

## 1 Adressdaten

Name des  
Unternehmens

Rechtsform

Filiale (wenn zertif.)

Straße

PLZ / Ort

Telefon (Fa.)

Telefax (Fa.)

Email (Fa.)

homepage

www.

Ansprechpartner

dessen Telefon

dessen Telefax

dessen Email

EDV-Lösung

Verband

EK-Kooperation

### Anmerkung:

Die Fragen sind unterschiedlich gewichtet, rechts neben jeder Frage finden Sie einen Buchstaben, der ihre Bedeutung kennzeichnet.

- P** = **Pflicht**-Kriterium (grau), schließt die Vergabe des Gütesiegels aus  
**F** = **Pflicht**-Kriterium (grün), bei Nichterfüllen mit **Frist** für Umsetzung  
**S** = **Soll**-Kriterium

## 2 Unternehmensdaten

### 2.1 Mitarbeiter

Anzahl Mitarbeiter : \_\_\_\_\_

davon sind wie viele AK (Arbeitskräfte, Mehrfachnennungen möglich, aber pro Person maximal 1 AK, Bsp. s. Erläuterungen) tätig in den Bereichen:

- |               |   |       |                             |   |       |
|---------------|---|-------|-----------------------------|---|-------|
| 1. Verwaltung | : | _____ | 4. Werkstatt / Kundendienst | : | _____ |
| 2. Verkauf    | : | _____ | 5. Auszubildende            | : | _____ |
| 3. Einkauf    | : | _____ | 6. Sonstige _____           | : | _____ |

### 2.2 Grundstück, Gebäude, etc.

	Flächen in m <sup>2</sup>	innen	außen	gesamt
1. Grundstücksgröße	:	---	---	_____
2. Ausstellungs-/Verkaufsfläche	:	_____	_____	_____
3. Lagerfläche	:	_____	_____	_____
4. Werkstattfläche	:	_____	_____	_____
5. Eigene Werkstatt am Standort		<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein		

### 2.3 Sortiment an Maschinen und Geräten

	Namen der Marken / Bemerkungen	
1. Forst- u. / o. Gartentechnik : <input type="checkbox"/> ja	_____	<b>P</b>
2. Wassertechnik : <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein	_____	<b>S</b>
3. Reinigungstechnik : <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein	_____	<b>S</b>
4. Kommunaltechnik : <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein	_____	<b>S</b>
5. Vertragsservice Motoren : <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein	_____	<b>S</b>

### 2.4 Anforderungsprofil für QMF-Auditierung

„QMF-Fachhändler“ beschreibt stationäre Unternehmen mit Handels- und Servicefunktion (vollzeitbesetzte eigene Werkstatt) für Motorgeräte (Kommunal-, Reinigungs-, Garten- und Forsttechnik) und deutlichem Schwerpunkt in diesem Segment.  ja **P**

## 3 Erscheinungsbild des Unternehmens

### 3.1 Äußeres Erscheinungsbild (bitte Nachweis über Fotos)

1. Der Unternehmensname ist eindeutig zu erkennen :  ja **P**
2. Das Unternehmensgebäude verfügt über Schaufenster zum Verkaufsraum. Wenn nein, Grund / altern. Lösung (s. Erläuterungen): \_\_\_\_\_ :  ja **P**
3. Gekennzeichnete Kundenparkplätze sind vorhanden, Anzahl: \_\_\_\_\_ :  ja **P**
4. Firmengebäude / Außenbereiche machen ordentlichen und gepflegten Eindruck :  ja **P**

5. Anfahrtswege sind mit Wegweisern ausgeschildert (s. Erläuterungen).  
Wenn nein, Grund / altern. Lösung: \_\_\_\_\_ :  ja  nein **F**
6. Informationstafeln im Außenbereich stellen Dienstleistungsangebot dar :  ja  nein **P**
7. Maschinen und Geräte sind saisonal im Außenbereich präsentiert :  ja  nein **S**
8. Werbeschildern oder Bannern ausgewählter Lieferanten im Außenbereich :  ja  nein **S**
9. Das Unternehmen verfügt über Fahnenmasten :  ja  nein **S**

### 3.2 Erscheinungsbild der Verkaufsräume (bitte Nachweis über Fotos)

1. Die separate Verkaufsfläche beträgt  $\geq 100 \text{ m}^2$ , nämlich \_\_\_\_\_  $\text{m}^2$  :  ja **P**
2. Ein angemessener Teil des Produktspektrums an Maschinen und Geräten wird in den Verkaufsräumlichkeiten sauber, vollständig montiert und entsprechend ausgezeichnet präsentiert :  ja **P**
- Der Betrieb verfügt über
3. Kundentoilette mit Handwaschbecken :  ja **P**
4. Getränkeangebot (kalt / warm) für Kunden :  ja  nein **S**
5. Beratungsbereich für Kundengespräch :  ja  nein **S**
6. Die Verkaufsräume sind durch ein Leitsystem/Wegweiser (u.a. Produktgruppen, Reparaturannahme, Ersatzteile, Kasse, Kundentoilette) klar und eindeutig gekennzeichnet (s. Erläuterungen) :  ja  nein **F**
7. Auf seine Dienstleistungen (inkl. Preisen) weist das Unternehmen in den Verkaufsräumlichkeiten hin (s. Erläuterungen) :  ja  nein **F**

