

Bericht zur gesellschaftlichen Verantwortung der Optik Burkart GmbH, Geschäftsjahr 2016

Porträt – was uns ausmacht und wofür wir stehen

Mit diesem Bericht wollen wir unseren Kunden, Lieferanten und interessierten Mitbürgern einen Einblick in unser Unternehmen geben sowie einen Überblick über die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf die Umwelt und die Menschen bereitstellen.

Anregungen und Fragen zu diesem Nachhaltigkeitsbericht können sie gerne direkt an den Geschäftsführer Siegfried Burkart richten. Wir freuen uns, mit ihnen in einen Dialog zum Thema Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung unseres Unternehmens einzutreten.

Nachhaltigkeit bildet den Rahmen für unsere Geschäftstätigkeit. Im Zentrum stehen dabei die Kunden und Mitarbeiter.

Unsere Produkte und Dienstleistungen dienen direkt der Gesundheit und Sicherheit unserer Kunden ("Gutes Sehen nützt, gutes Sehen schützt"), verbessern deren Lebensqualität und setzen modische und individuelle Akzente.

Der schonende Umgang mit Ressourcen (Energie, Material) ist Teil unseres Produkt- und Betriebskonzeptes, denn wir setzen auf die Langlebigkeit der von uns vertriebenen Qualitäts-Produkte ebenso wie auf die Dauerhaftigkeit unserer Kundenbeziehung. Wir "leben" Nachhaltigkeit im gesamten Team. Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung ist ein impliziter Bestandteil unseres Leistungsversprechens, wird von unseren Kunden auch

G4-1
Erklärung der
Geschäftsleitung

Bericht zur Gesellschaftlichen Verantwortung von Optik Burkart, Berichtsjahr 2016
Weil am Rhein, Juni 2017



als solches wahrgenommen und ist somit ein Grundpfeiler unseres Geschäftserfolges

Als Optiker-Fachgeschäft nehmen wir in unterschiedlicher Art Einfluß auf die Nachhaltigkeit.

Zunächst durch die Auswahl der Lieferanten und der Produkte, die wir vertreiben. Schon dort setzen wir Akzente indem wir Lieferanten bevorzugen, die auf Langlebigkeit der Produkte setzen, auf ökologische und sozialverträgliche Herstellung, auf Reparierbarkeit und auf Recyclebarkeit.

In unserem täglichen Handeln gehen wir schonend mit Ressourcen um. Ein respektvoller Umgang in der Belegschaft untereinander sowie mit Kunden und Lieferanten ist Teil unserer Unternehmenskultur.

Schlußendlich stimulieren wir unsere Kunden dazu, ihre nicht mehr gebrauchten Produkte uns zur Überarbeitung für die Nutzung durch Bedürftige zur Verfügung zu stellen.

Das steigende Nachhaltigkeitsbewußtsein in unserer Region ist eine offensichtliche Chance für jeden Qualitätsdienstleister, der auf Langlebigkeit der Produkte setzt und gesellschaftliche Verantwortung vorlebt und kommuniziert.

Die Optik Burkart GmbH, Weil am Rhein vertreibt Brillenfassungen und Brillengläser verschiedener, sorgfältig ausgewählter Hersteller. Neben dem Einschleifen der Brillengläser, der Reparatur von Sehhilfen, Augenprüfungen und Anpassung von Kontaktlinsen steht die professionelle Beratung der Kunden zu den verschiedenen Sehhilfen im Vordergrund.

Optik Burkart betreut mit 24 Mitarbeitern (inklusive der fünf Auszubildenden) in Weil am Rhein Kunden aus Deutschland (64%), der Schweiz (34%) und aus Frankreich (2%).

Wir bevorraten ca 3000 Brillengestelle, führen jährlich 7000 Einfassungen

G4-2

Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung

G4-3,4,5,6,7,8,9

Geschäftstätigkeit und Kennzahlen

Bericht zur Gesellschaftlichen Verantwortung von Optik Burkart, Berichtsjahr 2016
Weil am Rhein, Juni 2017



(pro Glas) durch und bearbeiten 750 Reparaturen. Wir führen ca 4500 Beratungsgespräche mit unseren Kunden und machen 2600 Sehtests.

