

SAT1 OPTIKER-CHECK: DAS WÄRE IHNEN NICHT PASSIERT, ODER?

WVAO LG-ABEND ONLINE, 27.03.2023

FRITZ PAßMANN, DOZENT FÜR AUGENOPTIK

ASPEKTE: MACHEN SIE ES BESSER!

GROßFILIALIST VS MITTELSTÄNDIGER AUGENOPTIKER

PHILOSOPHIE
AMBIENTE
REFRAKTION
ONLINE-SEHTEST
BRILLEN-QUALITÄT
REKLAMATION

ERFOLGSREZEPT

Alle Bilder Screenshot:

<https://video.sat1.de/film/der-sat1-optiker-check-fielmann-apollo-mister-spex-co/videos/der-sat1-optiker-check-fielmann-apollo-mister-spex-co>



THEO MAHR

CHEFREDAKTEUR FACHZEITSCHRIFT „DER AUGENOPTIKER“

 Branche und Köpfe

Hintergrundinformation

redaktionelle Leistung

1. Frage:

Fernsehen & Zielgruppe

Mediathek: online-Werbung

Übertragbar auf uns?

Von Sehkümmern und Brillenverkloppern

Hohe Wellen hat der „Optiker-Check“ geschlagen, den der Fernsehsender SAT.1 am 17. Januar 2023, also kurz nach der opti in München ausgestrahlt hat. Eine Testkundin ließ sich dabei in ausgewählten Filialen der sechs größten Augenoptikerketten die Augen vermessen und Brillen fertigen. Ergebnis: Von insgesamt neun gefertigten Brillen waren sechs so fehlerhaft, dass sie ein Gutachter als Reklamationsfälle einordnete.

Autor | Theo Mahr

Umsatz Ranking

2021

in Mio. €

83,60



eyes + more

137,82



Mister Spex

139,53



brillen.de

144



pro optik

790



Apollo

1.224



Fielmann

DER SAT.1
CHECK!

0:11:02 / 1:41:19

- 1:30:18

MARKTSITUATION

MODE & PREIS

Experte: Matthias Niggehoff

Haifischbecken: hart umkämpft
untereinander Wechsel: von Fielmann zu Mister
Spex?

77% der Kunden kaufen bei Ketten:

