



FRAGEBOGEN

ZUR BEWERBUNG TOP 100 AKUSTIKER 2023/2024

**TOP
100**
**AKUSTIKER
2023/2024**

INHABERGEFÜHRTE MITTELSTÄNDISCHE
UNTERNEHMEN, AUSGEZEICHNET
FÜR BESONDERE KUNDENORIENTIERUNG
VOM BGW INSTITUT FÜR
INNOVATIVE MARKTFORSCHUNG, ESSEN
Mehr Infos: www.top100akustiker.de

Bewerben können sich alle inhabergeführten mittelständischen Hörakustik-Betriebe. Mit diesem Fragebogen wird für jedes teilnehmende Geschäft ein neutrales und individuelles Leistungsprofil erstellt. Dieses Leistungsprofil und die Überprüfung mittels Testkäufen und Geschäftsbesichtigungen sowie Mitarbeiterbefragungen durch speziell geschulte Fachleute stellen anschließend die Grundlage zur Einstufung als TOP 100 Akustiker 2023/2024.



EINSENDESCHLUSS für die Bewerbungsunterlagen ist der **31. Oktober 2022**

Die neutrale und unabhängige Auswertung erfolgt durch das BGW Institut für innovative Marktforschung, Essen. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Bei nachgewiesenen unrichtigen Angaben wird der Fragebogen und damit die Bewerbung nicht berücksichtigt. Teilnehmen können alle inhabergeführten Hörakustik-Fachgeschäfte. Wenn Sie Filialen haben: Konkretisieren Sie Ihre Bewerbung für die Filiale. Gern können Sie auch Beispiele und Muster von besonderen Serviceleistungen oder Aktionen zur Illustration beilegen!

Nach der Prüfung werden die Teilnehmer darüber informiert, ob sie als TOP 100 Akustiker ausgewählt worden sind. Im Rahmen einer großen Galaveranstaltung am **18. Februar 2023**, unter der Schirmherrschaft von **Dieter Hallervorden**, werden diese TOP 100 Akustiker ausgezeichnet.

Die Bewerbung als TOP 100 Akustiker ist kostenlos. Eine Umlage von € 2.250,- zzgl. MwSt. fällt nur bei jenen Unternehmen an, die das umfangreiche **Leistungspaket** des BGW Instituts nutzen werden.

Das Leistungspaket enthält:

- Galaabend inkl. Meet & Greet und Fotoaufnahme mit Ihnen und Herrn Hallervorden bei der Auszeichnungsübergabe
- Personalisierte hochwertige Urkunde Top 100 Akustiker 2023/2024
- Individuelles Foto mit Ihnen und Dieter Hallervorden bei Überreichung Ihrer Urkunde
- Auflistung aller ausgezeichneten Betriebe auf der Gala-Fotowand
- Präsentation mit Logo und Link auf der TOP 100 Akustiker Website
- 1.000 individuell erstellte Top 100 Akustiker Broschüren mit Fotos Ihres Geschäftes, Ihres Teams und mit Ihrem Foto als Titel, das Sie gemeinsam mit Dieter Hallervorden bei der Urkundenübergabe zeigt
- Plakate DIN A1, Pressetexte, Texte zu Werbebriefen, Schaufensteraufkleber, Türaufkleber, Ansteckpins, Tischaufsteller
- Zertifikat und Logo TOP 100 Akustiker für Eigenwerbung
- Professionelle Pressearbeit und Unterstützung rund um das Projekt



Um die Auszeichnung gebührend und im passenden Rahmen zu feiern, laden wir Sie sehr herzlich am 18. Februar 2023 anlässlich dieses großartigen Ereignisses zur Gala im Hotel KÖ59 auf Düsseldorfs Königsallee ein. Für Essen, Trinken, Musik und tolle Überraschungen ist gesorgt. Diese Einladung gilt für maximal 2 Personen und nur in Verbindung mit dem Leistungspaket. Weitere Personen können gern gegen eine Gebühr angemeldet werden.

