

## 1 Adressdaten

Name des Unternehmens \_\_\_\_\_

Rechtsform \_\_\_\_\_

Filiale (wenn zertif.) \_\_\_\_\_

Straße \_\_\_\_\_

PLZ / Ort \_\_\_\_\_

Telefon (Fa.) \_\_\_\_\_

Telefax (Fa.) \_\_\_\_\_

Email (Fa.) \_\_\_\_\_

homepage **www.** \_\_\_\_\_

Ansprechpartner/in \_\_\_\_\_

Dessen/deren Telefon \_\_\_\_\_

Dessen/deren Email \_\_\_\_\_

verwendetes IT-System \_\_\_\_\_

Mitglied im Verband \_\_\_\_\_

Mitglied in 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), 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. Mähroboter	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein	_____	<b>S</b>
3. Akkutechnik	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein	_____	<b>F</b>
4. Wassertechnik	: <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein	_____	<b>S</b>
5. Reinigungstechnik	: <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein	_____	<b>S</b>
6. Kommunaltechnik	: <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein	_____	<b>S</b>
7. 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 Kriterien zum Erscheinungsbild des Unternehmens

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

- |  |   |                             |          |
|--|---|-----------------------------|----------|
| 1. Der Unternehmensname ist eindeutig zu erkennen  | : | <input type="checkbox"/> ja | <b>P</b> |
| 2. Das Unternehmensgebäude verfügt über Schaufenster zum Verkaufsraum. Wenn nein, Grund / altern. Lösung (s. Erläuterungen): | : | <input type="checkbox"/> ja | <b>P</b> |
| _____  |   |                             |          |
| 3. Gekennzeichnete Kundenparkplätze sind vorhanden, Anzahl: _____  | : | <input type="checkbox"/> ja | <b>P</b> |

- |  |   |          |
|--|---|----------|
| 4. Firmengebäude / Außenbereiche machen ordentlichen und gepflegten Eindruck                                 | : <input type="checkbox"/> ja                               | <b>P</b> |
| 5. Anfahrtswege sind mit Wegweisern ausgeschildert (s. Erläuterungen).<br>Wenn nein, Grund / altern. Lösung: | : <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein | <b>F</b> |
| <hr/>  |   |          |
| 6. Informationstafeln im Außenbereich stellen Dienstleistungsangebot dar                                     | : <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein | <b>P</b> |
| 7. Maschinen und Geräte sind saisonal im Außenbereich präsentiert  | : <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein | <b>S</b> |
| 8. Werbeschildern oder Bannern ausgewählter Lieferanten im Außenbereich                                      | : <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein | <b>S</b> |
| 9. Das Unternehmen verfügt über Fahnenmasten   | : <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein | <b>S</b> |

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

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

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

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

## 5 Kriterien zu den Mitarbeitern

### 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%, auch kaufm. Mitarbeiter (s. Erläuterungen) | : _____   | <b>P</b> |

## 6 Kriterien zu den Leistungen des Unternehmens

### 6.1 Erreichbarkeit

- |  |                               |          |
|--|-------------------------------|----------|
| 1. Die regelmäßigen Öffnungszeiten des Unternehmens betragen wöchentlich mindestens 32 Std., sie werden aktuell kommuniziert und sind in der Saison sichtbar abgebildet: | : <input type="checkbox"/> ja | <b>P</b> |
| 2. Das Unternehmen ist außerhalb der Geschäftszeiten durchgehend telefonisch erreichbar, z.B. über Webformulare  | : <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 kundenseitig 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 das Unternehmen 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   | : <input type="checkbox"/> ja | <b>P</b> |

6. Es sind Gerätewaschplatz / Waschvorrichtung vorhanden :  ja  nein **S**
7. Sofern Mähroboter: Die Werkstatt verfügt über einen eigenen Bereich  ja  nein **F**
8. Sofern Akkutechnik: Die Werkstatt verfügt über einen eigenen Bereich „Akkutechnik“  ja  nein **F**