Alle unsere Mitarbeiter haben unbefristete Verträge. Wir setzen keine Leiharbeiter ein.

Unsere Belegschaft ist (in Kopfzahlen) überwiegend weiblich. Die Frauenquote beträgt 64% (Die durchschnittliche Frauenquote im Einzelhandel in Deutschland ist 63% gemäß dem Handelsverband Deutschland, HDE).¹

Wir beschäftigen zum Stichtag 31.12.2016 fünf Auszubildende, was einer Ausbildungsquote von 21% entspricht. (Die durchschnittliche Ausbildungsquote im Einzelhandel liegt bei 7,9%). Damit leisten wir einen überdurchschnittlichen Beitrag zu den Entwicklungsmöglichkeiten junger Menschen. Zusätzlich haben wir ein Traineeprogramm für einen Mitarbeiter aufgesetzt.

Das Management besteht aus dem Geschäftsführer Siegfried Burkart. Managementaufgaben werden zudem auf die drei Augenoptikermeister übertragen (fallweise), die im Unternehmen beschäftigt sind.

Alle Mitarbeiter haben unbefristete Anstellungsverträge. Leiharbeitskräfte setzen wir keine ein. Ebenso beschäftigen wir aktuell keine Mitarbeiter mit einer Behinderung.

G4-10
Belegschaftsstruktur

¹ Vergleichszahlen für diesen Bericht wurden aus verlässlichen Quellen wie Destatis, HDE, BMU etc entnommen





Blick auf einen Werkstatt-Arbeitsplatz

Es sind keine Mitarbeiter formal an Kollektivvereinbarungen gebunden. Wir orientieren uns bei der Entlohnung am ZVA Tariflohn, der durch freiwillige Leistungen ergänzt wird.

Die Auswahl unserer Lieferanten erfolgt auf Basis klarer Prinzipien. Produktqualität, sozial und ökologisch verträgliche Herstellungsverfahren spielen dabei ebenso eine Rolle wie die Kundenerwartungen an die modische Ausgestaltung des Produktes.

Wir informieren uns über die Produktionsbedingungen bei den Herstellern und zielen darauf ab, attraktive Produkte mit einem möglichst niedrigen ökologischen Fußabdruck in unser Angebotsportfolio zu nehmen. Wir besuchen (auditieren) die größeren Lieferanten regelmäßig.

Wir sind in folgenden Vereinigungen vertreten:
WVAO Wissenschaftliche Vereinigung Deutscher Augenoptiker
VDC Vereinigung Deutscher Kontaktlinsenspezialisten
ZVA Zentralverband deutscher Augenoptiker
AMD Netzwerk Leben mit Makulardegeneration

Bericht zur Gesellschaftlichen Verantwortung von Optik Burkart, Berichtsjahr 2016
Weil am Rhein, Juni 2017



Mitarbeiterbindung und Stabilität im Team ist uns wichtig und zudem eine Voraussetzung für Kontinuität und Vertrauen im Umgang mit unseren Kunden

G4-11
Kollektivvereinbarungen

G4-12
Lieferkette

G4-16
Mitgliedschaften

SWAV Südwestdeutscher Augentoptiker Verband

Es handelt sich hier um den ersten Bericht dieser Art für unser Unternehmen. Der Bericht basiert auf der Grundstruktur des Berichtsleitfadens (Version 4.0) der Global Reporting Initiative. Die Referenz zu dem Berichtsleitfaden ist hier immer als „G4- ...“ angegeben. In einer vorgeschalteten Analyse zusammen mit einem Beratungsunternehmen (Richer GmbH, Prof. Sohn) wurden die relevanten Berichtskriterien aus dem Leitfaden identifiziert und diesem Bericht zugrunde gelegt.

