

CHEFSACHE



QMF[®]

Qualifizierter Motorgeräte-Fachhandel

- Qualifizierungsleitfaden zur Zukunftssicherung für Fachbetriebe
- von Händlern für Händler

Nehmen Sie sich 60 Minuten Zeit für Ihre Zukunft!

QMF-Geschäftsstellen:

Bundes-Fachgruppe
MOTORGERÄTE in der H.A.G.
– BuFa-MOT –
Ruhrallee 12
45138 Essen

T. +49 (0)201 8 96 24-36
F. +49 (0)201 8 96 24 24

Verband der Motoristen
im ZHH – VdM –
Eichendorffstraße 3
40474 Düsseldorf

T. +49 (0)211 4 70 50 12
F. +49 (0)211 4 70 50 32

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

September 2010

QMF c/o BuFa-MOT in der H.A.G. - Ruhrallee 12 - 45138 Essen

An die
Damen und Herren
Inhaber und Geschäftsführer
der Motorgeräte-Fachbetriebe und Motoristen
in Deutschland

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

QMF ist eine Qualifizierungs- und Marketingmaßnahme für den Motorgeräte-Fachhandel, eine Art „kostenloser Leitfaden“ für die Betriebs-individuelle Schwachstellenanalyse. Und genau darum geht es: Ihre Zukunft sichern – als Betrieb ebenso wie als Vertriebskanal „Fachhandel“ insgesamt. Das geht nur über den Kunden. Dem versprechen wir etwas, etwas, wofür alle Fachhändler stehen: „Hier finden Sie Qualität! In Produkten, Beratung und Service.

Mit dem anhängenden Fragebogen halten Sie diesen Leitfaden - eine kostenlose Unternehmensberatung - entwickelt von Kollegen für Kollegen, getragen von den Fachhandelsverbänden und unterstützt von der Motorgeräte-Industrie. Ohne, dass man irgendwo Mitglied sein müsste.

QMF bedeutet auch einen zusätzlichen Nutzen für Sie: Ordentlich vermarktet, steigt die Zahl der Kunden und deren Umsatz um ein Vielfaches; Ihre Bank findet Ihre Zukunft-Initiative QMF sicherlich top! Und das alles für verhältnismäßig wenig Aufwand. Sagen die bisherigen QMF-Absolvente: Heute sind bereits über 40 Kollegen auditiert, über 100 sind in der Pipeline. Die wissen, warum...

Den Fragebogen haben wir zuletzt 04/2009 überarbeitet, er ist nun kürzer, übersichtlicher, besser zu händeln; mit Änderung unserer Webseite waren 09/2010 redaktionelle Anpassungen notwendig geworden. Einige Fragen muss man nur abhaken, zu anderen Belege beibringen oder auch mal etwas begründen. Im Anschluss an den Fragebogen finden Sie eine Checkliste, welche Unterlagen dem Antrag auf Auditierung beigelegt werden müssen bzw. sollen. Außerdem finden Sie im Anhang Erläuterungen zu einzelnen Fragen.

Im Grunde ist es ganz einfach: Können Sie die meisten Fragen mit ‚Ja‘ beantworten, ist Ihr Unternehmen für die Zukunft gut aufgestellt. Und das können Sie sich dann von einem externen und neutralen Auditor bescheinigen lassen. Komplette vertraulich natürlich: Kein Kollege sieht Ihre Bewertung. Die Fragen sind dabei unterschiedlich gewichtet – das erkennen Sie an den Buchstaben rechts daneben:



P steht für **Pflicht**,

d. h. dieses Element muss für den Betrieb vorhanden sein.



F steht für **Pflicht mit Frist**,

d. h. innerhalb eines gewissen Zeitraumes (meist ein Jahr) muss dieses Element erfüllt werden.



S steht für **Soll**,

d.h. dieses Element sollte irgendwann einmal erfüllt werden, damit Sie Ihren Betrieb weiter entwickeln und mit der Zeit gehen.

