

*Wir backen Brot
für die Zukunft*

Nachhaltigkeitsbericht 2023

Vorwort der Geschäftsführung

Herzlich willkommen zu unserem Nachhaltigkeitsbericht 2023!

In diesem Jahr haben wir uns intensiv mit unseren Nachhaltigkeitszielen auseinandergesetzt und dabei bedeutende Fortschritte erzielt. Trotz der Herausforderungen der vergangenen Jahre haben wir unser Ziel konsequent verfolgt, noch nachhaltiger zu werden.

Dieser Bericht gibt Ihnen einen umfassenden Überblick über unsere Erfolge in den Bereichen: Unternehmensführung, Mitarbeiter Gemeinschaft, Umwelt und Kunden. Wir sind uns bewusst, dass es noch viel zu tun gibt, aber wir sind auf dem richtigen Weg. Mit Entschlossenheit und Engagement werden wir unsere Nachhaltigkeitsziele weiter verfolgen und einen positiven Beitrag für die Gesellschaft leisten.

Wir sind überzeugt, dass Nachhaltigkeit der Schlüssel zu einer erfolgreichen Zukunft ist. Deshalb werden wir unsere Anstrengungen in diesem Bereich kontinuierlich weiterentwickeln und ausbauen.

Wir laden Sie ein, uns auf diesem Weg zu begleiten.