für 71% Preis-Leistungs-Verhältnis besonders
wichtig

Kampfpreise, Rabattaktionen

brillen.de



DIESE GLÄSER SIND 2 IN 1

Für Gleitsicht- & Einstärken-gläser

ohne Sonne

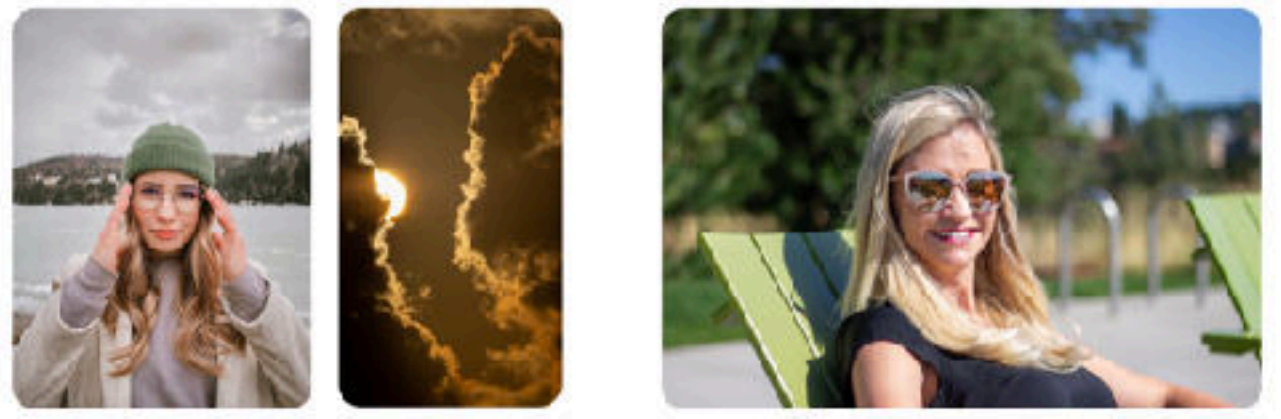
bei Sonne

Hallo Fritz

Du kennst es bestimmt: Du bist unterwegs, die Sonne kommt raus und die Sonnenbrille ist zu Hause geblieben. Wenn Du Dir diesen vorprogrammierten Ärger in diesem Frühjahr/Sommer ersparen willst, haben wir heute DIE Lösung für Dich: **Brillengläser mit Automatiktönung!** Diese "verwandeln" sich automatisch in eine Sonnenbrille, sobald sie direkter Sonnenstrahlung ausgesetzt sind. Ist es bewölkt oder Du hältst Dich in geschlossenen Räumen auf, verschwindet die Tönung wieder. Klingt gut? Dann nichts wie hin zum brillende Optiker in Deiner Nähe! Buche online einen Termin bei einem Optiker Deiner Wahl und hol Dir Deine neue 2in1-Brille als Gleitsicht- oder Einstärkenbrille!

WIE FUNKTIONIERT DIE AUTOMATIKTÖNUNG?

Der Eindunklungs- und Aufhellungsprozess beruht auf einer chemischen Reaktion von Molekülgruppen. Diese reagieren auf UV-Strahlung mit Eindunklung: je höher die UV-Strahlung ist (z.B. bei direkter Sonneneinstrahlung), desto dunkler tönen sich die Gläser ein. Im Innenraum hingegen sind die Gläser hell. Vorteil: Deine Augen genießen bei jedem Lichteinfall die optimale Tönungsstufe und permanenten UV-Schutz.



Unser Tipp:

Damit Du nicht ständig Deine Sonnenbrille im Gepäck haben musst, um auf alle Eventualitäten vorbereitet zu sein, entscheide dich bei Deiner nächsten Brille für die Automatiktönung! Das Beste: beim Optiker in Deiner Nähe bekommst Du alle Brillen von brillende immer zum Discountpreis - sogar die Extras sind discountgünstig!

ZUR TERMINBUCHUNG >>

PHILOSOPHIE/STRATEGIE

FIELMANN

Familien-/Traditionsunternehmen

Stammkunden

Kundenzufriedenheit

verbraucherfreundliche Preise, immer
der Günstigste

„Brille - Fielmann“ besetzt, aber

in Zukunft: Rang ablaufen?