Sollten Sie darüber hinaus Hilfe benötigen, können Sie sich wenden an:

Ulrich Beckschulte c/o Bundes-Fachgruppe Motorgeräte (BuFa-MOT)

☎ 0201-8962422; E-Mail: beckschulte@qmf.de

oder

Elmo Keller c/o Verband der Motoristen (VdM)

☎ 0211-4705012; E-Mail: keller@qmf.de

Einen beispielhaft ausgefüllten Fragebogen mit komplettem Dokumentensatz finden Sie auch auf unserer QMF-homepage www.qmf.de, dort rechts unter „News“ – Fragebogen mit Musterantworten.

Wie starten? – Was machen? – wo geht's los?:

Zum Auditierungsverfahren

Wenn Sie sich von unserem neutralen, dabei fachlich versierten Auditor bescheinigen lassen wollen, dass Sie ein qualifizierter Motorgerätefachbetrieb sind, so schicken Sie den ausgefüllten Fragebogen an die:

AGM Zert,
Im Tiergarten 53
58708 Menden
☎ 02373 / 390778
Telefax : 02373 / 390779

Die Kollegen schicken Ihnen dann den Audit-Vertrag zu, kontaktieren Sie und bearbeiten Ihren Fragebogen, sobald Sie den Audit-Vertrag abgezeichnet haben. Sie erhalten das Auswertungsergebnis mitgeteilt. Innerhalb von drei Monaten wird der Auditor Ihr Unternehmen dann vor Ort aufsuchen und in einem etwa 2-stündigen Besuch überprüfen, ob Ihre Angaben zutreffen. Diese Besuche sind durchaus hilfreich, der Auditor hat aufgrund seiner über 100 Audits bereits einige Branchenerfahrung und viele gute Tipps. Ist alles in Ordnung, erhalten Sie innerhalb von zwei Wochen Ihr Zertifikat als Qualifizierter Motorgeräte-Fachbetrieb.

Zur Kostenseite

Ganz kostenlos geht das natürlich nicht, wenn bei der Kosten-Nutzen-Analyse auch der Nutzen deutlich überwiegt. Sie schließen mit der AGM Zert einen 3-Jahres Vertrag ab. Die Erstauditierung kostet € 800,- (Jahr 1). In den zwei Folgejahren folgt nur eine schriftliche Auditierungsergänzung (Überprüfung) ohne Pflichtbesuch, daher fallen dann jeweils auch nur € 250,- an. Es kann allerdings passieren, da 5% der auditierten Betriebe nochmals überprüft werden (Stichprobenbesuche nach Zufallsgenerator), dass der Auditor bei Ihnen vorbei kommt. Zusätzliche Kosten fallen dafür nicht an.

Anbei also Fragebogen mit Checkliste und einigen Erläuterungen.

Bei Fragen rufen Sie uns an,
ansonsten wünschen wir viel Erfolg

Mit freundlichen Grüßen

QMF – die Qualifizierungsoffensive für Motorgeräte-Fachhändler



Ulrich Beckschulte
Geschäftsführer BuFa-MOT



Elmo Keller
Geschäftsführer VdM

Anlagen:

QMF-Fragebogen
QMF-Checkliste
Erläuterungen

1 Adressdaten

Name
des Unternehmens _____

Rechtsform
des Unternehmens _____

Straße _____

PLZ / Ort _____

Telefon _____

Telefax _____

Email _____

Homepage _____

Ansprechpartner _____

Telefon _____

Telefax _____

Email _____

Anmerkung:

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

P = Pflicht-Kriterium, schließt die Vergabe des Gütesiegels aus

F = Pflicht-Kriterium, bei Nichterfüllen mit Frist für Umsetzung

S = Soll-Kriterium

QMF ist eine Händlerinitiative.

QMF dient der betrieblichen Selbstanalyse und Verbesserung im Motorgeräte-Fachhandel.

QMF ist ein Versprechen an die Kunden: „**Hier finden Sie Qualität**“; dieses Versprechen wird anhand Ihrer Angaben und Unterlagen neutral und vertraulich überprüft.

