten überwiegend in den Haarfollikeln (= Haarbalgen, daher Haarbalgmilbe), in Talgdrüsen und im Lymphgewebe wohnen, lassen sie sich nur durch Hautgeschabsel diagnostizieren.

Jeder Hund ist geringgradig mit dieser Milbenart befallen, da Haarbalgmilben zur normalen Hautflora von behaarten Säugetieren gehören und somit auch zur Hautflora des Menschen. Übertragen wird Demodex canis durch sehr engen Kontakt, in den meisten Fällen direkt nach der Geburt durch die Mutterhündin. Bei einer übermäßigen Vermehrung der Milbe in den Haarfollikeln (der Ort der Haarbildung), kommt es zu typischen Symptomen, wie haarlosen Stellen, eine Rötung der Haut sowie Schuppenbildung. Die Demodikose an sich verursacht keinen Juckreiz. Nur bei bakteriellen Sekundärinfektionen mit Pustel- und Krustenbildung kommt es zu unterschiedlich starkem Juckreiz.

Man unterscheidet verschiedene Formen der Demodikose:

Lokalisierte, spontane Demodikose

Die betroffenen Tiere sind meist im jugendlichen Alter, vor Eintritt der Geschlechtsreife.

Sie zeigen an bis zu fünf Stellen von Kopf und Hals Demodikose Symptome. Juckreiz tritt erst mit bakterieller Sekundärinfektion auf. Bei langhaarigen Hunden bleiben die haarlosen Stellen oft unentdeckt. Diese Form der Demodikose heilt bei über 90 % der betroffenen Junghunde ohne Behandlung spontan ab und ist nicht erblich.

Lokalisierte, iatrogene Demodikose

Als iatrogen werden Krankheitsbilder bezeichnet, die durch ärztliche Behandlungen verursacht werden. Diese Form der Demodikose tritt bei Hunden jeden Alters auf. Symptome sind nur an der Körperstelle, an der eine subkutane Injektion eines Kortisonpräparates oder eines Depot-Gestagens (zur Läufigkeitsverhütung) verabreicht wurde zu sehen, oder dort wo eine Kortisoncreme aufgetragen wurde, da an diesen Stellen das Immunsystem gestört wurde. Mit Abklingen des Medikaments normalisiert sich das Haut- und Haarbild ohne Behandlung.

Generalisierte, erbliche Demodikose

Hunde im Alter von bis zu 2 Jahren erkranken an dieser Form der Demodikose. Man geht davon aus, dass es sich um einen erblichen Immundefekt handelt. Es liegt eine unterschiedlich starke, zellvermittelte Immunsuppression vor, d. h., dass körpereigene Zellen die Immunreaktion unterdrücken.

Je nach Schweregrad des Immundefekts zeigt sich der Verlauf der Krankheit. Zunächst sind Kopf und Vorderbeine mit den Demodex canis typischen Symptomen befallen, allerdings breiten sich die Symptome rasch auf den ganzen Körper aus (Generalisierung). Hinzu kommen bakterielle Sekundärreaktionen, die von oberflächlichen Pusteln und Papeln bis hin zu tiefen, schmerzhaften Furunkeln und Fistelbildungen reichen. Es treten Verhornungsstörungen (Hyperkeratose), vermehrte „Mittesserbildung“, Anschwellen aller Körperlymphknoten und Fieber auf. Es kann sogar bis hin zur Blutvergiftung durch Bakterientoxine und somit zum Tod des erkrankten Hundes kommen.

Im Gegensatz zu dem eben beschriebenen schweren Verlauf kommt es bei manchen Hunden, besonders Terriern, nur zu hyperpigmentierten Hautbezirken mit einem ansonsten normal erscheinenden Haarkleid.

Von der generalisierten, erblichen Demodikose betroffenen Hunde sollten von der Zucht ausgeschlossen werden und bei Hündinnen empfiehlt sich eine Kastration, da Läufigkeit, Scheinschwangerschaften usw. den Krankheitsverlauf zusätzlich negativ beeinflussen.

Generalisierte Demodikose aufgrund iatrogenen oder spontaner Immunsuppression.

Wird die Immunabwehr älterer Hunde aufgrund von Kortison- oder Antibiotikagaben geschwächt, kann es ebenfalls zu einer, wie im letzten Absatz beschriebenen, generalisierten Demodikose kommen.

Bösartige Tumorerkrankungen, schwere Stoffwechselerkrankungen und einige Lebererkrankungen führen ebenso zu einem spontanen generalisierten Demodexbefall. Bei älteren Hunden ist daher eine Demodi-

kose besonders ernst zu nehmen und die Ursache des geschwächten Immunsystems zu ermitteln.

Pododemodikose

Die Pododemodikose (Demodikose der Pfoten) zeigt sich entweder nur durch einfaches Belegen der Pfoten oder durch entzündliche Veränderungen im Pfotenbereich. Diese können bis hin zu geschwollenen Pfoten durch tiefe bakterielle Infektionen führen und daher wechselnde Lahmheit verursachen.

Demodex cornei

Über Demodex cornei ist wenig bekannt, da diese Haarbalgmilbe relativ neu entdeckt ist. Man weiß, dass sie oberflächlicher lebt als Demodex canis und daher bereits durch einen „TesaFilm-Abklatsch-Test“ nachgewiesen werden kann. Symptome sind Rötungen der Haut, Schuppenbildung und im Gegensatz zu Demodex canis deutlicher Juckreiz.

Demodex injai

Auch über Demodex injai ist wenig bekannt. Bei verschiedenen Terrierrassen wurden sie im Zusammenhang mit fettiger Haut gefunden, da sie bevorzugt in den Talgdrüsen zu leben scheint. Symptome sind schütteres Haar und unterschiedlich starker Juckreiz besonders auf dem Rücken. Weder bei Demodex cornei noch bei Demodex injai ist bekannt, ob diese zur Hautflora des Hundes gehören und wie sie übertragen werden.

Karin Erbe



Für den Salonalltag



Verfilzungen sind auch Hinweise auf Erkrankungen

Hunde, die nur an einzelnen Stellen des Körpers Verfilzungen aufweisen, sind oftmals nicht einfach nur zu Hause zu wenig gepflegt worden, sondern leiden unter Erkrankungen der Haut. Die Körperregionen, die für den Hund erreichbar sind, werden stark beknabbert und somit entsteht Filz. Daher sollte man besonders bei Neukunden bereits bei der ersten Begutachtung des Hundes in Anwesenheit des Kunden auf solche Stellen hinweisen. Unter den Verfilzungen könnten sich nämlich entzündliche Hautveränderungen befinden, welche dem Besitzer gezeigt werden sollten, damit es nicht nachher heißt, sie wären bei der Arbeit entstanden.

Die Lokalisation des Filzes weist auf unterschiedliche Erkrankungen hin.

In der Afterregion kann es sich um Wurmbefall oder um eine Analbeutelentzündung handeln. Starke Verfilzungen in Ohrnähe deutet auf Ohr-entzündungen hin. Wenn eine Warze gerade wächst, wird diese häufig beknabbert und beleckt, falls sie mit dem Maul zu erreichen ist.

Auch neigen Hunde mit Gelenksbeschwerden dazu, das betroffene Gelenk vermehrt zu belecken. Sollten also Hunde nur an vereinzelten Körperstellen starke Verfilzungen aufweisen, muss man immer im Hinterkopf behalten, dass die Ursache krankheitsbedingt sein kann.

Hierzu zählen natürlich nicht die Hunde, die am gesamten Körper so sehr verfilzt sind, dass durch mangelnde Luftzirkulation oft in Verbindung mit Feuchtigkeit Ekzeme unter dem Filz entstanden sind. In diesem Fall wäre dann schlicht und einfach der Filz die Ursache.

Karin Erbe

cdVet
Naturprodukte GmbH

...ohne Sorge die Natur genießen mit:

ZeckEx Spray

Hochwirksames Zecken-Abwehrspray mit effektiver Langzeitwirkung



Insektweg plus

Bietet nicht nur beim Spaziergang nachhaltigen Schutz vor Bremsen und Mücken.



100% natürlich



WundEx Puder

Das natürliche Pulver aus 100% Vulkangestein zur besonderen Pflege bei Bisswunden, Schürfwunden und Wundstellen aller Art.



Ihr Partner für natürliche Tiergesundheit!

Industriestr. 11 - 13
49584 Fürstenau
E-mail: info@cdvet.eu
Tel.: +49(0)5901/9796-0
Fax: +49(0)5901/9796-33

www.cdvet.eu

Bernstein gegen Zecken

Telefon 04371-88 90 82
www.amberdog.de



Anzeige

HaarWACHSTUM und -WECHSEL

Die Temperaturunterschiede zwischen kalter und warmer Jahreszeit, die Dauer und Intensität des Lichts, der biologische Rhythmus und der Sexualzyklus sind die eigentlichen Auslöser für den Wechsel des Haarkleides beim Hund. Zweimal jährlich, zum Frühjahr und Herbst, wechseln die meisten Vierbeiner ihr Fell. In Erwartung des kalten Winters ließen sie sich von September bis November das dazu passende Winterfell mit dichter Unterwolle und wärmendem Deckhaar wachsen, und zu Beginn der warmen Jahreszeit, von März bis Mai, fielen diese Hüllen wieder, ein leichteres, dünneres Sommerfell trat an ihre Stelle. Veränderte Haltungsbedingungen, die dazu führten, dass die Mehrzahl der Hunde in Wohnungen lebt, zogen auch nach sich, dass der Haarwechsel entweder gar nicht mehr, oder nur noch in abgeschwächter Form zu beobachten ist.

Der jahreszeitlich bedingte Haarwechsel ist die eine Seite, dazu kommt natürlich noch, dass der Junghund über ein anderes Fell verfügt, als sein erwachsener Artgenosse, und eine Langhaar-Rasse nicht mit dem Rauhaar verglichen werden kann. Bereits in der Ge-

bärmutter der trächtigen Hündin wird das Haarkleid des sich entwickelnden Welpen angelegt, das sich sowohl in der Art als auch in der mengenmäßigen Zusammensetzung vom Fell des erwachsenen Hundes unterscheidet. Je älter der Vierbeiner wird, umso mehr nimmt die Zahl der Haare zu. Die Haare sind bündelweise angeordnet, bestehend aus einem Primärhaar und mehreren Sekundärhaaren.

Die „rassetypische“ Art des Felles ist durch das Verhältnis von Primär- zu Sekundärhaaren bedingt, von der Länge und Struktur der Sekundärhaare und vom „Wolltyp“. Sind z.B. bei der Geburt etwa 2 bis 4 Haare zu einem Bündel zusammengefasst, erhöht sich diese Zahl beim 4 Monate alten Junghund bereits auf 5 bis 15 Haare pro Bündel. Der Übergang zum Erwachsenen-Haarkleid beginnt beim Welpen etwa mit zweieinhalb Monaten und ist im Alter von 4 Monaten fast abgeschlossen. Jetzt hat er pro Quadratzentimeter durchschnittlich 100 bis 600 Bündel mit ca. 1.000 bis 9.000 Haaren. Dichte, Länge, Farbe und Struktur der Behaarung sind natürlich vom Typ abhängig, dazu je nach Körperstelle unterschiedlich. Pflege, Haltungsbedingun-

gen und Ernährung beeinflussen ebenfalls die Qualität des Fells, so hängt das Wachstum auch von der Versorgung mit Vitaminen, Spurenelementen, Mineralstoffen, Proteinen, essentiellen Fettsäuren und von verschiedenen Hormonen ab. Eine gleichbleibende Ernährung mit Fertignahrung hoher Qualität, wie z.B. die Produkte der grau Spezialtiernahrung, wirkt sich natürlich fördernd auf eine gute Entwicklung des Haarkleides aus.

Die eingangs erwähnten Zyklen des Haarwechsels sind durch die Bildung neuer Haare gekennzeichnet. Auslöser des jeweiligen Zyklus ist die Tageslichtlänge, liegt diese zwischen 650 und 770 Minuten, beginnt der Haarwechsel. Bei täglicher gründlicher Fellpflege dauert der Haarwechsel etwa 43 bis 53 Tage. Er kann in drei Abschnitte unterteilt werden: Anfangs-, Hoch- und Endphase, die alle etwa gleich lang sind. Bei der Hochphase, die nach ca. 21 bis 28 Tagen erreicht ist, kann der Haarverlust bis auf das 30-fache ansteigen.