PHILOSOPHIE/STRATEGIE

APOLLO

seit den 70ern

900 Filialen, höchste Dichte

Name: Mondlandung

Wechsel auf jüngere Zielgruppe

„gut bezahlbar zur guten Sehhilfe“

Mehrbrillenverkauf

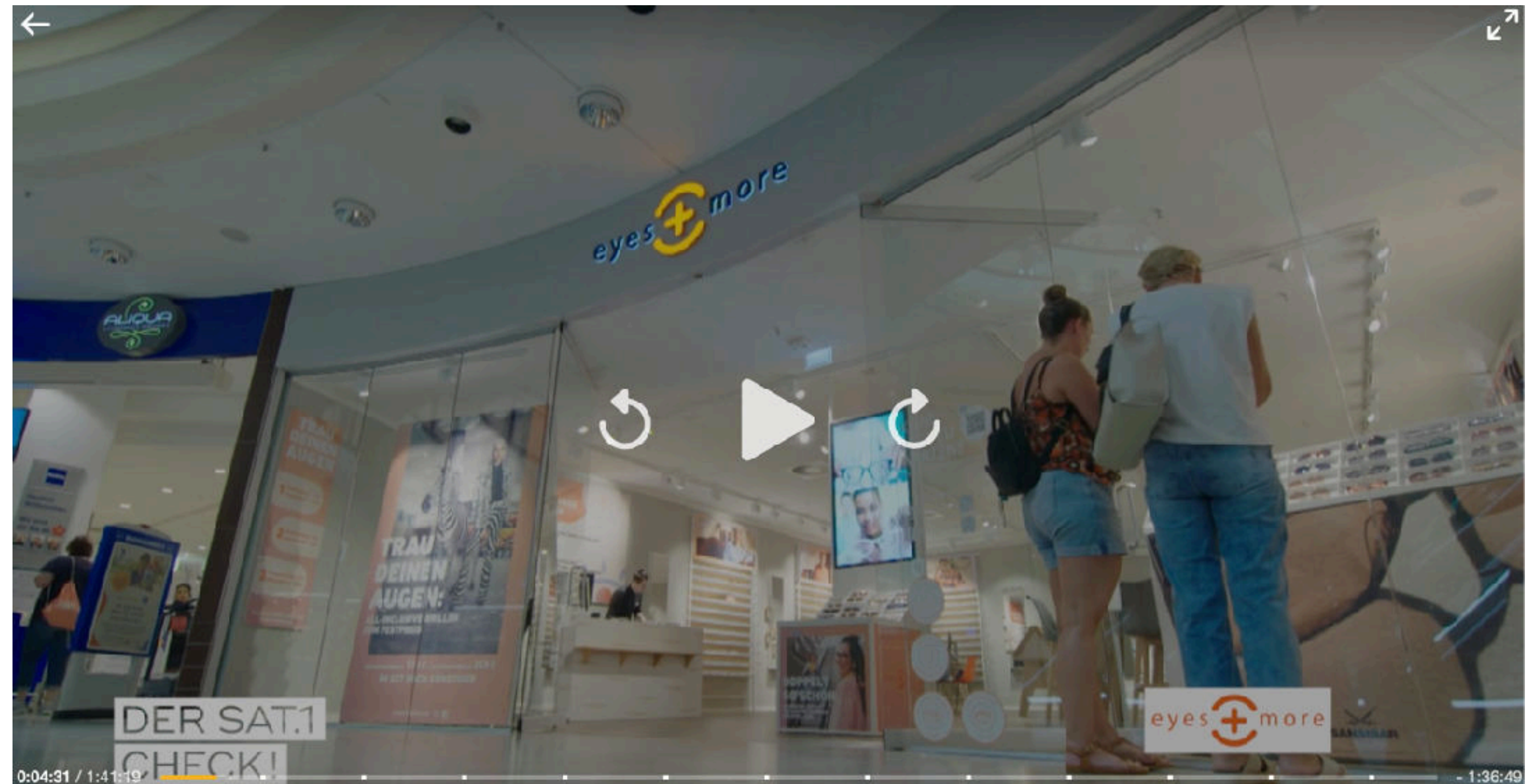


