



JETZT NEU:

This graphic has a yellow gradient background. At the top, there are five yellow stars. Below them, the text "Friseurklassifizierung Deutschland©" is written in a black sans-serif font. On the left side, there is a stylized wave in the colors of the German flag. At the bottom left, there is a circular logo with the year "2022" and numbers around the perimeter. At the bottom right, there is a green star logo with the text "Stem FÜR DIE UMWELT" and a green arrow pointing to it.

DER GRÜNE STERN!



Der Kriterienkatalog





Wenn Sie Fragen oder Anregungen haben,
schreiben Sie uns eine E-Mail:

info@friseurklassifizierung-deutschland.de

oder rufen Sie uns einfach an:

0221 944067-13

Inhalt

FAQ – häufig gestellte Fragen	4/5
Allgemeine Daten	6
Der Kriterienkatalog	
1. Salon + Ambiente	7
2. Unternehmen, Konzept und Qualitätsstandards	8
3. Aus-, Fort- und Weiterbildung	9
4. Mode-/fachliche Informationen	12
5. Serviceangebot	13
6. Zusätzliche Dienstleistungsangebote	14
7. Öffnungszeiten	15
8. Kommunikation	15
9. Der grüne Stern	16
Erläuterungen zu den Kriterien	18/19

FAQ – Häufig gestellte Fragen

Wie geht das? Ich möchte mich zum ersten Mal klassifizieren lassen.

Das A und O ist dieser Kriterienkatalog.

1. Diesen bitte ausfüllen, egal ob analog oder digital und an uns zurücksenden.
2. Das Ergebnis teilen wir Ihnen schriftlich mit und Sie entscheiden, ob Sie an der Klassifizierung teilnehmen möchten.
3. Wenn ja, dann schicken Sie uns den unterschriebenen Anmeldebogen zurück.
4. Jetzt vereinbaren wir einen verbindlichen Prüftermin mit Ihnen.

Wo finde ich den Kriterienkatalog?

Den Kriterienkatalog finden Sie auf unserer Website zum Ausfüllen oder Ausdrucken.

Wie lange gilt die Klassifizierung?

Die Klassifizierung gilt zwei Jahre.

Bin ich verpflichtet mich nach Ablauf der Klassifizierung erneut prüfen zu lassen?

Jeder Betrieb entscheidet selbst, ob er weiterhin am Verfahren teilnehmen möchte.

Nach Ablauf der Klassifizierung darf jedoch nicht mehr mit der Klassifizierung geworben werden. Dies gilt für alle Logos und sonstigen Werbemittel, die auf die Klassifizierung hinweisen, aus und vor dem Salon und auch auf der Website.

Wieviel Sterne werde ich bekommen?

Aufgrund der Transparenz der Kriterien kann jeder Betrieb im Vorhinein ermitteln, in welcher Kategorie er eingestuft werden wird. Die notwendigen Punktezahlen hierfür sind:

- 1 Stern, sofern die erforderlichen Grundvoraussetzungen erfüllt wurden und mindestens 60–95 Punkte erreicht wurden.
- 2 Sterne, sofern die erforderlichen Grundvoraussetzungen erfüllt wurden und mindestens 100–245 Punkte erreicht wurden.
- 3 Sterne, sofern die erforderlichen Grundvoraussetzungen erfüllt wurden und mindestens 50–395 Punkte erreicht wurden.
- 4 Sterne, sofern die erforderlichen Grundvoraussetzungen erfüllt wurden und mindestens 400–525 Punkte erreicht wurden.
- 5 Sterne, sofern die erforderlichen Grundvoraussetzungen erfüllt wurden und mindestens 530 oder mehr Punkte erreicht wurden.

oder wir übernehmen das für Sie:

den ausgefüllten Kriterienkatalog einfach per Post oder Email an uns senden.

Wir werten den Bogen aus, informieren Sie über das Ergebnis und Sie entscheiden, ob Sie am Klassifizierungsverfahren teilnehmen möchten oder nicht.

Wie lange dauert die Prüfung vor Ort in meinem Salon?

Ca. 1- 2 Stunden.

Kommt der Prüfer unangemeldet?

Nein, der Prüftermin wird im Vorfeld mit Ihnen vereinbart.

Welche Unterlagen sollen während der Prüfung vorliegen?

