

Auswirkungen der Digitalisierung auf das Kaufverhalten von Brillenträgern

Wo kauft welcher Kunde heute seine Brille und wo in Zukunft?

Onlinehändler fordern Optiker heraus

Essilor will digitale Partnerschaft mit Augenoptikern vorantreiben

Übernahme von Brille24 durch Essilor bestätigt

„Der Sehtest im Internet kommt“

Fielmann investiert in virtuelle Realität und 3D-Anprobe

Unternehmen eine Onlinebrille anbieten, ist der Junior überzeugt. Die eigene Firma Fielmann Ventures forsche auf diesem Gebiet und verfüge bereits über ein Patent zur Zentrierung von Brillen per Videoaufnahme.

Wo kauft welcher Kunde heute seine Brille und wo in Zukunft?

- Der technologische Fortschritt wird den Kauf von Brillen über das Internet vereinfachen
- Es ist wichtig die Faktoren, die den Wechsel des Kaufkanals beeinflussen, genau zu kennen.

Einflussfaktoren auf die Wahl des Kaufkanals

- Preissensitivität
- Convenience (Zeitaufwand/ wie verbraucherfreundlich ist der Kaufprozess)
- Risikowahrnehmung
- Dienstleistung
- Bisheriges Onlinekaufverhalten

Methoden

Fragebogen

- Demografische Daten
- Buying Insights (Informationen zum Kaufverhalten)
- Fünf Dimensionen
 - Dienstleistung (8 Items, Cronbach's Alpha 0,872)
 - Risikowahrnehmung (3 Items, Cronbach's Alpha 0,874)
 - Preissensitivität (4 Items, Cronbach's Alpha 0,786)
 - Convenience (9 Items, Cronbach's Alpha 0,783)
 - Online-Kaufverhalten

Studie

- Repräsentative Umfrage (N = 551)
- Marktforschungsinstitut Lightspeed

Analyse (SPSS)

- Cluster Analyse (Single Linkage)
- Cluster Analyse (Ward)

Beispiele für relevante Items

Item: Preissensitivität	Cronbach's α
Das Geld, das ich durch die Suche nach günstigeren Preisen beim Brillenkauf spare, ist normalerweise die Zeit und den Aufwand wert.	0,786
Ich bin beim Brillenkauf dazu bereit, einen zusätzlichen Aufwand in Kauf zu nehmen, um niedrigere Preise zu finden.	
Ich vergleiche beim Brillenkauf die Preise verschiedener Anbieter um sicherzugehen, dass ich das Beste für mein Geld bekomme.	
Niedrige Preise sind mir beim Brillenkauf wichtig, aber die Produktqualität ist mir genauso wichtig.	

Item: Risikowahrnehmung	Cronbach's α
Beim Online-Kauf von Brillen gibt es ein großes Risiko, dass ich mit der Brille nicht richtig sehen kann.	0,874
Beim Online-Kauf von Brillen gibt es ein großes Risiko, dass die Brille nicht optimal sitzt.	
Der Online-Kauf von Brillen ist kompliziert und ich kann Fehler machen.	

Informationen zur Stichprobe

Kriterium	Anzahl
Brillenträger, die vom Marktforschungsunternehmen Lightspeed zur Teilnahme an der Umfrage „eingeladen“ wurden	18.901
davon haben an der Umfrage teilgenommen	2.013
Umfrage abgebrochen	- 42
„nicht in die Stichprobe einbezogen“, da Brillenkauf vor über 12 Monaten	- 880
„nicht in die Stichprobe einbezogen“, da Brillenkauf nicht beim Optiker oder Online-Optiker	- 49
„nicht in die Stichprobe einbezogen“, da unter 18 Jahre	-5
„nicht in die Stichprobe einbezogen“, da keine Brillenträger	-346
„nicht in die Stichprobe einbezogen“, da in weniger als 5:30 Minuten Umfrage ausgefüllt	- 140
auswertbare Antworten	551

Weitere Informationen zur Stichprobe

Wo wurde die Brille gekauft?	Stichprobe
Traditioneller Optiker	26,1 %
Filialist	62,3 %
Online-Optiker	6,4 %
Online-Optiker mit Partneroptiker	5,1 %