Die Berichtsinhalte wurden orientiert an der Charakteristik unseres Unternehmens: inhabergeführtes Dienstleistungsunternehmen mit regionaler Ausprägung. Aspekte mit globaler Ausrichtung sind nicht relevant. Ebenso wurde in der Versorgungskette ausschließlich die Stufe bis zu unseren direkten Lieferanten betrachtet.

Das Berichtsjahr ist das Geschäftsjahr 2016.

Die zentralen Stakeholdergruppen sind unsere Kunden, Lieferanten und Mitarbeiter. Zum erweiterten Kreis der Stakeholder zählen die im direkten Umfeld unserer Betriebsstätte ansässigen Gewerbeunternehmen und Einwohner sowie regulierende Organisation (Stadtverwaltung, Gewerbeverein, IHK etc)

Feedback holen wir uns insbesondere von Kunden und Mitarbeitern ein. Kundenfeedback erhalten wir durch Direktansprache bei der Produktübergabe. Es werden derzeit keine expliziten Zufriedenheitsstatistiken geführt oder entsprechende formale Erhebungen durchgeführt. Sollten Kunden Unzufriedenheit signalisieren, wird den Gründen dafür direkt nachgegangen.

Die Verantwortung für den Bericht und erster Ansprechpartner zu dem Bericht ist die Geschäftsführung in Person von Herrn Burkart. Anliegen der Stakeholder zu Nachhaltigkeitsthemen gehen somit direkt an die Geschäftsführung und können auch formlos an ihn gerichtet werden.

G4-18, 19, 33
Erstellung des Berichtes
zur Gesellschaftlichen
Verantwortung,
Zielgruppen

G4-24
Stakeholdergruppen

G4-26
Stakeholder Feedback

G4-31,34,38,39,47,49
Steuerung des Berichtes

Bericht zur Gesellschaftlichen Verantwortung von Optik Burkart, Berichtsjahr 2016
Weil am Rhein, Juni 2017



Es gibt keinen Beirat, allerdings werden strategische Themen und Themen mit Nachhaltigkeitsrelevanz gemeinsam (Beschäftigte und Geschäftsführung) diskutiert und es wird dabei immer ein größtmöglicher Konsens gesucht.

Es obliegt der Geschäftsführung, die Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft regelmäßig (mindestens jährlich) zu überprüfen und zu steuern.

Das Verhältnis der Jahresgesamtvergütung des höchstbezahlten Mitarbeiters zum mittleren Niveau der Jahresgesamtvergütung aller Beschäftigten beträgt 1,4 (Überschlagsrechnung auf Basis der Bruttomonatslöhne ohne Berücksichtigung von Prämien).

Basis für alle Mitarbeiter sind die Tarifsteigerungen und damit für alle Mitarbeiter identisch. Es gibt zudem Teamprämien, die sich an den Verkaufszahlen der Produkte orientieren.

Es existiert eine Wertekanon (Respekt, Kundenorientierung etc) der einfach und knapp beschrieben ist, der an den Werkstattarbeitsplätzen aushängt und an den regelmäßig erinnert wird.

Ökonomische Eckdaten und Rahmenbedingungen – wirtschaftliche Stabilität nützt unseren Kunden und Mitarbeitern!

Die Lohnsumme beträgt 28% des Umsatzes. Im Betrachtungszeitraum wurde Gewerbesteuer in Höhe von rund 3% des Umsatzes gezahlt.

Das Unternehmen hat keine Subventionen oder sonstige staatliche Fördermittel erhalten.

Der Abstand des niedrigsten Gehaltes zum gesetzlichen Mindestlohn beträgt rund 5 Euro pro Stunde.

G4-54
Vergütungsspannen

G4-55
Vergütingssteigerungen

G4-56
Code of Conduct

G4-EC1, EC44
Lohnsumme
Steuerzahlungen
Subventionen

G4-EC5, EC6
Abstand zum

Führungskräfte wurden zu 100% regional angeworben. Lohnniveau und Rekrutierungsradius sind durch die Grenznähe zum Hochlohnland Schweiz beeinflusst.