Ein Unternehmenskonzept, schriftlich fixierte Qualitätsstandards und Schulungsunterlagen.

Was kostet die Klassifizierung?

Die Kosten für die Klassifizierung betragen € 580,- zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Kann ich auch in Raten bezahlen?

Ja, das ist nach vorheriger Absprache möglich. Die monatliche Rate beträgt € 25,- und die Laufzeit ist 24 Monate. Das entspricht einem effektiven Jahreszins von 3,31 %.

Warum der grüne Stern?

Nachhaltiges Handeln schafft nicht nur einen Mehrwert für Umwelt und Gesellschaft, sondern kann auch wirtschaftliche Vorteile bedeuten, wenn es den Kundenwünschen entgegenkommt. Dabei gibt es einfach Maßnahmen, die im Friseursalon bereits umgesetzt werden oder einfach umzusetzen sind. Für den Begriff Nachhaltigkeit ist die Friseurbranche jedoch noch viel zu wenig bekannt. Der grüne Stern hilft vor diesem Hintergrund als wirksames Marketingmittel gegenüber Mitarbeitern und Kunden.

Ich erfülle die Kriterien des grünen Sterns und möchte ihn nutzen.

Was kostet das?

Wir wünschen uns und ihren Kunden möglichst viele „grüne Friseure“. Deshalb ist die Teilnahme und Nutzung im Rahmen der Klassifizierung kostenlos.

Wie erfahren meine Kunden davon, dass mein Salon klassifiziert ist und was es bedeutet?

Sie erhalten Logo-Dateien, die Sie auf Ihrer Website, in sozialen Netzwerken aber auch auf Ihren Drucksachen (Spiegelaufkleber, Buttons, Umhängen etc.) uneingeschränkt nutzen dürfen. Im Rahmen der Prüfung unterstützen wir Sie auf Facebook mit prüfungsbegleitenden Aktionen. Zudem erhalten Sie Presstexte, die Sie lokal (Stadtmagazin, regionale Nachrichten) versenden können – ein grossartiges Werkzeug zur **Neukundengewinnung** und als vertrauensbildende Maßnahme für Ihre **Stammkunden**.

An wen wende ich mich, wenn ich meine Frage hier nicht gefunden habe?

Wenden Sie sich bitte mit Ihren Fragen an info@friseurklassifizierung-deutschland.de

Allgemeine Daten

Grundvoraussetzungen

Die Einhaltung der Handwerksordnung muss für einen klassifizierten Salon selbstverständlich sein. Dazu gehört in erster Linie, dass im Betrieb – wie es die HwO vorschreibt – ein Meister bzw. eine in die Handwerksrolle eingetragene Person anwesend ist.

Die tarifliche Entlohnung, sofern es im Gebiet des Betriebs einen Tarifvertrag gibt, ist im Sinne des fairen Wettbewerbs und der Außenwirkung ebenfalls eine Selbstverständlichkeit. Tarifverträge müssen wie andere Regelungen im Betrieb ständig und offen zugänglich sein. Der wettbewerbsverzerrende Effekt einer Umsatzsteuerbefreiung von Umsätzen unter € 22.000,- ist ein gravierendes Hindernis für die Konsolidierung von Branchenstruktur und nachhaltiger Wirtschaftsentwicklung im Friseurhandwerk. Die Umsatzsteuerpflicht ist deshalb eine unabdingbare Voraussetzung für die Teilnahme an der Klassifizierung.

Name des Friseursalons

Name des Inhabers

Straße

PLZ/Ort

Bundesland

Telefonnummer

Faxnummer

E-Mail

Homepage

Ansprechpartner

Schriftliche Einwilligung gemäß Datenschutz

Die im vorliegenden Erhebungsbogen angegebenen personenbezogenen Daten, insbesondere Name, Anschrift, Telefonnummer, E-Mail, die allein zum Zwecke der Durchführung des entstehenden Vertragsverhältnisses notwendig und erforderlich sind, werden auf Grundlage gesetzlicher Berechtigungen erhoben.

Ja, ich bin damit einverstanden, dass meine Kontaktdaten wie z. B. Name, Adresse, Telefonnummer, E-Mail-Adresse, Ansprechpartner und Name des Inhabers erfasst und gespeichert werden.

Es erfolgt keine Weitergabe dieser Daten an Dritte.