Familie Fonk





Inhalt



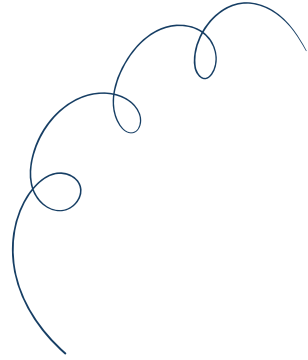
04 Unsere Geschichte

05 Unser Engagement

06 Genuss mit Tradition und Regionalität

07 Genuss für jeden Geschmack

08 Unsere Standorte



10 Unsere Nachhaltigkeitsstrategie

11 Wirkungsbereich Unternehmensführung

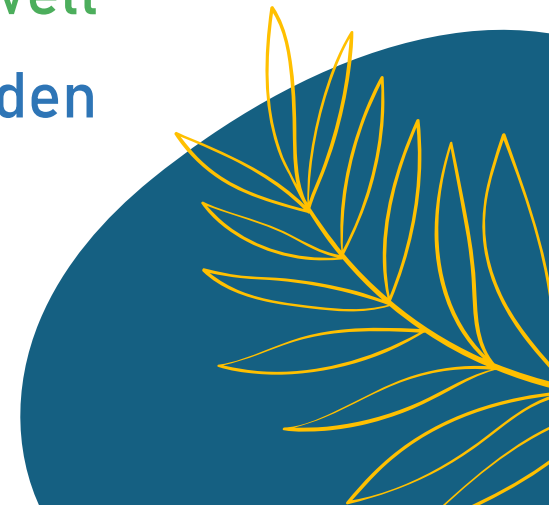
13 Wirkungsbereich Mitarbeiter

15 Wirkungsbereich Gemeinschaft

17 Wirkungsbereich Umwelt

21 Wirkungsbereich Kunden

23 Schlusswort



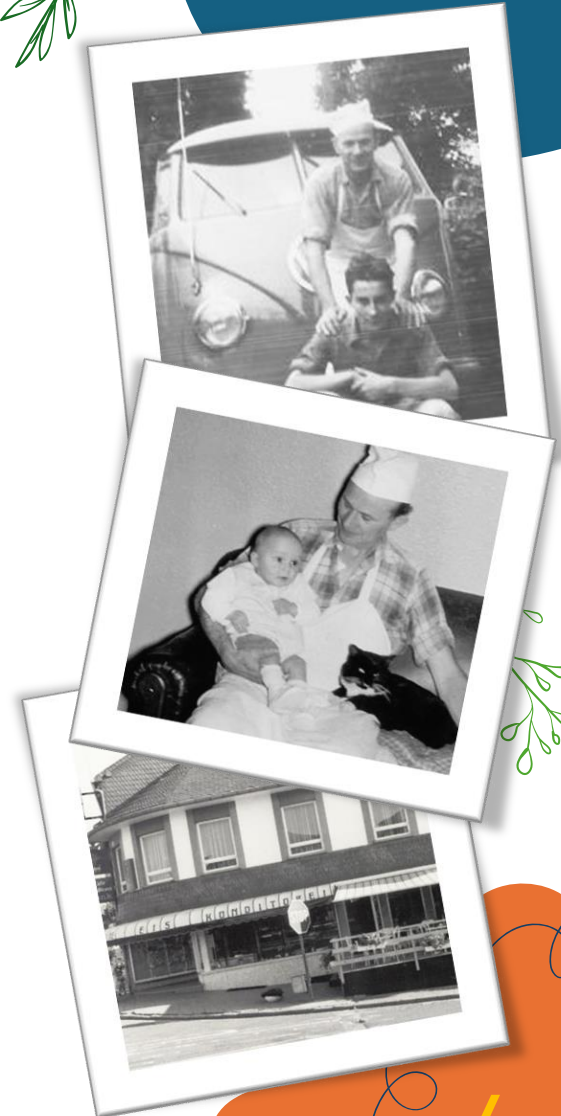
Unsere Geschichte

Die Geschichte unserer Bäckerei Fonk reicht bis ins Jahr 1947 zurück. In diesem Jahr eröffneten Jacob Fonk und Maria Kohnen das erste Geschäft in Sankt Vith, das damals noch stark von den Folgen des Zweiten Weltkriegs geprägt war. Die ersten Jahre waren nicht leicht, aber unsere Familie gab nicht auf und baute das Unternehmen Schritt für Schritt auf.

1967 übernahm Michael Fonk, der älteste Sohn, das Unternehmen. Er führte unsere Bäckerei in die Moderne und setzte auf Qualität und Regionalität. Unter seiner Leitung wurde die Backstube in die Talstraße verlegt und eine weitere Filiale in Sankt Vith eröffnet.

1998 übernahmen Eric und Mario Fonk, die Söhne von Michael, die Bäckerei. Sie setzten die Tradition unseres Familienunternehmens fort und führten die Bäckerei in die Zukunft. Unter ihrer Leitung wurde das Sortiment erweitert und die Bäckerei modernisiert.

Seit 2023 werden wir von der 4. Generation, Milena und Evelyne, unterstützt. Wir sind fest entschlossen, die Tradition unserer Bäckerei Fonk fortzuführen und unsere Kunden auch in Zukunft hochwertige und regionale Produkte zu bieten.



Unser Engagement

Als Bäckerei sind wir ein wichtiger Bestandteil unserer Region. Wir liefern nicht nur frische Backwaren, sondern schaffen auch Arbeitsplätze und unterstützen die lokale Wirtschaft. Daher ist es uns wichtig, uns für regionale Entwicklung und Nachhaltigkeit einzusetzen.

Ein wichtiger Aspekt unserer Nachhaltigkeitsstrategie ist die regionale Entwicklung. Durch den Einkauf bei lokalen Lieferanten stärken wir die Betriebe in unserer Region und fördern die Wertschöpfung vor Ort. Dies trägt dazu bei, Arbeitsplätze zu sichern und die Lebensqualität in unserer Region zu verbessern. Kurze Transportwege schonen zudem die Umwelt.

In diesem Sinne legen wir Wert auf eine nachhaltige Produktion unserer Produkte, die sowohl der Umwelt als auch der Qualität zugutekommt. Wir achten daher darauf, dass unsere Produkte aus frischen, regionalen Zutaten hergestellt werden. Dies trägt dazu bei, dass unsere Produkte nicht nur besser schmecken, sondern auch einen geringeren ökologischen Fußabdruck haben.

Darüber hinaus arbeiten wir daran, unsere Abfallproduktion und Energie- und Ressourcenverbrauch zu reduzieren. Dies tun wir durch die Optimierung unserer Abläufe und die Verwendung nachhaltiger Materialien.



Genuss mit Tradition und Regionalität

Wir sind ein traditionsbewusstes und regional verbundenes Familienunternehmen. Wir haben uns dem Genuss verschrieben und legen großen Wert auf Qualität, Menschlichkeit, Service und Regionalität.

Qualität:

Für uns ist die Qualität unserer Produkte von größter Bedeutung. Wir verwenden ausschließlich hochwertige Zutaten und verarbeiten diese mit viel Sorgfalt. Wir sind überzeugt, dass nur so ein wahrer Genuss entstehen kann.

Menschlichkeit:

Wir legen großen Wert auf unsere Mitarbeiter. Wir bieten ihnen einen sicheren Arbeitsplatz, gute Arbeitsbedingungen und Möglichkeiten zur Weiterbildung. Wir sind stolz darauf, dass unsere Mitarbeiter sich mit unserem Unternehmen identifizieren und mit viel Leidenschaft und Engagement arbeiten.