Aus welchem Grund wurde eine neue Brille gekauft?	Stichprobe
Veränderte Sehstärke	48,5 %
Abgenutzte/defekte Brille	29,0 %
Mode	12,3 %
Ersatz-/Zweitbrille	6,9 %
Sonstiges	2,4 %

Weitere Informationen zur Stichprobe

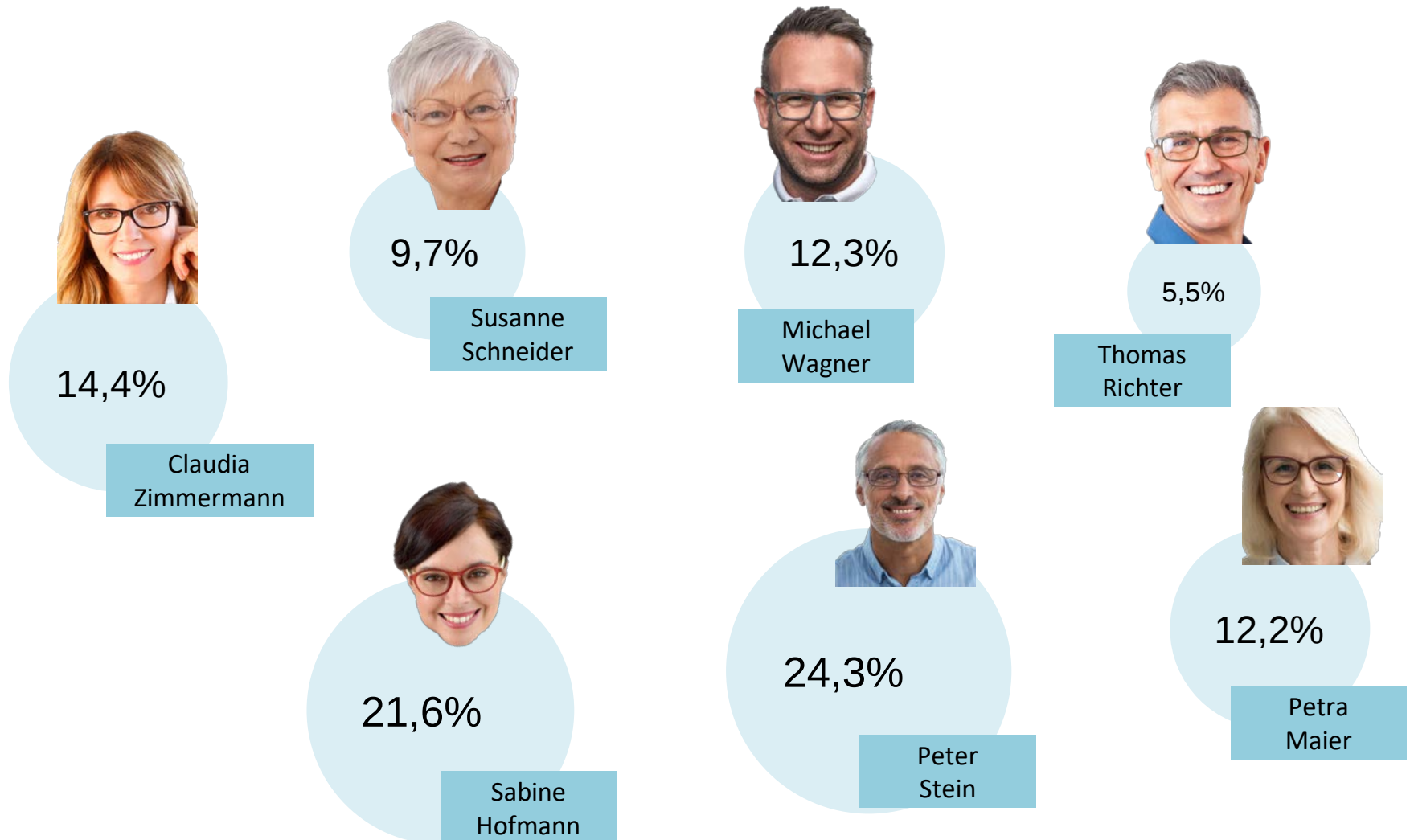
Haben Sie sich vor dem Brillenkauf im Internet informiert?	Stichprobe
Ja	33,9 %
Nein	66,1 %