Für jede darüber hinausgehende Nutzung der personenbezogenen Daten und die Erhebung zusätzlicher Informationen bedarf es regelmäßig der Einwilligung des Betroffenen.

Mir ist dabei klar, dass diese Einwilligung freiwillig ist.

Ort/Datum

Stempel/Unterschrift

1. Salon + Ambiente

1.1 Raumfaktor

Anzahl der Bedienplätze ausgenommen der Waschplätze.

In meinem Salon gibt es Bedienplätze.

Mit dem Raumfaktor ist die Quadratmeterzahl je Bedienplatz gemeint. Er wird ermittelt, indem Sie die Quadratmeterzahl des öffentlichen Teils Ihres Salons (das ist der Teil, der für Kunden zugänglich ist, einschließlich des Farbmix-Service-Bereichs, aber ohne Büro- und Sozialräume) durch die Anzahl der Bedienplätze teilen. Kreuzen Sie bitte Ihren Raumfaktor an.

- mindestens 6 qm (60)
 mindestens 7 qm (70)
 mindestens 8 qm (80)
 mindestens 10 qm (90)
 mindestens 12 qm (100)

1.2 Klimatisierte Räume

Eine Klimaanlage sorgt unabhängig von Jahreszeiten für eine Wohlfühlatmosphäre.

- Mein Salon hat eine Klimaanlage (30)

Nachweis durch Augenschein.

1.3 Barrierefreiheit

Als Unternehmer sind Sie in Deutschland noch nicht verpflichtet, Barrierefreiheit herzustellen. Doch Friseure sollten das Thema als Chance sehen, durch ein noch attraktiveres Ladengeschäft weitere Kunden zu gewinnen. Eine barrierefreie Einrichtung kann ein klarer Wettbewerbsvorteil sein.

- Mein Salon ist barrierefrei zugänglich (30)

Nachweis durch Augenschein.

1.4 Umbau und Renovierung

Umbaumaßnahmen und regelmäßige Renovierung werten einen Friseursalon auf. Wann haben Sie Ihren Salon das letzte Mal umgebaut oder renoviert?

- Innerhalb der letzten 12 Monate (30)
 Vor 13 bis 36 Monaten (20)
 Vor 4 bis 7 Jahren (10)

Erneuerung des technischen Inventars

- Innerhalb der letzten 24 Monate (10)
 Vor 3 bis 7 Jahren (5)

Nachweis durch Rechnungen. Bitte bereithalten!

1.5 Parkplatz/Anfahrt

- Wir haben einen eigenen Parkplatz je drei Bedienplätze (20)
 Fahrausweise im Bereich des ÖPNV werden angerechnet bzw. vergütet (10)

Parkplätze werden in Augenschein genommen. Bei Verrechnung erfolgt der Nachweis über Kassenbons bzw. Rechnungen. Bitte bereithalten!

Blaues Feld bitte nicht beschreiben

2. Unternehmen, Konzept und Qualitätsstandards

2.1 Unternehmenskonzept

Ein Unternehmenskonzept bildet die betriebswirtschaftliche Grundlage eines Unternehmens. Es erleichtert die Unternehmenssteuerung und unterstützt Strategien und Planungen für die zukünftige Entwicklung. Folgende Punkte sind relevant:

- Welche Leistungen werden angeboten, gibt es Schwerpunkte?
- Markteinschätzung und Konkurrenzanalyse
- Welche Alleinstellungsmerkmale hat der Salon?
- Wer sind die Kunden und wie groß ist der Einzugsbereich des Betriebs?
- Wie sehen Organisations- und Mitarbeiterplanung aus?
- Beschreibung der Räumlichkeiten und der technischen Ausstattung.
- Was soll in Zukunft erreicht werden?

Für unseren Salon liegt ein schriftlich fixiertes Unternehmenskonzept vor.

- Ja (30)

2.2 Qualitätsstandards

Qualitätsstandards beschreiben die im Salon angewandten Maßnahmen, die dazu dienen, die Qualität der erbrachten Leistungen durchgehend in gleichbleibender Qualität zu gewährleisten. Qualitätsstandards geben Antworten auf folgende Fragen:

- Was bedeutet Qualität für Ihren Salon?
- Wie sichern Sie die fachlich-handwerkliche Qualität?
- Wie sichern Sie die Servicequalität?
- Wie erfahren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von den Standards?
- Wie ist das Beschwerdemanagement bei Ihnen organisiert?
- Welche Kontrollmaßnahmen gewährleisten die durchgehende Einhaltung der Qualitätsstandards?

