



# Der Kriterienkatalog





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

**[info@friseurklassifizierung-deutschland.de](mailto:info@friseurklassifizierung-deutschland.de)**

oder rufen Sie uns einfach an:

**0221 944067-13**

# Inhalt

Erläuterungen .....	4/5
4 Schritte zu ihren Sternen .....	6
Grundvoraussetzungen für die Klassifizierung .....	6
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

# Erläuterungen zum Erhebungsbogen

## 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 €7.500,- 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.

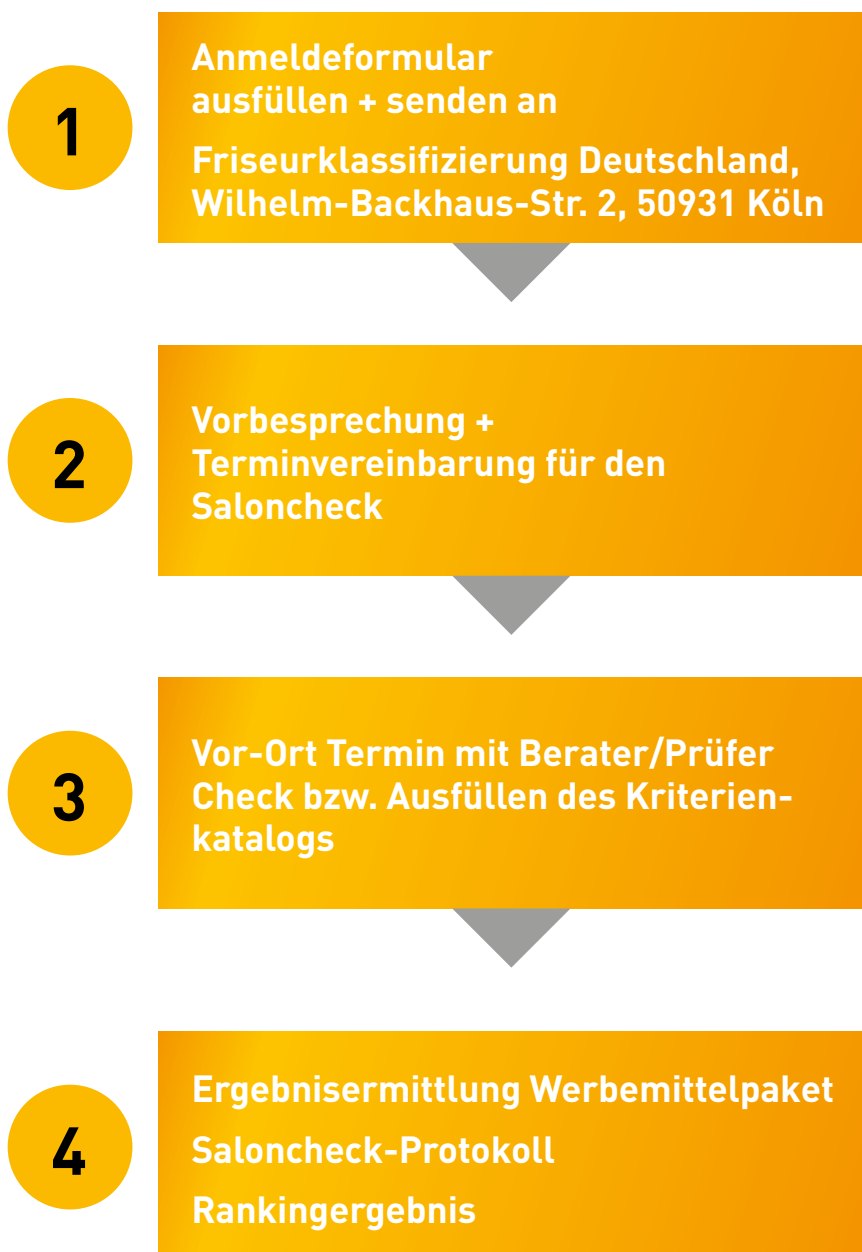
### 8. Kommunikation

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.

# STERNE FÜR FRISEURE



## 4 SCHRITTE ZU IHREN STERNEN



# 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 12 Monate . . . . . (20)  
 Vor 13 bis 36 Monaten . . . . . (10)  
 Vor 4 bis 7 Jahren . . . . . (5)

Nachweis durch Rechnungen. Bitte bereithalten!

## 1.5 Parkplatz/Anfahrt

- Wir haben einen eigenen Parkplatz je drei Bedienplätze  
 alternativ: Parkgebühren der Kunden werden angerechnet bzw. vergütet . . . . . (10)  
 oder  
 Es stehen ausreichend öffentliche Parkplätze kostenlos zur Verfügung . . . . . (10)  
 oder  
 Fahrausweise im Bereich des Orts- und Nahverkehrs 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 .. (30)

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)

In meinem Unternehmen gibt es mindestens einen Mitarbeiter mit einer Betriebszugehörigkeit von mindestens 10 Jahren ..... (30)

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

Für jeden Auszubildenden während der letzten 24 Monate werden 10 Punkte gutgeschrieben.

In unserem Betrieb haben innerhalb der letzten 24 Monate ..... Auszubildende die Ausbildung begonnen/beendet. Bei Wechsel der Ausbildungsstelle oder bei Abbruch der Ausbildung werden keine Punkte angerechnet.

Damit sind für die Klassifizierung ..... Punkte anzurechnen.

Nachweis bereithalten.

### 3.4 Innungsbeste(r)

Hat in den letzten 24 Monaten ein(e) Mitarbeiter(in) seine/ihre Ausbildung zum Friseurgehilfen oder ein(e) Mitarbeiter(in) seine/ihre Meisterprüfung mit Auszeichnung bestanden, werden jeweils 30 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

### 3.6 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
	=====
<b>Daraus ergeben sich insgesamt</b>	<b>160 Zeitpunkte</b>

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!

## 5. Serviceangebot

### 5.2 Kostenfreies Getränke- und aktuelles Zeitschriftenangebot (auch Leseapps)

In unserem Friseursalon gibt es ein solches Angebot ..... (5)

Nachweis durch Augenschein.

### 5.3 Kartenzahlung

In unserem Friseursalon ist Kartenzahlung möglich ..... (5)

Nachweis durch Augenschein.

### 5.4 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.

### 5.5 Ausgewähltes Musikprogramm (zielgruppenorientiertes Musikprogramm)

Bei uns wird ausgewählte Musik gespielt ..... (5)

### 5.6 Zusätzliche Serviceangebote

In unserem Friseursalon gibt es weitere Serviceangebote:

- Spielangebote für Kinder ..... (5)
- Brillenservice ..... (5)
- WLAN-Hotspot ..... (5)
- ..... (5)
- ..... (5)
- ..... (5)
- ..... (5)
- ..... (5)
- ..... (5)
- ..... (5)
- ..... (5)
- ..... (5)
- ..... (5)
- ..... (5)

Nachweis durch Augenschein.

Blaues Feld bitte nicht beschreiben

## 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
- Ernährungsberatung ..... 10
- 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 regional gängigen 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 . . . . . 5

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



[info@friseurklassifizierung-deutschland.de](mailto:info@friseurklassifizierung-deutschland.de)