Zu tiefgreifenden Störungen im Ablauf des normalen Haarwechsels kommt es, wenn der Hund nicht ausreichend bzw. unausgeglichen

Wir unterscheiden vier Grund-Haartypen unter den Hunderassen:

- **Kurzhaar:** z. B. Beagle, Deutscher Boxer, Deutsch-Kurzhaar, Kurzhaar-Teckel, Rottweiler
- **Langhaar:** z. B. Afghane, Langhaar-Teckel, Landseer, Neufundländer, Setter
- **Rauhaar:** z. B. Airedale Terrier, Cairn Terrier, Drahthaar Fox Terrier, Rauhaar-Teckel
- **Stockhaar:** z. B. Deutscher Schäferhund, Berger de Suisse

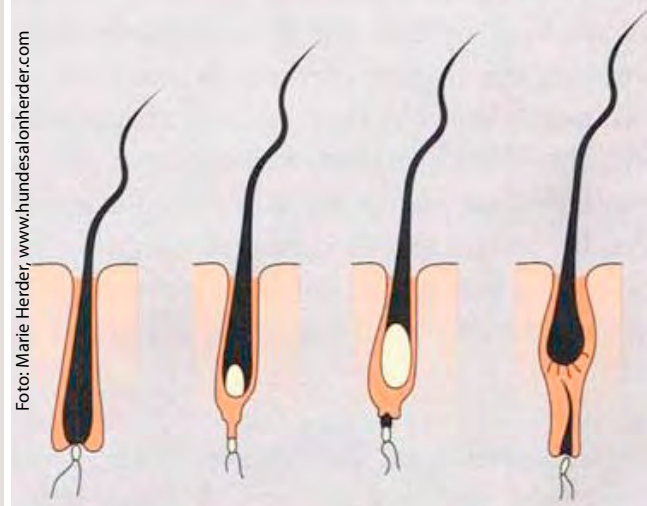


Foto: Marie Herder, www.hundesalonherder.com



TIPP

Für den Salonalltag

Rotverfärbung des Fells

Bei ständigem Belecken einzelner Körperregionen (z.B. der Pfoten) verfärbt sich das Hundefell dort oft rötlich. Besonders auffällig ist dies bei Hunden mit hellem oder weißem Fell. Die Ursache hierfür ist das im Speichel enthaltene Porphyrin, ein körpereigener Farbstoff. Porphyrin ist auch in der Tränenflüssigkeit enthalten und kann bei krankhaft gesteigertem Tränenfluss (z.B. bei nicht richtig angelegten Tränenkanälen) Rotverfärbungen rund um das Auge und besonders in der Sekretrinne am Auge hinterlassen.

Karin Erbe

ernährt wird. Besonders langhaarige Hunde benötigen während des Haarwechsels ein Futter mit erhöhtem Eiweißgehalt, auch der Kupfer und Zinkbedarf ist höher. Dem kann man über die Ernährung begegnen, am besten mit Fertigfutter aus dem Sortiment der grau Spezialtiernahrung.

Es gibt auch einen Zusammenhang mit dem Sexualzyklus der Hündin. Kurz vor der Läufigkeit verliert die Hündin mehr Haare als normal, beginnt die Läufigkeit, kommt es zu einem relativen Wachstumsstopp der Haare. Somit besteht ein Zusammenhang zwischen der Anzahl der Sexualhormone im Blut, die u.a. von der Tageslichtlänge abhängig ist, und dem Haarwechselzyklus. Es gibt auch Hündinnen, die nach dem Werfen stark abhaaren, was durch die hormonelle Umstellung während der Geburt erklärt werden kann.

Der zyklisch zweimal im Jahr auftretende Haarwechsel wird auch als periodischer Haarwechsel bezeichnet, im Gegensatz zum kontinuierlichen Haarwechsel, der durch eine Erneuerung des Fells gleichmäßig über das ganze Jahr gekennzeichnet ist, wobei auch hier im Frühjahr ein verstärktes Ausfallen von Haaren durchaus möglich ist. Vor allem Wohnungshunde, die gleichmäßigen Temperaturen und langen regelmäßigen Belichtungszeiten ausgesetzt sind, werden davon betroffen, aber auch rauhaarige Rassen. Bei letzteren könnte das Trimmen eine Ursache sein, wodurch der Haarzyklus beschleunigt wird.

Unser Beitrag zum Wohlergehen Ihres Hundes - die Mitarbeiter der grau Spezialtiernahrung

GmbH stehen mit kompetentem Rat zur Verfügung. Sie erreichen uns von montags bis freitags von 08.30 Uhr bis 18.00 Uhr unter Telefon 0 28 74 / 91 42 - 0, per Fax 0 28 74 / 43 31, per E-Mail info@grau-gmbh.de, im Internet www.grau-tiernahrung.de

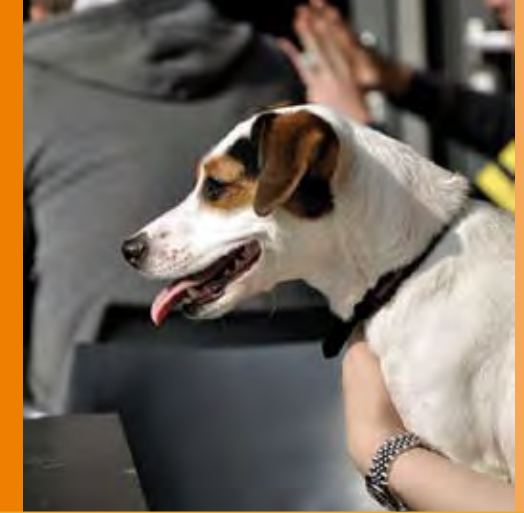




Hundesalonbesuch mit Hundesachverstand!

Richtiges Verhalten bei Begegnungen ...

Kundschaft, Hund, Hundefriseur im Hundesalon



Bernstein gegen Zecken!

Unter diesem Slogan vertreibt die Firma Amberdog® auf Fehmarn Bernsteinketten für Hunde als Zeckenschutz. Der Bernstein als fossiles Harz lädt sich durch Reibung am Fell von Hunden elektrostatisch auf. Dies erzeugt nun über das ganze Fell verteilt eine leichte Spannung, welche jedoch weder das Tier noch ein Mensch spüren kann. Eine Zecke bekommt allerdings einen klitzekleinen Elektroschock und lässt sich in der Regel sofort wieder abfallen. Hinzu kommt noch der harzig-würzige Geruch den die Bernsteine der Kette ebenfalls durch die Reibung am Fell freisetzen. Diesen empfinden die kleinen Blutsauger als sehr abstoßend. Nur so ist es auch zu erklären warum eine Zecke im Bernstein, also eine Inkluse, ein äußerst seltener Fall ist. Positiv an den Bernsteinketten der Firma Amberdog® ist, dass sie mit Ihren Ketten eine absolut chemiefreie Alternative in der Zeckenverhütung anbieten. Gerade Besitzer von allergischen Hunden sind dankbar für diese Alternative.

Kontaktinformationen: Firma Amberdog® Sahrendorfer Str. 4, 23769 Fehmarn
Tel: 04371 - 889082 Fax: 04371 - 889081 info@amberdog.de www.amberdog.de

Das „Striegli“. Neues zum Thema Zeckenschutz

Das Striegli ist eine Kardätsche aus Holz mit Lederschlaufe, bei der anstelle von Borsten echtes Naturbernsteingranulat mit chemiefreiem Perlleim eingearbeitet wird. Mit dem Striegli striegelt man dem Hund täglich über mehrere Minuten sanft über das Fell. Durch die dabei entstehende Reibung setzt der Bernstein seine ätherischen Düfte frei und baut gleichzeitig eine leichte elektrostatische Aufladung des Fells auf. Täglich angewendet kann das Striegli so die lästigen Blutsauger von Ihrem Tier fernhalten. Zudem kann durch die tägliche Anwendung der Glanz des Fells unterstützt werden.

www.amberdog.de

Begegnungen sind individuell, so wie beim Hund als auch beim Besitzer. Jede neue Begegnung kann positive und negative Schlüsselreize hervorrufen.

Vergleichbar als Mensch ist der Besuch im Eiscafé, ein Erlebnis, das uns mit Glückshormonen beflügelt oder der Besuch beim Zahnarzt, ein Termin der negative Gefühle in uns hervor ruft. Genauso sollte man sich die Ausgangspositionen für unsere Vierbeiner vorstellen. Der abendliche Ausflug beispielsweise zum Stöbertraining entspannt den Hund und befriedigt ihn in seiner Triebveranlagung, der Tierarztbesuch löst bei den meisten Hunden Stress aus.

Stress kann positiv und auch negativ sein.

Genauso verhält es sich mit dem Hundesalonbesuch. Viele Faktoren spielen bei der Stimmungslage der Vierbeiner eine Rolle. Ist Frauchen oder Herrchen unter Zeitdruck, soll der Vierbeiner mal eben noch getrimmt werden oder hat der Hundebesitzer Zeit eingeplant!

Für Sie als Hundesalonbesitzer ist es sicherlich wichtig, dass Ihre Kundschaft sich wohlfühlt, Mensch wie Hund. Vermeiden Sie lange Wartezeiten und zu viele Hunde in Ihrem Salon. Wenn ein Hund den Salonbesuch nicht als allzu angenehm empfindet, kann sich z.B. das Angstverhalten auf sichere Hunde leicht übertragen. Hunde, die ihren Stress schon durch Jaulen, Fiepen oder hektisches Hecheln zum Ausdruck bringen, würde ich schnellstmöglich in den Behandlungsraum bringen.

Achten Sie darauf, dass die wartenden Hunde nicht noch untereinander Kontakt aufnehmen und sich gegenseitig zu einem kleinen Kommunikationsspiel hinreißen lassen. Viel wichtiger ist in der Wartephase, dass der Hundebesitzer der Ansprechpartner für seinen Hund bleibt.

Versuchen Sie Ihre Termine individuell abzustimmen, zum Beispiel, lassen Sie Ihre geplanten Termine sich um ca. eine viertel Stunde überschneiden. Das heißt, dass Sie nicht die Termine direkt nacheinander legen, sondern den nächsten Kunden schon eine viertel Stunde früher bestellen. Somit vermeiden Sie Kommunikation zwischen fremden Hunden in Ihrem Salon und genauso die Kommunikation zwischen Kunden, wofür Sie keine Zeit eingeplant haben und diese meist abrechnen müssen. Genauso reduzieren sich meist Wartezeiten für Sie in Ihrer Arbeit und Wartezeiten für Ihre Kunden, wovon Ihre Kundschaft Mensch wie Hund profitiert.

Sie werden in Ihrer Planung flexibler und zeitlich gegenüber sich und den Hunden entspannter.

Cordula Schrader



Erste Hilfe am Hund!



Fotos: www.hundeschnittschule.de



Fotos: www.hundeschnittschule.de

Svenja Lohde-Glauflügel, ASB Heiligenhafen

Für den Notfall gerüstet!

Das sollten Sie in Ihrer (Salon) Haustier-Apotheke immer griffbereit haben:

ALLGEMEINE HILFSMITTEL UND INSTRUMENTE

- Einweghandschuhe
- Schere mit stumpfen Enden (zur Kürzung der Haare bei der Freischneidung von Wunden)
- Stabile Verbandsschere (zum Aufschneiden von Verbänden und zur Kürzung von Verbandsmaterial)
- Pinzette mit abgerundeter Spitze (zum Entfernen von Fremdkörpern)
- 1 Taschenlampe in Stiftform (zur Untersuchung von Wunden oder Körperöffnungen)
- 1 Zeckenzange (zum Entfernen von Zecken)
- 1 stabile Decke (zum Transport und zum Wärmen bei Unterkühlung)
- Kühllakku im Kühlfach gelagert (zur Abschwellung, Blutstillung und bei Hitzschlag)
- Maulkörbe verschiedener Größe oder alternativ breites Band zum Zubinden der Schnauze

VERBANDSMATERIAL

- ca. 10 sterile Wundauflagen ES-Kompressen
- 5 x 5cm einzeln verpackt -> Apotheke
- Rollwatte mehrere breite und schmale Rollen
- Mullbinden verschiedener Breite
- Krepppapierbinden zur Stabilisierung von Verbänden
- Selbsthaftende elastische Binden, Fixierbinden oder PH-Haft
- Heftpflaster
- Textilklebeband für Verbände. Leukosilk oder Leukoplast
- Pfotenschuhe für Pfotenverletzungen
- Großes steriles Tuch zur Abdeckung von großen Wunden

MEDIKAMENTE

- 3 % Wasserstoffsuperoxydlösung zur Wundreinigung
- Polyvidon-Jod-Tinktur als Wundinfektionshemmer
- Desinfektionsspray -> Octenisept

Norddeutscher Stammtisch



Was tut man, wenn ein Hund sich verletzt? Egal ob auf dem Spaziergang oder während des Salonaufenthalts, es kann immer etwas passieren. Deshalb war das Thema des Stammtisches der Norddeutschen Hundefriseure am 26.02.2011 in Trittau „Erste Hilfe beim Hund“.

Unter der Leitung von Svenja Lohde-Glauflügel vom Arbeiter Samariter Bund (ASB) wurden z.B. Druckverbände geübt, der Puls gemessen, aber auch besprochen wie sich der Ersthelfer im Ernstfall selber schützt, wenn er beispielsweise einen Fremdkörper aus einem Hundemaul entfernen will, weil der Hund zu ersticken droht. Denn auch für den nettesten Hund gilt, hat er Schmerzen kann er unberechenbar sein.

Ein sehr informativer Workshop, der für jeden, der mit Hunden lebt und arbeitet, ein Muss sein sollte.

Karin Erbe



Die Salonapotheke

Die richtige Anwendung der Hilfsmittel und Medikamente und die fachgerechte Erstversorgung bei akuten Erkrankungen und von Wunden und Frakturen erlernen Sie am besten in Erste-Hilfe-Kursen, angeboten von Tierärzten oder vom ASB.

Dr. med. vet. Hans Arenhövel



Richard Wildeus, Geschäftsführer des ZZF

ZZF Fachhandelsforum



v. l. n. r.: Melanie Schmidt, Ute Klein, Rainer Purwins, Silvia Schwalm



Themen und Referenten begeisterten!