Service:

Wir möchten unseren Kunden einen erstklassigen Service bieten. Wir sind immer freundlich und hilfsbereit und beraten unsere Kunden gerne. Wir sind überzeugt, dass ein guter Service wichtig für ein positives Einkaufserlebnis ist.

Regionalität:

Wir setzen auf regionale Produkte. Wir arbeiten mit lokalen Partnern zusammen, um die Region zu unterstützen. Wir sind stolz auf unsere Partnerschaften und sind davon überzeugt, dass sie ein wichtiger Beitrag zur Entwicklung der Region sind.

Wir sind davon überzeugt, dass Genuss, Tradition und Regionalität untrennbar miteinander verbunden sind. Wir möchten mit unseren Produkten und unserem Engagement einen Beitrag zu einem nachhaltigen und genussvollen Leben in unserer Region leisten.



Genuss für jeden Geschmack



Unsere Produkte werden aus hochwertigen Zutaten aus der Region hergestellt. Wir beziehen beispielsweise Roggen von einem lokalen Bauern, der ihn nach unseren Vorgaben anbaut. Das Mehl wird von einer nahen gelegenen Mühle gemahlen. Auch die Milch stammt von einem regionalen Bauernhof.

Unsere Produkte richten sich also an alle, die sich für gutes Essen und Trinken interessieren. Wir sind eine beliebte Anlaufstelle für Familien, Berufstätige, Touristen und alle, die sich einfach mal verwöhnen lassen möchten.

Bäckerei: Brot, Brötchen, Baguettes & Ciabattas, glutenfreies Brot

Konditorei: Feingebäck, Teilchen, Fladen, Torten, glutenfreie Torten und Gebäck

Snacks: Belegte Brötchen, belegte Baguettes, Frühstücke, Suppen, Salate, Pizzas, Nudeln, Häppchen,...

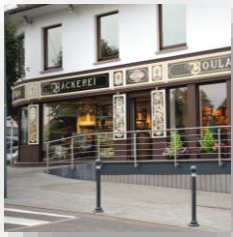
Getränke: Kaffeespezialitäten, Bio-Tees, Bio-Limonaden, Smoothies, heiße Schokolade (Fairtrade), verschiedene Säfte, verschiedene kalte Getränke (lokale Biere, Faire Milkschokolade,...)

Verschiedenes: Eistorten, Honig, Marmeladen, Plätzchen, Weihnachtstollen und Printen, Präsentkörbe, Pralinen,...

Besuchen Sie uns doch einmal und überzeugen Sie sich selbst von unseren leckeren Produkten!

Unsere Standorte

Belgien



Sankt Vith - Hauptgeschäft
Hauptstraße 103
4780 ST. VITH



Sankt Vith - Hauptstraße
Hauptstraße 11
4780 ST. VITH



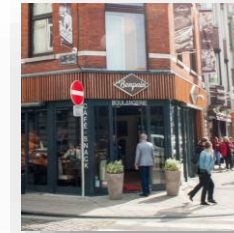
Sankt Vith - Luxemburger Straße
Luxemburger Straße 48A
4780 ST. VITH



Eupen - Unterstadt
Haasstraße 47
4700 EUPEN



Eupen - Oberstadt
Klosterstraße 33
4700 EUPEN



Bonpain - Lüttich
Rue Gétry 107
4020 LÜTTICH

Luxemburg



Troisvierges
65, Grand Rue
9905 TROISVIERGES



Weiswampach
64, Gruuss Strooss
9991 WEISWAMPACH



Marnach
2, Marburger Strooss
9764 MARNACH





Unsere Nachhaltigkeitsstrategie



Unsere Nachhaltigkeitsstrategie

Als Leitfaden für unsere Nachhaltigkeitsstrategie haben wir uns die Wirkungsbereiche des B Corp Impact Assessment (BIA) zu eigen gemacht. Diese fünf Wirkungsbereiche bilden also die Grundlage unserer Nachhaltigkeitsarbeit und spiegeln unsere Werte und Ziele wider:

- **Unternehmensführung:** Wir wollen ein Unternehmen sein, das sich durch Transparenz, Integrität und soziale Verantwortung auszeichnet.
- **Mitarbeiter:** Wir wollen ein attraktiver Arbeitgeber sein, der seinen Mitarbeitern ein sicheres und förderliches Arbeitsumfeld bietet.
- **Gemeinschaft:** Wir wollen uns aktiv in unsere lokale Gemeinschaft einbringen und einen positiven Beitrag leisten.
- **Umwelt:** Wir wollen unseren ökologischen Fußabdruck reduzieren und nachhaltiger wirtschaften.
- **Kunden:** Wir wollen unseren Kunden hochwertige Produkte und Dienstleistungen anbieten, die auch ihren Nachhaltigkeitsansprüchen gerecht werden.