PHILOSOPHIE/STRATEGIE

EYES + MORE

Newcomer

mehr Mode, Accessoire, hipp



PHILOSOPHIE/STRATEGIE

PRO OPTIK

PRO: Name ist Programm

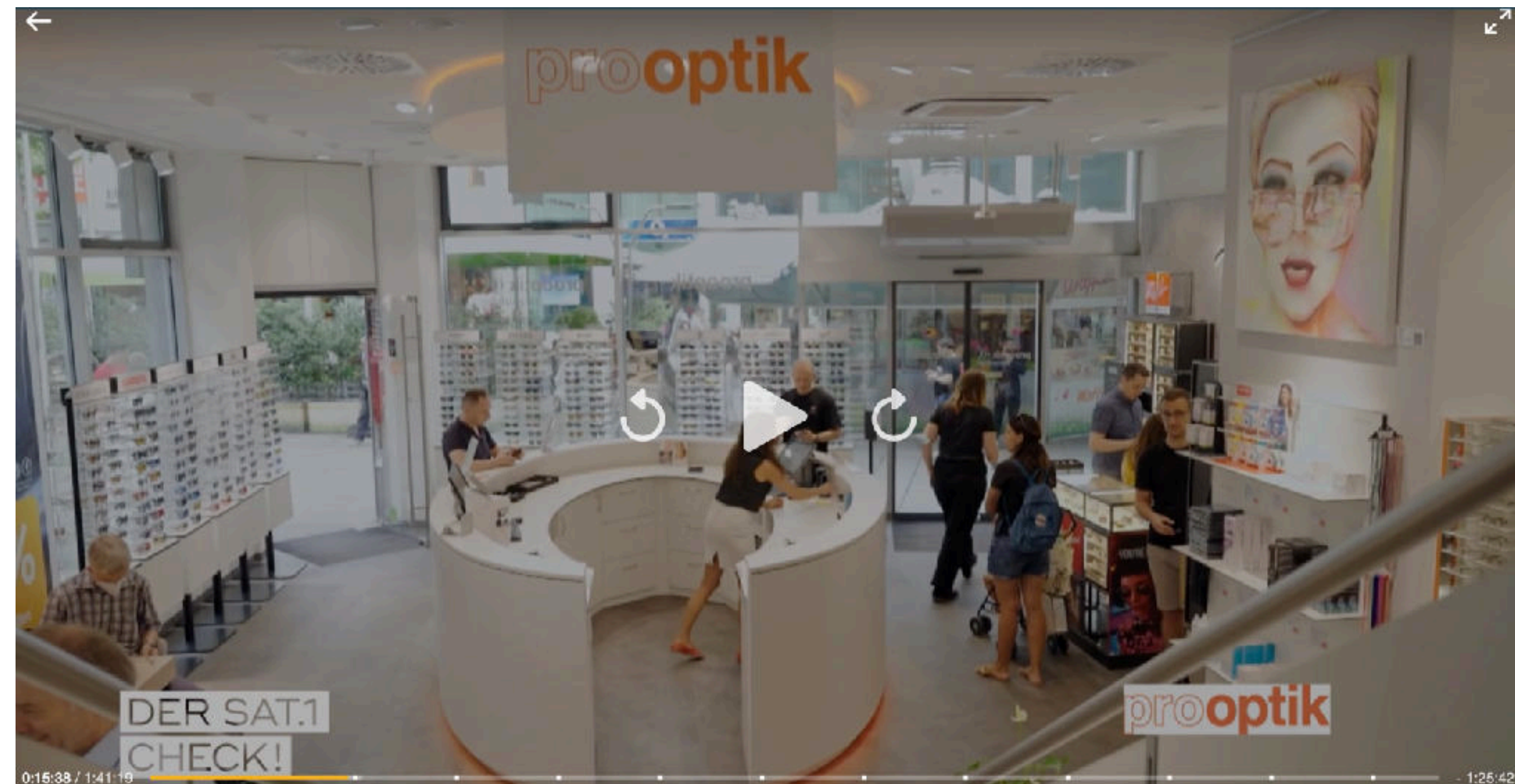
-fessionell, -duktiv, -fitabel, traditionell