#### 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 / Lager (bitte Nachweis über Fotos bzw. Kopien)

1. Es werden Sonderkraftstoffe angeboten :  ja **P**
2. Altgeräte werden 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  ja  nein **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**
12. Eine Gebäude- / Inhaltsversicherung ist vorhanden  ja  nein **F**
13. Eventuelle Akku-Geräte oder Akkus sind sicherheitstechnisch relevant gelagert  ja  nein **F**

### 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 :  ja  nein **S**
- 2. Das Unternehmen akzeptiert bargeldlose Zahlung :  ja  nein **F**
- 3. Das Unternehmen bietet Vorführ- bzw. Testmöglichkeit vor Ort an :  ja **P**
- 4. Das Unternehmen bietet bestimmte Zugaben beim Kauf an, z.B. Gutscheine für Inspektionen, fixer Inspektionspreis etc., Umtausch in bestimmten Fristen :  ja  nein **S**

## 7 Kriterien zur Erfassung von Kunden- / Maschinendaten

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

## 8 Kriterien zu den Vertriebskanälen und deren Pflege (Nachweis Kopien)

- 1. a) Das Unternehmen verfügt über eine eigene, ansprechend gestaltete Homepage, die regelmäßig gepflegt wird: www.\_\_\_\_\_ :  ja **P**
- b) Das Unternehmen pflegt seine Daten (insbes. Kontakt, Öffnungszeiten, etc.) regelmäßig bei google business :  ja  nein **F**
- c) Das Unternehmen verfügt über eine eigene, ansprechend genutzte social media-Kanäle :  ja  nein **F**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2. Das Unternehmen führt Kundenveranstaltungen (z.B. Tag der offenen Tür, Messebeteiligung, Kundenreisen, Kundenseminare, Ausstellungseteiligungen, Gewerbeschauen, etc.) durch. Anzahl der Kundenveranstaltungen im letzten Jahr: \_\_\_\_\_ :  ja  nein **F**
3. Das Unternehmen führt regelmäßig regionale Werbemaßnahmen (z.B. Zeitungsanzeigen, Katalogversand, Regionalradio oder –TV, Plakate, Buswerbung, Vereinswerbung, Postwurfsendungen, etc.) durch. Anzahl der regionalen Werbemaßnahmen im letzten Jahr: \_\_\_\_\_ :  ja  nein **F**
4. Das Unternehmen fährt über seine social media-Kanäle eigene Aktionen  ja  nein **F**
5. Das Unternehmen verfügt über und arbeitet mit einem Webshop  ja  nein **S**

## 9 Kriterien zur **Garantie / Garantieabwicklung**

1. Das Unternehmen stellt sicher, dass die Garantieantragstellung beim Lieferanten innerhalb von 14 Tagen erfolgt :  ja **P**
2. Das Unternehmen bietet zur zusätzlichen Bindung seiner Kunden eine „Wertgarantie“ oder Analoges an :  ja  nein **S**

## 10 Kriterien zur **Qualifikation** (bitte Nachweis über Fotos/Kopien)

1. Das Unternehmen ist in die Handwerksrolle eingetragen (s. Erläuterungen) :  ja  nein **F**
2. Das Unternehmen ist ein Ausbildungsbetrieb nach  
a) Handwerkskammer :  ja  nein **S**  
b) Industrie- & Handelskammer :  ja  nein
3. Wenn das Unternehmen Elektrogeräte (z.B. Elektrorasenmäher) vertreibt, verfügt es über eine Elektrofachkraft für Motorgeräte und Reinigungstechnik (s. Erläuterungen) nach bundesweit einheitlichem Schulungssystem nach BuFa-MOT oder einem solchen mit analoger Struktur, Umfang und Inhalt :  ja **P**
4. Das Unternehmen hat seine Elektro-Fachkraft für Motorgeräte und Reinigungstechnik „bestellt“ (s. Erläuterungen) oder der Unternehmer ist einzige Elektro-Fachkraft im Unternehmen oder extern vergeben :  ja oder  ja oder  ja **P**
5. Für den Fall, dass Mitarbeitende Arbeiten an elektrischen Aufsitzmähern oder anderen mobilen Arbeitsmaschinen mit Hochvoltssystemen (Spannungen über 60 V DC bzw. 30 V AC) im Sinne der DGUV-Information 209-093 ausführen, verfügen diese über die notwendige Qualifikation zur „Fachkundigen Person Hochvolt“ in der Land- und Baumaschinentechnik auf der Stufe 3S  ja  nein **F**