Für unseren Salon liegen schriftlich fixierte Qualitätsstandards vor, nach denen gearbeitet wird. Dazu gehört auch ein standardisiertes Beschwerdemanagement.

- Qualitätsstandards liegen schriftlich vor und es wird nach ihnen gearbeitet . . . (30)
- Ich führe regelmäßig Kundenbefragungen durch (10)
- Ich führe für meinen Salon regelmäßig Testbesuche (Mystery Shopping) durch .. (20)

Unternehmenskonzept und Qualitätsstandards werden unter dem Gesichtspunkt der tatsächlichen Umsetzbarkeit in Augenschein genommen. Bitte bereithalten!

Für die Kundenbefragung bitte entsprechende Fragebögen als Nachweis bereithalten!

Testbesuche bitte durch entsprechende Rechnungen belegen!

2.3 Betriebszugehörigkeit

Häufig wechselnde Belegschaft ist aufwendig und teuer. Jeder Arbeitgeber sollte sich um loyale, langjährige Mitarbeiter bemühen. Das erfordert zwar einiges an Aufwand, dient aber dem Unternehmen und damit auch dem Kunden.

- In meinem Unternehmen gibt es mindestens einen Mitarbeiter mit einer Betriebszugehörigkeit von mindestens 2 Jahren (10)
- In meinem Unternehmen gibt es mindestens einen Mitarbeiter mit einer Betriebszugehörigkeit von mindestens 5 Jahren (20)

2.4 Rezeptionskraft

- Wir begleiten unsere Kunden aktiv von der Begrüßung bis zur Verabschiedung bei deren Besuch. Eigens für diese Aufgabe steht eine Rezeptionskraft zur Verfügung. (30)

Nachweis durch Augenschein.

Blaues Feld bitte nicht beschreiben

3. Aus-, Fort- und Weiterbildung

Fort- und Weiterbildung wird in den Betrieben sehr unterschiedlich gehandhabt. Auch die Ausbildungsordnung lässt Spielraum für eine salonspezifische Vorgehensweise. Folgende Überlegungen sollten in einem Aus-, Fort- und Weiterbildungskonzept in Betracht gezogen werden:

- Wenn Ihr Betrieb ausbildet: Wie gestalten Sie das von der Kammer vorgegebene Ausbildungskonzept aus (z. B. zusätzliche externe Schulungen, Teilnahme an Wettbewerben, spezielle interne Angebote o. ä.)?
- Welche Ziele verfolgen Sie mit der Teilnahme Ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – und von Ihnen selbst – an Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen?
- Welche Mitwirkungsmöglichkeiten haben die eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei der Auswahl der Schulungen und Seminare?
- Wie gestalten Sie die interne Fortbildung?
- Arbeiten Sie im Bereich Fort- und Weiterbildung mit der Industrie zusammen?

3.1 Aus- und Weiterbildungskonzept

Berücksichtigt werden aktuelle, schriftlich fixierte Aus- und Weiterbildungskonzepte.

Für unseren Betrieb liegt ein aktuelles schriftliches Aus- und Weiterbildungskonzept vor.

..... (30)

Aus- und Weiterbildungskonzept werden unter dem Gesichtspunkt der tatsächlichen Umsetzbarkeit in Augenschein genommen. Bitte bereithalten!

3.2 Salonausbildung

In unserem Salon geben Mitarbeiterinnen bzw. Mitarbeiter und Führungskräfte im Rahmen interner Fortbildungsveranstaltungen ihre Kenntnisse und Fähigkeiten an ihre Kolleginnen und Kollegen weiter

..... (10)

Sollte im Aus- und Weiterbildungskonzept niedergeschrieben sein.

3.3 Berufsausbildung

Wir bilden aus und übernehmen so Verantwortung für unsere Branche! Hierfür werden 20 Punkte angerechnet.

Wir bilden aus.

..... (20)

Nachweis bereithalten.

3.4 Innungsbeste(r)

Hat in den letzten 24 Monaten ein(e) Mitarbeiter(in) seine/ihre Ausbildung zum Friseurgesellen oder ein(e) Mitarbeiter(in) seine/ihre Meisterprüfung mit Auszeichnung bestanden, werden jeweils 20 Punkte angerechnet.