### 4 Corporate Identity / Eigendarstellung (bitte Nachweis über Fotos)

1. Die Auslieferungs- und Werkstattfahrzeuge sind einheitlich beschriftet :  ja  nein **F**
2. Die Mitarbeiter verfügen über einheitliche Arbeitskleidung (s. Erläuterungen) :  ja  nein **F**
3. Alle Mitarbeiter mit Kundenkontakt tragen ein Namensschild :  ja **P**
4. Die einheitliche Unternehmensdarstellung ist durchgängig (s. Erläuterungen) :  ja  nein **S**
5. Unternehmen, Produktsortiment und angebotene Dienstleistungen werden in einer Firmenbroschüre oder im Internet dargestellt  Broschüre  www  nein **F**
6. Unternehmensleitsätze sind vorhanden (s. Erläuterungen) :  ja  nein **F**

## 5 Mitarbeiter

### 5.1 Entscheidungsbefugnisse

Die Entscheidungsbefugnisse der Mitarbeiter im Verkauf sind geregelt bezüglich

- |                           |                               |          |
|---------------------------|-------------------------------|----------|
| 1. der Preisfindung       | : <input type="checkbox"/> ja | <b>P</b> |
| 2. zu gewährenden Zugaben | : <input type="checkbox"/> ja | <b>P</b> |

### 5.2 Weiterbildung

- |  |   |          |
|--|---|----------|
| 1. Personalentwicklungs-/Schulungsplan (s. Erläuterungen)  | : <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein | <b>F</b> |
| 2. Anzahl der in den letzten zwei Jahren durch Mitarbeiter (außer Auszubildenden) besuchten Schulungstage (Rechnungsquote: 1 Tag pro Mitarbeiter), Mindestquote 50% (s. Erläuterungen) | :   | <b>P</b> |
- 

## 6 Leistungen des Unternehmens

### 6.1 Erreichbarkeit

Die Kernöffnungszeiten des Unternehmens sind in der Saison sichtbar abgebildet:

- |  |                               |     |          |
|--|-------------------------------|-----|----------|
| 1. montags bis freitags  | : _____ bis _____             | Uhr | <b>P</b> |
| 2. samstags  | : _____ bis _____             | Uhr | <b>S</b> |
| 3. Das Unternehmen ist außerhalb der Geschäftszeiten durchgehend telefonisch erreichbar, z.B. Anrufbeantworter | : <input type="checkbox"/> ja |     | <b>P</b> |

### 6.2 Reparaturen / Wartung (bitte Nachweis über Fotos, Beispiele)

- |  |   |          |
|--|---|----------|
| 1. Sofern gewünscht bietet es bei Reparaturen / Garantie Ersatzgeräte                  | : <input type="checkbox"/> ja                               | <b>P</b> |
| 2. Sofern gewünscht bietet es bei Reparaturen Hol- und Bringservice                    | : <input type="checkbox"/> ja                               | <b>P</b> |
| 3. Das Unternehmen hat einen gesonderten Bereich „Reparaturannahme“ (s. Erläuterungen) | : <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein | <b>S</b> |
| 4. Sofern gewünscht erstellt es bei der Reparaturannahme Kostenvoranschläge            | : <input type="checkbox"/> ja                               | <b>P</b> |

### 6.3 Ausstattung der Werkstatt (bitte Nachweis über Fotos)

- |  |                               |          |
|--|-------------------------------|----------|
| 1. Die Werkstatt verfügt über Hebebühne(n) / Hebevorrichtung   | : <input type="checkbox"/> ja | <b>P</b> |
| 2. Die Werkstatt verfügt über Werkbänke  | : <input type="checkbox"/> ja | <b>P</b> |
| 3. Das erforderliche Spezialwerkzeug für Reparatur und Wartung des angebotenen Produktsortiments ist vorhanden | : <input type="checkbox"/> ja | <b>P</b> |
| 4. Die notwendigen Mess- und Prüfgeräte sind verfügbar   | : <input type="checkbox"/> ja | <b>P</b> |

5. Eine Online-Anbindung ist vorhanden :  ja **P**
6. Es sind Gerätewaschplatz / Waschvorrichtung vorhanden :  ja  nein **S**