Mindestlohn
Regionale
Führungskräfte

Wir SEHEN genau hin – Ressourcenverbrauch und Emissionen

Es werden im Jahr rund 7000 Gläser und 3000 Brillengestelle verarbeitet. Diese werden von unterschiedlichen (internationalen) Herstellern bezogen und in kleinen Losgrößen vom Hersteller an uns verschickt. Daraus resultiert ein Paketaufkommen von rund 3100 Paketen pro Jahr (mit typischen Paketmaßen von 0,4m x 0,4m x 0,4m)

G4-EN1
Eingesetzte Rohstoffe für
Dienstleistungen

Als stationäres Einzelhandelsunternehmen haben wir einen erwartungsgemäß geringen Kraftstoffverbrauch von rund 1200 Liter pro Jahr. Dies entspricht einem Energieeinsatz von 11600 KWh.

G4-EN3
Energieverbrauch
Kraftstoffe

Die eingesetzte Heizenergie (Gasheizung und Warmwasseraufbereitung) für die gesamte Betriebs- und Verkaufsfläche betrug 14800 KWh. Eine Anbindung unserer Betriebsstätte an ein Fernwärmenetz besteht nicht.

Heizenergie

Der Stromverbrauch belief sich auf 28953 KWh. Der eingesetzte Provider respektive der gewählte Tarif liefert Strom aus 100% regenerativen Quellen (Wasserkraft).

Im stationären Handel ist eine aussagekräftige Kennzahl die eingesetzte Energie pro Quadratmeter Betriebsfläche. Dieser Koeffizient beträgt bei uns (278 m² Betriebsfläche) dementsprechend 157 KWh pro Quadratmeter. Der Durchschnittswert für Nichtlebensmittel-Einzelhandel beträgt 260 KWh pro

G4-EN5
Energieintensitäts-
koeffizient

Bericht zur Gesellschaftlichen Verantwortung von Optik Burkart, Berichtsjahr 2016
Weil am Rhein, Juni 2017



Quadratmeter (Studie Oegut). Trotz der offenen Zwei-Ebenenarchitektur unserer Betriebsstätte und der üppigen Beleuchtung der Regale und Vitrinen bewegen wir uns also deutlich unterhalb des Durchschnitts des spezifischen Energieverbrauchs.

Durch die Umrüstung aller Leuchtmittel auf LED konnte der Stromverbrauch gegenüber dem Vorjahr um mehr als 50% gesenkt werden. Die Einsparung betrug rund 30 000 kWh. Damit amortisiert sich diese Maßnahme innerhalb von 2 Jahren bei isolierter Betrachtung des Stromverbrauchs. Durch die geringere Abwärme der LED Lampen erhöht sich die benötigte Heizenergie. Eine exaktere Quantifizierung dieser Erhöhung ist auf Basis der uns vorliegenden Primärdaten aber schwer durchzuführen.

Die eingesetzte Energie pro bevorratetem Brillengestell beträgt 23,4 kWh. Dies ist eine vereinfachte Betrachtung, da sämtliche Energieverbräuche nur auf die Sehhilfen umgelegt wurden und dabei die restlichen Dienstleistungen (Augenuntersuchung, Reparaturen etc) ignoriert wurden.

Der jährliche Wasserverbrauch betrug 164,3 Kubikmeter. Dies entspricht einem Verbrauch, wie ihn 3,5 Menschen in Deutschland typischerweise erzeugen würden. Wasser wird in unserer Betriebsstätte primär für Reinigungs- und Hygienezwecke benutzt. Die Einschleifmaschinen für die Brillengläser benötigen auch Wasser, was aber wiederverwendet wird bis ein gewisser Verschmutzungsgrad überschritten ist (geschätzter Wiederverwendungsfaktor 10 oder höher).

