

QMF-Geschäftsstelle:

Ruhrallee 80
45136 Essen

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

Mail: info@qmf.de
Web: www.qmf.de

QMF e.V. - Ruhrallee 80 - 45136 Essen

Anlage
zum **QMF-Fragebogen (Stand 2020)**

Januar 2020

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.

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 11.2 Sonstiges

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 (Bsp. Neu- / Stammkunden), gern aber auch betriebswirtschaftliche Entwicklungskennziffern.

zu 11.3 Sonstiges

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 zwingen, Ihre Kalkulation offenzulegen.