Das Internet und die vielfachen Möglichkeiten online zu gehen, verändern viele Lebens- und damit Geschäftsbereiche: Vertriebsstrukturen ebenso wie das Verbraucherverhalten, die Service-Erwartungen der Kunden sowie die Kommunikation zwischen Unternehmen und Verbrauchern. Eine Entwicklung mit geradezu atemberaubendem Tempo, wie die Aussage von Michael Brackmann (Geschäftsführer von Fressnapf) verdeutlichte: „Innerhalb von ein bis eineinhalb Jahren hat sich die letzte Meile zum Kunden verändert“. Mit E-Commerce und Social Media müssen sich deshalb Unternehmen aller Branchen und aller Betriebsgrößen auseinandersetzen – wie sie dies am besten tun können, welche Chancen und Risiken dies birgt, das war Schwerpunktthema des ersten Forumstages.

Wer einen Begriff bei Wikipedia nachschlägt, nutzt ein Social Media-Angebot. Facebook, YouTube, Foren für Heimtierhalter, Kommentarfunktionen auf Webseiten, digitale Abonnements:

Das „Mitmach-Web“ mit seiner Vielfalt eröffnet Unternehmen neue Wege der Kundenkommunikation. Die Stolpersteine, Möglichkeiten und Strategien für Unternehmen erläuterte Martin Schleinhöge, Geschäftsführer der Clever and Smart Public Relations, sehr anschaulich. Vor allem machte er eines klar: Ob man da mitmacht oder nicht – die Kunden kommunizieren auch ohne das betroffene Unternehmen miteinander und beeinflussen sich. Wie sehr, zeigen diese Zahlen: Eine Freundempfehlung hat eine Glaubwürdigkeit von

86 Prozent, TV-Werbung dagegen nur von 14 Prozent. Bietet z.B. ein Online-Shop die Möglichkeit zu positiven Kundenbewertungen, steigt die Kaufwahrscheinlichkeit um 39 Prozent. Kommuniziert ein Unternehmen (gleich welcher Größe) mit den Verbrauchern auf Augenhöhe, lassen sich Imageverbesserung, Erhöhung der Kundenbindung, Neukundengewinnung, Umsatzsteigerung und Produktoptimierung erreichen.

Matthias Wiesensee erläuterte an Beispielen die Möglichkeiten für Unternehmen, sich mit Hilfestellungen, Tipps, Unterhaltung und Small Talk als sympathische Person zu präsentieren und Freunde/Fans zu gewinnen. Die Nutzer der sozialen Medien erwarten in erster Linie Informationen zu bekommen zu Problemen Ihres Tieres oder zu neuen Produkten. Gewünscht sind außerdem kreative Anregungen und Ideen aus den Unternehmen sowie Mitgestaltungsmöglichkeiten.

Wer im Social Media-Bereich aktiv werden wolle, müsse sich zunächst klare Ziele set-

zen, Aktivitäten planen, die Mitarbeiter als Botschafter des Unternehmens mit einbinden und vor allem offen und ehrlich agieren. Social Media kann – wenn es richtig angegangen wird – zu einem Begeisterungsfaktor werden.

Matthias Pohl, Geschäftsführer von Kölle Zoo, zeigte beeindruckend wie man Kunden „verführt“, wie man Wünsche in ihnen weckt und ihre besonderen Erwartungen erfüllt. „Der Kunde will kein Billig-Heimtier. Man muss ihm das Schöne zeigen, dann will er es auch“, so sein Motto.

Absolute Kundenorientierung gelinge allerdings nur mit begeisterten Unternehmern und deren Mitarbeiter, die den Kunden als Partner betrachten. „Servicekultur ist kein Projekt, sondern Einstellungssache“, formulierte Vaya Wieser-Weber, Director Learning & Development bei Performance Solutions zum Abschluß der Veranstaltung.

Antje Schreiber
Presse/ ZZF



Foto: Thomas Görtz

Workshop Fachgruppe

Fachgruppe „Heimtierpflege im Salon“ im Zentralverband Zoologischer Fachbetriebe Deutschlands (ZZF) wählt neuen Vorstand.

Im Focus der diesjährigen Frühjahrstagung der Fachgruppe „Heimtierpflege im Salon“, die am 26. und 27. März 2011 in Luisenthal/Thüringen stattfand, standen die Neuwahlen zum Fachgruppenvorstand. Die erneut zahlreich erschienenen Mitglieder wählten die bisherige stellvertretende Vorsitzende Ute Klein aus dem Main-Kinzig-Kreis in Hessen einstimmig zur neuen Vorsitzenden. Als stellvertretende Vorsitzende wurde Silvia Schwalm aus Groß Santerleben in Sachsen-Anhalt gewählt. Mit den beiden Gewählten stehen zwei langjährige und erfahrene Hundepflegerinnen an der Spitze dieser großen Fachgruppe.

Zur Fort- und Weiterbildung der Fachgruppenmitglieder fand am Samstag, dem 26. März 2011 zunächst ein Workshop für die Rasse „Schnauzer“ statt.

Eine beachtliche Anzahl von Schnauzer-Züchtern hatten aufgrund der guten Kontakte von Fachgruppenmitglied, Sabine Müller, ihre Hunde für diese Fort- und Weiterbildungsveranstaltung zur Verfügung gestellt und so konnten rund 20 Teilnehmer und Teilnehmerinnen des Workshops unter Aufsicht von ZZF-geprüften Heimtierpflegern und Züchtern ihr Können unter Beweis stellen oder unter fachkundiger Anleitung ihre Arbeit verbessern. Etwa 30 weitere Teilnehmer der Veranstaltung verfolgten das Geschehen

mit großem Interesse. Die anwesenden Züchter zeigten sich zufrieden mit den von den Hundepflegern gezeigten Leistungen und deren fachlichen Kompetenz. Im Anschluss an die praktische Arbeit am Hund folgte die offizielle Frühjahrstagung der Fachgruppe. Der amtierende Vorsitzende, Rainer Purwins, begrüßte alle anwesenden Fachgruppenmitglieder und freute sich, erstmals den Schatzmeister des Zentralverbandes Zoologischer Fachbetriebe Deutschlands, Herrn Norbert Holthenrich, in den Reihen der Fachgruppe begrüßen zu können. Da der bisherige Vorsitzende, Rainer Purwins, aus persönlichen Gründen die Fachgruppe verlässt, musste ein neuer Vorsitzender gewählt werden. Für diese Position wurde die bisherige stellvertretende Vorsitzende der Fachgruppe, Ute Klein, vom Hundesalon „Kiki“ in Freigericht/Hessen vorgeschlagen und im Anschluss auch einstimmig von den Fachgruppenmitgliedern zur neuen 1. Vorsitzenden gewählt.

Zur stellvertretenden Fachgruppenvorsitzenden wurde das langjährige Fachgruppenmitglied Silvia Schwalm vom Hundesalon „Monti“ aus Groß Santerleben in Sachsen-Anhalt vorgeschlagen und gewählt. Als sogenannte „2. Stimme“ wird Melanie Schmidt die Fachgruppe zukünftig im Gesamtpräsidium vertreten.

In ihrer Ansprache an die Fachgruppenmitglieder betonte Ute Klein, dass sie die gute und erfolgreiche Arbeit ihres Vorgängers, Rainer Purwins, fortführen werde, wobei die Schwerpunkte ihrer Arbeit die Aus-, Fort- und

Weiterbildung für die Fachgruppenmitglieder sein wird. Auch soll wieder eine Möglichkeit angeboten werden, die Prüfung zum „ZZF-Geprüften Heimtierpfleger“ zu absolvieren. Nach dem gemeinsamen Abendessen hatten die Mitglieder der Fachgruppe noch eine Überraschung für Rainer Purwins parat. Ute Klein dankte in ihrer sehr persönlich gehaltenen Ansprache dem scheidenden Vorsitzenden für seine erfolgreiche Arbeit und seinen großen Einsatz für die Fachgruppe in den vergangenen Jahren seiner Amtszeit. Sie zog Resümee von der Zeit des Kennenlernens bis zu seinem Ausscheiden. Als Dankeschön und Anerkennung seiner Verdienste überreichten Ute Klein, Silvia Schwalm und Britta Mattes ein wunderschön gestaltetes Fotobuch, in dem sich viele Mitglieder mit Bildern und Texten verabschiedeten. Silvia Schwalm hatte in monatelanger Arbeit dieses Abschiedsgeschenk gestaltet und erstellt.

Mit vielen positiven Eindrücken und zahlreichen neuen Ideen im Gepäck trennte sich die Fachgruppe und sieht gespannt der Herbsttagung, am 12. und 13. November 2011 im Waldhotel Berghof/Luisenthal, entgegen.

Ute Klein

Ute Klein
Hundesalon Kiki

ZZF-geprüfte
Heimtierpflegerin
und Vorsitzende
der Fachgruppe
»Heimtierpflege
im Salon«
Vizepräsidentin
des ZZF



ABHB VAKDAG



v. l. n. r.: Marie Herder, Rosita Compagner, Jean Beets

2011 ist das Jahr des Hundesalons. Landesweit werden im Laufe des Jahres mehrere Aktivitäten in oder um den Hundesalon organisiert, um die Arbeit im Salon dem Hundebesitzer näher zu bringen. Dieses wird unterstützt durch die nationalen Medien, Zeitungen und das Fernsehen. Die Jubiläumsveranstaltung fand in einem sehr großzügigen Hotel statt, da sich die Teilnehmerzahl in den letzten 10 Jahren zwischen 350 und 400 eingependelt hat.

Zum 20-jährigen Bestehen gab es für jedes Mitglied ein Stück Geburtstagskuchen und einen Becher mit dem ABHB Logo, der als Gag ein Paar Hundehaare auf der Innenseite eingebrannt hat. Des Weiteren gab es mehrere Vorträge und Vorführungen von renommierten Fachleuten, wie zum Beispiel Umber- to Lehmann und Kitty Ponnet.

Getränke waren den ganzen Tag frei zur Verfügung und ein reichhaltiges Buffet ließ keine Wünsche offen. Begleitend zum Jubiläumstag präsentierten sich fast 20 Firmen, angefangen vom Großhändler im Groomingbedarf, über Fellpflegeprodukte, Hundepflegekosmetik, Ernährungsberatung bis hin zu Geschenkartikeln.

Wer sich für den Kerry Blue oder den Basset Griffon Vendeen interessierte, konnte sich Tipps bei kleinen Trimmvorführungen direkt vor Ort einholen. Der ABHB „VAKDAG“ war ein sehr gelungenes Event. Wir als Pressevertreter wurden sehr gastfreundlich in der großen Gruppe aufgenommen und mit vielen interessanten Eindrücken und Informationen über den Berufszweig Hundefriseur in Holland versorgt.

Anja Reiteritsch



Jedes Jahr, Ende März, organisiert der holländische Fachverband ABHB einen „VAKDAG“, den Tag des Berufes.

Der ABHB entstand Anfang der 90er Jahre. Einige Hundefriseure aus der Mitte Hollands kamen zu regionalen Treffen zusammen. 2 Teilnehmern war das nicht genug, sie wollten eine landesweite Organisation. So entstand 1991 der ABHA. Der Verband ist seit seinem 20-jährigen Bestehen auf 1200 Mitglieder angewachsen. Nur geprüfte Hundefriseure mit Gewerbeschein oder Angestellte können Mitglied werden. Groomer in der Ausbildung haben die Möglichkeit „Aspirant-Mitglied“ zu werden.



Schönes Fell – für Hund très belle!



DELUXE-PFLEGESERIEN
aus Frankreich

- Passende Produkte für jeden Felltyp, perfekt aufeinander abgestimmt
- Hochwertige Inhaltsstoffe auf vorwiegend pflanzlicher Basis
- Entwickelt unter tierärztlicher Aufsicht gemäß der EU-Kosmetik-Verordnung

Vertriebsbüro Héry
Tel. +49 (0) 681 9963 789
www.hery.fr





Veranstalterin Anja Reiteritsch



Schnittvorführung Jean Beets



Vortrag von Marketing-Trainer Carsten Behfeld



Schnittvorführung Janet Geier



Vortrag Hans-Jochen Büngener (Firma Dr. Clauder)



Riesiger Bedarf an Fortbildung und Austausch.

Informatives Fachseminar „special for groomer 2011“ auf Gut Basthorst

special 4 groomer

Quirlig ging es zu, beim Fachseminar »special for groomer«. **Mehr als 100 Hundefrisseure hatten dazu Gut Basthorst östlich von Hamburg gestürmt, um sich auszutauschen, neue Ideen zu bekommen und sich über neue Trends zu informieren.** Gastgeberin Anja Reiteritsch landete mit ihrer zweiten Veranstaltung dieser Art erneut einen Volltreffer – und eine Rekordbeteiligung. „Der Bedarf, sich weiter zu bilden und mit Kolleginnen oder Kollegen zu diskutieren, ist riesengroß. Die Vorträge und Informationen der Aussteller treffen auf enormes Interesse“, lautet das Fazit der Organisatorin.