2 Unternehmensdaten

2.1 Mitarbeiter

Anzahl Mitarbeiter : _____

davon sind wie viele Ak (Arbeitskräfte) tätig in den Bereichen:

- | | | | | | |
|--------------|---|-------|----------------------------|---|-------|
| • Verwaltung | : | _____ | • Werkstatt / Kundendienst | : | _____ |
| • Verkauf | : | _____ | • Auszubildende | : | _____ |
| • Einkauf | : | _____ | • Sonstiges | : | _____ |

2.2 Grundstück, Gebäude, etc. (bitte Nachweis über Skizze mit allen Elementen)

	Flächen in m ²	innen	aussen	gesamt
Grundfläche	:	_____	_____	_____
Ausstellungs-/Verkaufsfläche	:	_____	_____	_____
Lagerfläche	:	_____	_____	_____
Werkstattfläche	:	_____	_____	_____

Eigene Werkstatt im Betrieb : Ja Nein eigene Werkstatt ausgegliedert : Ja Nein

2.3 Sortiment an Maschinen und Geräten

		Namen der Marken	
Forst- u. / o. Gartentechnik	: <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	_____	P
Wassertechnik	: <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	_____	S
Reinigungstechnik	: <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	_____	S
Kommunaltechnik	: <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	_____	S

3 Erscheinungsbild des Unternehmens

3.1 Äußeres Erscheinungsbild (bitte Nachweis über Photos)

Der Unternehmensname ist eindeutig zu erkennen : Ja Nein P

Das Unternehmensgebäude verfügt über Schaufenster zum Verkaufsraum.
Wenn nein, Grund / altern. Lösung: _____ : Ja Nein P
(s. Erläuterungen)

Gekennzeichnete Kundenparkplätze sind vorhanden, Anzahl: _____ : Ja Nein P

Firmengebäude / Außenbereiche machen ordentlichen und gepflegten Eindruck : Ja Nein P

Anfahrtswege sind mit Wegweisern ausgeschildert (s. Erläuterungen).
Wenn nein, Grund / altern. Lösung: _____ : Ja Nein F

Informationstafeln im Außenbereich stellen Dienstleistungsangebot dar : Ja Nein F

Maschinen und Geräte sind im Außenbereich präsentiert : Ja Nein S

Werbeschildern oder Bannern ausgewählter Lieferanten im Außenbereich : Ja Nein S

Das Unternehmen verfügt über Fahnenmasten : Ja Nein S

3.2 Erscheinungsbild der Verkaufsräume (bitte Nachweis über Photos)

Die Verkaufsfläche beträgt $\geq 100 \text{ m}^2$, nämlich _____ m^2 : Ja Nein P

Ein angemessener Teil des Produktspektrums an Maschinen und Geräten wird in den Verkaufsräumlichkeiten sauber, vollständig montiert und entsprechend ausgezeichnet präsentiert : Ja Nein P

Die Verkaufsräume verfügen über einen Kundenbereich mit

- Kundentoilette mit Handwaschbecken : Ja Nein P
- Getränkeangebot (kalt / warm) : Ja Nein S
- Spielecke : Ja Nein S
- Sitzecke : Ja Nein S

Die Verkaufsräume sind durch ein Leitsystem/Wegweiser (u.a. Produktgruppen, Reparaturannahme, Ersatzteile, Kasse, Kundentoilette) klar und eindeutig gekennzeichnet (s. Erläuterungen) : Ja Nein F

Der Verkaufsraum macht einen sauberen Eindruck : Ja Nein S

Auf seine Kerndienstleistungen weist das Unternehmen in den Verkaufsräumlichkeiten über Informationstafeln hin : Ja Nein S

4 Corporate Identity / Eigendarstellung (bitte Nachweis über Photos)

Die Auslieferungs- und Werkstattfahrzeuge sind einheitlich lackiert / beschriftet : Ja Nein P

Die Mitarbeiter verfügen über einheitliche Arbeitskleidung (s. Erläuterungen) : Ja Nein F