eigene Geschäfte + Franchisenehmer

ältere Zielgruppe mit Qualitätsbewusstsein

Medizinprodukt

Marke, cool



PHILOSOPHIE/STRATEGIE

MISTER SPEX

neue digitale Services, wie

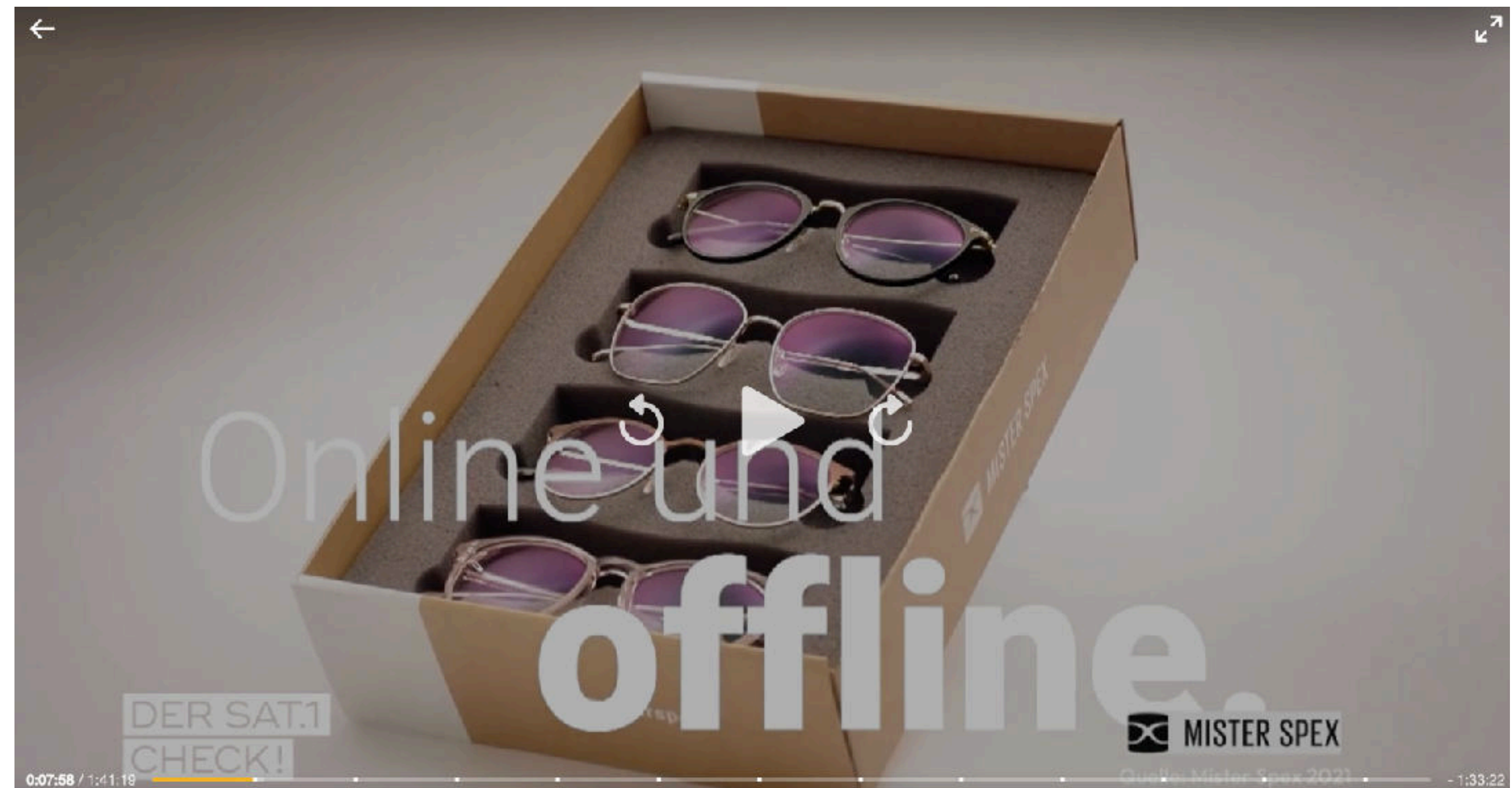
virtuelle Brillenanprobe

Auswahlendung nach Hause

stationär:

Kundenkontakt in Hochfrequenzlagen

Lücke zwischen „Fashion und digital“



PHILOSOPHIE/STRATEGIE

BRILLEN.DE

online/performance Marketing

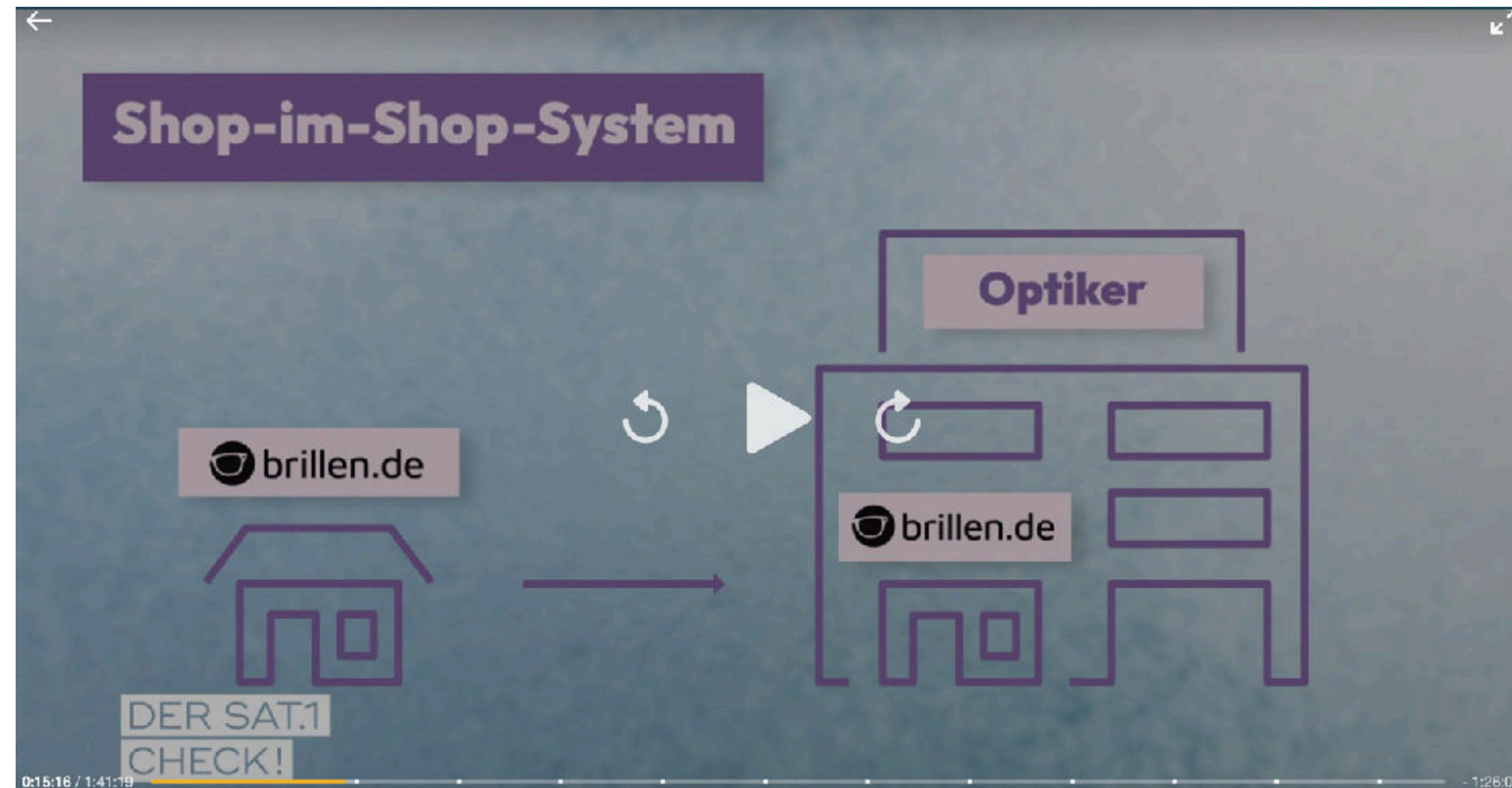
Lockmittel: Preis, Schnäppchen

„sehr gute Qualität zu einem sehr, sehr guten Preis“

„Lust auf Brille“

„ehrlicher Discounter“

Masse



FAZIT

VIEL LUFTBLASEN, SPRECHHÜLSEN, SIEHE ERGEBNISSE

**STÄRKEN SIE IHRE POSITION ALS 1. ANSPRECHPARTNER FÜR GUTES SEHEN
LUST AUF BRILLE : GUT SEHEN - GUT AUSSEHEN**

MISTER SPEX

FASSUNGSAusWAHL