#### 6.4 Ersatzteilversorgung / eigenes Lager (bitte Nachweis über Fotos)

1. Über eine entsprechende Beschaffungslogistik wird die schnelle Verfügbarkeit von Ersatzteilen sichergestellt :  ja **P**
2. Online-Verbindung zu Lieferanten für Bestellungen ist vorhanden :  ja **P**
3. Ein Nachtdepot oder Einrichtung für Übernachtslieferungen ist vorhanden (s. Erläuterungen) :  ja  nein **F**

#### 6.5 Umwelt / Entsorgung (bitte Nachweis über Fotos bzw. Kopien)

1. Es werden Sonderkraftstoffe angeboten :  ja **P**
2. Altgeräte werden bei Bedarf fachgerecht entsorgt :  ja **P**
3. Die fachgerechte Entsorgung von Altöl und Betriebsstoffen wird gewährleistet :  ja **P**
4. Gefahrstoffe werden umweltgerecht gelagert :  ja **P**
5. Eine Dokumentation der verwendeten Gefahrstoffe ist in Papierform oder digital vorhanden und aktuell :  ja **P**
6. Alt-Batterien / -Akkus werden zurückgenommen (s. Erläuterungen) :  ja **P**
7. Es gibt eine fachgerechte separate Lagerung für **F**
- a) neue Lithium-Ionen-Batterien :  ja  nein
- b) gebrauchte Lithium-Ionen-Batterien :  ja  nein
- c) neue Bleibatterien :  ja  nein
- d) gebrauchte Bleibatterien :  ja  nein
8. Mögliche Umweltschäden werden von einer Versicherung abgedeckt :  ja  nein **S**
9. Für Maschinentests steht ein Schallschutzraum zur Verfügung :  ja  nein **S**
10. Der Gerätewaschplatz verfügt über einen Öl- und Benzinabscheider :  ja  nein **S**
11. Die Werkstatt verfügt über eine Absaugvorrichtung für Abgase :  ja  nein **S**

#### 6.6 After-Sales / Kundenbindung (bitte Nachweis über Beispiele/Kopien, s. Erläuterungen)

1. Es werden regelmäßig Dienstleistungsangebote kommuniziert (Inspektionsangebote, Kundenlehrgänge, Tauschaktionen, Miete, Hol-/Bring-service, Wintereinlagerung, etc.) angeboten. (s. Erläuterungen) :  ja  nein **F**
2. Es werden UVV-Prüfungen für Maschinen und Geräte angeboten :  ja  nein **S**
3. Kunden erhalten Erinnerungen zu Inspektionsterminen :  ja  nein **F**
4. Das Unternehmen bietet Wartungsverträge für die im Sortiment befindlichen Geräte & Maschinen an :  ja  nein **S**

## 6.7 Sonstiges (bitte Nachweis über Fotos/Kopien)

- |   |   |   |
|---|---|---|
| 1. Das Unternehmen bietet oder vermittelt Finanzierungs- / Leasingmöglichkeiten   | : <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein | S |
| 2. Das Unternehmen akzeptiert bargeldlose Zahlung   | : <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein | F |
| 3. Das Unternehmen bietet Vorführ- bzw. Testmöglichkeit vor Ort an  | : <input type="checkbox"/> ja                               | P |
| 4. Das Unternehmen bietet bestimmte Zugaben beim Kauf an, z.B. Gutscheine für Inspektionen, fixer Inspektionspreis etc., Umtausch in bestimmten Fristen | : <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein | S |

## 7 Erfassung von Kunden- / Maschinendaten

- |  |   |   |
|--|---|---|
| 1. Adress- und Kommunikationsdaten von Kunden werden erfasst   | : <input type="checkbox"/> ja                               | P |
| 2. Datenschutz-relevante Vorgaben sind berücksichtigt  | : <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein | S |
| 3. Daten zu den verkauften Maschinen und Geräten werden erfasst  | : <input type="checkbox"/> ja                               | P |
| 4. Daten zu den Maschinen und Geräten, für die Wartungs-/Reparaturarbeiten durchgeführt werden, werden erfasst | : <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein | F |
| 5. Es besteht eine Verknüpfbarkeit des Warenwirtschaftssystems mit Lieferanten (s. Erläuterungen)              | : <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein | S |