Haben Sie sich in mehr als nur einem Fachgeschäft beraten lassen?	Stichprobe
Ja	29,2 %
Nein	66,4 %
Online-Kauf ohne Beratung stationär	4,4 %

Ergebnisse der Cluster-Analyse

Cluster	Anzahl	Anteil in %	Anteil gew. in %	Brillen-träger in DE	Con-veniece	Dienst-leistung	Online-Kauf-verhalten	Preissen-sitivität	Risiko-wahr-nehm-ung
1	94	17,8	14,4	6.371.488	56,88	66,45	76,05	67,20	43,35
2	41	7,8	9,7	4.212.930	79,73	89,04	18,94	59,35	97,16
3	81	15,3	12,3	5.290.699	64,71	85,38	91,61	72,29	78,18
4	35	6,6	5,5	2.307.280	49,91	68,20	27,64	82,12	77,97
5	111	21,0	21,6	9.519.076	83,30	85,93	62,45	40,56	82,93
6	108	20,4	24,3	10.349.398	76,42	79,24	30,11	51,76	65,08
7	59	11,2	12,2	5.037.335	82,27	90,98	51,93	83,91	91,05
Insg.	529	100,0	100,0	43.088.206	73,23	81,38	52,69	60,44	74,42

Ergebnisse der Cluster-Analyse



Susanne Schneider



9,7%
STÜCK-
ANTEIL

10,5%
UMSATZ-
ANTEIL

Steckbrief

- 62 Jahre
- Bonn
- alleinstehend
- keine Kinder im Haushalt
- Rentnerin
- 2.000 € (Haushaltseinkommen netto)

Aus welchem Anlass kaufe ich eine neue Brille?

Ich kaufe mir eine neue Brille, wenn ich merke, dass sich meine Sehstärke deutlich verändert hat.

Wie informiere ich mich vor dem Brillenkauf?

Ich informiere mich nicht großartig, bevor ich eine neue Brille kaufe. Beim Optiker habe ich bisher immer etwas gefunden. Im Internet habe ich mich noch nie über Brillen informiert.

Quelle: Masterthesis von Simon Hauser: Auswirkungen der Digitalisierung auf das Kaufverhalten in der Brillenoptik:
Eine empirische Analyse auf Basis von Buyer Personas. Einreichung bei der Hochschule Aalen am 31.07.2018 (noch nicht veröffentlicht).

Susanne Schneider



9,7%
STÜCK-
ANTEIL

10,5%
UMSATZ-
ANTEIL

Gibt es mögliche Barrieren, die gegen einen Brillenkauf beim stationären Optiker sprechen?

Ich bin zeitlich flexibel und habe daher keine Schwierigkeiten einen Brillenkauf in meinen Alltag zu integrieren. Insgesamt bin ich mit dem Brillenkauf im stationären Fachgeschäft zufrieden. Ich kaufe so gut wie nie im Internet ein.

Was ist mir an einer Brille wichtig?

Eine Gute Qualität der Brillengläser ist mir sehr wichtig, damit ich mit der Brille möglichst gut sehen kann. Außerdem ist es mir wichtig, dass die Brille angenehm sitzt und möglichst langlebig ist.

Quelle: Masterthesis von Simon Hauser: Auswirkungen der Digitalisierung auf das Kaufverhalten in der Brillenoptik:
Eine empirische Analyse auf Basis von Buyer Personas. Einreichung bei der Hochschule Aalen am 31.07.2018 (noch nicht veröffentlicht).

Susanne Schneider



9,7%
STÜCK-
ANTEIL

10,5%
UMSATZ-
ANTEIL

Wie treffe ich meine Kaufentscheidung?

Eine gute Beratung ist mir beim Brillekauf sehr wichtig. Das Fachpersonal beim Augenoptiker ist mir eine große Hilfe, wenn es darum geht, die passende Brille und die richtigen Gläser für mich auszuwählen. Ich lege großen Wert darauf, dass meine Sehkraft exakt gemessen und die Brille optimal an mich angepasst wird. Das Internet kann mir diesen Service nicht bieten. Ich bin davon überzeugt, dass eine Brille aus dem Internet nicht richtig passen kann.