G4-EN6
Einsparungen aufgrund von Maßnahmen

G4-EN7
Energiebedarf pro verkauftem Produkt

G4-EN8, EN10
Wasserentnahme



Moderne Einschleifmaschinen mit Schleifwasserrückgewinnung helfen, auch im Werkstattbereich die Ressourcen-Nutzung zu reduzieren.

Moderne Einschleifmaschine mit Mehrfachnutzung des Wasservorrates

Das für die Heizenergie eingesetzte Erdgas setzt bei seiner Verbrennung rund 2975 Kg CO₂ frei. Dazu addiert sich das CO₂ aus dem verbrauchten Kraftstoff (2840 Kg) zu 5818 Kg CO₂.

G4-EN15
CO₂ Emissionen

Die oben genannten 3100 Pakete pro Jahr erzeugen bei einem angenommenen Durchschnittsgewicht von 4 Kg, einem Volumen von 0,064 Kubikmetern und einer Transportstrecke von durchschnittlich 400 km einen CO₂-Ausstoß von 1280 kg (berechnet mit dem DHL Carbon Calculator),

G4-EN16, EN30
Emissionen durch Transporte von Vorprodukten

Bericht zur Gesellschaftlichen Verantwortung von Optik Burkart, Berichtsjahr 2016
Weil am Rhein, Juni 2017



Die oben genannten CO₂ Emissionen ergeben, umgerechnet auf die Betriebsfläche, einen Intensitätskoeffizienten von 44,85 Kg CO₂-Emission pro Quadratmeter Betriebsfläche.

Die Einsparungen beim Stromverbrauch führen nicht zu CO₂-Emissionsreduktionen, da der Strom aus regenerativer Energie (Wasserkraft) gewonnen wurde und wird.

Gefährliche Abfälle entstehen im Rahmen unserer Geschäftstätigkeit keine. Kartonagen und Packmittel werden bei Bedarf wiederverwendet (Rücksendung) oder auf dem kommunalen Recyclinghof entsorgt. Die Restmüllmenge entspricht dem eines einzigen durchschnittlichen Privathaushalts in Deutschland und wird über die üblichen Restmüllsammlungen entsorgt.

Die großen Lieferanten berichten zu ihren Nachhaltigkeitsprofil unaufgefordert. Wir planen, bei kleineren Herstellern eine Fragebogenaktion zu ausgewählten Nachhaltigkeitsthemen zu lancieren. Unsere Lieferanten sind mehrheitlich in Italien und Deutschland ansässig mit lokaler Produktion. Im Betrachtungszeitraum sind keine Skandale oder sonstige Auffälligkeiten bei unseren Lieferanten bekannt geworden.

G4-EN18, EN19
Emissionsintensitätskoeffizient

G4-EN31
Abfälle

G5-EN32, EN33, EN34
Ökologie bei den Lieferanten

Im Betrachtungszeitraum hatten 4 Personen Anspruch auf Elternzeit. Alle haben von dieser Option Gebrauch gemacht. Als kleineres Handelsunternehmen können wir keine Kinderbetreuung für unsere Mitarbeiter anbieten (Betriebskindergartenplätze).

Die Krankenquote betrug im Schnitt rund 6 Tage pro Monat über die gesamte Belegschaft. Das entspricht einer Quote von 1,25% und liegt deutlich niedriger als der Bundesdurchschnitt von rund 4% (Destatis, 2015). Wir sind uns sicher, dass ein von Vertrauen geprägtes Betriebsklima, abwechslungsreiche Tätigkeiten, häufige Neuerungen bei den Produkten (Gläsern) die Mitarbeiter mental positiv beeinflusst und dazu beiträgt, den Krankenstand niedrig zu halten.