Alle Mitarbeiter tragen ein Namensschild : Ja Nein F

Die einheitliche Unternehmensdarstellung ist durchgängig (s. Erläuterungen) : Ja Nein S

Unternehmen, Produktsortiment und angebotene Dienstleistungen werden in einer Firmenbroschüre dargestellt : Ja Nein S

Unternehmensleitsätze sind vorhanden (s. Erläuterungen) : Ja Nein S

5 Mitarbeiter

5.1 Entscheidungsbefugnisse

Die Entscheidungsbefugnisse der Mitarbeiter im Verkauf sind geregelt bezüglich

- der Preisfindung : Ja Nein S
- zu gewährenden Zugaben : Ja Nein S

5.2 Weiterbildung

Anzahl der in den letzten zwei Jahren aufgewendeten Schulungstage : _____ P

Anzahl der in den letzten zwei Jahren geschulten Mitarbeiter : _____ P

6 Leistungen des Unternehmens

6.1 Erreichbarkeit

Die Kernöffnungszeiten des Unternehmens sind in der Saison

- montags bis freitags : _____ bis _____ Uhr P
- samstags : _____ bis _____ Uhr P

Das Unternehmen ist außerhalb der Geschäftszeiten durchgehend telefonisch erreichbar z.B. Anrufbeantworter : Ja Nein P

6.2 Reparaturen / Wartung (bitte Nachweis über Photos, Beispiele)

Sofern gewünscht bietet es bei Reparaturen oder Garantiefällen Ersatzgeräte : Ja Nein P

Sofern gewünscht bietet es bei Reparaturen Hol- und Bringservice : Ja Nein P

Das Unternehmen hat einen gesonderten Bereich „Reparaturannahme“ (s. Erläuterungen) : Ja Nein S

Sofern gewünscht erstellt es bei der Reparaturannahme Kostenvoranschläge : Ja Nein S

6.3 Ausstattung der Werkstatt

Die Werkstatt verfügt über Hebebühne(n) : Ja Nein P

Die Werkstatt verfügt über Werkbänke : Ja Nein P

Das erforderliche Werkzeug für Reparatur und Wartung des angebotenen Produktsortiments ist vorhanden : Ja Nein P

Die notwendigen Mess- und Prüfgeräte sind verfügbar : Ja Nein P

Eine Online-Anbindung in der Werkstatt ist vorhanden : Ja Nein F

Es ist einen Gerätewaschplatz vorhanden : Ja Nein S

6.4 Ersatzteilversorgung / Lager (bitte Nachweis über Photos)

Über eine entsprechende Beschaffungslogistik wird die schnelle Verfügbarkeit von Ersatzteilen sichergestellt : Ja Nein P

Online-Verbindung zu Lieferanten für Bestellungen ist vorhanden : Ja Nein P

Ein Nachtdepot ist vorhanden : Ja Nein F

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

Es werden Sonderkraftstoffe angeboten : Ja Nein P

Altgeräte werden bei Bedarf entsorgt : Ja Nein S

- Die fachgerechte Entsorgung von Altöl und Betriebsstoffen wird gewährleistet : Ja Nein S
- Gefahrstoffe werden umweltgerecht gelagert : Ja Nein S
- Eine Dokumentation der verwendeten Gefahrstoffen ist vorhanden und aktuell : Ja Nein S
- Alt-Batterien werden zurückgenommen : Ja Nein S
- Mögliche Umweltschäden werden von einer Versicherung abgedeckt : Ja Nein S
- Für Maschinentests steht ein Schallschutzraum zur Verfügung : Ja Nein S
- Der Geräthewaschplatz verfügt über einen Öl- und Benzinabscheider : Ja Nein S
- Die Werkstatt verfügt über eine Absaugvorrichtung für Abgase : Ja Nein S

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

- Es werden regelmäßig Newsletter (Papier) veröffentlicht, Anzahl pro Jahr: ____ : Ja Nein S
- Die Kunden werden regelmäßig über Mailings per Mail informiert, pro Jahr: ____ : Ja Nein S
- Das Unternehmen gibt eine Kundenzeitschrift heraus, pro Jahr: _____ : Ja Nein S
- Es verschickt an Kunden Glückwünsche zum Geburtstag : Ja Nein S
- Es verschickt schriftliche Erinnerung der Kunden zu Inspektionsterminen : Ja Nein S