Convenience (79,7)

Dienstleistung (89,0)

Preissensitivität (59,4)

Risikowahrnehmung (97,2)

Online-Kaufverhalten (18,9)

Quelle: Masterthesis von Simon Hauser: Auswirkungen der Digitalisierung auf das Kaufverhalten in der Brillenoptik:
Eine empirische Analyse auf Basis von Buyer Personas. Einreichung bei der Hochschule Aalen am 31.07.2018 (noch nicht veröffentlicht).

Claudia Zimmermann



Steckbrief

- 46 Jahre
- Heidelberg
- verheiratet
- keine Kinder im Haushalt
- Tourismuskauffrau
- 3.600 € (Haushaltseinkommen netto)

Aus welchem Anlass kaufe ich eine neue Brille?

Ich kaufe mir eine neue Brille, wenn sich meine Sehstärke verändert oder die Brille Gebrauchsspuren aufweist. Meist ist es dann auch modisch Zeit für etwas Neues.

Wie informiere ich mich vor dem Brillenkauf?

Vor dem Brillenkauf suche ich im Internet nach Preisinformationen. Ich informiere mich dort aber auch über Brillengläser und Brillengestelle.

14,4%

STÜCK-
ANTEIL

11,1%

UMSATZ-
ANTEIL

Quelle: Masterthesis von Simon Hauser: Auswirkungen der Digitalisierung auf das Kaufverhalten in der Brillenoptik:
Eine empirische Analyse auf Basis von Buyer Personas. Einreichung bei der Hochschule Aalen am 31.07.2018 (noch nicht veröffentlicht).

Claudia Zimmermann



14,4%

STÜCK-
ANTEIL

11,1%

UMSATZ-
ANTEIL

Gibt es mögliche Barrieren, die gegen einen Brillenkauf beim stationären Optiker sprechen?

Der Brillenkauf im Fachgeschäft ist mit einem großen Zeitaufwand verbunden, den ich nicht ohne weiteres in meinen Tagesablauf integriert bekomme.

Die Optiker sind mir nicht die größte Hilfe, wenn es darum geht eine Brille die mir gefällt zu finden. Am liebsten würde ich mich auch mal selbst nach einer Brille umschauen.

Beim Brillenkauf kommt es mir nicht nur aber auch auf den Preis an.

Ich kaufe gerne im Internet ein und das mehrmals im Monat. Dabei kaufe ich verschiedene Produkte wie Mode, Möbel, elektronische Geräte, Eintrittskarten oder auch Medikamente.

Claudia Zimmermann



Was ist mir an einer Brille wichtig?

Mir ist das Design der Brille wichtig und natürlich muss ich mit der Brille gut sehen können. Dafür ist aber nicht unbedingt das beste Brillenglas notwendig. Außerdem ist es mir recht, wenn die Brille bequem sitzt und mir nicht von der Nase rutscht.

14,4%

STÜCK-
ANTEIL

11,1%

UMSATZ-
ANTEIL

Quelle: Masterthesis von Simon Hauser: Auswirkungen der Digitalisierung auf das Kaufverhalten in der Brillenoptik:
Eine empirische Analyse auf Basis von Buyer Personas. Einreichung bei der Hochschule Aalen am 31.07.2018 (noch nicht veröffentlicht).

Claudia Zimmermann



14,4%
STÜCK-
ANTEIL

11,1%
UMSATZ-
ANTEIL

Wie treffe ich meine Kaufentscheidung?

Das Design der Brille ist mir wichtig, aber auch eine gute, solide Glasqualität. Ich brauche beim Brillenkauf keine große Fachberatung. Das Beste am Optiker ist zwar zur Messung und zur Einstellung der Brille notwendig, es wäre aber schön, wenn das besserer ginge. Heutzutage kann man fast alles über das Internet bestellen, warum sollte das nicht auch mein Brillen funktionieren.