Wir sind davon überzeugt, dass diese Nachhaltigkeitsstrategie uns dabei helfen wird, unsere Ziele zu erreichen und ein noch nachhaltigeres Unternehmen zu werden.

Unternehmensführung - **Mitarbeiter** - **Gemeinschaft** - **Umwelt** - **Kunden**

Wirkungsbereich Unternehmensführung

Im Jahr 2023 setzten wir uns als Unternehmen ein ehrgeiziges Ziel: Wir wollten unseren Nachhaltigkeitsstatus im Bereich der Unternehmensführung deutlich verbessern.

Mit großem Engagement und innovativen Maßnahmen haben wir dieses Ziel nicht nur erreicht, sondern sogar übertroffen!

Konkrete Maßnahmen:

- Formalisierung der Prozesse: Wir haben die Prozesse unserer Unternehmensführung weiter formalisiert, um Nachhaltigkeit systematisch in alle Bereiche zu integrieren.
- Strategischer Fokus: Der Verwaltungsrat hat Nachhaltigkeit als strategischen Schwerpunkt definiert. Bei jedem Treffen wird der Fortschritt in diesem Bereich analysiert und konkrete Maßnahmen beschlossen.
- Verankerung in den Statuten: Unsere Unternehmensstatuten wurden angepasst, um sicherzustellen, dass alle wichtigen Entscheidungen nachhaltigkeitsrelevant geprüft werden.
- Verhaltenskodex: Wir haben einen Verhaltenskodex eingeführt, der für alle Mitarbeiter klar und transparent die Nachhaltigkeitsverpflichtungen des Unternehmens definiert.



Konkrete Maßnahmen

- Wir haben uns zu einem konkreten Umweltziel verpflichtet, z. B. haben wir alle Einwegbecher und Schalen aus unserem Unternehmen entfernt und durch wiederverwendbare Becher und Bowls ersetzt.
- Wir haben unsere Mitarbeiterschulungen um Aspekte der sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit erweitert.
- Wir haben die Stellenbeschreibungen unserer Führungskräfte um die Aspekte der sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit erweitert.
- Wir haben die Leistungsbeurteilungen unserer Mitarbeiter um die Aspekte der sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit erweitert.
- Wir haben ein Nachhaltigkeitskomitee gegründet, um die Mitarbeiter in die Nachhaltigkeitsaktivitäten des Unternehmens einzubinden.
- Wir engagieren uns auf verschiedene Weise für unsere Stakeholder. Wir unterstützen z. B. das „Made in Ostbelgien“-Label, um regionale Wertschöpfungsketten zu fördern. Wir veranstalten Konferenzen mit unseren Kollegen aus dem Kreis ERFA, insbesondere zum Thema Nachhaltigkeit und wir fördern Nachhaltigkeitsthemen in Gruppen wie WFG, Kiwanis, Rotary usw.

Fazit

Wir sind überzeugt, dass Nachhaltigkeit ein wichtiger strategischer Faktor für unser Unternehmen ist.

Wir werden daher unsere Anstrengungen in diesem Bereich weiter fortsetzen.



Wirkungsbereich *Mitarbeiter*

Unser Ergebnis im Wirkungsbereich Mitarbeiter, ist im Vergleich zu letztem Jahr deutlich gestiegen. Dies ist ein deutliches Zeichen dafür, dass wir uns für Vielfalt und Inklusion in unserem Unternehmen einsetzen.