Bewerbung als Top 100 Akustiker 2023/2024

UNTERNEHMENSDATEN

Firma	
Straße	
PLZ/Ort	
Telefon	
Mail	
Website	
Ansprechpartner für dieses Projekt	

UNTERNEHMENSSTRUKTUR

Sortiment	<input type="checkbox"/> Hörsysteme	<input type="checkbox"/> Hörtraining
	<input type="checkbox"/> Eigenes Otoplastiklabor	<input type="checkbox"/> Tinnitus
	<input type="checkbox"/> Pädakustik	<input type="checkbox"/> Sonstiges
	<input type="checkbox"/> Optik	
Anzahl Filialen		
Anzahl Mitarbeiter		
Jahr der Unternehmensgründung/- Übernahme		
Inhaber		

1. GESCHÄFTSGESTALTUNG

1.1 Gibt es ein einheitliches Erscheinungs- und Firmenbild nach Innen und Außen?
(Logo, Hausfarben, Briefpapier)

- Ja, einheitliches Logo auf Briefpapier, Visitenkarten, im Werbeauftritt
- Nein

1.2 Was bieten Sie Ihren Kunden, um ihnen den Besuch Ihres Geschäftes zu erleichtern?
(z.B. Kundenparkplätze, Parkgeld-Erstattung usw.)

- Eigene Kundenparkplätze
- Behindertenparkplätze vor der Tür
- Parkgelderstattung
- Taxizuschuss
- Hausbesuche
- Hol-/Bringservice
- Online Terminvergabe
- Sonstige (bitte notieren)
-
-
-

1.3 Wie ist Ihr Hörakustik-Geschäft zugänglich?

- Mehrere Stufen
- Eine kleinere Stufe
- Ebenerdig oder mit stufenergänzender Rampe (Rollstuhl/Kinderwagen)
- Ebenerdig, zusätzlich noch automatische Türöffnung
- Andere Ebene mit Fahrstuhl
- Andere Ebene ohne Fahrstuhl

1.4 Falls Sie Stufen haben, wie sorgen Sie dafür, dass gehbehinderte Menschen Zugang zu Ihrem Geschäft erhalten? Wie unterstützen Sie z. B. Rollstuhlfahrer/innen?

1.5 Wodurch wirkt Ihr Geschäft besonders einladend?
(z. B. roter Teppich, Floorwindo, Blumen im Eingang... Bitte notieren)

1.6 Ist für Personen, die Ihr Geschäft betreten, immer und sofort ein Ansprechpartner im Geschäft sichtbar? Wie stellen Sie das sicher?

1.7 Angenommen, ein möglicher Kunde betrifft Ihr Geschäft und wünscht spontan eine Beratung. Wie gehen Sie mit dieser Situation um? Kümmern Sie sich um den Kunden? Bedienen und beraten Sie ihn dennoch oder muss er einen Termin vereinbaren und wiederkommen? (Beschreiben Sie Ihre Vorgehensweise bitte möglichst genau)

1.8 Wieviel Zeit planen Sie bei einer Terminvergabe für eine Beratung ein?

1.9 Wann wurde Ihr Geschäft zuletzt einem Facelift unterzogen, d.h. dem Kunden ein neues frisches Erscheinungsbild geboten? (Es muss nicht ein kompletter Umbau gewesen sein) Was wurde geändert?

Innerhalb der letzten 2 Jahre
(Bitte notieren was)

Zwischen 3 und 5 Jahren
(Bitte notieren was)

Länger als 5 Jahre her
(Bitte notieren was)

1.10 Verfügt Ihr Geschäft über einen speziellen Wartebereich? Wenn ja, wie ist dieser gestaltet?

Ja, es gibt einen speziellen Wartebereich

Wie ist der Wartebereich gestaltet – bitte genau beschreiben:

Nein, es gibt keinen speziellen Wartebereich

1.11 Wie sorgen Sie dafür, dass der Kunde einen möglichst großen Erlebniswert beim Besuch erfährt? Was tun Sie, damit Ihr Kunde sich wohl fühlt? Wie gestalten Sie die Wartezeit für Ihre Kunden möglichst angenehm?

Bitte listen Sie alles auf, was Sie Ihren Kunden/Nichtkunden neben Fachkompetenz und einem umfangreichen Beratungsgespräch bieten.

