

Die QMF-Auftaktveranstaltung in Hohenroda war gut besucht. Handel und Hersteller wollten sich über die Ziele der Brancheninitiative informieren.



— BUFA MOT / VDM

QMF auf den Weg gebracht

Auf einer gemeinsamen Veranstaltung in Hohenroda haben die beiden Motoristenverbände BuFaMot und VdM jetzt das Branchenqualifizierungskonzept QMF offiziell an den Start gebracht. Der Begriff steht für „Qualifizierter Motorgeräte Fachhandel“ und soll allen Betrieben helfen, sich im zukünftigen Wettbewerb besser zu behaupten.

Das QMF-Zeichen dürfen alle Motoristen und Fachhändler tragen, die einen Forderungskatalog erfüllen, der einen entsprechenden qualifizierten Betrieb definiert. Überprüft werden die Kriterien durch einen unabhängigen Zertifizierer. In diesem Fall ist es die Zertkommerz GmbH, Düsseldorf.

Aktiv unterstützt wird die Ini-



tiative derzeit durch 14 namhafte Lieferanten aus der Branche.

Hintergrund der Brancheninitiative ist ein im Ausland verstärkt festzustellender Trend nach wert- und stückzahlmäßigen Rückgän-

gen des Fachhandels gegenüber der Fläche. Auch in Deutschland hat die GfK diesen Trend festgestellt, wohl mit dem Unterschied, dass die Motoristen ihren hohen 50%-Wertanteil auch gegen die starke Konkurrenz der Märkte in den letzten Jahren halten können.

Neben den Baumärkten als wichtigste Konkurrenten bei Motorgeräten haben sich die

Discounter und der Internetvertrieb als Wettbewerber etabliert. In allen diesen Vertriebswegen wird vor allem mit Billigware aus Fernost operiert, die dem Handel, aber auch der fachhandels-treuen Industrie, das Überleben zusätzlich erschwert.

— Die Ziele

Um in der Zukunft diese Position nicht nur zu halten, sondern im Gegenteil den stück- und wertmäßigen Anteil des Fachhandels in Deutschland sogar noch auszubauen, haben sich Verbände und Fachhandelslieferanten zusammengetan und wollen gemeinsam agieren.

Die Ziele gehen dabei in verschiedene Richtungen. So soll das Verhältnis zwischen Lieferant und Händler verbessert werden. Gleichzeitig sollen die Betriebe ihre inneren Strukturen verbessern und sich gegenüber ihren Kunden als **die** Fachbetriebe präsentieren, die eine besonders hohe Kompetenz im Umgang mit motorisierten Gartengeräten verkörpern. Und letztlich soll mit dem QMF-Zeichen eine Marke entstehen, die beim Verbraucher bekannt ist und dort einen hohen Stellenwert genießt.



Vier von sechs Betrieben, die als erste die QMF-Zertifizierung bestanden haben: Links ein Vertreter von Zertkommerz, dann die Firmen Kersten, Deterding, Ströbel und Reinshagen.



In den Pausen blieb Zeit für interessante Gespräche auf allen Ebenen.

Die Marketing- und Qualifizierungsoffensive soll also sowohl in die Betriebe hinein- als auch aus ihnen herauswirken.

Der zukünftige Erfolg der Motoristen soll also auf eine breite Basis gestellt werden. Sich qualifizieren und bei QMF mitmachen können alle Motoristen und Motorgeräte-Fachbetriebe. Eine Zugehörigkeit zu einem Verband oder zu einer Kooperation ist ausdrücklich nicht nötig.

Wie sieht QMF praktisch aus?