## 11 Kriterien zur **Wirtschaftlichkeit** (s. Erläuterungen)

1. Das Unternehmen analysiert und optimiert regelmäßig seine Bestände und Lager :  ja  nein **S**

2. Die Steuerung des Unternehmens erfolgt über eine IT-basierte Kennzahlenanalyse wesentlicher Leistungsfaktoren (z.B. Verkaufszahlen nach Produktgruppen, Jahresvergleiche, etc., Beispiele):  ja  nein **S**
- 
3. Das Unternehmen kalkuliert mindestens einmal jährlich seinen durchschnittlichen Stundenverrechnungssatz (s. Erläuterungen):  trifft zu **P**
4. Das Unternehmen kalkuliert regelmäßig, mindestens jährlich, seine Vertriebskosten für Neugeräte:  ja  nein **S**

## 12 Kriterien zur Arbeitssicherheit

1. Das Unternehmen verfügt über einen Sachkundigen für Arbeitssicherheit oder vergleichbare externe Regelung:  ja  nein **S**
2. Das Unternehmen führt Buch über die Sicherheitsrelevanten Arbeitsmittel und Stoffe und hält entsprechende Sicherheitsdatenblätter und Schutzausrüstung vor:  ja  nein **S**
3. Das Unternehmen verfügt über betriebs-individuelle Gefährdungsbeurteilungen:  ja  nein **S**
4. Das Unternehmen führt regelmäßig Mitarbeiterunterweisungen durch und dokumentiert diese:  ja  nein **S**

## 13 Sonstige Kriterien

1. Mitarbeiterführung und -management: Bitte beschreiben Sie Ihre diesbezüglichen Aktivitäten (Stichworte). **S**
2. Mitarbeitergewinnung / Nachwuchs-Arbeit: Bitte beschreiben Sie Ihre diesbezüglichen Aktivitäten (Stichworte). **S**
3. Nachfolgeregelung rechtzeitig beginnen: Bitte beschreiben Sie Ihre diesbezüglichen Aktivitäten (Stichworte). **S**

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	
	Sofern Mähroboter: Foto eigener Bereich Mähroboter	F	
	Sofern Akkutechnik: Foto eigener Bereich Akkutechnik	F	
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
	Nachweis Altgeräteannahme und -entsorgung	P
	Kopie Zertifikat Entsorger (Altöl / Betriebsstoffe)	P
	Foto Gefahrstofflager	P
	Foto Dokumentation Gefahrstoffe	P
	Foto Altbatterieannahme	P
	Fotos Batterielager: neue / gebrauchte Lithium-Ionen- / Bleibatterien	F
	Kopie Umweltschutzversicherungsschein	S
	Foto Schallschutzraum	S
	Foto Gerätewaschplatz mit Ölabscheider	S
	Foto Absaugvorrichtung Abgase	S
	Kopie Gebäude- / Inhaltsversicherung	F
	Foto sicherheitstechnische Lagerung eventueller Akku-Geräte oder Akkus	F
6.6	Muster Newsletter / Kopien/Ausdruck Kundenmails / Muster Kundenzeitschrift	F
	Muster UVV-Prüfungen	S
	Muster Inspektionserinnerung an Kunden	F
	Muster Wartungsvertrag	S
6.7	Kopie Finanzierungs- / Leasingangebot	S
	Foto Kartenlesegeräte / CC-Terminal (bargeldlose Zahlung)	F
	Nachweis Testmöglichkeiten Geräte	P
	Beispiel für Zugaben-Angebote, bspw. Händlergarantie, Gutscheine o.ä.	S
7.1	Bsp. für Kundendatenerfassung (Datenschutz!)	P
7.3	Bsp. für Maschinendatenerfassung nach Verkauf	P
7.4	Bsp. zu Maschinendaten Wartung / Inspektion	F
7.5	Bsp. online-Verbindung (Maschinen)	S
8	Screenshot Webseite mit Namenserkennung	P
	Screenshot von google business der Unternehmensdaten (Kontakt, Öffnungszeiten)	F
	Screenshot der vom Unternehmen genutzten social media Kanäle	F
	Kopie Kundeneinladung zu Kundenveranstaltungen	F
	Kopie/Foto regionale Werbemaßnahme	F
	Screenshot / Foto eigener Aktion des Unternehmens über seine social media – Kanäle	F
	Screenshot des eigenen Webshops	S
9	Bsp. Garantierantrag (mit Schadens- und Antragsdatum)	P
	Bsp. Wertgarantie oder Analoges	S
10	Kopie Handwerkskarte / Nachweis Handwerksrolleneintrag	F
	Nachweis Ausbildungsbetrieb	S
	Kopie letzte Schulungsteilnahme Elektrofachkraft / letztes Nachschulungszertifikat	P
	Kopie Bestellung E-Fachkraft	P
	Kopie Bestellung „Fachkundige Person Hochvolt“	F
11.3	Kalkulation Verrechnungssatz	P