1.12 Wie gehen Sie mit Angehörigen und Begleitpersonen Ihrer Kunden oder auch mit begleitenden Kindern und Hunden um? (Bitte möglichst genau beschreiben)

1.13 Jetzt einige Fragen zu Ihrer/Ihren Anpasskabine/n:

Wie viele Anpasskabinen haben Sie in Ihren Geschäftsräumen?
(Bitte Anzahl eintragen)

Haben Sie Platz für Begleitpersonen/Hunde in der/den Kabine/n?
(Bitte kreuzen Sie an)

Ja Nein

1.14 Bieten Sie Ihren Kunden bei der Messung oder Anpassung in den Anpasskabinen zusätzliche Informationen, Einblick in die Hörkurve usw., kurz: bieten Sie eine entsprechende „Show“? (Bitte kreuzen Sie an und beschreiben Sie, was Sie bieten!)?

- Nein, es gibt keine zusätzlichen Infos, keine „Show“
 Ja, es gibt zusätzliche Informationen und zwar folgendes: (bitte genau beschreiben!)

1.15 Können Ihre Kunden Hörgeräte kostenlos probetragen?

- Ja Nein

Wenn ja, wie lange und wieviele?

2. KUNDENDATEN UND -INFORMATIONEN

2.1 Tragen Sie in Ihre Kundendatei weitergehende relevante Merkmale des Kunden ein, wie z. B. Hobbys, spezielle Höranforderungen, etc.?

- Nein Ja, bei einigen Kunden
 In Vorbereitung Ja, immer und bei allen Kunden

2.2 Nutzen Sie diese Informationen zur Kundenbindung?

- Nein
 Ja, und zwar folgendermaßen: (bitte genau beschreiben!)

2.3 Wie gewährleisten Sie, dass Kundendaten schnell verfügbar sind und ein Kunde auf jeden Fall eine kompetente Auskunft erhält, auch wenn der zuletzt zuständige Berater nicht im Haus ist?

2.4 Wie verhalten Sie sich bei durch SIE verursachte Terminverschiebungen?
Wie sieht die „Wiedergutmachung“ aus?

2.5 Wie und wo kommunizieren Sie Ihre Serviceleistungen?

2.6 Haben Sie eine Internetpräsenz?

Nein Ja, und zwar: (Bitte Domain eintragen)

Wenn ja, wie häufig aktualisieren Sie sie?

--

2.7 Schauen Sie sich Google Rezensionen zu Ihrem Geschäft an?

Ja Nein

Wenn ja, kommentieren Sie die Rezensionen?

--

2.8 Machen Sie Werbung für Ihr Geschäft und Ihre Leistungen?

(Ware, Service, Image etc.)

Nein

Ja, selten bis gelegentlich maximal 5x im Jahr und zwar: (Bitte alles notieren)

Ja, regelmäßig mindestens 6x im Jahr und zwar: (Bitte alles notieren)

2.9 Führen Sie auch Verkaufsförderungsaktionen im oder am Geschäft durch?

(wie z. B. Kundeninfoabend, Vorstellung von Messeneuheiten, Events, Straßenfest)

Nein

Ja, und zwar: (Bitte alles notieren)

2.10 Wie und wann informieren Sie Ihre Mitarbeiter über laufende Aktionen, Werbemaßnahmen und Angebote?

Wie:

Wann:

2.11 Gibt es einen langfristigen Werbeplan oder Marketing-Plan, in dem die Aktionen konkret geplant werden?

Ja, und zwar für folgenden Zeitraum:

Nein, wir planen von Aktion zu Aktion, je nach Notwendigkeit oder Lust

2.12 Welches Werbemedium setzen Sie regelmäßig ein?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Zeitungsanzeigen | <input type="checkbox"/> Sonstige (bitte notieren) |
| <input type="checkbox"/> Prospekte/Beilagen | |
| <input type="checkbox"/> Kundenbriefe | |
| <input type="checkbox"/> Aktionen im Geschäft/am Standort | _____ |
| <input type="checkbox"/> E-Mail / Newsletter | |
| <input type="checkbox"/> Social Media | _____ |
| <input type="checkbox"/> Gar keine | |

3. MARKTORIENTIERUNG

3.1 Lassen Sie Befragungen durchführen, die Ihren Marktanteil und Ihr Image bei Verbrauchern an Ihrem Standort abfragen?

- Nein, noch nicht Ja, zuletzt im Jahre _____

3.2 Wie informieren Sie sich darüber, wie viele Hörgeräte im Jahr (in Ihrem Markt/Gebiet) verkauft werden? Wie bringen Sie in Erfahrung, wie hoch Ihr Marktpotential an Ihrem Standort ist? (Nur eine Antwortmöglichkeit)