Konkrete Maßnahmen

Um dieses Ziel zu erreichen, haben wir eine Reihe von Maßnahmen ergriffen:

- Wir haben viele sportliche und kulturelle Aktivitäten mit unseren Mitarbeitern gestartet. Dies hat dazu beigetragen, ein Gefühl der Gemeinschaft und Zugehörigkeit zu schaffen.
- Wir haben das interne Angebot an Schulungen erweitert, darunter gezielte Produktschulungen und Schulungen zum Führungsstil. Dies hat dazu beigetragen, die Fähigkeiten und Kompetenzen unserer Mitarbeiter zu stärken.
- Wir haben unser Mitarbeiterhandbuch ergänzt und formalisiert. Dieses Handbuch enthält Informationen zu unseren Richtlinien und Verfahren, einschließlich unserer Antidiskriminierungspolitik und unserer Anti-Belästigungspolitik.



Konkrete Maßnahmen

- Wir haben unser Beschwerdemanagement aktualisiert und ausgebaut. Dies hat dazu beigetragen, dass unsere Mitarbeiter ihre Anliegen sicher und vertraulich melden können.
- Wir haben vermehrt Praktikanten und Lehrlinge aufgenommen. Dies hat dazu beigetragen, jungen Menschen neue Karrieremöglichkeiten zu bieten.
- Wir führen regelmäßig Mitarbeitergespräche und -beurteilungen durch. Dies hat dazu beigetragen, die Leistung und das Engagement unserer Mitarbeiter zu verbessern.
- Wir bieten unseren Führungskräften Schulungen und Coachings zum Management an. So können unsere Führungskräfte ihre Mitarbeiter effektiver führen.
- Wir bieten unseren Mitarbeitern Gesundheits- und Wellness-Initiativen an, wie z. B. Wanderprogramme. Dies hat dazu beigetragen, die Gesundheit und das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter zu fördern.

Fazit

Wir sind stolz darauf, dass wir uns für Vielfalt und Inklusion in unserem Unternehmen einsetzen. Wir sind überzeugt, dass diese Werte zu einem erfolgreichen und nachhaltigen Unternehmen beitragen.



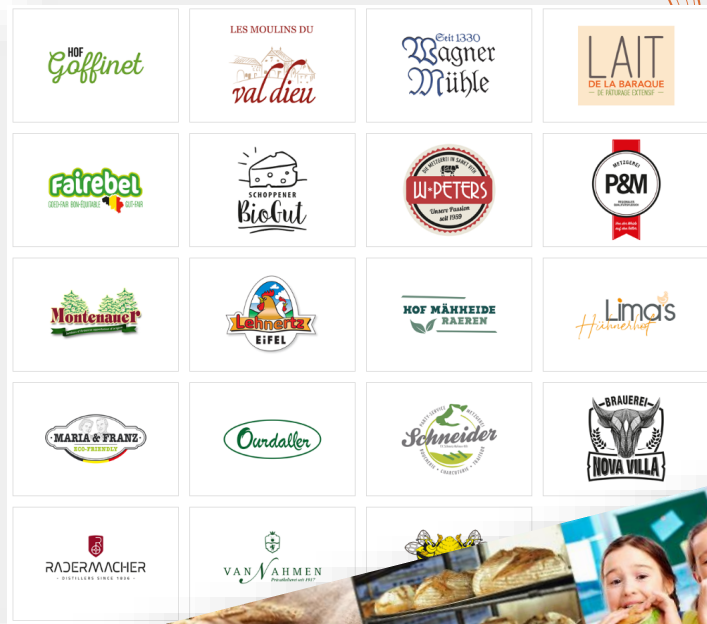
Wirkungsbereich *Gemeinschaft*

Neben dem herausragenden Ergebnis bei der Förderung von Vielfalt und Inklusion im Unternehmen, konnten wir auch im Bereich Gemeinschaft unsere ehrgeizigen Ziele erreichen und sogar übertreffen.

Unser Ziel für 2023 war klar: Wir wollten unser Engagement für die lokale Gemeinschaft deutlich verstärken. Mit vollem Einsatz haben wir dieses Ziel verfolgt und erfolgreich gemeistert.

Konkrete Maßnahmen

- Wir haben die Menge an lokalen Produzenten, mit denen wir zusammenarbeiten, weiter erhöht. Regionaler Einkauf ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Firmenpolitik da es Arbeitsplätze in der Region sichert und schafft. Unsere Einkaufspolitik legt dabei fest, wie wir regionale Produkte auswählen. Im Nachhaltigkeitskomitee prüfen wir, ob neue Lieferanten unserer Einkaufspolitik entsprechen.
- Wir haben unsere Lieferanten verstärkt zu ihren sozialen und ökologischen Leistungen befragt.
- Wir haben den Anteil unserer wichtigsten Lieferanten, die auf unserer Website und in den sozialen Medien sichtbar sind, verstärkt.