Jean Beets und Marie Herder stellten mit Witz und Charme verschiedene Schnitttechniken an Langhaarhunden vor. Sie demonstrierten das Scheren von Hand sowie mit den verschiedenen Maschinen der Firma Wahl und Aufsteckkämmen. Amüsant berichteten sie über Vorgaben von Kunden und die vielfältigen Ansichten darüber, was zum Beispiel unter einer „kurzen“ Frisur zu verstehen ist. Trotz des unterhaltsamen Effektes wurde den Teilnehmern klar, wie wichtig Gespräche mit Kunden sind, damit sich diese mit ihren Wünschen verstanden fühlen.

Als fachliche Bereicherung für die Teilnehmer erwies sich **der Vortrag „Haut und Fell“** von

Hans-Jochen Büngener (Firma Dr. Clauder). Er erläuterte wesentliche Dinge zur Ernährung und zur Nahrungsergänzung.

Zu den Highlights gehörte auch die **Präsentation des Bichon à poil frisé von Janet Geier**, zumal sie selbst erst vier Jahre dabei ist. Auch wenn Teilnehmer schon Kenntnisse speziell zu dieser Rasse hatten, erhielten sie weitere spannende Anregungen für ihre tägliche Arbeit.

Neben den Fachvorträgen war es möglich, mit einer **Kollektion Groomer-Bekleidung frei nach dem Motte „Mode im Salon“ von Anja Reiteritsch** auf Tuchfühlung zu gehen und durch Anregungen am Design mitzuwirken. Die Groomerinnen und Gastgeberinnen moderierten herzlich und unverwechselbar durch den Tag. Wer eventuell müde von der Anfahrt war, wurde von ihrer frischen Art angesteckt. Der Rundum-Service des Helfer-Teams konnte kaum besser sein. Und trotz Fachgesprächen gab es zwischendurch immer was zu lachen. Dazu trug auch die einzigartige Atmosphäre von Gut Basthorst bei, die als klarer Pluspunkt den Erfolg des Groomer-Treffens unterstützte.

Zu dem gelungenen Mix aus Vorträgen, Gesprächen und Diskussionen trugen auch die

Firmen Wahl, Aesculap, Platinum, GoodBoy, Ehaso, ReQual, Flexi, Biodor, Versicherungsmakler Herr Schiel, cd-Vet und Dr. Clauder bei. An Ihren Ständen informierten sich die Teilnehmer aus erster Hand über aktuelle Produkte - oder deckten sich gleich damit ein.

Auch der Vortrag von Marketing-Trainer Carsten Behfeld „Wie Sie es schaffen, dass Ihre Werbung gelesen wird“ bereicherte das Tagesprogramm. „Ich habe im Bereich Werbung mit Aha-Effekt dazu gelernt“, berichtete eine Teilnehmerin. Interessant waren beispielsweise Informationen, wie wenig Zeit ein Kunde hat, um sich mit Werbung auseinander

zu setzen: Er ist pro Tag 7.000 Werbereizen ausgesetzt. Deshalb der Rat des Experten: Ein Bild prägt sich viel besser ein als Text, an farbige Anzeigen erinnert man sich eher als an schwarz-weiße Anzeigen.

Als Überraschung im Programm gab es eine Modenschau mit ausgewählter Outdoor Bekleidung der Marke GoodBoy. Meinung einer Teilnehmerin: „Die Artikel sind qualitativ und mit ihren Details gerade für Hundehalter absolut stark.“ Interessant ist dabei, dass die Firma GoodBoy den Hundefrisseuren Händlerkonditionen unter dem Kennwort „special for groomer“ zum Weiterverkauf gewährt.

In ihrem Fazit bedankte sich Anja Reiteritsch für die vielen ausgefüllten Fragebögen zur Organisation und zu Ideen für nachfolgende Seminare: **„Konstruktive Kritik nehmen wir gerne an, denn nur so können wir die Veranstaltungen verbessern und den Kollegen eine erfolgreiche Fortbildung bieten“**, sagte die engagierte Groomerin.

Unter dem Strich erlebten die Teilnehmer eine gelungene Fortbildung, die sich gelohnt hat. Das nächste Fachseminar ist bereits in Planung.

Marion Lübbert

WAHL®

Professional tools designed for you!

WAHL STORM - The next Generation of SPEED-Grooming
Brandneu! Superleicht! Extra Stark! Extra Schnell!



PRO PET LINE



Erste Hundeschermaschine mit stufenlos einstellbarer Geschwindigkeit von 3.000 bis 4.200 U/Min.

Kraftvoller Motor für extremen Dauereinsatz bei jedem Felltyp. Ergonomisches Gehäuse und Antirutsch-Grip für ermüdungsfreies Arbeiten.



WAHL Ultimate Series Blades

Präzisionsgeschliffen, superscharf und mit einem Handgriff zu wechseln - für eine bis zu 2,5 mal schnellere Schur*! Umfangreiches Wechsel-schneidsatzprogramm von 0,4 bis 10,0 mm optional erhältlich.



Für mehr Flexibilität
optional erhältlich:

Metall-Aufsteckkämmen - und aus einem Scherkopf werden 8! Gefertigt aus langlebigem Edelstahl für mehr Stabilität. Schnittlängen von 3 bis 25 mm.

PROFESSIONAL POWER
www.wahlglobal.com

* Verglichen mit Competition SeriesBlades.

EHASO

Let's have a nice Dog

Ihr Spezialist für Groomerbedarf

Über 3.000 Artikel stets auf Lager

Tierschermaschinen - Hundescheren - Bürsten
 Kämmе - Trimmesser - Pflegemittel
 Salonausstattung - Föngeräte
 Schertische - Transportboxen

Erich Hartkopf GmbH & Co. KG
 Bäckershof 13 - 15
 42699 Solingen

Telefon: 02 12 - 22 14 60
 Telefax: 02 12 - 22 14 646
 E-Mail: info@EHASO.de
 WEB-SHOP: www.EHASO.de



AUTORISIERTER FACHHÄNDLER
& SERVICEPOINT

AESCULAP®
 WAHL®
 MOSER®
 Oster®
 andis®



Foto: RAN-Schumacher



Hundesalon sauber und geruchfrei durch mikrobiologische Reinigung?

Kennen Sie das Problem, dass es morgens im Hundesalon riecht, obwohl Sie am Abend zuvor gründlich geputzt hatten? Bei aller Gründlichkeit Ihrerseits haben Sie den Arbeitsplatz, den Warteraum zwar sauber, aber nicht geruchfrei bekommen. Warum?

Hunde, die zu Ihnen in die Behandlung kommen, haben Angst, sind nervös, schwitzen, verlieren auch schon mal Speichel und andere, organische Ausscheidungsstoffe. Diese sind von Stoffwechselbakterien durchsetzt, die Gerüche abgeben. Solange sich die Verschmutzungen auf glatten Oberflächen befinden, lassen sie sich mit normalen Putzmitteln beseitigen. Teile der Verschmutzungen dringen aber in den Untergrund, in Ritzen, Fugen, poröse Stellen, Fasern und Stoffe. Sie sind mit herkömmlichen Reinigungsmitteln nicht erreichbar. Im Gegenteil, sie werden mit dem Putzwasser nicht ausgewaschen, sondern noch tiefer gespült. Der Geruch baut sich auf, er wird extrem unangenehm. Auch

Raumsprays und Parfüms helfen hier nicht, sie ergeben höchstens einen vorübergehenden, unangenehmen Mischgeruch.

Biodor® Animal, ein mikrobiologischer Reiniger und Geruchsentferner, bringt hier die optimale Problemlösung. Die in dem Produkt in Sporenform enthaltenen, für Mensch, Tier und Umwelt absolut harmlosen, natürlichen Stoffwechselbakterien geben keine Gerüche ab. Sie werden durch das Wischwasser an den Schmutz gespült, finden Nahrung, entwickeln sich zu Bakterien und verzehren die organischen Substanzen ohne Geruchsabgabe auch in tiefen Schichten. Weit über 70 Mill. Bakterien pro Milliliter sind im Originalpro-



dukt enthalten. Da beim Einsatz von Biodor® Animal die geruchfrei wirkenden Bakterien in solcher Überzahl hinzu gegeben werden, nehmen sie den anderen, Geruch bildenden Bakterien den Nährboden weg, sodass beim Abbauprozess keine Gerüche mehr entstehen. Außerdem wird die Nahrungsgrundlage aller anderen, auch pathogener Keime entzogen. Sauberkeit und erhöhte Hygiene sind das Ergebnis.

Das Produkt Biodor® Animal ist dermatologisch getestet mit sehr gutem Ergebnis. Es ist für den Anwender und für die lieben Vierbeiner ein völlig unbedenkliches, hilfreiches Reinigungsmittel. Ein echter Problemlöser, der mit der Kraft der Natur arbeitet.

RAN



Foto: RAN-Schumacher



BIODOR® ANIMAL ist umweltfreundlich und als leicht biologisch abbaubar eingestuft und unterstützt den Kreislauf der Natur.

Der ideale Reiniger für:

- Katzentoilette
- Hundekörbchen
- Zwinger
- Käfig
- Pferdebox
- Reiterzubehör
- Voliere
- Frettchengehege
- Polster
- Teppich
- Textilien aller Art
- und viele andere

Universell einsetzbar für jeden Tierbesitzer, Betreuer oder Züchter!



BIODOR® ANIMAL gibt es bei ihrem Spezialisten für Groomerbedarf: **EHASO** Let's have a nice Dog
 EHASO, 42699 Solingen - Tel.: 0212 - 22 14 60 - Online-Shop: www.ehaso.de

GERUCHENTFERNER & REINIGER RUND UMS TIER

Außergewöhnliche Leistung:

- Reinigt und entfernt Gerüche nachhaltig
- Beseitigt Gerüche von Urin, Kotwasser, Schweiß, Speichel und Reviermarkierungen
- Entfernt Nährböden für Krankheitskeime
- Verbesserung der Hygiene nachweislich
- Sehr gut verträglich für Mensch, Tier und Umwelt



MIKROBIOLOGISCH - Mit der Kraft der Natur
www.biodor-animal.de

Empfang & Kassenbereich aus Sicht des Feng Shui

Susanne Brandt Stange



Wofür Feng Shui?

Im Empfangs- und Kassenbereich Ihres Hundefriseur-Salons sollen die Kunden sich freundlich empfangen fühlen und gern bereit sein, für die Ware oder die Dienstleistung zu zahlen. Das taoistische Feng Shui sorgt dafür, dass die Qi-Energie ungestört zu diesem Bereich fließen kann. Und die Empfindung von Reichtum wird bei Kunden und Mitarbeitern unterstrichen. So mögen sich die einen gern von ihrem Geld trennen und die anderen nehmen die Zahlung mit freundlicher Selbstverständlichkeit entgegen. Im Folgenden erhalten Sie einige Tipps, wie Sie Ihren Empfangs- und Kassenbereich mit Hilfe des Feng Shui gestalten können, damit es Ihrem Geschäft von Tag zu Tag besser geht.

• Verlangsamung

Ein großzügig bemessener, natürlich schmutzunempfindlicher Teppich vor Ihrem Schreib- und Empfangsplatz lädt Kunden dazu ein, nach dem Durchschreiten Ihres Eingangsbereichs genau dort stehen zu bleiben, wo Sie es möchten.

• Sitzplatz am Termintisch

Hier beginnt die Wellness-Oase für Hund und Herrchen. Drei Stühle stehen auf einem Teppich um einen glänzenden Tisch, auf dem sich Ihr Terminbuch und ansprechende Schreibstifte befinden (keine Werbegeschenke Ihrer Lieferanten, sondern besser Ihre eigenen Werbestifte). Auch die Kasse ist hier für Sie sichtbar untergebracht – der Kunde muss sie nicht wahrnehmen. Der Tisch ist rund, oval oder hat zumindest abgerundete Ecken.

Er ist weitgehend leer, aber ein toller Blumenstrauß oder eine gut gepflegte Topfpflanze dürfen hier stehen. Auch ein Tischbrunnen hätte hier eine gute Position. Ein Brunnen verströmt mit seinem bewegten Wasser angenehm ionisierte Luft und ist ein Symbol für überquellenden Reichtum – Motivation pur für Sie. Bieten Sie Ihrer Kundin einen Sitzplatz an Ihrem Schreibtisch an, um entspannt über die gewünschte Behandlung zu sprechen. Und nach Abschluss der Behandlung besprechen Sie in Ruhe im Sitzen zuerst den nächsten Termin, weisen eventuell auf Ihre Waren hin und kassieren erst dann den fälligen Betrag.

• Über Eck sitzen

Stellen Sie die Stühle so an den Tisch, dass Sie und Ihr Kunde über Eck sitzen können, während die Hunde neben der Kundin sitzen. So

stellt sich leichter ein Vertrauensverhältnis ein, als wenn Sie und der Kunde sich frontal gegenüber sitzen würden.

• Rückendeckung für Empfangsdame

Die Person, die hier die Termine und das Geld entgegen nimmt, braucht hinter ihrem Rücken eine geschlossene Wand. Nur so stellt sich ein Gefühl von Sicherheit ein, das grundsätzlich an jedem Arbeitsplatz notwendig ist, aber besonders im Umgang mit Geld. An der Wand sollten besser keine offenen Regale sein, weil von den Kanten solcher Regale unangenehmes Sha-Qi „abgeschossen“ wird. Intensive Energiepfeile träfen dann den empfindlichen Rücken. Besser sind geschlossene Schränke oder eine besonders dekorativ gestaltete Wand.