- Gar nicht, sagt mir mein Bauchgefühl
- Selbst geschätzt/eigene Ermittlung (Wie? bitte notieren)
- Durch externe Marktanalyse, zuletzt im Jahre:

3.3 Ist Ihnen Ihr eigener Marktanteil und der Ihrer Wettbewerber bekannt? (Nur eine Antwortmöglichkeit)

- Nein
- Ja, selbst geschätzt/eigene Ermittlung (Wie? bitte notieren)
- Durch externe Marktanalyse, zuletzt im Jahre:

3.4 Kennen Sie den Bekanntheitsgrad Ihres Unternehmens in Ihrem Markt, in Ihrem Einzugsgebiet? (Nur eine Antwortmöglichkeit)

- Nein
- Ja, selbst geschätzt/eigene Ermittlung (Wie? bitte notieren)
- Durch externe Marktanalyse, zuletzt im Jahre:

3.5 Wie beobachten Sie die Produkt- und Branchenentwicklung?
Wie informieren Sie sich über die neueste Technik und die neuesten Trends?

4. KUNDENORIENTIERUNG

4.1 Führen Sie Kundenbefragungen durch?

Ja In Vorbereitung Nein

4.2 Wenn Sie Kundenbefragungen durchführen, wie machen Sie das? (Nur eine Antwortmöglichkeit)

Eigene Ermittlung/Durchführung Durchführung durch ein externes Institut

4.3 Wenn Sie Kundenbefragungen durchführen, welches Medium nutzen Sie?

Anschreiben mit Fragebogen Postkarte

Telefonisch per E-Mail

Sonstiges

4.4 Wenn Sie Kundenbefragungen durchführen: Was genau fragen/ermitteln Sie?
(Bitte Beispielfragen eintragen!)

4.5 Wenn Sie Kundenbefragungen durchführen:
Befragen Sie nur aktuelle Kunden oder auch solche, die schon länger nicht da waren?

Nur Kunden, die aktuell gekauft haben
 Wir befragen auch Kunden, die schon länger nicht da waren

4.16 Führen Sie eine Reklamationsstatistik?

Nein

In Vorbereitung

Ja

4.17 Leisten Sie etwas zum Thema Aufklärungsarbeit über das Hören, Gehörschutz, Prävention usw.? Was genau tun Sie?

4.18 Wie lang sind die Response-Zeiten bei E-Mail-Anfragen?

Innerhalb 1 Stunde

Länger

Am gleichen Tag

Bei uns gibt es keine E-Mail Anfragen

Spätestens am nächsten Tag

Wie stellen Sie sicher, dass auch Ihre Mitarbeiter sich an diese Zeiten halten?

4.19 Sind Sie mit Ihrem Unternehmen im social network vertreten?

Wenn ja, bitte Bezeichnung eintragen.

Nein, gar nicht

Ist in Planung

Ja, auf Facebook:

Ja, auf Twitter:

Ja, Sonstige:

Bemerkungen/Ergänzungen:

--

4.20 Werben Sie auf social network Seiten?

- | | |
|--|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Ja, wöchentlich | <input type="checkbox"/> Seltener |
| <input type="checkbox"/> Ja, monatlich | <input type="checkbox"/> Gar nicht |
| <input type="checkbox"/> Ja, einmal im Quartal | |

Wenn ja, was posten, twittern Sie? (Sonderangebote, Aktionen, Neuheiten....)