Die Vielzahl der Kombinationsmöglichkeiten von Material, Tönung, Beschichtung und optischer Merkmale (uni-, bi-, multifokal) kombiniert mit dem Einsatzspektrum gemäß Kundenwunsch machen die Sehhilfe zu einem

Teilzeitbeschäftigte

G4-LA3

Elternzeit

G4-LA6

Krankenquote

Die perfekte Sehhilfe für einen Kunden zu identifizieren ist ein komplexer Vorgang und erfordert qualifiziertes Personal und regelmäßige Weiterbildung, um bei den kurzen Innovationszyklen der Produkte stets auf der Höhe der Zeit zu sein

Bericht zur Gesellschaftlichen Verantwortung von Optik Burkart, Berichtsjahr 2016
Weil am Rhein, Juni 2017



beratungsintensiven Produkt.

Arbeitssicherheit und Arbeitsschutz sind uns wichtig und die Einhaltung entsprechender Sicherheitsvorgaben ist Teil der Unternehmenskultur. Deshalb gab es im Berichtsjahr keine Berufsunfälle. Unsere Geschäftstätigkeit ist auch nicht geprägt von klassischen Berufskrankheiten.

Unsere 24 Mitarbeiter (ohne die Auszubildenden) werden in Summe rund 4 Tage pro Jahr (32 Stunden) aus- und weitergebildet. Dies beinhaltet neben formalen Schulungen auch das Vertrautmachen mit neuen Produkten und Verfahren im Rahmen der regelmäßigen Mitarbeiterbesprechungen. (Im Einzelhandel bieten nur 50% der Unternehmen ihren Mitarbeitern Weiterbildung an, nur 31% der Belegschaft im Einzelhandel nimmt an Weiterbildungsmaßnahmen teil. Quelle: IAB Forschungsbericht zum Einzelhandel, 2012)

Im Berichtszeitraum wurden 80% der Auszubildenden in ein festes Anstellungsverhältnis übernommen. (In Westdeutschland war die durchschnittliche Übernahmequote 2015 bei 68% über alle Berufe gemittelt).

Wir haben 8 Schul- bzw Ausbildungspraktika angeboten und durchgeführt.

Vier von fünf Mitarbeitern erhalten bei uns ein spezifisches Feedback zu Leistung und beruflichen Entwicklungsmöglichkeiten, die restlichen Mitarbeiter erhalten ein allgemeines Feedback zu ihrer Leistung respektive zur Erfüllung der Erwartungen an sie. 75% der Führungskräfte erhalten ein Feedback zu ihrer Führungskompetenz. Ein etabliertes Instrument zur Einholung von Mitarbeiter-Feedback ist die monatliche Betriebsbesprechung. Dort wird aktiv Feedback erfragt. Feedback wird bei 90% der Belegschaft angefragt, 60% der Belegschaft geben dann auch Feedback (Zahlen geschätzt, es existieren keine expliziten Statistiken oder Dokumentationen dazu).

Feedback im Sinne von Verbesserungsvorschlägen erhalten wir

G4-LA6, LA7, LA9, LA10,
LA 11, LA13, LA14,
LA15,LA16, G4-HR3
Arbeitsschutz und
Arbeitssicherheit,

Aus- und Weiterbildung

Übernahmequote

Praktika

Feedback

Verbesserungsvorschläge

Bericht zur Gesellschaftlichen Verantwortung von Optik Burkart, Berichtsjahr 2016
Weil am Rhein, Juni 2017



durchschnittlich von einem Viertel der Belegschaft. Die Verbesserungsvorschläge summieren sich auf rund 100 pro Jahr. Diese werden meist in den Betriebsbesprechungen vorgestellt, diskutiert und zur Umsetzung freigegeben.

In unserem Unternehmen gibt es keine Unterschiede in der Bezahlung zwischen Männern und Frauen. (Das durchschnittliche Gender Pay Gap in Deutschland wird beziffert auf einen Prozentsatz zwischen 7 und 20%, je nach Rechenmethode).

Formale Beschwerden seitens der Mitarbeiter zu Arbeitspraktiken gab es keine. Ebenso sind uns keine Beschwerden („Skandale“) zu Arbeitspraktiken unserer direkten Lieferanten bekannt.

Beschwerden zu Fällen von Diskriminierung gab es ebenso keine.

Humanitäre Aktivitäten – es gibt noch mehr als gute Geschäfte!