Alle Fachhändler können einen elfseitigen Fragenkatalog bei den Verbänden kostenlos anfordern. Darin sind detailliert die Kriterien aufgelistet, die ein späterer zertifizierter Betrieb zu erfüllen hat. Unterschieden wird nach K-, K 1-, Soll- und O-Kriterien. Die K- oder Killer-Kriterien müssen ausnahmslos erfüllt werden. Die K 1-Kriterien sind Punkte, die möglicherweise zum Zeitpunkt der Zertifizierung noch nicht erfüllt sind. Sie können innerhalb eines Jahres nachinstalliert werden. Bei den Soll-Bestimmungen ist dagegen eine gewisse Flexibilität möglich. Bei ihnen können je Betrieb maximal 65 Punkte erreicht werden. Für die erste Auditierung sind 25 Punkte das Minimum. Später soll diese Punktzahl erhöht werden, „damit die Betriebe vorankommen“. Die O-Kriterien betreffen ausschließlich das Sortiment und haben für die Auditierung keine Bedeutung.

Die Menge der geforderten Kriterien soll den Betrieben u. a. helfen, sich von Garagenbetrieben deutlich abzusetzen.

Ein Auszug aus den Killerkriterien:

- Anerkennung als Elektrofachkraftbetrieb
- Verkaufsfläche größer als 100m²
- Kundentoilette mit Handwaschbecken
- Einheitlich lackierte Auslieferungs- und Werkstattfahrzeuge
- Regelmäßige Mitarbeiterschulungen
- Ersatzgeräte bei Reparaturen
- Hol- und Bringservice
- Mess- und Prüfgeräte in der Werkstatt
- Schnelle Ersatzteilversorgung
- Online-Verbindung zu Lieferanten für Bestellungen
- Angebot von Sonderkraftstoffen
- Vorführ- und Testmöglichkeit für Motorgeräte
- Finanzierung und Leasing wird angeboten
- Erfassung von Kundendaten
- Erfassung von Gerätedaten
- Eigene Homepage
- Garantierantragstellung innerhalb von 14 Tagen beim Lieferanten
- Neuware wird nicht über Online-Versteigerungsplattformen angeboten
- Neuware wird nicht über Versandhandel verkauft.

Die Kosten

Entschließt sich der Einzelbetrieb dann zu einem QMF-Betrieb zu werden, ist mit dem

Zertifizierer ein Dreijahresvertrag abzuschließen. Danach ist der mittels Selbstauskunft ausgefüllte Fragenkatalog einzureichen.

Die Kosten für das erste Audit liegen bei 800 Euro, die beiden Folgejahre schlagen mit je 250 Euro zu Buche. Im vereinbarten Dreijahreszeitraum liegt damit der Durchschnittspreis bei 433 Euro/Jahr. Im Preis enthalten sind ein Zwischenaudit sowie Stichproben vor Ort. Die Auditierung ist alle drei Jahre zu wiederholen, wobei die gleichen Kosten anfallen.

Bis zum 30.04. gelten besondere Konditionen.

Wer die geforderten Kriterien bei der Auditierung nur teilweise erfüllt, kann in bestimmten Zeiträumen für Nachbesserung sorgen, muss aber mit anteiligen Kosten rechnen.

Anschließend überprüft der Zertifizierer die Kriterien vor Ort. Geplant ist dem Auditor einen Kollegen zur Seite zu stellen, der aber in keinsten Weise mit dem Zertifizierten in Konkurrenz stehen soll.

Die Organisation

Die QMF-Organisation soll straff und effektiv sein. Das Leitungs- und Entscheidungsgremium setzt sich aus je einem Vertreter von BuFa-Mot und VdM zusammen, hinzu kommen zwei gewählte Händlervertreter. Außerdem wird es zwei Lieferantenvertreter

geben, die aber kein Stimmrecht besitzen. Das siebte Mitglied ist ein wechselndes Mitglied einer Einkaufskooperation.

Das Leitungsgremium legt die Kriterien sowohl für die Händler als auch für die Lieferanten fest, ist für den Rahmenvertrag mit dem Auditor zuständig und beruft einen Schlichterausschuss.

Alle zwei Jahre sollen die Fortschritte von QMF der breiten Öffentlichkeit präsentiert werden.