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

QMF-Geschäftsstelle:

Alfredstraße 102  
45131 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. - Alfredstraße 102 - 45131 Essen

Anlage  
zum **QMF-Fragebogen (Stand 01/2025)**

Januar 2025

## 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 Dienstleistungen (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, auch kaufmännische Mitarbeiter) 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 oder Einrichtung für Übernachtlieferungen 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 für Motorgeräte und Reinigungstechnik 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 für Motorgeräte und Reinigungstechnik bestellt“**

Dazu folgende Erläuterung:

Wenn der Unternehmer nicht selbst Elektro-FK für Motorgeräte und Reinigungstechnik 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 10.5 **Qualifikation**

Dort heißt es: **„Für den Fall, dass Mitarbeitende Arbeiten an elektrischen Aufsitzmähern oder anderen mobilen Arbeitsmaschinen mit Hochvolt-systemen (Spannungen über 60 V DC bzw. 30 V AC) im Sinne der DGUV-Information 209-093 ausführen, verfügen diese über die notwendige Qualifikation zur „Fachkundigen Person Hochvolt“ in der Land- und Baumaschinentechnik auf der Stufe 3S.“**

Dazu folgende Erläuterung:

Elektrische Aufsitzmäher oder andere Fahrzeuge der Land- und Baumaschinentechnik bzw. mobile Arbeitsmaschinen mit Hochvoltssystemen werden mehr und mehr Thema für die Werkstätten. Unternehmer, deren Mitarbeitende an derartigen Systemen arbeiten, sind gesetzlich verpflichtet, für die notwendige Qualifikation ihres Personals für die auszuführenden Arbeiten zu sorgen und sind verantwortlich für das sichere Arbeiten an Hochvolt (HV)-Fahrzeugen. Für Tätigkeiten an HV-Systemen in der Land- und Baumaschinentechnik in einem Spannungsbereich von  $\geq 30$  Volt bis 1000 Volt Wechselspannung (AC) oder  $\geq 60$  Volt bis 1500 Volt Gleichspannung (DC) benötigen die Servicewerkstätten qualifizierte Fachkundige Personen Hochvolt auch für Arbeiten an unter Spannung stehenden Systemen.

Akkubetriebene Maschinen und Geräte wie z.B. Rasenmährtraktoren oder Golfplatzpflegemaschinen mit über 60 V DC bzw. 30 V AC weisen häufig ähnliche Gefährdungspotenziale wie Hochvoltfahrzeuge auf und verfügen über vergleichbare Sicherheitseinrichtungen (Interlock, Pilotlinie etc). Insofern muss das Personal für Arbeiten an den Maschinen entsprechend der DGUV 209-093 als „Fachkundige Person Hochvolt in der Land- und Baumaschinentechnik“ auf der Stufe 3S nach dem Fortbildungsstandard des LandBauTechnik-Bundesverbands qualifiziert sein.

### zu 11.2 **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 11.3 **Wirtschaftlichkeit**

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

Dazu folgende Erläuterung:

QMF ist wichtig, dass ein Zukunfts-ausgerichteter Fachbetrieb sich betriebswirtschaftlich verhält. Dazu gehört auch die Kalkulation des Durchschnitts-Stunden-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.