6.7 Sonstiges (bitte Nachweis über Photos/Kopien)

- Es bietet Finanzierungs- / Leasingmöglichkeiten an. Welche: _____ : Ja Nein P
- Es bietet Vorführ- bzw. Testmöglichkeit des betreffenden Gerätes vor Ort an : Ja Nein P
- Das Unternehmen bietet Wartungsverträge für die im Sortiment befindlichen Maschinen : Ja Nein S
- Es bietet bestimmte Zusatznutzen beim Kauf an, z.B. Gutscheine für Inspektionen, fixer Inspektionspreis etc., welche: _____ : Ja Nein S

7 Erfassung von Kunden- / Maschinendaten

Folgende Daten zu Kunden werden grundsätzlich erfasst:

- Adress- und Kommunikationsdaten : Ja Nein P
- Daten zu den verkauften Maschinen und Geräten : Ja Nein P
- Daten zu den Maschinen und Geräten, für die Wartungs-/Reparaturarbeiten durchgeführt werden : Ja Nein S
- Daten über durchgeführte Wartungs-/Reparaturarbeiten an Maschinen und Geräten der Kunden : Ja Nein S
- Dokumentation von Servicearbeiten : Ja Nein S

8 Kundenveranstaltungen / Regionalmessen / Werbung (Nachweis Kopien)

Das Unternehmen verfügt über eine eigene, ansprechend gestaltete Homepage, die regelmäßig gepflegt wird : Ja Nein P

Homepage : www. _____

Das Unternehmen führt Kundenveranstaltungen (z.B. Tag der offenen Tür, Messebeteiligung, Kundenreisen, etc.) durch. : Ja Nein F
Anzahl der Kundenveranstaltungen im letzten Jahr: _____

Das Unternehmen führt regelmäßig regionale Werbemaßnahmen (z.B. Zeitungswerbung, Katalogversand) durch. : Ja Nein S
Anzahl der regionalen Werbemaßnahmen im letzten Jahr: _____

9 Garantie / Garantieabwicklung

Das Unternehmen stellt sicher, dass die Garantierantragstellung beim Lieferanten innerhalb von 14 Tagen erfolgt : Ja Nein P

Das Unternehmen bietet beim Erwerb eines neuen Artikels die Möglichkeit an, einer Zusatzgarantie abzuschließen : Ja Nein S

10 Sonstiges

Das Unternehmen bietet keine aktuelle Neuware über Online-Versteigerungsplattformen an : Ja Nein P

Es bedient sich beim Vertrieb seiner aktuellen Produktsortimente nicht der Vertriebsform „Versandhandel“ : Ja Nein P

Die Steuerung des Unternehmens erfolgt über eine EDV-basierte Kennzahlenanalyse wesentlicher Leistungsfaktoren : Ja Nein S

10.1 Qualifikation (bitte Nachweis über Photos/Kopien)

Das Unternehmen ist in die Handwerksrolle eingetragen (s. Erläuterungen) : Ja Nein F

Das Unternehmen vertreibt Elektrogeräte (z.B. Elektrorasenmäher) und verfügt über eine Elektrofachkraft (s. Erläuterungen) : Ja Nein P

Ort / Datum

Unterschrift Bearbeiter

Anmerkung:

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	Ja	Nein
2.2	Grundstücksskizze (Grundfläche, Ausstellung ,Werkstatt, Lager, Kundenparkplätze)		
2.4	Photo Wegweiser Photo Unternehmensname Photo Kundenparkplätze Photo Firmengelände von außen Photo Maschinenpräsentation im Außenbereich Photo Informationstafel außen Photo Werbeschilder / Banner im Außenbereich Photo Schaufenster Photo Fahnenmast		
2.5	Photos Laden innen Photos Leitsystem Photo Informationstafel Dienstleistung innen Photo Sitzecke Photo Getränkeangebot Photo Spielecke Photo Kundentoilette		
3	Photo einheitliche Unternehmensdarstellung Photo Mitarbeiterkleidung mit Namensschild Photo Firmenfahrzeug(e) Beispiel Firmenbroschüre Foto o.ä. von Unternehmensleitsätzen		
4	Kopien Schulungsurkunden aller Maßnahmen		
5.2	Photo Reparaturannahme Kopie Bsp. für Kostenvoranschlag Ersatzgeräte – Kopie Lieferschein		
5.4	Photo Nachtdepot		
5.5	Kopie Zertifikat Entsorger Photo Gefahrstofflager Photo Altbatterielager Kopie Umweltschutzversicherungsschein Photo Schallschutzraum		
5.6	Muster Newsletter Kopien/Ausdruck Kundenmails Muster Kundenzeitschrift Kopie Glückwunschkarte Kopie Inspektionsanschreiben		
5.7	Kopie Wartungsvertrag Beispiel für Zusatznutzen-Angebote, bspw. Händlergarantie Beispiel Finanzierungsangebot		
8	Kopie Kundeneinladung Kopie Werbemaßnahme		
9.1	Kopie Handwerkskarte / Nachweis Handwerksrolleneintrag Kopie letzte Schulungsteilnahme Elektrofachkraft / letztes Nachschulungszertifikat		

QMF c/o BuFa-MOT in der H.A.G. - Ruhrallee 12 - 45138 Essen

Anlage zum QMF-Fragebogen

Erläuterungen zu einzelnen Fragen:

zu 3.1. Äußeres Erscheinungsbild des Unternehmens

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

Dazu folgende Erläuterung:

Die Vergangenheit hat gezeigt, dass sehr häufig die Stadtverwaltungen Ausschreibungen 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, genügt uns ein kurzer Hinweis und das Ablehnungsschreiben der Stadt bzw. Ortsgemeinde.

zu 3.1. Äußeres Erscheinungsbild des Unternehmens

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 3.2. Erscheinungsbild der 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 4.1. 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. Wir wollen, dass Sie Ihre gesamte Firmenoptik vereinheitlichen: Vom Briefkopf über Visitenkarten, Außendarstellung, Innenbild, Autos, Internetseiten, etc. Fangen Sie vorne an, noch ist es ein S-Kriterium.

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 Identifizier-

QMF-Geschäftsstellen:

Bundes-Fachgruppe
MOTORGERÄTE in der H.A.G.
– BuFa-MOT –
Ruhrallee 12
45138 Essen

T. +49 (0)201 8 96 24-36
F. +49 (0)201 8 96 24 24

Verband der Motoristen
im ZHH – VdM –
Eichendorffstraße 3
40474 Düsseldorf

T. +49 (0)211 4 70 50 12
F. +49 (0)211 4 70 50 32

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

barkeit 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 4.6. 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, jeweils rechts unten unter „QMF-Händler (werden)“, dort Anlage „Beispiele Unternehmensleitsätze“ oder rechts unter „news“, dort als Anlage unter „QMF-Fragebogen mit Musterantworten“.

zu 6.2. 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 6.6. Leistungen des Unternehmens

Hier geht es um die Kundenbindung über (neu-deutsch:) After Sales.

Dazu folgende Erläuterung:

Der Kunde ist nur 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. Derzeit sind dies alles noch S-Kriterien, aber das wird sich irgendwann ändern.

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 fakisch 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, eine beiliegende Broschüre informiert dazu.

Natürlich sind die Verbände Ihnen beratend behilflich, damit Sie in die Rolle der jeweiligen Handwerkskammer eingetragen werden können.

zu 10.1. Qualifikation

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

Dazu folgende Erläuterung:

Elektrogeräte gehören aus QMF-Sicht einfach zum Portfolio eines Fachbetriebs – nicht, dass wir sie präferierten, aber wenn ich als Komplett-Dienstleister ernst genommen werden will, ist das schon so. 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 verschlafen, 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.