Convenience (56,9)

Dienstleistung (66,5)

Preissensitivität (67,2)

Risikowahrnehmung (43,4)

Online-Kaufverhalten (76,05)

Quelle: Masterthesis von Simon Hauser: Auswirkungen der Digitalisierung auf das Kaufverhalten in der Brillenoptik:
Eine empirische Analyse auf Basis von Buyer Personas. Einreichung bei der Hochschule Aalen am 31.07.2018 (noch nicht veröffentlicht).

Michael Wagner



12,3%
STÜCK-
ANTEIL

13,2%
UMSATZ-
ANTEIL

Steckbrief

- 46 Jahre
- Ingolstadt
- verheiratet
- keine Kinder im Haushalt
- Maschinenbauingenieur
- 4.100 € (Haushaltseinkommen netto)

Aus welchem Anlass kaufe ich eine neue Brille?

Ich kaufe mir eine neue Brille wenn sich meine Sehstärke verändert hat. Dann freue ich mich auf eine neue modische Brille.

Wie informiere ich mich vor dem Brillenkauf?

Vor dem Brillenkauf informiere ich mich online über die neusten Brillengestelle und suche auch nach Preisinformationen. Ich vergleiche gerne die Brillen und Angebote verschiedener Anbieter miteinander.

Quelle: Masterthesis von Simon Hauser: Auswirkungen der Digitalisierung auf das Kaufverhalten in der Brillenoptik:
Eine empirische Analyse auf Basis von Buyer Personas. Einreichung bei der Hochschule Aalen am 31.07.2018 (noch nicht veröffentlicht).

Michael Wagner



12,3%
STÜCK-
ANTEIL

13,2%
UMSATZ-
ANTEIL

Gibt es mögliche Barrieren, die gegen einen Brillenkauf beim stationären Optiker sprechen?

Der Brillenkauf ist mit einem erheblichen Zeitaufwand verbunden, den ich nicht ohne weiteres in meinem Tagesablauf unterbringe. Daher erledige ich die meisten anderen Einkäufe (Kleidung, Reisen, elektronische Geräte, Möbel, Medikamente, Medien und zum Teil auch Lebensmittel) inzwischen online.

Ich mag es auch mal selbst ohne Fachberatung nach Brillen zu schauen.

Was ist mir an einer Brille wichtig?

Gutes Sehen ist mir sehr wichtig, daher lege ich großen Wert auf eine gute Qualität der Brillengläser. Außerdem hat das Design der Brille einen hohen Stellenwert für mich, ebenso wie ein guter Sitz und ein hoher Tragekomfort.

Michael Wagner



12,3%
STÜCK-
ANTEIL

13,2%
UMSATZ-
ANTEIL

Wie treffe ich meine Kaufentscheidung?

Mir ist eine schöne, große Auswahl an Brillen wichtig, da ich großen Wert auf das Design der Brille lege. Außerdem ist es für mich von sehr großer Bedeutung, dass ich die Brillen vor dem Kauf anprobieren kann. Ich bin mit den Services beim Optiker bestehend aus Messung, Beratung, Brillenanpassung und Reparatur sehr zufrieden. Der Online-Handel kann mir diese wichtigen Komponenten nicht bieten.

Convenience (64,7)

Dienstleistung (85,4)

Preissensitivität (72,3)