In unserem Betrieb haben während der letzten 24 Monate Mitarbeiter(innen) ihre Gesellen-/Meisterprüfung als Innungsbeste(r) bestanden.

Damit sind für die Klassifizierung Punkte anzurechnen.

Nachweis bereithalten.

Blaues Feld bitte nicht beschreiben

3.5 Schulungszeitetat

Für jede Teilnahme an einer Fort- und Weiterbildungsmaßnahme gibt es Zeitpunkte: 10 für einen ganzen Tag und 5 für einen halben Tag. Der Nachweis erfolgt über Teilnahmezertifikate bzw. Rechnung der Veranstalter. Für den Besuch von Branchenveranstaltungen (Fachmessen) gibt es fünf Punkte. Der Nachweis erfolgt über Eintrittskarten oder Rechnung/Quittung des Veranstalters.

Der Personalfaktor errechnet sich aus den Wochentagen, die jemand im Salon beschäftigt ist: 5 Tage = Faktor 1 • 4,5 Tage = Faktor 0,9 • 4 Tage = Faktor 0,8 • 3,5 Tage = Faktor 0,7 • 3 Tage = Faktor 0,6 • 2,5 Tage = Faktor 0,5 • 2 Tage = Faktor 0,4 • 1,5 Tage = Faktor 0,3 • 1 Tag = Faktor 0,2 • 1/2 Tag = Faktor 0,1 • Auszubildende werden im ersten Jahr mit 0,3, im zweiten mit 0,5 und im dritten mit 0,7 Stellen angerechnet.

Beispiel: Insgesamt wurden in den letzten 24 Monaten folgende Veranstaltungen besucht:

9 eintägige Fortbildungen (9 x 10)	= 90 Zeitpunkte
12 halbtägige Fortbildungen (12 x 5)	= 60 Zeitpunkte
2 Teilnahmen an einer Fachmesse (2 x 5)	= 10 Zeitpunkte
	=====
Daraus ergeben sich insgesamt	160 Zeitpunkte

Der Personalfaktor errechnet sich aus den Wochentagen, die jemand im Salon beschäftigt ist.

	Faktor
5 Tage beschäftigt	1,0
4,5 Tage beschäftigt	0,9
4 Tage beschäftigt	0,8
3,5 Tage beschäftigt	0,7
3 Tage beschäftigt	0,6
2,5 Tage beschäftigt	0,5
2 Tage beschäftigt	0,4
1,5 Tage beschäftigt	0,3
1 Tag beschäftigt	0,2
0,5 Tag beschäftigt	0,1
Auszubildende im ersten Jahr	0,3
Auszubildende im zweiten Jahr	0,5
Auszubildende im dritten Jahr	0,7

Beispiel: Ein Friseurmeister hat in den letzten 24 Monaten folgende Stellen besetzt:

1 Vollkraft (Chef)	= 1 x 1 = 1,0
2 Vollkräfte (5 Tage beschäftigt)	= 2 x 1 = 2,0
1 Teilzeitkraft (3 Tage beschäftigt)	= 1 x 0,6 = 0,6
1 Teilzeitkraft (2 Tage beschäftigt)	= 1 x 0,4 = 0,4
1 Auszubildende im zweiten Jahr	= 1 x 0,5 = 0,5
	=====

Daraus ergibt sich ein Personalfaktor von 4,5

Zeitpunkte 160
Geteilt durch den Personalfaktor 4,5

=====

Ergibt einen Schulungszeitetat von 35,56

Laut der unten stehenden Bewertungstabelle würden somit für das Klassifizierungs-Verfahren zwanzig Punkte gutgeschrieben.

Der ermittelte Schulungszeitetat wird wie folgt bewertet:

20 - 39,99 40 - 59,99 60 - 79,99 80 - 99,99 höher als 100

(20)

(40)

(60)

(80)

(100)

Mein Personalfaktor beträgt

In den letzten 24 Monaten hat unser Personal an folgenden Veranstaltungen teilgenommen:

..... Eintägige Fort- und Weiterbildungen = Zeitpunkte

..... Halbtägige Fort- und Weiterbildungen = Zeitpunkte

..... Messebesuche = Zeitpunkte

 Daraus ergeben sich Gesamtzeitpunkte in Höhe von

Berechnung meines Schulungszeitetats:

..... Gesamtzeitpunkte geteilt durch Personalfaktor = Schulungszeitetat

Der ermittelte Schulungszeitetat wird wie folgt bewertet:

20 - 39,99	40 - 59,99	60 - 79,99	80 - 99,99	höher als 100
(20)	(40)	(60)	(80)	(100)

Der Nachweis erfolgt über Teilnahmezertifikate bzw. Rechnung der Veranstalter.