• Energieautobahn vermeiden

Der Platz hinter dem Termintisch sollte nicht in dem Luftstrom (= Energiestrom) zwischen der Eingangstür und einem Fenster oder der Tür in den Behandlungsraum liegen. Wenn sich das nicht vermeiden lässt, braucht dieser Arbeitsplatz einen seitlichen Schutz auf der Seite, die der Eingangstür gegenüber liegt, aus großen Pflanzen oder einer Stellwand.

Auch der Sitzplatz des Kunden sollte keinem zu großen Energiestrom ausgesetzt sein. Er

darf nicht direkt im Weg zum Behandlungsraum liegen. Und hinter dem Rücken des Kunden sollte nicht hin- und hergelaufen werden. Auch hier helfen große Pflanzen oder ein Paravent als Abschirmung, wenn sich an der Situation nichts ändern lässt.

• Warenpräsentation

Um Ihren Umsatz zu steigern, verkaufen Sie sicherlich ergänzende Pflegeprodukte wie Kämmen und Shampoo für zu Hause und nette Kleinigkeiten, mit denen Hund und Herrchen zu erfreuen sind. Die Auslage sollte sich in der Nähe der Kasse oder im Wartezimmer befinden. Um die Hochwertigkeit der Produkte (und damit auch Ihrer Dienstleistung) zu betonen, sind Regale und Vitrinen sauber und gepflegt. Sie können geschickt platziert sein, wenn der Kunde gegen den Uhrzeigersinn daran vorbeigehen muss. Denn mit der rechten Hand wird so gern spontan zugegriffen.

• Ein bisschen mehr Luxus

Gerade im Kassenbereich darf sich das Gefühl von Reichtum einstellen. Sie unterstreichen dies mit einer Gestaltung mit glänzenden Materialien wie lackiertem Holz, Glas und Spiegelflächen. Seitlich angebrachte Spiegel können ihre Kasse/ihr Geld verdoppeln. Aber achten Sie darauf, mit dem Spiegelbild das Geld nicht etwa wieder zur Tür „hinauszuwerfen“. Die Farben Rot, Königsblau und Gold be-



tonen das Empfinden des Kunden, er sei hier der König, und werden daher ganz gezielt im Kassenbereich eingesetzt.

• Wohlklang

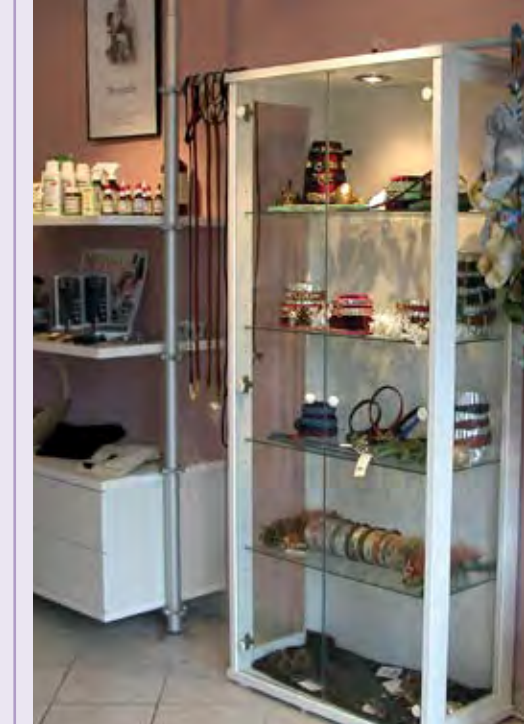
Gerade beim Umgang mit Geld sollen sich Ihre Kunden wohl fühlen. Denken Sie hier an sanfte Musik, die nicht mehr als 80 Schläge pro Minute aufweist. So stellt sich eine entspannte Stimmung ein, die den Hundebesitzer länger verweilen lässt – und wer länger bleibt, gibt mehr aus.

• Lichtinseln

Wenn Sie Ihren Empfangs- und Kassenbereich in eine Lichtinsel tauchen, lenken Sie ganz unverfänglich das Interesse Ihrer Kunden hierher. Die Warenpräsentation erhält einen zusätzlichen Spot, um besonders gut rauszukommen.

• Wellness-Düfte

Außerdem umgeben Sie Ihre Kunden und deren beste Freunde mit frischen Düften, die an Reinlichkeit und Wellness erinnern. So wandern die Gedanken schon in Richtung des tollen Ergebnisses Ihrer Arbeit. In dieser Umgebung kann das Bezahlen einfach nur eine Freude sein.



Neue Serie: Der Weg zum Suchmaschinen-Favoriten



Website-Inhalte für Google und Co. optimieren!



Was zeichnet einen erfolgreichen Groomer aus? Richtig – ein feines Gespür für aktuelle und kommende Trends sowie ein individueller Style. Kein Wunder, dass immer mehr Hundefriseure auch in Sachen Online-Auftritt mit der Zeit gehen. Die Branche hat die Vorteile einer gelungenen Website erkannt. Wo vor einigen Jahren zumeist einfache Internet-Visitenkarten Standard waren, glänzen heute im Idealfall aufwändig gepflegte Seiten – inklusive Blogs, Online-Shops und Fachartikeln auf Magazin-Niveau.

Mit langfristigen Online-Strategien zum Erfolg

Soweit, so gut. Doch bei allem Aufwand und aller Liebe zum Detail bleibt die Frage: Wer liest und klickt, was geschrieben und gebastelt wird? Und wie viele Kunden finden am Ende wirklich den Weg zum lokalen Groomer mit dem besten Online-Auftritt? Fakt ist: Immer mehr Hundehalter nutzen bei der Suche nach einem Hundefriseur in ihrer Nähe Online-Suchmaschinen wie Google oder Yahoo sowie einschlägige Branchenportale. Und die Online-Giganten sortieren ihre Suchergebnisse nach quasi-geheimen Richtlinien, die bestimmte Websites gegenüber anderen klar bevorzugen. Wer also auf die Suchanfrage nach „Hundefriseur Berlin“, „Groomer München“ oder ähnlichen Varianten für seine Stadt oder Region ganz oben erscheinen will, muss langfristige Strategien verfolgen und kommt zumeist nicht ohne Hilfe erfahrener Experten aus.

Eine Suchmaschinen-Topplatzierung garantiert neue Kunden

Neben der klassischen Anzeigenschaltung in Print- und Online-Medien verspricht die so genannte Suchmaschinen-Optimierung

(englisches Kürzel: SEO) heute die besten Aussichten auf neue Kundschaft. Mit gezielten Text- und Linkplatzierungen lassen sich dabei die Regeln der Suchmaschinenbetreiber erfüllen. Eine gelungene SEO-Strategie besteht in jedem Fall aus zwei Säulen: der Onsite- und der Offsite-Optimierung. „Onsite“ bedeutet, dass die Inhalte auf der eigenen Website in Bezug auf bestimmte Suchwörter und Suchwort-Kombinationen optimiert werden. Die gewünschten „Keywords“ werden dabei nach exakten Vorgaben in Texten sowie unter Fotos und Grafiken hinterlegt. Zusätzlich sollten „Offsite“-Maßnahmen erfolgen. Dabei werden auf Fremd-Websites und in Online-Katalogen für Suchwörter optimierte Texte sowie Links zur eigenen Website platziert. So entsteht bereits mittelfristig ein von den Suchmaschinen positiv eingestuftes Gesamt-Webauftritt. Der Vorteil: Topplatzierungen bei Google & Co. garantieren höhere Besucherzahlen auf der eigenen Website und sind damit ein wichtiger Faktor, um Neukunden zu gewinnen.

Suchmaschinen-Dienstleister bieten Textservice und Strategieberatung

Das Ziel ist also klar: Die aufwändig erstellte Website des Hundefriseurbetriebs soll nicht

nur von Stamm- und Bestandskunden genutzt werden, sondern auch als bevorzugtes Suchmaschinenergebnis erscheinen. Spezialisierte Online-Dienstleister bieten hierfür gezielte Strategien und liefern optimierte Texte in enger Abstimmung mit ihren Kunden. Wenn dabei die nötige Fachkompetenz im SEO-Bereich mit fundierten Branchenkenntnissen einhergeht, steht einer erfolgreichen Zusammenarbeit nichts mehr im Wege.

Die Zeiten, in denen ausschließlich große Online-Shops und Internet-Magazine aktiv um ihre Suchmaschinen-Platzierungen kämpften, sind jedenfalls vorbei. Mit Know-how, einer nachhaltigen Pflege des Online-Auftritts und pfiffigen Ideen lassen sich auch Groomer-Websites für die wichtigsten Suchwörter auf die ersten Ergebnisseiten der Suchmaschinen katapultieren. Dorthin, wo zukünftige Kunden nach einem lokalen Hundefriseur suchen. Das Gute: Gegenüber herkömmlichen Werbemaßnahmen schneiden SEO-Maßnahmen bei eingehender Kosten-Nutzen-Analyse hervorragend ab. Ein klares „gewusst-wie“ und ein wenig „auf-zu-neuen-Ufern“ kann also schnell dazu führen, den eigenen Online-Auftritt zu einem echten „Google-Favoriten“ zu machen.

An dieser Stelle werden wir in Zukunft weitere Tipps und Tricks rund um das Thema „Website-Inhalte für Google und Co. optimieren“ veröffentlichen und dabei insbesondere auf die Bedürfnisse der Groomer-Branche eingehen. Bleiben Sie dran – Ihr Weg zum Suchmaschinen-Favoriten hat begonnen!

Praxis-Tipp Nr.1: Backlinks erzeugen

Als Backlinks bezeichnet man Verweise von anderen Websites auf Ihre. Befinden sich in Ihrem Kundenkreis Hundehalter, die selbst züchten und deswegen eine eigene Homepage betreiben? Oder kennen Sie unter den Besuchern Ihres Salons Hundehalter, die ihren vierbeinigen Freund so sehr lieben, dass sie ihm eine eigene Website oder Blog widmen? Perfekt! Sprechen Sie diese Kunden gezielt an. Ein Link von solchen Seiten auf Ihre Salon-Präsenz im Internet kann bares Geld wert sein, denn um eine gute Platzierung in den vorderen Rängen von Google oder anderen Suchmaschinen zu (er-)halten ist es neben vielen anderen Faktoren, die wir uns im Rahmen der nächsten Praxis-Tipps ansehen, sehr wichtig, dass viele möglichst hunde-affine Websites einen Link zu Ihrer Seite setzen und Ihre Website damit den Suchmaschinen quasi empfehlen.

Christian Köhler

Diese 3 Dinge sollten Sie dabei beachten:

- 1 Versuchen Sie möglichst nur einseitige Links zu bekommen. Wenn Website „A“ auf Ihre Site linkt, dann linken Sie möglichst nicht zurück auf Seite „A“. Bei gegenseitigen Links spricht man auch von reziproken Links. Diese verfehlen ihre Wirkung, da die Suchmaschinen davon ausgehen, dass es sich um einen simplen Linktausch handelt und nicht um eine Empfehlung Ihrer Website. Der Link hat dann eine entsprechend geringere Wirkung. Als Gegenleistung kann für den Besitzer von Website „A“ ja vielleicht ein kostenloser Fellschnitt für seinen Liebling herauspringen.
- 2 Versuchen Sie möglichst einen ganzen Satz auf die Partnerseite zu stellen. Beispiel: „Petras Hundesalon ist Ihr Hundefriseur und Grooming-Studio in Hamburg und berät Sie gern und kompetent.“
- 3 Innerhalb dieses Satzes verlinken Sie die Wörter (Keywords) unter denen Sie in Suchmaschinen gern oben stehen möchten. Beispiel: Grooming-Studio in Hamburg (Link zu: www.petras-grooming-studio.de)

Qualität hat ihren Preis



Wie Sie Kosten und Preise ins Gleichgewicht bringen.

Das kennen Sie zur Genüge: Kaum haben Sie einen Preis gefunden, den ihre Kunden akzeptieren, schneit die nächste Mieterhöhung ins Haus. Und die Benzinkosten klettern sowieso immer weiter. Erhöhen Sie die Preise, oder gibt es andere Möglichkeiten?

wird in diesem Beispiel nicht erwirtschaftet. Es ist eine ausgeglichene Kostendeckung.

Beispiel 2: Es wird ein Überschuss erwirtschaftet

Nach Abzug der Kosten verbleibt ein Überschuss in Höhe von € 200,00. Somit besteht für eine Preiserhöhung zur Deckung der Kosten kein Anlass.

Beispiel 3: Die Kosten sind nicht gedeckt

In dieser Berechnung ergibt sich eine Unterdeckung in Höhe von € 300,00. Das Unternehmen ist hier auf Dauer nicht überlebensfähig und es besteht dringender Handlungsbedarf.