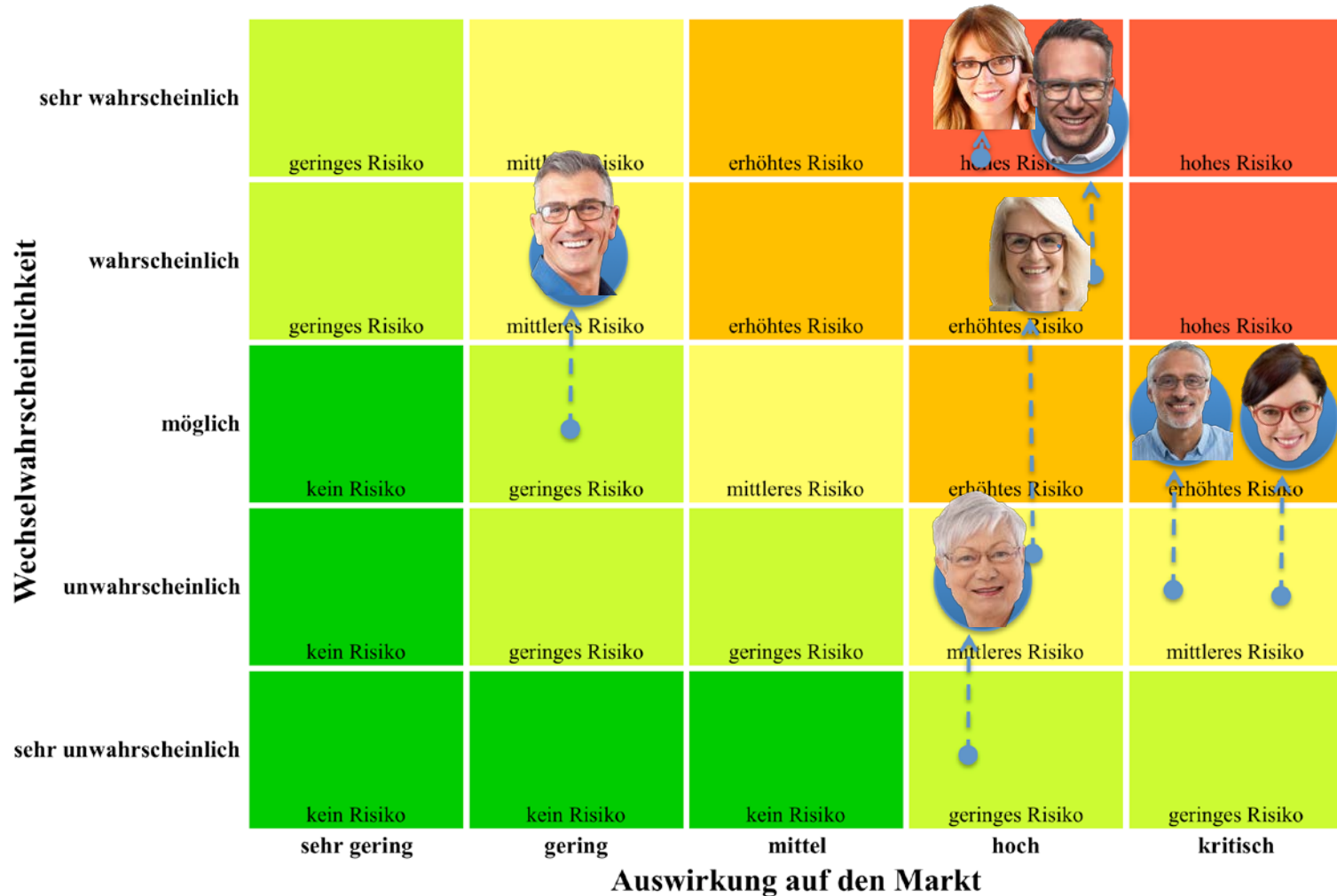
Risikowahrnehmung (78,2)

Online-Kaufverhalten (91,6)