Stimmen zertifizierter Betriebe

In Hohenroda wurden bereits die ersten sechs zertifizierten Motoristenbetriebe vorgestellt. Es sind die Firmen Deterding mit drei Filialen, Götz, Horstmann, Kersten, Räder und Ströbel. Gefragt nach ihren Erfahrungen mit der Zertifizierung wurden folgende Antworten gegeben: „Das Verfahren bedeutet erst einmal viel Arbeit, bringt dann aber den gesamten Betrieb voran“ (Ströbel). „Die Beschäftigung mit dem Thema hat allen Beteiligten geholfen“ (Kersten Maschinen). „In kurzer Zeit haben wir mit unseren Mitarbeitern viel geschafft und dabei sehr viel gelernt. Das betraf vor allem die Unternehmensleitlinien. Positiv ausgewirkt hat sich das Ganze auch auf die Motivation der Mitarbeiter.“ (Reinshagen). „Wir sind bereits mit allen Filialen ISO-zertifiziert. QMF ist für uns eine Branchenlösung, die viele Vorteile hat.“ (Deterding).

Lieferanten

Derzeit haben sich 14 Lieferanten zu den QMF-Zielen bekannt und unterstützen sie finanziell. Es sind Agria, Al-Ko, AS-Motor, Dolmar, Echo, Emak, Honda, Kärcher, Sabo, Solo, Stihl, Tielbürger, Toro und Wolf. Sie wollen QMF vor allem in ihre Marketingkonzepte integrieren. Wie, in welcher Form und in welchem Zeitrahmen das geschehen soll, bleibt aber jedem Lieferanten selbst überlassen. Die Einführung besserer Konditionen für zertifizierte Betriebe wurde bereits von verschiedenen Firmen abgelehnt. Letztlich entscheidet darüber jeder Lieferant selber.

In Zukunft soll die Zahl der beteiligten Lieferanten noch erweitert werden. „Denn je mehr teilnehmen, desto besser ist das

für die Ziele der Kampagne“, hieß es sowohl von Verbands- als auch von Lieferantenseite.

Die Initiative kann grundsätzlich jeder Lieferant unterstützen. Es wird aber Wert gelegt auf eine möglichst eindeutige Unterscheidung der Fachhandels-Produktlinien und auf eine klare Festlegung darauf, dass die Stärkung und Sicherung des Vertriebsweges „Fachhandel“ als eindeutiges Unternehmensziel festgelegt ist.

Fazit

QMF ist eine Initiative der beiden Motoristenverbände und derzeit 14 Lieferanten, die in die richtige Richtung geht. Fördern und fordern, damit ließen sich die Zielrichtungen knapp beschreiben. Zum einen soll der

Vertriebsweg „Fachhandel“ für die Zukunft abgesichert und gestärkt werden, zum anderen sollen die Betriebe durch das Zertifizierungsverfahren aber auch selbst ihre Qualität nach außen und innen anheben. Letztlich richtet sich alles auf den Kunden aus, der den Fachhandel als kompetenten Marktteilnehmer und als Branche wahrnehmen soll.

Der Erfolg von QMF wird entscheidend davon abhängen, dass sich in einem überschaubaren Zeitrahmen möglichst viele Motoristen flächendeckend zertifizieren lassen. Nach den umfangreichen Vorarbeiten ist deshalb erst einmal der Handel gefordert.

Mindestens genauso wichtig für den Erfolg wird dann sein, wie die Industrie das QMF-Zeichen

innerhalb ihrer Markenkampagnen heraushebt und dafür wirbt. Die Kriterien für die Industrie sind doch recht schwammig und lassen jedem fast alles offen. Hier besteht für die Zukunft sicher Nachbesserungs- und Abstimmungsbedarf.

Der umfangreiche Forde- rungskatalog und das damit verbundene Zertifizierungsverfahren bedarf noch viel Aufklärungsarbeit in Richtung Handel. Kurzfristige Verkaufserfolge darf der Handel nicht erwarten, ebenso eine konditionelle Besserstellung von QMF-Betrieben. Er ist gut beraten, die QMF-Zertifizierungskosten als gut angelegte Investition in die eigene Zukunft, aber auch der Gesamtbranche anzusehen.