Der Nachweis des Besuches von Branchenveranstaltungen (Fachmessen) erfolgt über Eintrittskarten oder Rechnung/Quittung des Veranstalters.

Blaues Feld bitte nicht beschreiben

4. Mode-/fachliche Information

4.1 Eigene Frisurenkollektion

Wir erarbeiten regelmäßig Frisurenkollektionen mit eigenen Trendinterpretationen, die wir dokumentieren und salonintern verwerten und/oder veröffentlichen.

ja (20)

Nachweis (gedruckt oder im Internet)

4.2 Veranstaltungen für Kunden

Wir bieten unseren Kunden mindestens 2 x jährlich Informationsveranstaltungen an.

ja (10)

Wir laden außerdem zu Stylingssessions, Fotoshootings und Vorher-Nachher-Shows ein.

ja (10)

Nachweis durch Veranstaltungsprogramm (gedruckt oder im Internet). Bitte bereithalten!

6. Zusätzliche Dienstleistungsangebote

In unserem Friseursalon bieten wir folgende zusätzliche Dienstleistungen an:

- pflegende Kosmetik in einem räumlich abgetrennten Bereich 20
- dekorative Kosmetik 20
- Haarverlängerung /Extensions 10
- Zweithaar in einem räumlich abgetrennten Bereich 20
- Führen eines eigenen Labels 10
- Calligraphy Cut 10
- Brautservice 10
- Pediküre in einem räumlich abgetrennten Bereich 10
- Naildesign in einem räumlich abgetrennten Bereich 10
- Wellnessangebote 10
- Wimpernwelle 10
- 10
- 10
- 10
- 10

Nachweis durch Werbemedien und/oder durch Augenschein.

Blaues Feld bitte nicht beschreiben

7. Öffnungszeiten

7.1 Flexible Öffnungszeiten

Unser Salon ist mindestens an einem Tag wöchentlich außerhalb der örtlich üblichen Geschäftszeiten oder nach Absprache mit den Kunden geöffnet.

ja (10)

7.2 Außer-Haus-Service

Unser Salon bietet auf Anfrage einen Außer-Haus-Service an.

ja (10)

7.3 Anmeldesystem/Terminvergabe

In unserem Friseursalon gibt es ein Anmeldesystem/Online-Terminsystem (10)

Nachweis durch Augenschein.

8. Kommunikation

8.1 Web-Auftritt

Unsere Web-Site enthält alle nötigen Kundeninformationen wie Öffnungszeiten, einen Überblick über das Dienstleistungsangebot usw.

ja (10)

Der Web-Auftritt wird vor dem Besuch auf Inhalte und Handhabbarkeit überprüft.

8.2 Kundeninformation/Werbung

Wir informieren unsere Kunden regelmäßig und aktiv über Veränderungen, Aktivitäten oder Angebote (und bieten Preisvorteile an). ja (5)

Wir kommunizieren über soziale Netzwerke wie Facebook, Twitter, o. ä.

ja (5)

Wir bieten Kundenbindungsmaßnahmen wie Kundenkartenmodelle o. ä.

ja (10)

Bitte entsprechende Werbemedien bereithalten!

Blaues Feld bitte nicht beschreiben

9. Der grüne Stern, Regionalität, Energie, Ressourcen und Fairness

Diese zusätzliche Auszeichnung ist optional und kostenlos.
Um den grünen Stern zu bekommen, müssen mindestens 15 Kriterien erfüllt sein.
Zutreffendes bitte ankreuzen.

9.1 Regionalität

Regional kann ein Produkt/Dienstleister aus dem Ort, der Stadt, der Region oder dem Bundesland sein. Regional muss nicht immer besser sein. Die Suche nach einem Lieferanten/Dienstleister sollte aber immer vor der eigenen Haustür beginnen.

