



# LICON. DIE FÜNF L

## LIQUID CONSULTING GmbH

Firmenbuchnummer FN 141045 w Landes- und Handelsgericht Salzburg  
Umsatzsteuer – Identifikationsnummer UID-NR.: ATU 40213201 DVR: 0043095/65249

## LICON HUMANKAPITAL CONSULT L.H.C.

BETRIEBE, DIE MIT DEM TÄGLICHEN GESCHÄFT AUSGELASTET SIND UND KAUM ZEIT UND GELD FÜR DIE ENTWICKLUNG MODERNERER KONZEPTE HABEN, DENKEN OFT NICHT AN INFORMATIONSMANAGEMENT. DIES KÖNNTE SICH AUF LÄNGERE SICHT RÄCHEN: ROUTINE SCHLÄGT KREATIVITÄT EIN UNTERNEHMER, DER VERGISST, RECHTZEITIG ZUKUNFTSVORSORGE ZU TREFFEN, VERLIERT SEINE ANPASSUNGSFÄHIGKEIT UND VERGIBT NEUE ENTWICKLUNGSMÖGLICHKEITEN.

## Bewusst Resonanz bzw. Anteilnahme schaffen!

"Gleiches zieht Gleiches an." Oder: "Wie du in den Wald rufst ..." - In diesen weisen Sprüchen verbirgt sich viel Wahrheit. Nichts ist gegeben, alles ist steuerbar - auch der Erfolg. Erfolg lässt sich ein RICHTEN.

Wer kennt dieses Phänomen nicht? In volle Lokale drängen sich immer mehr Menschen, ganz nach dem Motto: "In ist, wer drin ist!" Man hat das Gefühl, etwas zu verpassen, wenn man nicht dabei ist.

Andere Lokale, in denen "nichts los ist", wirken unattraktiv - ständig leere Tische und Parkplätze verbreiten ein schlechtes Image und sorgen so für noch weniger Gäste.

Dieser Multiplikator-Effekt tritt einerseits als "Teufelskreis", andererseits als "Erfolgsspirale" in Erscheinung.

Diese Phänomene sind jedoch keine Naturereignisse, die außerhalb unseres Einflussbereiches liegen, sondern sind Folgen unseres Tuns und Handelns - "Jeder ist seines Glückes Schmied."

Wie können wir also diesen Multiplikator - Effekt positiv nutzen bzw. überhaupt erst initiieren? Die Antwort lautet: "Bewusst Resonanz schaffen!" So wie jedes erfolgreiche gastronomische Konzept auf die Person des Betreibers zugeschnitten sein muss, so muss sich jedermann darüber im Klaren sein, dass von ihm und seinem Umfeld (seinem Lokal etc.) Signale ausgehen, die unbewusst wahrgenommen werden.

Man kann nicht *nicht* kommunizieren. Der Gast findet sehr schnell heraus, ob man ihn auch tatsächlich als Gast - im wahrsten Sinne des Wortes - sieht, oder nur als Geldquelle.

Hat man diese Tatsache ständig vor Augen, kann man die gewünschte Resonanz, das entsprechende Feedback bzw. das erhoffte Echo erzeugen. Ein gepflegtes Ambiente, ein sauberes Umfeld und aufmerksame, freundliche Mitarbeiter ziehen eben gepflegte, aufmerksame und freundliche Gäste an.

Was zählt, ist der Wille, dieses Instrument aktiv einzusetzen:

by LICON consult

Mitarbeiter statt Personal!

"99 % aller Mitarbeiter

möchten gute Arbeit leisten.

Ob sie das schaffen, hängt

einfach davon ab, für wen sie

tätig sind".

Der Irrglaube, dass das wichtigste Arbeitsmotiv für Ihre Mitarbeiter das Einkommen sei, ist nach wie vor weit verbreitet. Freilich, gutes Geld ist für die Zufriedenheit des Personals wichtig. Trotzdem sind Gehaltserhöhungen nicht die einzige Möglichkeit, Ihr Team anzuspornen.

Immer wieder wurde durch unabhängige Untersuchungen bewiesen, dass Anerkennung für gut geleistete Arbeit, ein interessantes Aufgabengebiet, Eingehen auf private Sorgen sowie ein gutes Klima zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer mindestens ebenso wichtig sind.

Der Positive  
sieht in jeder  
Schwierigkeit eine  
Möglichkeit.

Der Negative  
sieht in jeder  
Möglichkeit eine  
Schwierigkeit

Achte stets auf Deine Gedanken,  
sie werden zu Worten.

Achte auf Deine Worte,  
sie werden zu Handlungen.

Achte auf Deine Handlungen,  
sie werden zu Gewohnheiten.

Achte auf Deine Gewohnheiten,  
sie werden zu  
Charaktereigenschaften.

Achte auf Deinen Charakter;  
er wird Dein Schicksal.

(Talmud)

## PERSONAL - CONTROLLER

Licon - Instrumente zur Senkung der Personal- und Nebenkosten  
renditefördernde Maßnahmen setzen.

Schon geringfügige absolute Veränderungen der genannten Kosten-  
gruppe (Personalkosten) wirken sich wegen ihres hohen Anteils  
innerhalb der Gesamtkosten unter Umständen gravierend auf die  
Gewinnerzielung aus.

## TEAMWORK

Der Wert eines Teams ist größer,  
als die Summe des individuellen Könnens.

# Personalzusammenstellung

## Personalaufwand

### Löhne und Gehälter

Personalaufwendungen dürfen nie nur in einem prozentualen Verhältnis zum Gesamtumsatz geschätzt werden, sondern hier ist eine Aufstellung eines detaillierten Personalplanungsleitfadens mit Gehaltsstruktur und den erwarteten Steigerungsraten (Lohn- und Gehaltserhöhung, Anstieg der Personalnebenkosten) zwingende Voraussetzung.

### QUALITÄTSORIENTIERTES MARKETING

beginnt bei den Mitarbeitern !

Serviceschnelligkeit, Sorgfalt, Auftreten, Freundlichkeit, Beratung, Aufmerksamkeit und Fachkenntnis sind nur einige Attribute, die geschultes Verkaufspersonal mitbringen muß.

# Die Personalverrechnung

ist ein

## Teilbereich der Buchhaltung

Daher bilden Belege die Grundlage der Personalverrechnung

Es gilt das sogenannte "Belegprinzip", daß z. B. ohne Überstundenbelege  
keine  
Überstundenverrechnung durchgeführt werden kann.

Diesem Belegprinzip entspricht  
(im Gegensatz zu den steuerrechtlichen Vorschriften)  
u.a. eine Liste,

in der alle Arbeitnehmer und deren geleisteten Überstunden eingetragen  
sind.

## ARBEITSZEIT ERFASSEN

### **Wichtig:**

Die geleistete Arbeitszeit ist vom Arbeitgeber zu erfassen.  
Er muß die Aufzeichnungen dem Arbeitnehmer einmal monatlich zur  
Unterschrift vorlegen.

### **SFN - Zuschläge**

Die Zuschläge für **Sonntags-**, **Feiertags-** und **Nachtarbeit**

Die Besteuerung der SFN-Zuschläge und Überstundenzuschläge regelt  
der § 68 EStG.