Konkrete Maßnahmen

- Wir haben unsere Sponsoringpolitik neu definiert und veröffentlicht. Darin haben wir konkret festgelegt, welche lokale Vereine und Organisationen wir unterstützen. Wir bieten ihnen unter anderem die Möglichkeit, unsere Schulungsräume kostenlos zu nutzen.
- Wir haben an mehr lokalen Veranstaltungen teilgenommen, um uns vor Ort zu präsentieren und mit den Menschen in Kontakt zu kommen. (Bauernhof zum Anfassen, Made in Ostbelgien,...)
- Wir legen Wert auf die lokale Entwicklung und Unterstützung der Region. Wir bemühen uns daher, unsere Mitarbeiter vor Ort zu rekrutieren. Um die Zahl der lokalen Bewerber zu erhöhen, arbeiten wir mit lokalen Bildungseinrichtungen und Berufsverbänden zusammen.
- Wir haben mehr Praktikumsplätze und Ausbildungsplätze angeboten, um jungen Menschen eine Ausbildung in unserem Unternehmen zu ermöglichen.
- Wir haben unser Nachhaltigkeitsbericht 2022 auf unserer Website veröffentlicht, um unsere Transparenz für die Gemeinschaft zu erhöhen.

Fazit

Wir wollen unser Engagement für die lokale Gemeinschaft auch in Zukunft weiter ausbauen. Dazu planen wir, noch mehr lokale Vereine und Organisationen zu unterstützen, mehr Praktikumsplätze anzubieten und noch mehr regionale Produkte zu beziehen.



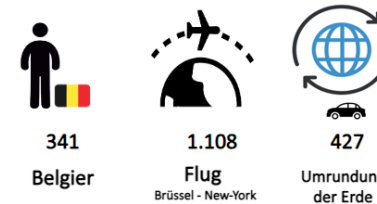
Wirkungsbereich Umwelt

Auch im Bereich Umwelt konnten wir uns deutlich verbessern. Dies unterstreicht, dass uns der Umweltschutz am Herzen liegt und wir aktiv Verantwortung für unser Handeln übernehmen.

Mit einem CO₂-Ausstoß von **2.841.565 kg im Jahr 2023** nehmen wir unsere Verantwortung für den Klimaschutz ernst.

Um die Dimension zu verdeutlichen, entspricht dies dem CO₂-Ausstoß von:

- 341 Einwohnern Belgiens pro Jahr
- 1.108 Flügen zwischen Brüssel und New York
- 427 Fahrten um die Erde mit dem Auto



Im Vergleich zum Jahr 2022 ist unser CO₂-Ausstoß im Jahr 2023 gestiegen. Dies ist auf zwei wesentliche Faktoren zurückzuführen:

1. Einbeziehung von Immobilien: Im Jahr 2023 haben wir erstmals die CO₂-Emissionen unserer Immobilien (Gebäude, Fahrzeuge, Maschinen etc.) in unsere Nachhaltigkeitsbilanzierung einbezogen. Diese Emissionen waren zwar auch schon im Jahr 2022 vorhanden, konnten aber aufgrund fehlender Daten nicht berücksichtigt werden.

2. Erhöhter Wareneinkauf: Im Jahr 2023 haben wir mehr Waren eingekauft und produziert, was zu einem höheren CO₂-Ausstoß geführt hat. Um unsere Verantwortung für den Klimaschutz aktiv wahrzunehmen und unsere Umweltauswirkungen transparent zu gestalten, haben wir uns daher entschlossen, unseren CO₂-Fußabdruck pro Kunde zu berechnen. Der Zusammenhang zwischen Produktionsmenge und CO₂-Emissionen ist klar: Mit steigender Nachfrage und Produktion erhöht sich auch unser CO₂-Ausstoß. Um unsere Fortschritte im Klimaschutz messbar zu machen, teilen wir den CO₂-Fußabdruck durch die Anzahl der Kunden.

Die Berechnung des CO₂-Fußabdrucks pro Kunde ermöglicht es uns unsere Umweltleistung im Verhältnis zu unserer Geschäftsentwicklung zu betrachten und effektive Maßnahmen zur Reduzierung unseres CO₂-Ausstoßes zu entwickeln

Unsere Umweltziele

Um unsere ehrgeizigen Nachhaltigkeitsziele zu verwirklichen, haben wir im vergangenen Jahr ein Umweltmanagementsystem (UMS) eingeführt, das sich an den international anerkannten Standards der ISO 14001 orientiert.