Das Ziel in diesem Fall muss es sein, mindestens wieder eine Kostendeckung herzustellen, wie sie in Beispiel 1 besteht (Kostendeckung: 0). Hierzu sind einige Überlegungen zu den vorhandenen Möglichkeiten durchzuspielen. Wenn Sie Kunden nicht sofort mit einer Preiserhöhung konfrontieren möchten, sollten Sie erst einmal alle Möglichkeiten der Kostensenkungen überlegen. Dazu durchleuchten Sie alle Positionen im Privatbereich und im Betriebsbereich. Mögliche Einsparungen werden in ein Planungsschema nach obigem Muster eingebracht. Reichen diese Maßnahmen aus, besteht kein Grund zur Preisanhebung. Bleibt eine Unterdeckung, besteht noch die Möglichkeit der Umsatzsteigerung. Da sich der Umsatz aus Menge (Zahl behandelter Tiere) und Preis bildet, ist es durchaus angebracht, über eine kürzere Behandlungszeit nachzudenken. Dadurch könnten Sie eine höhere Zahl von Tieren behandeln. Solange die Kapazitätsgrenze nicht erreicht ist, wäre durch geeignete Marketingmaßnahmen und der damit verbundenen höheren Zahl von Kunden und behandelter Tiere ein Kostenausgleich erreichbar.

In letzter Konsequenz bleibt die Möglichkeit, den Stundensatz anzuheben. Hier empfehle ich, diesen dann so zu kalkulieren, dass ein Überschuss entsteht. Dadurch müssen Sie bei einer möglichen Kostensteigerung (zum Beispiel für Strom, Versicherungen, Benzin oder Miete) nicht sofort wieder eine Preiserhöhung durchführen. Selbstverständlich ist auch ein Mix aller möglichen Maßnahmen denkbar, um die Kosten zu decken oder einen Überschuss zu erwirtschaften.

Siegfried Altmann

Einwände bei Preiserhöhungen – eine Chance zur Kundenbindung!

Jutta Türk



Preiserhöhungen umzusetzen ist für viele Dienstleistende eine große Herausforderung. Eine schlüssige, gut durchdachte Argumentation und eine lösungsorientierte Gesprächsstrategie helfen, die Akzeptanz beim Kunden zu erhöhen.

Sie haben sich entschieden, die Preise zu erhöhen und die erwartete Reaktion von den Kunden bleibt nicht aus. Sicherlich kennen Sie Einwände wie: „Oh je, Sie werden auch teurer.“ „Warum werden Sie teurer, das kostet doch sowieso schon so viel.“ „Nein, ich bin nicht bereit, mehr zu zahlen. Dann gehe ich zur Konkurrenz, die sind billiger.“

Was passiert? Wie reagieren Sie? Fühlen Sie sich durch diese Einwände angegriffen? Reagieren Sie mit Rechtfertigung oder eventuell sogar gereizt?

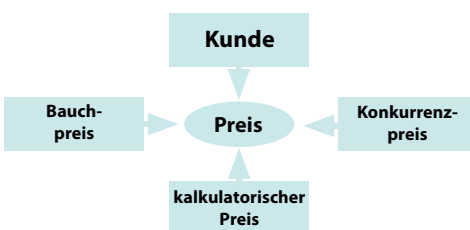
Im besten Fall gehen Sie sachlich, souverän und klar damit um. Sie können die Einwände der Kunden so entkräften, dass sich der Kunde dennoch respektiert und geschätzt fühlt und versteht, dass die neuen Preise notwendig sind, damit Sie Ihr Angebot mit hoher Qualität und gutem Service für das Wohlbefinden der vierbeinigen Lieblinge aufrecht erhalten können. Eine Preiserhöhung ist eine sachliche Angelegenheit. Die meisten Einwände von Kunden sind eher emotionaler Natur. Versuchen Sie die Emotion des Kunden aufzunehmen und in ein sachliches Argument zu verwandeln. Emotionale Reaktionen schwächen Sie, sachliche Argumente, souverän vorgebracht geben Klarheit.

Ihren Kunden sind Ihre Kosten egal. Sie wollen Ihren Hund pflegen lassen und das möglichst günstig. Sie selber haben das Interesse, mit der Pflege der Tiere Ihren Lebensunterhalt zu verdienen. Daher ist es wichtig, Ihre Leistung hervorzuheben und zu zeigen, dass Ihre Leistung garantiert ihren „Preis wert“ ist. Dazu brauchen Sie ein gutes Selbstvertrauen. Denn wenn Sie selbst von Ihrer Leistung überzeugt sind, können Sie das auch mit Sicherheit rüberbringen und zu Ihren Preisen stehen. Jede Unsicherheit wird vom Kunden unbewusst sofort registriert. Sie zeigt sich in der Körpersprache, in der Tonalität, mit der Sie Ihre Argumente vorbringen. Wenn es beim Kunden nicht „stimmig“ ankommt, wird er weiter argumentieren – häufig unsachlich – und wenn Sie einknicken, werden Sie unglaubwürdig.

Wie können Sie mit Einwänden umgehen? Ich gebe Ihnen einige kommunikative Beispiele:

Fortsetzung nächste Seite

Wenn man es in einem Modell darstellt, liegt Ihrem Preis folgende Überlegung zugrunde:



Hier spiegeln sich zwei Interessen wieder. Zum einen Ihre Geschäftspolitik und Positionierung. Hier entscheiden Sie, mit welcher Werthaltigkeit der angebotenen Leistung Sie in den Markt gehen: Müssen Sie Ihre Leistungen zum Beispiel durch viele Mitbewerber günstig anbieten - oder sind Sie ein bekannter Platzhirsch, der sich vor Anfragen kaum retten kann?

Grundlage für die Positionierung kann das Businessdreieck sein. Jedes Unternehmen legt für die drei möglichen Unternehmensziele Geld, Zeit und Qualität die Ausprägung dieser Ziele fest. Eine maximale Ausprägung aller drei Ziele ist dabei nicht möglich.



Bei Geld wird festgelegt, ob die Dienstleistung eher hochpreisig oder im unteren Preissegment angeboten werden soll. Bei Unternehmen, die dieses Unternehmensziel als Hauptziel verfolgen und zum Beispiel

preislich besser als die Mitbewerber sein wollen, drückt sich dies durch Botschaften wie „billiger ist keiner“ oder „Geiz ist geil“ aus. Für Hundesalons würde ich diese Strategie nicht empfehlen.

Das Ziel Zeit steht für Schnelligkeit und Lieferfähigkeit, bei Salons für die Verfügbarkeit von Terminen. Wie schnell bekomme ich einen Termin? Aber auch die Schnelligkeit der Leistung. Wie lange dauert ein Termin? Da die Zeit nur einmal in Rechnung gestellt werden kann, ist diese Entscheidung auch für den Preis relevant.

Zielen Sie darauf ab, eine qualitativ bessere Leistung als die Mitbewerber zu erbringen, steht das Merkmal der Qualität im Vordergrund.

In diesen Unternehmenszielen finden sich die sachlichen Argumente für die Begründung einer Preiserhöhung. „Qualität hat ihren Preis!“ Selbstverständlich ist dem Kunden gegenüber eine gewisse Sensibilität angebracht. Grundsätzlich verstehen die Kunden eine gute Argumentation zur Preiserhöhung,

ohne dass der Eindruck einer Rechtfertigung entsteht. Jede Veränderung dieser geschäftspolitischen Unternehmensziele bedeutet, dass Sie Preise neu kalkulieren müssen – und dass Sie Preise eventuell erhöhen müssen.

Zum anderen liegt Ihrem Preis die betriebswirtschaftliche Berechnung zugrunde. Die betriebswirtschaftliche Kalkulation des Preises wird von anderen Überlegungen und Faktoren bestimmt. Alle privaten Ausgaben müssen über den Preis erwirtschaftet werden. Hierzu zählt die gesamte Privatsphäre bis hin zum Krankenkassenbeitrag und der Urlaubsreise. Vereinfacht ist dies der Unternehmerlohn, der verdient werden soll. Auch die betrieblichen Kosten wie zum Beispiel Miete, Arbeitsmittel und Auto sind über den Preis zu erwirtschaften.

Mit einer vereinfachten Formel können Sie Ihre Kosten berechnen und deren Deckung herbeiführen. Drei Szenarien sind dabei vorstellbar:

Beispiel 1: Die Kosten sind gedeckt

| | | |
|------------|---|--------------------|
| Beispiel 1 | Menge (zu berechnende Stunden im Salon) | 80 Stunden / Monat |
| X | Preis (Stundensatz) | € 30,00 |
| = | Umsatz | € 2.400,00 |
| abzüglich | Privatentnahmen (private Kosten) | € 1.000,00 |
| abzüglich | betriebliche Kosten | € 1.400,00 |
| = | Kostendeckung | € 0,00 |

| | | |
|------------|---|--------------------|
| Beispiel 2 | Menge (zu berechnende Stunden im Salon) | 80 Stunden / Monat |
| X | Preis (Stundensatz) | € 30,00 |
| = | Umsatz | € 2.400,00 |
| abzüglich | Privatentnahmen (private Kosten) | € 1.000,00 |
| abzüglich | betriebliche Kosten | € 1.200,00 |
| = | Kostendeckung | + € 200,00 |

| | | |
|------------|---|--------------------|
| Beispiel 3 | Menge (zu berechnende Stunden im Salon) | 80 Stunden / Monat |
| X | Preis (Stundensatz) | € 30,00 |
| = | Umsatz | € 2.400,00 |
| abzüglich | Privatentnahmen (private Kosten) | € 1.300,00 |
| abzüglich | betriebliche Kosten | € 1.400,00 |
| = | Kostendeckung | - € 300,00 |

Einwände bei Preiserhöhungen – eine Chance zur Kundenbindung!



Beispiel 1:

Kunde: „Alles wird teurer, jetzt muss ich bei Ihnen auch noch mehr bezahlen.“

Hundefriseur: „Ja, da haben Sie wohl Recht. In fast allen Bereichen zahlen wir alle mehr. Das ist auch der Grund dafür, dass ich meine Preise moderat erhöhen muss. Ich möchte in der Lage sein, Ihnen auch in Zukunft den guten Service, den Sie von mir kennen, anbieten zu können.“

Beispiel 2:

Kunde: „Jetzt werden Sie auch noch teurer. Das hätte ich nicht von Ihnen gedacht. Ich bin doch schon so lange Stammkunde.“

Wenn es ein guter Stammkunde ist, würdigen Sie diese Tatsache.

Beispielsweise: „Das stimmt, Sie sind ein guter Stammkunde und ich habe mir auch darüber Gedanken gemacht, wie ich Ihnen entgegen kommen kann. Um die Preiserhöhung komme ich leider nicht herum. Weil Sie schon so lange zu uns kommen, habe ich mir für Sie ein besonderes Dankeschön für Ihre Treue überlegt.“

An dieser Stelle bieten Sie dem Kunden einmalig etwas an, das für ihn einen guten Zusatznutzen darstellt. Vielleicht ein spezielles, gutes Shampoo, ein Spielzeug für den Hund, das er kostenlos bekommt. Sie haben bestimmt etliche Möglichkeiten, dem Kunden etwas Gutes zu tun. Dabei kommt es darauf an, wie lange Sie den Kunden schon kennen und wie viel Umsatz er bringt.

Sie können noch hinzufügen: „Sie sind doch auch Stammkunde, weil Sie darauf vertrauen können, dass Ihr Liebling bei uns in guten Händen ist. Er kennt uns gut, hat Vertrauen und fühlt sich wohl. Das wollen wir selbstverständlich auch in Zukunft gewährleisten.“

Möglicherweise können Sie in Ihrer Kalkulation die Preise bei einigen Leistungen etwas mehr erhöhen, als bei anderen. Oder Sie können bei einigen Leistungen die Preise stabil halten. Dies gibt Argumentationsspielraum und die Kunden bekommen das Gefühl, dass Sie sich

wirklich genau damit beschäftigt haben, anstatt pauschal alles zu erhöhen.

Beispiel 3:

Kunde: „Alles wird teurer. Sie nun auch noch.“

Hundefriseur: „Ich kann verstehen, dass Sie das so empfinden. Ich hätte auch gerne auf die Preiserhöhung verzichtet und habe sehr genau kalkuliert. Daher konnte ich auch einige Preise stabil halten, wie z.B. ... (hier nennen Sie die Leistung, die im Preis gleich geblieben ist).“

Seien Sie mutig und gehen Sie offen und transparent mit der anstehenden Preiserhöhung um.

Planen Sie den Termin für die Einführung der neuen Preise rechtzeitig und kündigen Sie es an. Vielleicht reagiert der Kunde zunächst verärgert und kommt mit den bekannten Einwänden, aber er kann nicht sagen, es sei zu kurzfristig und er habe es nicht gewusst. Die Ankündigung gibt Ihnen die Gelegenheit, die Kunden schon vor der Preiserhöhung ins Boot zu holen. Sie können diese Periode auch nutzen, um Ihren Kunden noch mal einen Termin vor der Preiserhöhung nahe zu legen, dann kann er noch einmal sparen. Nutzen Sie die Zeit und werben Sie bewusst mit einem Termin beim Hundefriseur noch vor der Preiserhöhung. Eine Information im Internet, vielleicht ein kurzer PR-Artikel in einer Zeitung in Ihrem Umfeld, auch Handzettel, die im Laden ausliegen sind gute Möglichkeiten zu zeigen, dass Sie transparent und klar agieren.

Transparenz schafft Akzeptanz! Hängen Sie Ihre Preise im Laden aus, so gibt es weniger Gesprächs- und Erklärungsbedarf. Kunden argumentieren gerne mit den billigeren Preisen bei der Konkurrenz. Billiger ist nicht immer besser. Stellen Sie heraus, welche zusätzlichen Leistungen Sie erbringen und welche Qualität Ihr Service hat, denn es geht doch um das Wohlergehen der vierbeinigen Lieblinge.

