



FRAGEBOGEN

ZUR BEWERBUNG TOP 100 OPTIKER 2024/2025

Bewerben können sich alle inhabergeführten mittelständischen Augenoptik-Betriebe. Mit diesem Fragebogen wird für jedes teilnehmende Geschäft ein neutrales und individuelles Leistungsprofil erstellt. Dieses Leistungsprofil und die Überprüfung mittels Testkäufe und Geschäftsbesichtigungen sowie Mitarbeiterbefragungen durch speziell geschulte Fachleute stellen anschließend die Grundlage zur Einstufung als TOP 100 Optiker 2024/2025.



Einsendeschluss für die Bewerbungsunterlagen ist der 10. November 2023

Die neutrale und unabhängige Auswertung erfolgt durch das BGW Institut. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Bei nachgewiesenen unrichtigen Angaben wird der Fragebogen und damit die Bewerbung nicht berücksichtigt. Teilnehmen können alle inhabergeführten Augenoptikfachgeschäfte. Wenn Sie Filialen haben, konkretisieren Sie die Bewerbung für die Filiale. Gerne können Sie auch Muster und Beispiele von besonderen Serviceleistungen oder Aktionen zur Illustration beilegen! Nach der Auswertung und Prüfung werden die Teilnehmer darüber informiert, ob sie als Top 100 Optiker ausgewählt worden sind. Im Rahmen einer großen Galaveranstaltung am **10. Februar 2024** werden diese Top 100 Optiker vom überaus beliebten und bekannten deutschen Schauspieler und diesjährigen Schirmherrn **Wotan Wilke Möhring** ausgezeichnet. **Die Bewerbung als TOP 100 Optiker ist kostenlos.** Die 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 Wotan Wilke Möhring bei der Auszeichnungsübergabe
- Personalisierte hochwertige Urkunde Top 100 Optiker 2024/2025
- Individuelles Foto mit Ihnen und Wotan Wilke Möhring bei Überreichung Ihrer Urkunde
- Auflistung aller ausgezeichneten Betriebe auf der Gala-Fotowand
- Präsentation mit Logo und Link auf der TOP 100 Optiker Website
- 1.000 individuell erstellte Top 100 Optiker Broschüren mit Fotos Ihres Geschäftes, Ihres Teams und mit Ihrem Foto als Titel, das Sie gemeinsam mit Wotan Wilke Möhring bei der Urkundenübergabe zeigt
- Plakate DIN A1, Presstexte, Texte zu Werbebriefen, Schaufensteraufkleber, Türaufkleber, Ansteckpins, Tischaufsteller
- Zertifikat und Logo TOP 100 Optiker für Eigenwerbung
- Professionelle Pressearbeit und Unterstützung rund um das Projekt



Wotan Wilke Möhring © Nils Schwarz

Um die Auszeichnung gebührend und im passenden Rahmen zu feiern, laden wir Sie sehr herzlich am **10. Februar 2024** anlässlich dieses großartigen Ereignisses zur Gala im **Hotel Kö 59, vormals Intercontinental auf Düsseldorfs Königsallee** ein. Für Essen, Trinken, Musik und tollen 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 Optiker 2024/2025

UNTERNEHMENS DATEN (des sich bewerbenden Geschäftes)

Firma	
Straße	
PLZ	
Ort	
Telefon	
E-Mail	
Internet	
Ansprechpartner	

UNTERNEHMENS STRUKTUR

Sortiment	<input type="checkbox"/> Brillen <input type="checkbox"/> Hörgeräte <input type="checkbox"/> Sonnenbrillen <input type="checkbox"/> Uhren/Schmuck <input type="checkbox"/> Kontaktlinsen <input type="checkbox"/> Vergrößernde Sehhilfen <input type="checkbox"/> Sonstige (bitte notieren) <hr/>
Anzahl Filialen	
Anzahl Mitarbeiter	
Jahr der Unternehmensgründung/-Übernahme	
Inhaber (hier bitte den tatsächlichen Inhaber eintragen!)	

1. GESCHÄFTSGESTALTUNG

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

Nein

Ja, einheitliches Logo auf Briefpapier,
Visitenkarten, im Werbeauftritt (bitte einfügen)

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

Eigene Kundenparkplätze

Sonstige (bitte notieren)

Behindertenparkplätze vor der Tür

Parkgelderstattung

Hol-/Bringservice

1.3 Wie ist Ihr Geschäft zugänglich?

Mehrere Stufen

Ebenerdig, zusätzlich noch
automatische Türöffnung

Eine kleinere Stufe

Ebenerdig oder mit stufenergänzender
Rampe (Rollstuhl/Kinderwagen)

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?

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

2. KUNDENDATEN UND -INFORMATIONEN

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

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Nein | <input type="checkbox"/> Ja, bei einigen Kunden |
| <input type="checkbox"/> In Vorbereitung | <input type="checkbox"/> Ja, immer und bei allen Kunden |

2.2 Nutzen Sie diese Informationen zur Kundenbindung? (Bitte genau beschreiben)

- Nein
 Ja, und zwar folgendermaßen:

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 und wo kommunizieren Sie Ihre Serviceleistungen? (Bitte beschreiben)

2.5 Internetpräsenz

Bitte Domain eintragen:

Wie häufig aktualisieren Sie Ihren internetauftritt?