- Unsere Einrichtung stammt aus regionaler/europäischer Produktion.
- Unsere Werkzeuge werden größtenteils im europäischen Wirtschaftsraum produziert.
- Der Großteil der von uns verwendeten Produkte wird in Deutschland/ im europäischen Wirtschaftsraum produziert.

9.2 Energie

Das Einsparen von Energie schont Portemonnaie und Umwelt.
Die Verwendung von grünem Strom ist ein sinnvoller Beitrag für den Umweltschutz.

- Die Energieversorgung des Salons erfolgt durch einen Ökostromanbieter.
- Wir verwenden LED-Birnen um Strom einzusparen.
- Bei der Anschaffung elektrischer Geräte achten wir auf einen niedrigen Energieverbrauch.

9.3 Ressourcen

Qualität hat ihren Preis. Dafür halten die Produkte meistens auch länger und es werden Rohstoffe gespart. Müllvermeidung schont Ressourcen. Mehrweg spart Verpackung und damit Ressourcen und schont die Umwelt.

- Bei unserer Einrichtung achten wir auf Langlebigkeit im Hinblick auf die Ressourcenschonung.
- Wir trennen den entstandenen Müll sorgfältig.
- Wo möglich, verwenden wir Mehrwegflaschen.
- Wir bieten einen Nachfüllservice für Shampoo, Conditioner, Maske an.
- Wir verwenden kein Plastikgeschirr.
- Wenn möglich verwenden wir bei Strähntechniken Papier statt Alufolie.

9.4 Fairness

Es sind Begriffe wie gerecht, moralisch oder ausgewogen, die wir mit dem Begriff „fair“ in Verbindung bringen. Er beinhaltet aber auch den Umgang mit der Natur und Mitmenschen.

- Die tarifliche Entlohnung, sofern es im Gebiet des Betriebes einen Tarifvertrag gibt, ist im Sinne des fairen Wettbewerbs und der Außenwirkung eine Selbstverständlichkeit.
- Unser Kaffee/Tee stammt aus fairem Handel/(Fairtrade).
- Wir verwenden faire Kosmetik.
- Wir sparen Wasser durch den Einsatz spezieller Perlatoren/Wasserhähne.
- Die von uns verwendeten Produkte sind vegan und/oder werden ohne Tierversuche hergestellt
- Die verwendeten Produkte sind nach anerkannten Natur- und Bio Richtlinien zertifiziert.
- Aus Rücksicht auf unsere Mitarbeiter und Kunden legen wir großen Wert auf Lärmvermeidung im Salon (z.B. Handyverbot, leise Haartrockner).

9.5 Unser eigener Beitrag

- Unser Salon unterstützt aktiv Umweltorganisationen und/oder -initiativen durch Geld und/oder Sachspenden.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Der grüne Stern hilft mir zusätzlich als wirksames Marketingmittel gegenüber Mitarbeitern und Kunden.

Blaues Feld bitte nicht beschreiben

Erläuterungen zum Kriterienkatalog

Grundvoraussetzungen

Die Einhaltung der Handwerksordnung muss für einen klassifizierten Salon selbstverständlich sein. Dazu gehört in erster Linie, dass im Betrieb – wie es die HwO vorschreibt – ein Meister bzw. eine in die Handwerksrolle eingetragene Person anwesend ist. Die tarifliche Entlohnung, sofern es im Gebiet des Betriebs einen Tarifvertrag gibt, ist im Sinne des fairen Wettbewerbs und der Außenwirkung ebenfalls eine Selbstverständlichkeit. Tarifverträge müssen wie andere Regelungen im Betrieb ständig und offen zugänglich sein. Der wettbewerbsverzerrende Effekt einer Umsatzsteuerbefreiung von Umsätzen unter €22.000,- ist ein gravierendes Hindernis für die Konsolidierung von Branchenstruktur und nachhaltiger Wirtschaftsentwicklung im Friseurhandwerk. Die Umsatzsteuerpflicht ist deshalb eine unabdingbare Voraussetzung für die Teilnahme an der Klassifizierung.

Die Bewertungskriterien

1.