Eine kleine Zusammenfassung: Jeder Einwand ist eine Chance für Kundenbindung! Auf einen Einwand reagieren Sie grundsätzlich mit einem einleitenden Satz, der auf das eingeht, was der Kunde gesagt hat. Der Kunde möchte verstanden und ernst genommen werden. In den Beispielen finden Sie einleitende Sätze. Stellen Sie Ihre Leistung heraus und zeigen Sie, dass alles den „Preis wert“ ist. Überlegen Sie sich für gute Kunden eine zusätzliche Leistung, die Sie einmalig gewähren. Vermeiden Sie Worte wie „billig“ und „teuer“. Vermeiden Sie Einleitungen mit „Ja aber...“

Weg von Rechtfertigung hin zur Nutzenargumentation. Auch wenn ein Kunde unfair argumentiert, bleiben Sie souverän und sachlich.

Datenverwaltung für Hundefriseure

auch für kleinere Tierarztpraxen geeignet



- Sparen Sie Zeit und Kosten bei der Erledigung der notwendigen Büroarbeiten
- Einnahmen, Ausgaben, Gewinn taggenau im Blick
- Einzelplatz- und Mehrplatzversionen verfügbar

- Kunden- und Tierverswaltung
- intuitiv zu bedienende Eingabe-Formulare
- Automatisches Erstellen von Rechnungen
- Umsatzanalyse
- Gewinn- und Verlustrechnung
- Zusammenstellung der Werte für die Umsatzsteuererklärung
- Kassenbuch

Sonderpreis bei Bestellungen vom
10.6.2011 - 10.7.2011
für die Einzelplatzversion
statt 499 €

nur **449 €**

Bestellung und weitere Infos
05021 600528
www.mania-control.de

Steuerrecht für Kleinunternehmer

Steuerberaterin Nicole Cziborra



Sowohl als Unternehmer, als auch als Angestellter kann es des öfteren vorkommen, dass Dienstreisen, z.B. Fortbildungsreisen, anzutreten sind. Im Nachfolgenden sollen die in diesem Zusammenhang anfallenden gängigen Reisekosten und deren steuerliche Berücksichtigung einmal dargestellt werden:

a) Fahrtkosten

Unstrittig und in voller Höhe abzugsfähig sind sämtliche Fahrtkosten für Bahn oder Flug, wenn ein entsprechender Nachweis anhand eines Beleges vorliegt. Wird für die Dienstreise der private PKW genutzt, so ist jeder gefahrene km mit EUR 0,30 steuerlich zu berücksichtigen. Für Motorrad bzw. Motorroller sind EUR 0,13 je gefahrenen km anzusetzen und für Moped bzw. Mofa EUR 0,08 je gefahrenen km. Auch für Dienstreisen mit dem Fahrrad können Fahrtkosten i.H.v. EUR 0,05 je gefahrenen km berücksichtigt werden. Für jede mitgenommene Person erhöht sich der PKW-Kilometersatz von EUR 0,30 um EUR 0,02 und der Motorrad-Kilometersatz von EUR 0,13 um EUR 0,01. Mit diesen Pauschalen sind sämtliche Fahrtkosten (z.B. Parkgebühren etc.) abgegolten. Lediglich außergewöhnliche Kosten, wie z.B. Unfallkosten während einer betrieblichen Fahrt können zusätzlich abgezogen werden, wobei entsprechende Schadenersatzleistungen gegenzurechnen sind.

b) Verpflegungsmehraufwendungen

Die Aufwendungen für die eigene Verpflegung, die aufgrund der Auswärtstätigkeit oftmals teurer ist als „zu Hause“, sind ausschließlich über folgende Pauschbeträge je Kalendertag steuerlich zu berücksichtigen (für Dienstreisen im Inland):

| | |
|---|-----------|
| Abwesenheit mind. 8 bis weniger als 14 Std.: | 6,00 EUR |
| Abwesenheit mind. 14 bis weniger als 24 Std.: | 12,00 EUR |
| Abwesenheit 24 Std.: | 24,00 EUR |

Für Auslandsreisen gelten je nach Staat unterschiedliche Pauschbeträge. Ein Ansatz der tatsächlichen Kosten (z.B. Frühstück etc.) scheidet aus. Sofern die Dienstreise länger als 3 Monate andauert, werden die Verpflegungsmehraufwendungen nur für die ersten 3 Monate gewährt.

c) Übernachtungskosten

Übernachungskosten im Inland sind mit den tatsächlich nachzuweisenden Kosten steuerlich abzugsfähig, der Ansatz eines Pauschbetrages scheidet hierbei aus. Für Übernachtungen im Ausland gelten je nach Staat unterschiedliche Pauschbeträge.

d) Gemischt veranlasste Reisen

Nach aktueller Rechtsprechung sind auch bei gemischt veranlassten Reisen (teils Dienstreise/ teils privat) die betrieblichen/beruflichen Kosten anteilig absetzbar. Inwieweit darüber hinausgehende Kosten berücksichtigungsfähig sind bzw. ob die o.g. Abzugsvoraussetzungen jeweils vorliegen, ist im Einzelfall mit dem Steuerberater abzustimmen. Dieser Artikel stellt lediglich eine Auswahl der gängigen Reisekosten dar. An dieser Stelle sei noch einmal erwähnt, dass die gesetzlichen Neuregelungen, Rechtsprechungen und Finanzverwaltungsanweisungen nur auszugsweise wiedergegeben werden. Für etwaige Informationsfehler wird keine Haftung übernommen. Die Inhalte können eine Beratung im Einzelfall nicht ersetzen. Hierfür stehen wir Ihnen auf Wunsch gern zur Verfügung.

Steuerliche Abzugsfähigkeit von Reisekosten





Ärgernis mit den Kunden:

TERMINABSAGE!

In der Praxis kommt es nicht selten vor, dass die Kunden Termine vereinbaren, die sie später nicht einhalten ohne abzusagen. Der Friseur, der auf den Kunden wartet, ärgert sich, weil er einen Verdienstausschlag hat. Im Nachfolgenden möchte ich kurz darstellen, ob es Möglichkeiten gibt, wie sich der Friseur vor solchen Situationen schützen kann. Interessant in diesem Zusammenhang ist die Frage nach der Berechnung einer Ausfallpauschale.

Eine gesetzliche Grundlage für die Berechnung einer Ausfallpauschale gibt es nicht. Denn in dem Geschäftsverkehr haben die Geschäftspartner die Wahl, was vereinbart werden soll. Das bedeutet aber auch, dass die Geschäftspartner eine Ausfallpauschale für den Fall der Nichtwahrnehmung eines Termins vereinbaren können. An dieser Stelle sind jedoch bestimmte Hürden zu überwinden.

Sicherlich praxisfremd wäre eine gesonderte Vereinbarung zwischen dem Friseur und dem Kunden, die ausschließlich auf die Ausfallpauschale hinauslaufen würde.

Deswegen bietet es sich an, eine solche Ausfallpauschale in die Allgemeinen Geschäfts-

bedingungen (AGB) aufzunehmen. Darunter versteht man alle für eine Vielzahl von Verträgen vorformulierten Vertragsbedingungen die eine Vertragspartei (der Verwender) der anderen Partei beim Abschluss eines Vertrages stellt (§ 305 Abs. 1 BGB). Hier muss jedoch die erste Hürde überwunden werden: die AGB müssen beim Vertragsschluss einbezogen werden. Das geschieht dadurch, dass jeder Kunde auf die Geltung der AGB hingewiesen wird und er damit einverstanden ist.

Ausgangspunkt bildet hier die Möglichkeit eines verbindlichen Vertragsabschlusses bereits bei der Terminabstimmung. Denn es kommt nicht darauf an, wann eine bestimmte Leistung erbracht wird, es kommt bei einem Vertragsabschluss darauf an, dass die

Parteien zwei inhaltlich übereinstimmende Willenserklärungen abgeben, mit anderen Worten sich darüber einig sind, dass – in diesem Fall – der Friseur eine Dienstleistung in Form des Fellschnittes beim Hund erbringen wird und der Kunde dafür ein Entgelt zahlt. Die Terminvereinbarung ist nur die Festlegung des Leistungszeitpunktes.

Falls der Kunde im Salon erscheint und sich den Termin geben lassen möchte, so kann zu diesem Zeitpunkt der Vertrag zwischen dem Friseur und dem Kunden zustande kommen. Hängt sichtlich für den Kunden (ins Auge springend) im Raum ein Hinweisschild „Es gelten unsere AGB“ mit den ausformulierten AGB, so werden diese wirksam Vertragsinhalt.

Widerspricht der Kunde der Geltung der AGB nicht, so hat er seine Zustimmung für die Geltung erteilt.

Weit schwieriger gestaltet sich der Fall, wenn der Kunde anruft, um einen Termin zu vereinbaren. In diesem Fall besteht keine andere Möglichkeit auf die Geltung der AGB hingewiesen zu werden, als dass der Friseur bei jedem Gespräch den Kunden tatsächlich den Hinweis erteilt. Selbst wenn dies unproblematisch erfolgt, muss man bedenken, dass im Falle einer gerichtlichen Auseinandersetzung diese Tatsache der Friseur beweisen müsste, was sich als äußerst schwierig erweist.

Nicht ausreichend ist in diesem Zusammenhang, wenn der Hinweis auf die Geltung der AGB z.B. in einer schriftlichen Auftragsbestätigung aufgenommen wird. Denn die Auftragsbestätigung erfolgt erst nach dem Vertragsschluss und nicht beim Vertragsschluss und beinhaltet die Aussage in etwa „zwischen uns wurde bereits ein Vertrag geschlossen und das soll hiermit bescheinigt werden“.

Auch unwirksam sind die AGB, wenn der Hinweis auf einer Rechnung angebracht wird, da diese nach dem Vertragsschluss ausgehändigt werden.

Sollte es dennoch zu einer wirksamen Einbeziehung der AGB kommen, so kann die Ausfallpauschale als pauschalierter Schadenersatz geltend gemacht werden. Der Schaden des Friseurs besteht in dem Verdienstausschlag bzw. entgangenen Gewinn. Sofern aber die Ausfallpauschale wirksam vereinbart wird, stellt sich die Frage in welcher Höhe sie zulässig wäre.

Als eine Regelung in den AGB unterliegt die Vereinbarung einer Ausfallpauschale einer Inhaltskontrolle nach §§ 307 ff. BGB. Dort muss die Vereinbarung einer Ausfallpauschale der Prüfung des § 309 Nr. 5 a) BGB standhalten. Es handelt sich hier um eine Bestimmung, wonach pauschalierte Schadenersatzansprüche nicht wirksam vereinbart werden können, wenn die Pauschale den in den geregelten Fällen nach dem gewöhnlichen Lauf der Dinge zu erwartenden Schaden oder die gewöhnlich eintretende Wertminderung übersteigt. Da sich schon viele Gerichte mit der Frage nach der Zulässigkeit der pauschalierten Schadenersatzansprüche beschäftigt haben, kann gesagt werden, dass eine Pauschale von bis zu ca. 20% zulässig wäre.

Fazit: Es ist möglich, eine Pauschale zu verlangen, aber es besteht ein praktisches Problem, wie man die wirksame Einbeziehung von AGB beweisen kann. Dazu kommt noch der Verwaltungsaufwand für den jeweiligen Friseur, die Ausfallpauschale geltend zu machen.

Meine Empfehlung: Kunden immer darauf hinweisen, dass die Termine rechtzeitig abgesagt werden müssen, weil ansonsten der Ausfall finanziell beglichen werden muss. Bei frühzeitiger Absage können die frei werdenden Termine anderweitig vergeben werden.

Monika Winteroll

Quellen: Palandt, Bürgerliches Gesetzbuch, Handkommentar 67. Auflage 2008
Larenz Karl/ Wolf Manfred Allgemeiner Teil des bürgerlichen Rechts, 8. Auflage 1997
Schulze/Dörner/Ebert/Hoeren/Saenger/Schreiber/Schulte-Nölke/Staudinger Bürgerliches Gesetzbuch, Handkommentar, 6. Auflage 2009



Lieblings Pflege!

Golden Animal Care – die neue Pflegeserie für Schönheit und Wohlbefinden aus dem Hause grau.

Machen Sie die Liebe zu Ihrem Hund sichtbar! Ausgewählte Shampoos die speziell auf verschiedene Fellstrukturen, Fellfarben und empfindliches Hundehaar abgestimmt sind sowie Glanz-Spray, Ohr-Reiniger und Pfoten-Fettstift finden Sie in dieser neuen Pflegeserie.

Ausführliche Infos zu den Golden Animal Care Pflegeprodukten erhalten Sie unter www.grau-tiernahrung.de oder persönlich per Telefon: 02874 9142-0.



NEU

GOOD BOY!

Die Bekleidung für den Hundehalter!

GOOD BOY! stellt die aktuelle Frühjahrs- und Sommerkollektion bezahlbarer Outdoorbekleidung für qualitätsbewusste Hundehalter vor. Zum Rundum-Wohlfühlen!