## 8 Kundenveranstaltungen / Regionalmessen / Werbung (Nachweis Kopien)

- |  |   |   |
|--|---|---|
| 1. Das Unternehmen verfügt über eine eigene, ansprechend gestaltete Homepage, die regelmäßig gepflegt wird<br>homepage : <u>www. _____</u>   | : <input type="checkbox"/> ja                               | P |
| 2. Das Unternehmen führt Kundenveranstaltungen (z.B. Tag der offenen Tür, Messebeteiligung, Kundenreisen, Kundenseminare, Ausstellungs-beteiligungen, Gewerbeschauen, etc.) durch.<br>Anzahl der Kundenveranstaltungen im letzten Jahr: _____                    | : <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein | F |
| 3. Das Unternehmen führt regelmäßig regionale Werbemaßnahmen (z.B. Zeitungsanzeigen, Katalogversand, Regionalradio oder -TV, Plakate, Buswerbung, Vereinswerbung, Postwurfsendungen, etc.) durch.<br>Anzahl der regionalen Werbemaßnahmen im letzten Jahr: _____ | : <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein | F |

## 9 Garantie / Garantieabwicklung

- |  |   |   |
|--|---|---|
| 1. Das Unternehmen stellt sicher, dass die Garantierantragstellung beim Lieferanten innerhalb von 14 Tagen erfolgt | : <input type="checkbox"/> ja                               | P |
| 2. Das Unternehmen bietet beim Erwerb eines neuen Artikels die Möglichkeit, eine Zusatzgarantie abzuschließen an   | : <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein | S |

## 10 Qualifikation (bitte Nachweis über Fotos/Kopien)

- |  |   |          |
|--|---|----------|
| 1. Das Unternehmen ist in die Handwerksrolle eingetragen (s. Erläuterungen)  | : <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein   | <b>F</b> |
| 2. Das Unternehmen ist ein Ausbildungsbetrieb nach   |   |          |
| a) Handwerkskammer   | : <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein   | <b>S</b> |
| b) Industrie- & Handelskammer  | : <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein   |          |
| 3. Wenn das Unternehmen Elektrogeräte (z.B. Elektrorasenmäher) vertreibt, verfügt es über eine Elektrofachkraft (s. Erläuterungen) nach bundesweit einheitlichem Schulungssystem nach BuFa-MOT oder einem solchen mit analoger Struktur, Umfang und Inhalt | : <input type="checkbox"/> ja   | <b>P</b> |
| 4. Das Unternehmen hat seine Elektro-Fachkraft „bestellt“ (s. Erläuterungen) oder der Unternehmer ist einzige Elektro-Fachkraft im Unternehmen oder extern vergeben  | : <input type="checkbox"/> ja oder<br>: <input type="checkbox"/> ja oder<br>: <input type="checkbox"/> ja | <b>P</b> |

## 11 Sonstiges

- |   |   |          |
|---|---|----------|
| 1. Bei den Vertriebsformen „Versandhandel / Webshop“ hält sich der Fachhändler an die Vorgaben seiner Hersteller (Übergabe, Einweisung, Betriebsbereitschaft) | : <input type="checkbox"/> trifft zu                        | <b>P</b> |
| 2. Das Unternehmen analysiert und optimiert regelmäßig seine Bestände und Lager   | : <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein | <b>S</b> |

## 12 Kriterien zur Wirtschaftlichkeit (s. Erläuterungen)

- |   |   |          |
|---|---|----------|
| 1. Die Steuerung des Unternehmens erfolgt über eine EDV-basierte Kennzahlenanalyse wesentlicher Leistungsfaktoren (z.B. Verkaufszahlen nach Produktgruppen, Jahresvergleiche, etc., Beispiele:<br>_____ | : <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein | <b>S</b> |
| 2. Das Unternehmen kalkuliert mindestens einmal jährlich seinen Durchschnitts-Verrechnungssatz (s. Erläuterungen)   | : <input type="checkbox"/> trifft zu                        | <b>P</b> |
| 3. Das Unternehmen kalkuliert regelmäßig, mindestens jährlich, seine Vertriebskosten für Neugeräte  | : <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein | <b>S</b> |

Ich habe den Fragebogen bearbeitet und nach bestem Wissen beantwortet.

\_\_\_\_\_  
Ort / Datum

\_\_\_\_\_  
Unterschrift Fachbetrieb

\_\_\_\_\_  
Ort / Datum

\_\_\_\_\_  
Kontrolle durch Berater

Anmerkungen:

- P** = Pflicht-Kriterium, schließt die Vergabe des Gütesiegels aus
- F** = Pflicht-Kriterium, bei Nichterfüllen mit Frist für Umsetzung
- S** = Soll-Kriterium