Mitarbeiter und Führungskräfte sind teilweise ehrenamtlich im Einsatz. Die Geschäftsleitung stellt sicher, dass die ehrenamtlichen Tätigkeiten ausgeübt werden können und mit den zeitlichen Anforderungen an den beruflichen Einsatz in Einklang gebracht werden können. Es gab im Betrachtungszeitraum auch bezahlte Freistellungen für Mitarbeiter zur Wahrnehmung gesellschaftlicher Aufgaben (Schulung freiwillige Feuerwehr).

Sachspenden werden immer wieder an Bedürftige und neuerdings auch häufiger an Asylanten geleistet. Es sind dies meistens aufgearbeitete, nicht mehr benötigte Sehhilfen, die von Kunden zur Verfügung gestellt wurden und von uns für den Bedürftigen angepaßt werden.

Die Geldspenden an gemeinnützige Einrichtungen summierten sich zu einem mittleren, vierstelligen Betrag.

Gender Pay Gap

Beschwerden zu Arbeitspraktiken und Diskriminierung

G4-SO6
Sach- und Geldspenden

Produkte und Verbrauchergesundheit – gutes Sehen UND gutes Aussehen für unsere Kunden

Wir beraten unsere Kunden eindringlich, neben modischen Aspekten auch auf gesundheitliche Komponenten zu achten. Insbesondere sind das die Bruchsicherheit, Materialverträglichkeit und der UV-Schutz. Ebenso spielen Themen wie die situationsgerechte Sehhilfe (Autofahrerbrille, Sportbrille) eine wichtige Rolle im Beratungsgespräch.

Die Kundenzufriedenheit wird bei der Aushändigung des Produktes oder nach erfolgter Dienstleistung explizit abgefragt. Eine detaillierte Statistik dazu führen wir nicht, wir gehen aber jeder Kundenrückfrage oder Kundeneschwerde direkt nach.

Die Kundenzufriedenheit schlägt sich auch in der „Wiederkehrerquote“ nieder, also den Kunden, die mindestens 2 mal innerhalb von 4 Jahren (dem typischen Wiederbeschaffungsintervall für Sehhilfen) bei uns ein Produkt erwerben oder eine kostenpflichtige Dienstleistung erfahren. Diese Quote beträgt 70,4% für den Zeitraum von Januar 2013 bis Dezember 2016. Bedenkt man, dass Kunden auch einfach durch Umzug oder sonstige Umstände verloren gehen können, ist dieser Wert ein weiterer Indikator für die Qualität unserer Produkte und Dienstleistungen.

G4-PR1, PR3, PR5
Verbrauchergesundheit
Kundenfeedback



Eine sorgfältige Qualitätskontrolle im Wareneingang ist nach der Sortimentsauswahl der nächste Schritt, um Kundengesundheit und Kundenzufriedenheit sicher zu stellen

Eine Lieferung von Brillenfassungen wird intensiv überprüft

Als Unternehmen tragen wir für unsere Mitarbeiter und unsere Gesellschaft eine hohe soziale Verantwortung. Sich mit dem Thema Nachhaltigkeit in seiner ganzen Bandbreite zu beschäftigen, war und ist für mich eine spannende Zeit.

Ein tiefgründigeres Nachdenken über die oft selbstverständlich durchgeführten innerbetrieblichen Prozessen ergab eine häufig neue Sichtweise auf unser Handeln. Zu sehen, wo wir bei dem Thema Nachhaltigkeit im Moment stehen (Status quo) und welche Möglichkeiten der Weiterentwicklung und Verbesserung wir anstreben können, war für mich äußerst wertvoll.

Bericht zur Gesellschaftlichen Verantwortung von Optik Burkart, Berichtsjahr 2016
Weil am Rhein, Juni 2017



Weil am Rhein, im Juni 2017

Siegfried Burkart

Bericht zur Gesellschaftlichen Verantwortung von Optik Burkart, Berichtsjahr 2016
Weil am Rhein, Juni 2017