Umsatzerhöhung mit Original-GOOD BOY!-Bekleidung für Hundehalter

Liebe Kolleginnen und Kollegen, wie oft haben Sie schon mit den Haltern Ihrer vierbeinigen Kunden über´s Gassi-Wetter geplauscht und Überlegungen zu Fell- und Pfotenschutz geteilt? Hervorragende Anknüpfungspunkte, um auch mal die Bedürfnisse des Halters in den Vordergrund zu stellen und auf die außergewöhnlich hochwertige Kollektion eines besonderen Herstellers von Bekleidung für Hundehalter aufmerksam zu machen. Ich selbst stehe vollständig hinter dessen Produkten. Die Qualität ist hervorragend, die Preise durchweg spitze. Und die wirklich mal durchdachte Zusatzausrüstung der GOOD BOY! - Outdoor-Jacken, -Hosen und -Sweatshirts, die ein Hundehalter benötigt, spricht für sich. Überlegt platzierte und verblendete Taschen und Halterungen weiß doch niemand besser zu schätzen als wir; wenn wir beispielsweise unser Handwerkszeug mal fix einstecken müssen...

Ich habe für uns folgende Sonderkonditionen mit dem Hersteller aushandeln können:

- Händler-Einkaufspreise ab der ersten Jacke!
Keine Mindestabnahme oder Vorkasse!!
- Sie brauchen nur das zu bezahlen, was Sie verkaufen.
14 Tage nach Wareneingang!
- Umtausch oder Rückgabe bei Nichtgefallen innerhalb dieser 14 Tage ist ebenfalls möglich gegen die dann lediglich anfallenden Versandkosten.

Mehr Informationen finden Sie unter: www.hundeschnittschule.de unter „special for groomer / Highlights“.

Bitte geben Sie bei einer direkten Bestellung unter www.GOODBOY.de als Kennwort „special for groomer“ ein, damit Sie die Händler-Kondition erhalten. (Produktbroschüren für Ihre Kunden werden Ihnen natürlich kostenfrei auf Anfrage zugesandt.)

Ich bin überzeugt davon, dass Sie ganz schnell Zusatzumsätze mit dieser Qualitätskleidung für Hundehalter von GOOD BOY! erzielen werden!

Ihre
Anja Reiteritsch

Mein Tipp: Die GOOD BOY! - Sweatjacken eignen sich besonders gut zum Bedrucken. Vielleicht mit Ihrem Logo?

In dieser Ausgabe bekommt jeder Abonnent die GOODBOY!-Leckerlitasche GRATIS!



„SitzPlatzFuss“

SitzPlatzFuss – Das Bookazin für anspruchsvolle Hundefreunde

Noch ein Hundemagazin? Eine berechtigte Frage, auf die ich Ihnen gern eine Antwort gebe: Ja! Warum...

... Ganz einfach: Hunde sind vielfältig, faszinierend und individuell, genau wie die Themen und Geschichten, die durch sie und mit ihnen entstehen. SitzPlatzFuss berichtet sachlich und wissenschaftlich versiert über alle Themen rund um den Hund und vergisst dabei nicht, was Hunde für ihre Menschen auf emotionaler Ebene bedeuten. Dabei schreckt SitzPlatzFuss nicht davor zurück, auf Missstände und mögliche Defizite aufmerksam zu machen und sie klar und deutlich zu benennen. Trends und mehrheitliche Strömungen in der Hundewelt hinterfragt SitzPlatzFuss und setzt sich kritisch mit ihnen auseinander. Bei allen Artikeln, Interviews und Reportagen bemüht sich SitzPlatzFuss, Fachlichkeit und Emotionalität zu verbinden und Expertenwissen in verständlicher Form zu vermitteln. Am Ende ist es die Mischung beider Komponenten, die SitzPlatzFuss hundeeinsteuerten Menschen näherbringen möchte.

SitzPlatzFuss richtet sich an interessierte Hundehalter, Hundetrainer, Wissenschaftler, Biologen und an alle Menschen, die sich intensiv mit dem Thema Hund beschäftigen.

Empfehlungen



„Die Anatomie des Hundes“ Kerstin Mielke

Kerstin Mielke betreibt eine Praxis für Hundephysiotherapie und hat sich daher intensiv mit der Anatomie und Funktion des Hundekörpers beschäftigt. Diese

auch für alle Hundefriseure wichtigen Kenntnisse vermittelt sie klar verständlich und übersichtlich in diesem Buch. (Cadmos Verlag, ISBN-10: 9783861277934)

Rapid Clean

Kennen Sie das Problem, dass trotz langwieriger Reinigung Schneidsätze und Werkzeuge nach der Arbeit nicht einwandfrei sauber sind? Abhilfe verspricht von nun ab WAHL Rapid Clean - ein hocheffektives Druckluftspray!

Regelmäßige Reinigung und Pflege ist für eine lange Lebensdauer Ihrer Haarschneidemaschine und insbesondere für die Schneidsätze unerlässlich. Vernachlässigt man die Pflege nutzt sich der Schneidsatz schneller ab und es entsteht höhere Reibung und Wärmeentwicklung. Kurzum: schon nach kurzer Zeit kann es vorkommen, dass der Schneidsatz stumpf ist und nicht mehr schneidet!

Für eine schnelle Reinigung von Schneidsätzen sorgt das neue WAHL Rapid Clean: das kompakte Druckluftspray entfernt dank hoher Druckstärke und extrastarkem Reinigungsstrahl selbst hartnäckige Verschmutzungen an empfindlichen oder schwer zugänglichen Stellen. Einfach die Dose schütteln und den Luftstrahl auf die zu reinigende Stelle richten. Extrem stark und schnell werden so Schneidsätze innerhalb von Sekunden gereinigt! Rapid Clean ist unbrennbar, materialschonend, öl- und rückstandsfrei, sodass es optimal für die Reinigung von Schneidsätzen eingesetzt werden kann!

Nach dem Reinigen durch das Rapid Clean den Schneidsatz wie gewohnt ölen, sodass Sie auch für die weitere Arbeit mit Ihrem Werkzeug bestens gewappnet sind - Tier und Maschine danken es Ihnen!

Empfehlung Hundeschnittschule



Autoren



Wir bedanken uns ganz herzlich bei unseren zahlreichen Autoren und freuen uns auf die nächste Ausgabe.

Meike Holsten
(Mitglied im ZZF – Fachgruppe Heimtierpflege im Salon und im KFT (VDH/FCI))
www.terrier-trimming.de
www.mobile-hundefriseure.de

Susanne Brandt-Stange
Qi-Mag Feng Shui-Beratung für Geschäftsräume und Privatwohnungen.
www.fengshui-brandtstange.de

Marion Lübbert
2002 Eröffnung ihres Hundesalons. Ihre Herzenswünsche sind: Durchsetzung von Tierrechten Anerkennung der Hundefriseurtätigkeit als einheitlichen Lehrberuf
www.hundesalonprimabello.de

Birte Milionis
Zuchtstätte Däumeling von Grabow.
www.zucht-von-grabow.de

Christian Köhler
Medienbetriebswirt und Hundefan. Gründete 2007 das Internetportal www.stadthunde.com und die Agentur Dogs Marketing
www.dogs-marketing.com.«

Ute Klein
Seit 1986 Hundefriseurin mit Leib und Seele, Richterin bei Schermeisterschaften, 2. Vorsitzende der Fachgruppe für Heimtierpflege. Tel.: 06055-6260

Karin Erbe
Ausgebildete Tierpflegerin in der Fachrichtung „Tierheim und Tierpension“, absolvierte das Tierheilpraktikum an der ATM, Hundefriseurin seit 2006

Siegfried Altmann
Dipl.-Bankbetriebswirt und zertifizierter Ratinganalyst. Krisen- und Unternehmensberatung
www.kurs-altmann.de
(Bild: Iris Terzka)

Anja Knüppel
Hundepfegerin
www.pfotensalon.de
(Bild: www.photo-ocean.de)

Dr. med. vet. Hans Arenhövel
Ehem. tierärztl. Leiter einer Kleintierklinik. Züchter von schwarzen Riesenschnauzern.
www.riesenschnauzervomweselerwald.de

Jutta Türk
Management-Trainerin und Coach mit Mut, Herz und Verstand.
www.bewusst-kommunizieren.de

Cordula Schrader
Zertifizierte Problemhundetherapeutin nach Speechless Dog Training System.
www.hund-im-blickpunkt.de

Monika Winteroll
Anwältin mit Schwerpunkt im Zivilrecht und Sozialrecht.
www.ra-winteroll.de

Antje Schreiber
leitet die Kommunikationsabteilung des ZZF
www.zzf.de

Nicole Cziborra
Selbstständige Steuerberaterin für Privatpersonen und Unternehmen.
www.steuerberatung-cziborra.de

Weitere Texte von:

- Jean Beets
- Bettina Weber-Jaschke
- Heike Bischof
- Helga Milde

Impressum

Herausgeber
Hundeschnittschule
Inh. Anja Reiteritsch
Hauskoppelberg 50a · 22946 Trittau

Mitglied 

Redaktionsleitung
Anja Reiteritsch
Hauskoppelberg 50a · 22946 Trittau
info@hundeschnittschule.de
Tel. +49 (0) 4154 - 793 85 13

Layout
Design toBe Agentur für Mediendesign
Lübecker Straße 7a · 22941 Delingsdorf
Tel. +49 (0) 4532 - 204 24 99 · Fax +49 (0) 4532 - 280 08 72
Bildmaterial von: www.fotolia.com

Anzeigenleitung und -verkauf
Melanie Kiehr
Design toBe Agentur für Mediendesign
Lübecker Straße 7a · 22941 Delingsdorf
Tel. +49 (0) 4532 - 204 24 99 · Fax +49 (0) 4532 - 280 08 72
groomer@design-to-be.de

Anzeigen
Anzeigenpreisliste Nr. 1 (gültig ab 01.06.2010)

Aboservice
groomer@design-to-be.de

Bezugspreis
4,50 € inkl. ges. MwSt., zzgl. Versand

Jahresabonnement
Inland 11,90 €, Ausland 15,- €
einschl. Zustellgebühr und MwSt.

Schriftliche Kündigung
Zwei Monate vor Ende des Berechnungszeitraums

Erscheinungstermin
zweimal jährlich

Druck: klimaneutral gedruckt auf Novatech gloss 115 g/m² und Novatech gloss 150 g/m² von Antalis

Die mit den Namen des Verfassers gekennzeichneten Artikel stellen nicht unbedingt die Meinung des Herausgebers und der Redaktion dar. Hierfür wird keine Verantwortung übernommen. Für unverlangt eingesandtes Redaktionsmaterial übernehmen Redaktion und Herausgeber keine Haftung. Für Einsendungen an die Redaktion wird das Einverständnis zur Redigierung, zur vollen oder auszugsweisen Veröffentlichung vorausgesetzt. Für die Richtigkeit aller Angaben sowie für eventuelle Satz- und Druckfehler wird keine Gewähr übernommen, so dass hieraus geleitete Forderungen jeder Art ausgeschlossen sind. Bei telefonisch aufgegebenen Anzeigen wird keine Garantie für Richtigkeit übernommen. Alle Rechte bleiben vorbehalten. Nachdrucke, auch auszugsweise, bedürfen der Genehmigung des Herausgebers.

Vorschau

special for groomer



Rasse-Thema:
Gordon Setter

Themen in der nächsten Ausgabe

- **Erste Hilfe am Hund**
Pfortenverletzung/Pfortenverband
- **Branchenbericht**
Hundausstellung am Polarkreis
- **Branchenbericht**
„Grenzen im Hundesalon!“
Zahnsteinentfernung mit Ultraschallgerät
- **Veranstaltung**
Engl. Cocker Spaniel mit Petra Schaareman bei Marie Herder
- **Marketing**
Groomy - Die Software für Hundesalon & Co.
- **Marketing**
„richtige Keywords“

Das Magazin für Hundefriseure

special **for** groomer

ACHTUNG!
Unsere Abokunden erhalten mit jeder Ausgabe ein **TREUEGESCHENK!**



Werden Sie Abokunde!

Ja, ich möchte das Magazin special for groomer abonnieren und bestelle hiermit, ab der nächstmöglichen Ausgabe, das zweimal im Jahr erscheinende Magazin special for groomer zum Preis von 11,90 Euro (Inland) oder 15,- Euro (Ausland) inkl. MwSt. und Versandkosten, mit einer Kündigungsfrist von zwei Monaten zum Ende des Berechnungszeitraums. Rechnungsstellung einmal jährlich im Voraus ab Abobeginn. [BITTE IN DRUCKBUCHSTABEN AUSFÜLLEN]

Vorname, Name Tel.

Straße

PLZ, Ort

E-Mail

Wie sind Sie auf dieses Magazin aufmerksam geworden? (Bitte ankreuzen)
 EHASO Messe/Veranstaltungen hundeschnittschule Sonstige

Zahlung per Vorauskasse: Hamburger Sparkasse · Konto-Inhaber: Tobias Bergholter / Design toBe
 Kontonummer: 13 52 120 032 · BLZ: 200 505 50 · Verwendungszweck: special for groomer - Abo
 Bequem im Abbuchungsverfahren:

Name der Bank

BLZ Kto.-Nr.

Name des Kontoinhabers

Ich ermächtige Sie zum Abbuchungsverfahren.

Datum, Unterschrift

Den Coupon bitte einsenden an:
 Design toBe Agentur für Mediendesign · Lübecker Straße 7a · 22941 Delingsdorf
 oder per Fax an: +49 (0) 4532 - 280 08 72 · per E-Mail an: groomer@design-to-be.de