## Checkliste Anlagen

Nr.	Art des Nachweises		erfüllt
2.2	Grundstücksskizze (Grundfläche, Ausstellung, Werkstatt, Lager, Kundenparkplätze)	S	
3.1	Foto Unternehmensname	P	
	Foto Schaufenster	P	
	Foto Kundenparkplätze	P	
	Foto Firmengebäude/Außenbereich (ordentlich, gepflegt)	P	
	Foto Wegweiser / Anfahrtsweg	F	
	Foto Informationstafel außen (Dienstleistungsangebot)	P	
	Foto Maschinenpräsentation im Außenbereich	S	
	Foto Werbeschilder / Banner im Außenbereich (Marken)	S	
	Foto Fahnenmast	S	
3.2	Fotos Laden innen (>100m <sup>2</sup> )	P	
	Foto Verkaufsraum (sauber, vollständig montiert, ausgezeichnet)	P	
	Foto Kundentoilette	P	
	Foto Getränkeangebot	S	
	Foto Kundenbereich (Beratung)	S	
	Fotos Leitsystem	F	
	Foto Kunden-Dienstleistungen	F	
4	Foto Firmenfahrzeug(e)	F	
	Foto Mitarbeiterkleidung	F	
	Foto Namensschild Mitarbeiter mit Kundenkontakt	P	
	Foto einheitliche Unternehmensdarstellung	S	
	Beispiel Firmenbroschüre	F	
	Foto o.ä. von Unternehmensleitsätzen	F	
5.2	Personalentwicklungs- / Schulungsplan	F	
	Kopien Schulungsurkunden Maßnahmen (Pass)	P	
6.2	Foto oder Formular Ersatzgeräte – Kopie Lieferschein	P	
	Nachweis Hol- / Bringservice	P	
	Foto Reparaturannahme	S	
	Kopie Bsp. für Kostenvoranschlag	P	
6.3	Foto Hebevorrichtung	P	
	Foto Werkstatt / Werkbänke	P	
	Foto Spezialwerkzeug für angebotene Produktsortimente	P	
	Foto Mess- & Prüfgeräte	P	
	Foto online-angebundener Laptop o.ä.	P	
	Foto Waschplatz / -vorrichtung	S	
6.4	Foto Lager	P	
	Foto online-Verbindung (Lager)	P	
	Foto Nachtdepot	F	

P-Kriterium	grau
F-Kriterium	grün
S-Kriterium	weiß



Nr.	Art des Nachweises		erfüllt
6.5	Foto Sonderkraftstoffe	P	grau
	Nachweis Altgeräteannahme und -entsorgung	P	grau
	Kopie Zertifikat Entsorger (Altöl / Betriebsstoffe)	P	grau
	Foto Gefahrstofflager	P	grau
	Foto Dokumentation Gefahrstoffe	P	grau
	Foto Altbatterieannahme	P	grau
	Fotos Batterielager: neue / gebrauchte Lithium-Ionen- / Bleibatterien	S	weiß
	Kopie Umweltschutzversicherungsschein	S	weiß
	Foto Schallschutzraum	S	weiß
	Foto Gerätewaschplatz mit Ölabscheider	S	weiß
Foto Absaugvorrichtung Abgase	S	weiß	
6.6	Muster Newsletter / Kopien/Ausdruck Kundenmails / Muster Kundenzeitschrift	F	grün
	Muster UVV-Prüfungen	S	weiß
	Muster Inspektionserinnerung an Kunden	F	grün
	Muster Wartungsvertrag	S	weiß
6.7	Kopie Finanzierungs- / Leasingangebot	S	weiß
	Foto Kartenlesegeräte / CC-Terminal (bargeldlose Zahlung)	F	grün
	Nachweis Testmöglichkeiten Geräte	P	grau
	Beispiel für Zugaben-Angebote, bspw. Händlergarantie, Gutscheine o.ä.	S	weiß
7.1	Bsp. für Kundendatenerfassung (Datenschutz!)	P	grau
7.3	Bsp. für Maschinendatenerfassung nach Verkauf	P	grau
7.4	Bsp. zu Maschinendaten Wartung / Inspektion	F	grün
7.5	Bsp. online-Verbindung (Maschinen)	S	weiß
8	Screenshot Webseite mit Namenserkennung	P	grau
	Kopie Kundeneinladung zu Kundenveranstaltungen	F	grün
	Kopie/Foto regionale Werbemaßnahme	F	grün
9	Bsp. Garantieantrag (mit Schadens- und Antragsdatum)	P	grau
	Bsp. Zusatzgarantie	S	weiß
10	Kopie Handwerkskarte / Nachweis Handwerksrolleneintrag	F	grün
	Nachweis Ausbildungsbetrieb	S	weiß
	Kopie letzte Schulungsteilnahme Elektrofachkraft / letztes Nachschulungszertifikat	P	grau
	Kopie Bestellung E-Fachkraft	P	grau
12.2	Kalkulation Verrechnungssatz	P	grau

P-Kriterium	grau
F-Kriterium	grün
S-Kriterium	weiß

QMF-Geschäftsstelle:

Ruhrallee 80  
45136 Essen

T. +49 (0)201 89624-36  
F. +49 (0)201 89624-24

Mail: [info@qmf.de](mailto:info@qmf.de)  
Web: [www.qmf.de](http://www.qmf.de)

QMF e.V. - Ruhrallee 80 - 45136 Essen

Anlage  
zum **QMF-Fragebogen (Stand 09/2021)**

September 2021

## **Erläuterungen zu einzelnen Fragen:**

### **zu 3.1.2 Äußeres Erscheinungsbild**

Dort heißt es:

**„Das Unternehmensgebäude verfügt über Schaufenster zum Verkaufsraum“**

Dazu folgende Erläuterung:

Diese Frage dient uns zur Abgrenzung gegenüber den sog. „Garagenbetrieben“. Wir gehen davon aus, dass man als jemand, der Privatkunden zumindest mit im Fokus hat, ein Schaufenster haben muss. Sollten Sie, aus welchen Gründen auch immer (baurechtliche Verbote, Denkmalschutz, etc.), dennoch über kein Schaufenster verfügen, so begründen Sie dies bitte, bzw. unterbreiten Sie einen Alternativ-Vorschlag, mit dem Sie dem Sinn hinter unserem Kriterium gerecht werden könnten.

### **zu 3.1.5 Äußeres Erscheinungsbild**

Dort heißt es: **„Anfahrtswege sind mit Wegweisern ausgeschildert“**

Dazu folgende Erläuterung:

Die Vergangenheit hat gezeigt, dass sehr häufig die Stadtverwaltungen Ausschilderungen zu Geschäften nicht zugelassen haben. In einigen Fällen haben Kollegen es jedoch geschafft, erst auf Grund der QMF-Qualifizierungsmaßnahme dennoch Wegweiser genehmigt zu bekommen. Sollten Sie keine Wegweiser genehmigt bekommen, genügen uns ein kurzer Hinweis und das Ablehnungsschreiben der Stadt bzw. Ortsgemeinde.

### **zu 3.2.6 Erscheinungsbild Verkaufsräume**

Dort heißt es: **„Die Verkaufsräume sind durch ein Leitsystem/Wegweiser (u.a. Produktgruppen, Reparaturannahme, Ersatzteile, Kasse, Kundentoilette) klar und eindeutig gekennzeichnet“**

Dazu folgende Erläuterung:

Auch hier steht die Kundenorientierung im Vordergrund: Der will wissen, wo was ist. Natürlich macht das bei größeren Innenräumen mehr Sinn als bei kleineren, im

Zweifel reicht die Minimalausstattung für Werkstatt, Kasse, WC, Ersatzteile und Annahme.

### **zu 3.2.7 Erscheinungsbild Verkaufsräume**

Dort heißt es:

**„Auf seine Kerndienstleistungen (inkl. Preisen) weist das Unternehmen in den Verkaufsräumlichkeiten hin“**

Der Kunde sucht einen schnellen Überblick über die Dienstleistungsangebote mit größtmöglicher Transparenz im Betrieb. Das können Schilder, Plakate oder auch Handzettel (oder Kombinationen daraus) sein. Ideen/Beispiele stellt Ihnen QMF gern zur Verfügung.

### **zu 4.2 Corporate Identity**

Dort heißt es: **„Die Mitarbeiter verfügen über einheitliche Arbeitskleidung“**

Dazu folgende Erläuterung:

Genau wie oben geht es um die Kundensicht: An wen wende ich mich? Ihre Leute müssen erkennbar sein – aber nicht daran, dass sie die dreckigsten sind! Ein Minimum an Identifizierbarkeit muss gegeben sein, Sweatshirts mit eingesticktem Namen gibt es schon ab € 20,-. Infos zu günstiger Berufskleidung gibt es bei den Fachverbänden BuFa-MOT und VdM – ob als Miet- oder Kaufkleidung.

### **zu 4.4 Corporate Identity**

Dort heißt es: **„Die einheitliche Unternehmensdarstellung ist durchgängig“**

Dazu folgende Erläuterung:

Sie sind der Fachbetrieb der Region, Sie wollen erkannt werden. Das geht umso besser, je schneller man Sie und alle Ihre Aktivitäten mit Ihrem Unternehmen identifiziert – durch schnelles Wiedererkennen. QMF will, dass Sie Ihre gesamte Firmenoptik vereinheitlichen: Vom Briefkopf über Visitenkarten, Außendarstellung, Innenbild, Autos, Internetseiten, etc. Fangen Sie vorne an, nun ist es ein F-Kriterium.