5. UNTERNEHMENS- UND MITARBEITERFÜHRUNG

5.1 Sind die Verantwortlichkeiten in Ihrem Betrieb eindeutig festgelegt?

Weiß jeder, was er wann zu tun hat und wer für welche Aufgaben konkret verantwortlich ist?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Nein | <input type="checkbox"/> Umfassend schriftlich festgelegt
und permanent überprüft |
| <input type="checkbox"/> Teilweise festgelegt | <input type="checkbox"/> Extern nach DIN ISO zertifiziert |
| <input type="checkbox"/> Umfassend schriftlich festgelegt | |

5.2 Ist eine Unternehmensphilosophie definiert? Wie lautet sie? Bitte beifügen!

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Nein | <input type="checkbox"/> Ist eingeführt, den Mitarbeitern bekannt und
hängt im Geschäft aus |
| <input type="checkbox"/> Ist in Vorbereitung | |
| <input type="checkbox"/> Ist eingeführt und allen Mitarbeitern bekannt | |

5.3 Liegt eine konkrete Jahresplanung/ein Ziel vor für Umsatz, Einkauf, Kosten, Ergebnis?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Nein | <input type="checkbox"/> Systematische Planung mit permanenter
Überwachung |
| <input type="checkbox"/> Planung nach Erfahrungswerten | |

5.4 Nach welchen Kriterien wählen Sie Ihre Lieferanten aus?

5.5 Werden die Mitarbeiter über wichtige Daten und Ziele informiert?

- | | | |
|-------------------------------|---|---|
| <input type="checkbox"/> Nein | <input type="checkbox"/> Ja, sporadisch | <input type="checkbox"/> Ja, regelmäßig |
|-------------------------------|---|---|

5.6 Wie bzw. mit welcher Regelmäßigkeit werden Ihre Mitarbeiter durch externe Referenten geschult?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Gar nicht | <input type="checkbox"/> Mindestens einmal im Jahr |
| <input type="checkbox"/> Sind schon mal geschult worden | <input type="checkbox"/> Öfter, und zwar _____x im Jahr |
| <input type="checkbox"/> Hin und wieder | |

5.7 Gibt es regelmäßige Mitarbeiterbesprechungen?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Nein | <input type="checkbox"/> Gelegentlich |
| <input type="checkbox"/> In Vorbereitung | <input type="checkbox"/> Öfter, und zwar _____x im Jahr |

5.8 Wie werden die Ergebnisse/Beschlüsse der Besprechungen allen bekannt gemacht?

5.9 Was tun Sie, um Ihre Mitarbeiter möglichst langfristig an Ihr Unternehmen zu binden?

5.10 Wie stellen Sie sicher, dass Produkte mit MHD (Mindesthaltbarkeitsdatum) oder Ablaufdatum regelmäßig kontrolliert und eventuell aussortiert werden?

5.11 Gibt es einen Hygieneplan und wenn ja, wie wird dieser überwacht?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Nein | <input type="checkbox"/> Ja, hängt aus und ist allen |
| <input type="checkbox"/> Ist in Vorbereitung | Mitarbeitern bekannt |
| <input type="checkbox"/> Ja, hängt aus | <input type="checkbox"/> Ja, wird von allen Mitarbeitern umgesetzt |

Wird folgendermaßen überwacht:

5.12 Wie gewährleisten Sie, dass Ihre Mitarbeiter immer auf dem neusten Stand (Technik, Neuheiten) sind? (Bitte beschreiben)

5.13 Welche Rolle spielt das Thema Ethik in Ihrer Unternehmensführung? Engagiert sich Ihr Unternehmen auch sozial?

5.14 Welche Rolle spielt das Thema Umweltschutz in Ihrem Unternehmen, in Ihrer Unternehmensführung? Z.B. Verpackung, Vermeidung von Plastik etc. (Bitte beschreiben)

5.15 Haben Sie offizielle Kundentoiletten?

Ja

Nein

5.16 Begleiten Sie Ihre Kunden zur Tür, wenn sie Ihr Geschäft verlassen?

Ja, jeder Kunde wird von uns zur Tür begleitet Nein

Nur besonders wichtige Kunden

6. UND ZUM SCHLUSS:

6.1 Wieso sollten Sie Top 100 Akustiker werden? Worin sind Sie besser als der Wettbewerb? Was macht Sie einzigartig? Was zeichnet Ihr Unternehmen besonders aus? Was sind Ihre Stärken? Welchen besonderen Service bieten Sie?



Viel Erfolg!

Zur Teilnahme senden Sie bitte den ausgefüllten Fragebogen

per Post an:

BGW
INSTITUT für innovative Marktforschung

BGW Institut

Stichwort: TOP 100 Akustiker

Goethestr. 3

45128 Essen

oder per E-Mail an:

es@bgwinstitut.de

**EINSENDESCHLUSS:
31. Oktober 2022**