1.1. Raumangebot

Wie viel Fläche stellen Sie dem Kunden am Bedienplatz zur Verfügung? Je mehr Platz der Kunde zur Verfügung hat, desto großzügiger wird das Angebot empfunden. Folglich ist die Relation von Fläche zu Bedienplatz für den Unternehmer eine Frage der Wirtschaftlichkeit, für den Kunden aber ein „Wohlfühlfaktor“

1.3. Barrierefreiheit

Barrierefrei sind bauliche und sonstige Anlagen, Verkehrsmittel, technische Gebrauchsgegenstände, Systeme der Informationsverarbeitung, akustische und visuelle Informationsquellen und Kommunikationseinrichtungen sowie andere gestaltete Lebensbereiche, wenn sie für behinderte Menschen in der allgemein üblichen Weise, ohne besondere Erschwernis und grundsätzlich ohne fremde Hilfe zugänglich und nutzbar sind.

2. Unternehmenskonzept und Qualitätsstandards

Wie lauten die konzeptionellen Eckpfeiler Ihres Unternehmens, was zeichnet es aus, wird nach vorgeschriebenen Standards gearbeitet, sind Abläufe idealerweise schriftlich geregelt? Je klarer das Unternehmen konzeptionell ausgefeilt ist, desto reproduzierbarer wird gute Leistung – ein klarer Vorteil für den Kunden.

3. Aus-, Fort- und Weiterbildung

Wer ständig sich und sein Team weiterbildet, arbeitet qualitativ im Sinne des Kunden. Dabei zählt die fachliche Weiterbildung genauso wie eine Trendinformation oder die Fortbildung in Sachen Persönlichkeit. Der Grad der Weiterbildungsintensität ist somit eine Messlatte für die qualitative Arbeit des Salons in allen Bereichen.

4. Mode-/fachliche Information

Dass Sie und Ihre Mitarbeiter fachlich up to date sind, ist selbstverständlich. Wenn Sie sich hingegen selbst als Trendmacher verstehen, setzt das in der Regel eine höhere fachliche Kompetenz voraus, von der der Kunde qualitativ profitiert. Wenn Sie darüber hinaus Ihr fachliches Know-how mit gesonderten Veranstaltungen Ihrem Kundenkreis näherbringen, bietet das einen Mehrwert für ihn.

5. Serviceangebot

Welche kostenfreien Serviceleistungen stellen Sie bereit, die dem Kunden den Aufenthalt in Ihrem Salon verschönern, kurzweiliger oder angenehmer gestalten? Manche Angebote sind heute schon in vielen Salons etabliert und fast ein Muss, andere können dazu dienen, sich im Wettbewerb abzugrenzen

6. Zusätzliche Dienstleistungsangebote

Über die Kerndienstleistungen hinaus bieten zusätzliche Dienstleistungsangebote dem Kunden einen echten Mehrwert und können natürlich auch zu einem Alleinstellungsmerkmal im Wettbewerb führen. Welche zusätzlichen Services bieten Sie an, sowohl ständig oder optional oder auch zeitlich begrenzt?

7. Öffnungszeiten

Die Öffnungszeiten eines Salons sind elementarer Ausdruck des Serviceverständnisses. Besonders lange, besonders frühe oder auch Abend-Öffnungszeiten machen es dem Kunden leichter, nicht seinen Lebenszyklus dem Dienstleister anzupassen, sondern umgekehrt. Längere Öffnungszeiten bedeuten folglich einen Mehrwert für den Kunden.

8. Kommunikation

Wie gut sind Sie erreichbar, um Fragen der Terminbuchung, der Anfahrt oder Ihres Dienstleistungsangebots zu beantworten? Ein Web-Auftritt ist heute für den Friseurunternehmer schon fast ein Must, bietet er doch dem Kunden die Möglichkeit, sich im Vorfeld zu informieren. Auch weitere Kommunikations- und Werbemittel können kundenfreundlich wahrgenommen werden und dem Kunden einen (Preis-)Vorteil verschaffen.

9. Grüner Stern

Nachhaltiges Handeln schafft nicht nur einen Mehrwert für Umwelt und Gesellschaft, sondern kann auch wirtschaftliche Vorteile bedeuten, wenn es den Kundenwünschen entgegenkommt. Dabei gibt es einfach Maßnahmen, die im Friseursalon bereits umgesetzt werden oder einfach umzusetzen sind. Für den Begriff Nachhaltigkeit ist die Friseurbranche jedoch noch viel zu wenig bekannt. Unser Label hilft vor diesem Hintergrund als optische Entscheidungshilfe.



info@friseurklassifizierung-deutschland.de