## zu 4.6 Corporate Identity

Dort heißt es:

**„Unternehmensleitsätze sind vorhanden“**

Dazu folgende Erläuterung:

Je größer ein Unternehmen, desto wichtiger wird sein Unternehmensleitsatz. Das dient der eigenen und der Orientierung der Mitarbeiter: Wer bin ich und was will ich überhaupt? Wo will ich in fünf Jahren stehen? Die Fachverbände BuFa-MOT und VdM sammeln solche und stellen Ihnen gern Anregungen zur Verfügung, einige Beispiele finden Sie bearbeitbar (Wordversion) auch auf [www.qmf.de](http://www.qmf.de).

## zu 5.2.1 Mitarbeiter - Weiterbildung

Dort heißt es:

**„Personalentwicklungs-/Schulungsplan“**

Dazu folgende Erläuterung:

Der Fortbildung Ihrer Mitarbeiter widmen Sie sicher bereits große Aufmerksamkeit – schließlich ist gerade hier Stillstand Rückschritt. Früher musste man an dieser Stelle Seminarbesuche bei Verband u/o Herstellern nachweisen. Doch das ist überholt. Heute will QMF, dass jedes Unternehmen für alle seine Mitarbeiter individuelle Pläne entwickelt, wie die jeweiligen Fortbildungsanstrengungen aussehen. Dazu machen Sie eine Liste für alle Mitarbeiter auf und planen, wer welche Themen in den kommenden Jahren besuchen soll; lassen Sie Platz für Einträge, die zeigen, was davon umgesetzt worden ist. Hier will QMF den Eindruck einer zielgerichteten Planung und Umsetzung gewinnen.

## zu 5.2.2 Mitarbeiter - Weiterbildung

Dort geht es um die **„Anzahl der in den letzten zwei Jahren durch Mitarbeiter (außer Auszubildenden) besuchten Schulungstage“**

Dazu folgende Erläuterung:

QMF will eine kontinuierliche Fortbildung Ihres Teams (alle Bereiche) gesichert sehen. Ziel ist ein Wert, der sich berechnet aus 1 Tag pro Mitarbeiter und Jahr; Berechnungsbasis sind die letzten 24 Monate. Derzeit muss diese Quote zu 50% erfüllt sein.

## zu 6.2.3 Leistungen des Unternehmens

Dort heißt es: **„Das Unternehmen hat einen gesonderten Bereich „Reparaturannahme“**

Dazu folgende Erläuterung:

Ein Service-orientierter Fachbetrieb definiert sich – neben tollen Produkten – im Wesentlichen über seine Servicekompetenz und -Qualität. Einer deren Kerne ist die Reparatur; die muss besonders herausgestellt sein und die muss der Kunde finden. Im Zweifel reicht ein gut sichtbares, gern ausgeleuchtetes Schild „Reparaturannahme“.

## zu 6.4.3 Leistungen des Unternehmens

Dort heißt es: **„Ein Nachtdepot ist vorhanden“**

Dazu folgende Erläuterung:

Ein Nachtdepot muss natürlich nur dann vorhanden sein, wenn es auch Nachtlieferungen gibt; ist das nicht der Fall, weil bspw. die Lieferungen immer zu Ihren Öffnungszeiten kommen, gilt das Kriterium als erfüllt.

## zu 6.5.6 Umwelt / Entsorgung

Hier geht es um Aspekte aus dem Umweltschutz – ein Bereich, mit dem ein Fachbetrieb punkten kann.

Dort heißt es: **„Alt-Batterien / -Akkus werden zurückgenommen.“**

Dazu folgende Erläuterung:

Hier geht es um den Umweltschutzgedanken in Verbindung mit Kundendienst; das bedeutet, es sind alle relevanten Alt-Batterien und -Akkus gemeint, auch wenn sie aus einem zuvor im Baumarkt gekauften Gerät stammen.

## zu 6.6. Leistungen des Unternehmens

Hier geht es um die Kundenbindung über (neudeutsch:) **After Sales**.

Dazu folgende Erläuterung:

Der Kunde ist vor allem dann ein für den Fachbetrieb wichtiger Kunde, wenn er das Potenzial hat, wiederzukommen. Dafür muss der Fachbetrieb aber auch etwas tun, er muss ihm das Wiederkommen so leicht wie möglich machen – und das aktiv betreiben. Hier will QMF sehen, was Sie aus dem Füllhorn denkbarer Aktivitäten gemacht haben – von Mailings über Kundenzeitschriften bis zu Tagen der offenen Tür, Hausprospekten, Maxikartenaktionen, etc..

## zu 6.6.1 Leistungen des Unternehmens

Dort heißt es: **„Es werden regelmäßige Dienstleistungsangebote kommuniziert (Inspektionsangebote, Kundenlehrgänge, Tauschaktionen, Miete, Hol-/Bringservice, Wintereinlagerung, etc ) angeboten.“**

Dazu folgende Erläuterung:

Welche dieser (oder weiterer analog gerichteter) Maßnahmen führen Sie durch, egal, über welche Medien? Bitte um Nachweise.