Dabei haben wir unsere Verkaufsstellen und unsere Backstube von einem unabhängigen Auditor prüfen lassen.

In vielen Bereichen unseres Unternehmens sind wir bereits gut aufgestellt und setzen uns aktiv für den Umweltschutz ein.

Die Ergebnisse des Audits haben uns dazu bewogen, uns 3 Umweltziele zu setzen:

- Reduktion des Jahres-CO₂e Scope 1 mit Schwerpunkt der flüchtigen Emissionen
- REACH-konforme Handhabung von Gefahrstoffen
- Abfallreduktion durch Retourenoptimierung



Umweltziel 1: Reduktion des Jahres- CO_2e Scope 1 mit Schwerpunkt der flüchtigen Emissionen

Erste Maßnahme zur Erreichung dieses Ziels: Durchführung von Dichtheitsprüfungen durch den Kühltechniker.

Ergebnis: Erfolgreiche Umsetzung der ersten Maßnahme

Der Kühltechniker prüft nun bei Druckabfall oder vor Nachfüllung von Kühlmittel die Dichtheit der Anlagen. Die Ergebnisse der Dichtheitsprüfungen werden dokumentiert und die Rechnungen des Kühltechnikers geprüft. Zusätzlich finden regelmäßige Wartungen durch einen Fachmann statt.

Die Reduktion der flüchtigen Emissionen ist ein wichtiger Beitrag zum Klimaschutz. Durch die Dichtheitsprüfung der Kühlanlagen reduziert unser Unternehmen den Ausstoß von klimaschädlichen Treibhausgasen deutlich.

Umweltziel 2: REACH-konforme Handhabung von Gefahrstoffen

Dieses Ziel wurde bis zum Ende des Jahres 2023 zu 15 % erreicht.

Die folgenden Maßnahmen wurden ergriffen:

Die Lagerung von flüssigen Stoffen auf Rückhaltewannen wurde in der Backstube eingeführt. Ein Teil unserer Mitarbeiter wurden in der REACH-konformen Handhabung von Gefahrstoffen geschult.

Unser Unternehmen hat damit einen ersten Schritt zur Erreichung des Umweltziels 2 unternommen. Um das Ziel bis Ende 2024 zu erreichen, sind jedoch noch weitere Maßnahmen erforderlich.



Umweltziel 3: Abfallreduktion durch Retourenoptimierung

Dieses Ziel wurde bis zum Ende des Jahres 2023 zu 78 % erreicht.

Die folgenden Maßnahmen wurden bisher umgesetzt:

- Die Retourendaten wurden monatlich ausgewertet, um die Ursachen für Retouren zu identifizieren.
- Die Ergebnisse der Auswertung werden verwendet, um Maßnahmen zur Reduzierung der Retouren zu entwickeln.
- Die Mitarbeiter wurden sensibilisiert, Retouren zu vermeiden und Retourenprodukte fachgerecht zu entsorgen.

Um das Umweltziel 3 bis zum Ende des Jahres 2024 zu erreichen, sind noch folgende Maßnahmen erforderlich:

- Die Retourendaten könnten noch detaillierter ausgewertet werden, um noch gezieltere Maßnahmen zur Reduzierung der Retouren zu entwickeln.
- Die Mitarbeiter der Verkaufsstellen könnten noch stärker sensibilisiert werden, Retouren zu vermeiden.

Unser Unternehmen hat das Umweltziel 3 bisher zu einem großen Teil erreicht. Um das Ziel bis Ende 2024 zu erreichen, sind noch einige Maßnahmen erforderlich. Die Umsetzung dieser Maßnahmen wird dazu beitragen, die Abfallmenge im Unternehmen zu reduzieren.