--

2.6 Sind bei Ihnen Online-Terminvereinbarungen möglich?

Ja

Nein

In Vorbereitung

2.7 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)

--

--

2.8 Schauen Sie sich Google Rezensionen zu Ihrem Geschäft an?

Ja

Nein

Wenn ja, kommentieren Sie die Rezensionen?

--

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

Wie:

Wann:

2.10 Welches Werbemedium setzen Sie regelmäßig ein?

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

3. MARKTORIENTIERUNG

3.1 Haben Sie sich auf bestimmte Zielgruppen festgelegt oder in einem bestimmten Segment wie z. B. Qualität, Preis, Mode positioniert?

- | | |
|-------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Nein | Wenn ja, um welches Segment/
welche Zielgruppen handelt es sich? |
| <input type="checkbox"/> Ja | |
| | <input type="checkbox"/> Qualität |
| | <input type="checkbox"/> Preis/Konsum |
| | <input type="checkbox"/> High Fashion/Designer |
| | <input type="checkbox"/> Technik |
| | <input type="checkbox"/> Sonstiges: |
| | _____ |
| | <input type="checkbox"/> Nein, bin Generalist |

3.2 Werden Befragungen durch **externe Institute** zur Erfassung der Verbrauchermeinung und zur Kontrolle des eigenen Images durchgeführt?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Nein, noch nicht | <input type="checkbox"/> Ja, zuletzt im Jahre _____ |
|---|---|

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

4.6 Wie erfahren Sie, was den Kunden – ganz allgemein – beim Brillenkauf besonders wichtig ist?

- Im Gespräch mit dem Kunden
 Durch eine schriftliche Kundenbefragung in Eigenregie
 Durch eine systematische Kundenbefragung durch ein Institut
 Wir wissen auch ohne Befragung, was die Kunden wollen

4.12 Führen Sie eine Reklamationsstatistik?

Nein

Ja

4.13 Wie findet die Brillenübergabe statt? (Bitte möglichst detailliert beschreiben)

4.14 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?

4.15 Sind Sie mit Ihrem Unternehmen im social network vertreten?

Wenn ja, bitte Bezeichnung eintragen.

Nein, gar nicht

Ist in Planung

Ja, auf Facebook Link:

Ja, auf Instagram Link:

Ja, Sonstige Link:

Bemerkungen/Ergänzungen:

4.16 Werben/posten Sie auf social network Seiten?

- | | |
|--|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> wöchentlich | <input type="checkbox"/> seltener |
| <input type="checkbox"/> monatlich | <input type="checkbox"/> gar nicht |
| <input type="checkbox"/> einmal im Quartal | |

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

4.17 Wie versuchen Sie, aus Kunden Stammkunden zu machen? Wie binden Sie sie an sich?

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? (**Bitte beifügen** wenn vorhanden)

- | | |
|--|--|
| <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 Gibt es in Ihrem Unternehmen eine Einkaufsplanung?

- Nein, gibt es nicht. Wir kaufen spontan ein Ist in Vorbereitung
 Ist eingeführt und funktioniert
folgendermaßen:

5.4 Sind beim Einkauf auch Mitarbeiter aus dem Verkauf eingebunden?

- Ja Nein

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

- Nein Systematische Planung mit permanenter Überwachung
 Planung nach Erfahrungswerten

5.6 Werden die Mitarbeiter über wichtige betriebswirtschaftlichen Daten und Ziele informiert?

- Nein Detailinformationen auf
 Sporadisch Mitarbeiterbesprechungen
 Einzelne Mitarbeiter regelmäßig Alle regelmäßig über die relevanten Daten

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

- Gar nicht Einmal jährlich
 Hin und wieder Öfter, und zwar _____x im Jahr

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

5.9 Gibt es regelmäßige Mitarbeiterbesprechungen?

Nein

Gelegentlich

In Vorbereitung

Öfter, und zwar _____x im Jahr

5.10 Wie werden die Ergebnisse/Beschlüsse der Besprechungen allen bekannt gemacht?
(Bitte beschreiben)

5.11 Wie zeigen Sie bzw. geben Sie dem Kunden das Gefühl, dass Sie mit Ihrem Geschäft und Ihrem Equipment auf dem neuesten Stand der Technik sind? (Bitte beschreiben)

5.12 Was tun Sie zur Mitarbeitermotivation? Belohnen Sie auch Zusatzleistungen? (Bitte beschreiben)

5.13 Welche Rolle spielt das Thema Ethik in Ihrem Unternehmen, in Ihrer Unternehmensführung?
Wie sieht das soziale Engagement Ihres Unternehmens aus? (Bitte beschreiben)

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 Nach welchen Kriterien wählen Sie Ihre Lieferanten aus?

5.16 Haben Sie (offizielle) Kundentoiletten?

Ja

Nein

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

Ja

Nein

5.18 Haben Sie ein mobiles Kartenlese-Gerät, so dass der Kunde auch am Beratungstisch bezahlen kann?

Ja

Nein

6. UND ZUM SCHLUSS:

6.1 Warum wollen Sie Top 100 Optiker werden? Was versprechen Sie sich von diesem Titel?
Wie würden Sie diesen Wettbewerbsvorteil einsetzen und nutzen?
Wie würden Ihre Kunden davon profitieren?



Viel Erfolg!

Zur Teilnahme senden Sie bitte den ausgefüllten Fragebogen

per Post an:



BGW Institut

Stichwort: TOP 100 Optiker

Goethestr. 3

45128 Essen

oder per E-Mail an:

es@bgwinstitut.de

**EINSENDESCHLUSS:
10. November 2023**

WS