## zu 7.5 Datenerfassung

Dort heißt es: **„Verknüpfbarkeit des Warenwirtschaftssystems mit Lieferanten“**

Dazu folgende Erläuterung:

Hier geht es darum, dass der Händler – wenn er das will – automatisiert Daten des Lieferanten von Geräten und Teilen aus dem Bestell- und Auftragswesen in die eigenen Datensysteme einpflegen kann. Es geht nicht darum, dass Externe Einsicht in Bestände eines Händlers bekämen.

### zu 10.1 Qualifikation

Dort heißt es: **„Das Unternehmen ist in die Handwerksrolle eingetragen“**

Dazu folgende Erläuterung:

Eine Eintragung in die Handwerksrolle wird verlangt, da Sie ansonsten vom Gesetz her faktisch formal keine Reparaturen in gewissem Umfang durchführen dürfen. Als stehendes Gewerbe müssen Sie dort eingetragen sein. Das ist nichts Schlimmes, keine Angst davor – es macht Sie rechtlich sicherer! Es kostet auch nicht viel mehr – die Handels- und Handwerkskammern teilen sich Teile der Beiträge – und gehört zu einem ernstzunehmenden Servicebetrieb einfach dazu. Um in die Rolle eingetragen zu werden gibt es verschiedene Wege, gern überlassen wir Ihnen auf Nachfrage zusätzliche Infos. Sollte die Kammer ihrerseits aktiv von einem Eintrag absehen, gilt das Kriterium als erfüllt.

Natürlich sind die Berufsverbände BuFa-MOT und VdM Ihnen beratend behilflich, damit Sie in die Rolle der jeweiligen Handwerkskammer eingetragen werden können.

### zu 10.3 Qualifikation

Dort heißt es: **„Wenn das Unternehmen Elektrogeräte (z.B. Elektrorasenmäher) vertreibt, verfügt es über eine Elektrofachkraft ...“**

Dazu folgende Erläuterung:

Elektrogeräte gehören aus QMF-Sicht zum Portfolio eines Fachbetriebs. Zu deren Servicekompetenz gehört einfach die E-Fachkraft nebst Prüf-/Check-Equipment – es macht Sie einfach sicherer! Notfalls – wenn es übergangsweise nicht anders geht (z.B. kurzfristig keine Schulungsmöglichkeiten, Nachschulung verpasst, o.ä.) oder der E-Geräteumfang nachweislich minimal ist (kaum Privatkunden o.ä.) kann man sie ja auslagern. Es muss aber eine Lösung vorhanden sein, die BG-gesichert ist, also in Struktur, Umfang und Inhalt mindestens den Standard des bundesweit einheitlichen Formats der BuFa-MOT gleichkommt.

### zu 10.4 Qualifikation

Dort heißt es: **„Das Unternehmen hat seine Elektrofachkraft bestellt“**

Dazu folgende Erläuterung:

Wenn der Unternehmer nicht selbst Elektro-FK ist oder werden kann, sondern Mitarbeiter entsprechend schulen lässt, ist es formal unumgänglich, dass er diese betriebsintern auch entsprechend „bestellt“, also schriftlich über seine damit verbundenen Aufgaben informiert; die Berufsgenossenschaft wollen so etwas sehen, die entsprechende Musterunterlagen gibt es bei den Schulungsstätten oder bei den Berufsverbänden BuFa-MOT und VdM.

Ist der Unternehmer selbst einzige Elektro-Fachkraft im Unternehmen, braucht er sich nicht selbst bestellen; das Kriterium gilt damit als erfüllt.

### zu 12.1 Wirtschaftlichkeit

Dort geht es um **„Kennzahlenanalyse wesentlicher Leistungsfaktoren“**

Dazu folgende Erläuterung:

Oft dient einzig der Umsatz als betriebliches Steuerungsinstrument – das ist zu wenig, es gibt viel mehr. Mindestens sollte ein Unternehmen Beispiele für kundenorientierte Analyse benennen können (Bsp. Neu- / Stammkunden), gern aber auch betriebswirtschaftliche Entwicklungskennziffern.

### zu 12.2 Wirtschaftlichkeit

Dort geht es um die **„Kalkulation des Durchschnitts-Verrechnungssatzes“**

Dazu folgende Erläuterung:

QMF ist wichtig, dass ein zukunftsorientierter Fachbetrieb sich betriebswirtschaftlich verhält. Dazu gehört auch die Kalkulation des Durchschnitts-Verrechnungssatzes – Verbände und Berater helfen Ihnen dabei mit EDV-basierten Modellen gern. Inwiefern Sie diese umsetzen, bleibt natürlich Ihnen überlassen. Auch wird QMF Sie nicht anhalten, Ihre Kalkulation offenzulegen.