Wirkungsbereich Kunden

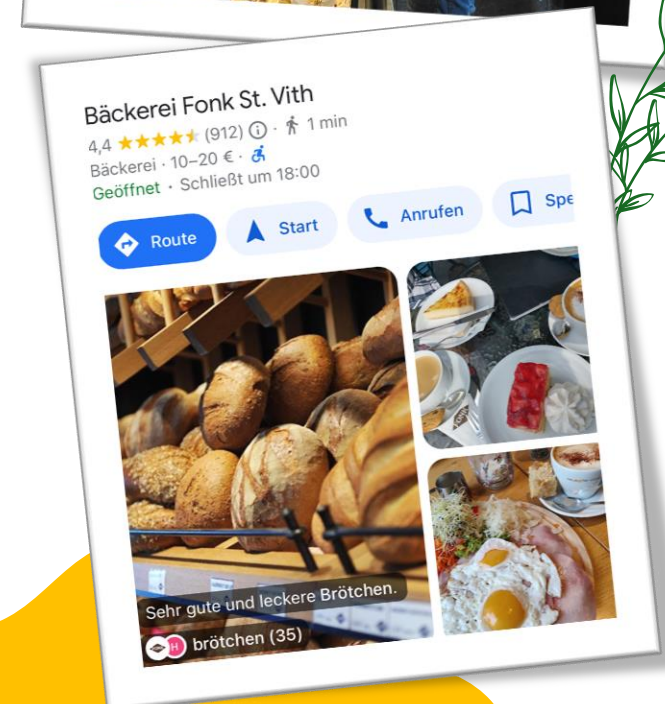
2023 haben wir 841.783 Kunden in unseren 9 Geschäften bedient. Das entspricht einer durchschnittlichen Kundenfrequenz von über 2338 Kunden pro Tag.

Wir sind stolz darauf, dass wir unsere Kunden mit unseren Produkten und Dienstleistungen zufriedenstellen können. Dies zeigt sich auch an dem Rückgang der Reklamationen von 32 im Jahr 2022 auf 18 im Jahr 2023.

Auch unsere Online-Bewertungen sind erfreulich. Alle Geschäfte konnten ihre Gesamtbewertung auf Google auf demselben hohen Niveau halten. Ein Geschäft konnte seinen Schnitt sogar um 0,1 Punkt (von maximal 5 Sternen) steigern.



Konkrete Maßnahmen

- Alle Reklamationen und Anregungen werden innerhalb von 24 Stunden beantwortet. Dies gewährleistet, dass wir schnell auf die Anliegen unserer Kunden reagieren und die Situation schnellstmöglich klären können.





Konkrete Maßnahmen

- Wir verfolgen die Entwicklung der Reklamationszahlen monatlich, um Trends zu erkennen und Maßnahmen zur Verbesserung zu ergreifen.
 - Reklamationsbericht für den Verwaltungsrat: Der Reklamationsbericht wird dem Verwaltungsrat regelmäßig vorgelegt, um die Bedeutung der Kundenzufriedenheit zu unterstreichen.
 - Wir möchten unseren Kunden so transparent wie möglich sein. Daher stellen wir auf unserer Website Informationen zu folgenden Themen zur Verfügung:
 - Unser Engagement für Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung
 - Unsere Unternehmensphilosophie und unsere Werte
 - Unsere Partner und Lieferanten
 - Nachhaltigkeitsbericht 2022
- 
- 

Fazit

Die Zufriedenheit unserer Kunden ist für uns der Schlüssel zum Erfolg. Daher setzen wir uns mit vollem Engagement dafür ein, unseren Kunden einen erstklassigen Service und die bestmögliche Transparenz zu bieten.

Schlusswort



Mit Stolz blicken wir auf die erreichten Erfolge zurück, gleichzeitig sind wir uns bewusst, dass es noch viel zu tun gibt. Wir haben uns ehrgeizige Ziele gesetzt und arbeiten kontinuierlich daran, unsere Nachhaltigkeitsleistung weiter zu verbessern. Nachhaltigkeit ist für uns eine unternehmerische Verantwortung. Wir sind überzeugt, dass nur Unternehmen, die die Bedürfnisse der heutigen Generation decken, ohne die Lebensgrundlagen künftiger Generationen zu gefährden, langfristig erfolgreich sein können.

Ein wichtiger Meilenstein auf diesem Weg war die Beantragung der B Corp-Zertifizierung im August 2023. Aktuell befinden wir uns in der Verifizierungsphase und fiebern gespannt auf das Ergebnis. Der Schritt hin zur Zertifizierung ist ein wichtiger Meilenstein auf unserem Weg zu einer nachhaltigen Zukunft.

Wir sind motiviert, unseren Weg zu einem nachhaltigeren Unternehmen fortzusetzen und freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit mit allen unseren Stakeholdern. Gemeinsam können wir die Welt zu einem besseren Ort machen!

Familie Fonk



Danke!

Familie Fonk



info@fonk.info



0032/80 28 09 80



www.fonk.info