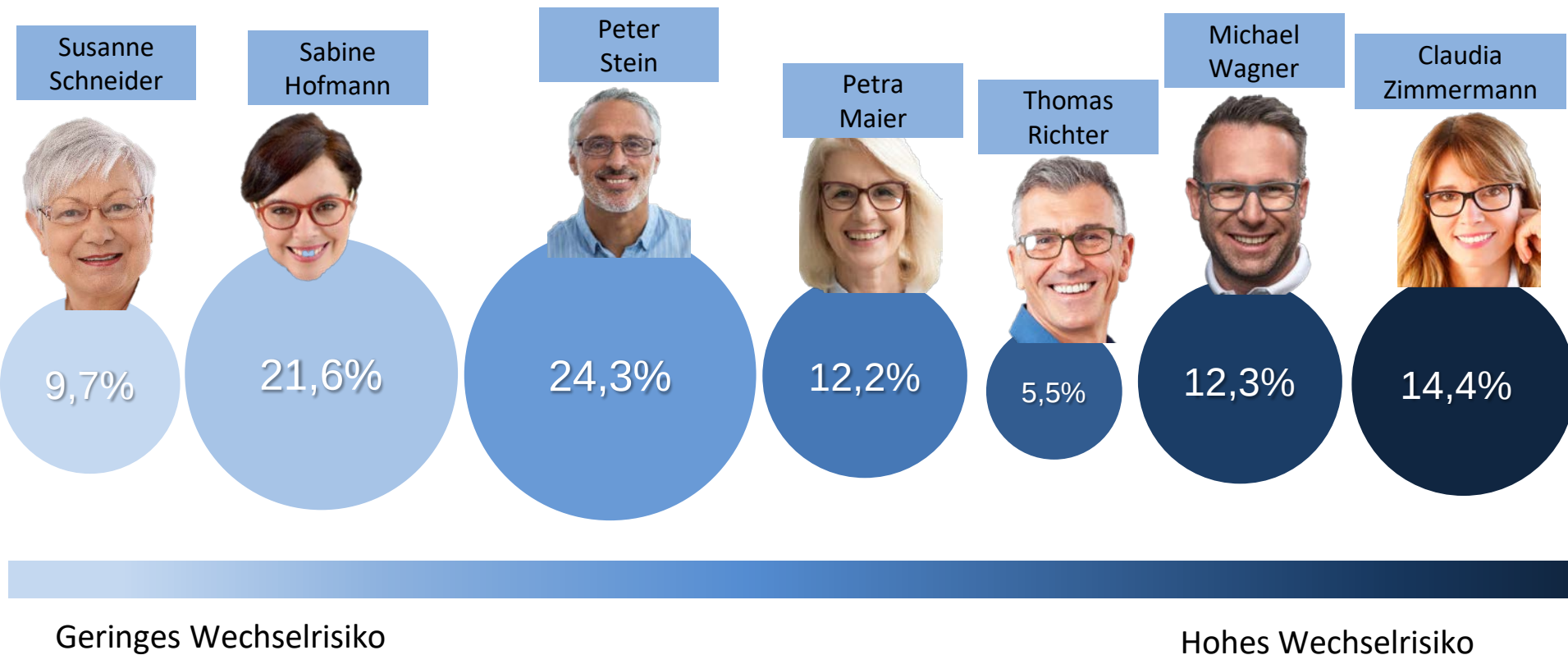
Risiko Matrix (status quo)

Wechselwahrscheinlichkeit	sehr wahrscheinlich	geringes Risiko	mittleres Risiko	erhöhtes Risiko	 hohes Risiko	hohes Risiko
	wahrscheinlich	geringes Risiko	mittleres Risiko	erhöhtes Risiko	 erhöhtes Risiko	hohes Risiko
	möglich	kein Risiko	 geringes Risiko	mittleres Risiko	erhöhtes Risiko	erhöhtes Risiko
	unwahrscheinlich	kein Risiko	geringes Risiko	geringes Risiko	 mittleres Risiko	  mittleres Risiko
	sehr unwahrscheinlich	kein Risiko sehr gering	kein Risiko gering	kein Risiko mittel	 geringes Risiko hoch	geringes Risiko kritisch
		Auswirkung auf den Markt				

Risiko Matrix (Zukunftsszenario)



Das Wechselrisiko zum online-Brillenkauf der einzelnen Buyer Personas



Die Studie zeigt, dass die Dienstleistung des stationären Augenoptikers für den Brillenkauf von großer Bedeutung ist

- o Für den selbstständigen Augenoptiker besteht die Gefahr, wesentliche Kundenanteile an Online-Händler zu verlieren, sobald die derzeitigen online-Beratungs- und Dienstleistungslücken durch innovative Technologien geschlossen werden.
- o Daraus ergibt sich die Notwendigkeit für den selbstständigen Augenoptiker sein Angebot auf die Bedürfnisse der verschiedenen Personas anzupassen.
- o Es ist wichtig das Dienstleistungsangebot auszubauen (Alleinstellungsmerkmale/Einkaufserlebnis).
- o Neue technische Möglichkeiten sollten in das Geschäftsmodell implementiert werden.
- o Eine hohe Convenience sollte immer das Ziel sein (kundenfreundlicher Kaufprozess).
- o Die selbstständigen Augenoptiker sollten die Bedeutung einer gut angepassten Brille für die Lebensqualität kommunizieren und auf entsprechende Risiken durch unzureichend angepasste Brillen hinweisen.

Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!