Sortierung, intuitiv: Damen-Herren, Form/Größe/Typ

„Man findet, was man sucht.“

„Lernen beim Ausprobieren.“

1500 Fassungen vor Ort entspricht 50% bei 10.0000 Fassungen online

BRILLEN.DE

FASSUNGSWAHL

„Kunde weiß sofort, was er tun kann.“

Transparenz bei Fassungen und Preise

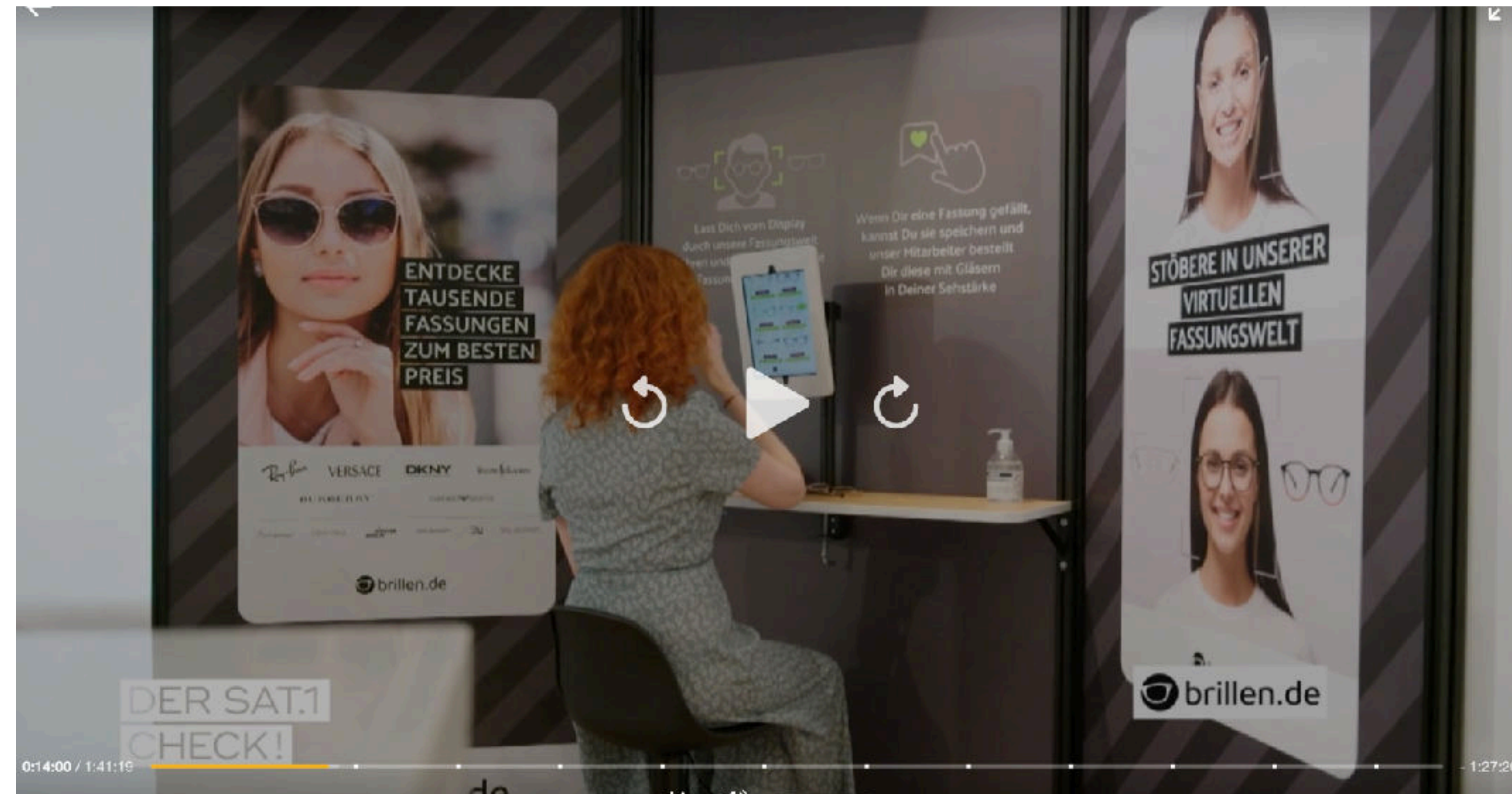
selfservice-Komponenten,

digitale Selbstbedienungstools

Vergleich zu IKEA; McDonalds

Kaufabschluss vor Ort

420 Fassungen



FIELMANN

FASSUNGSAusWAHL

hell, frisch

kein Discounter, eher Boutique/Marke jede

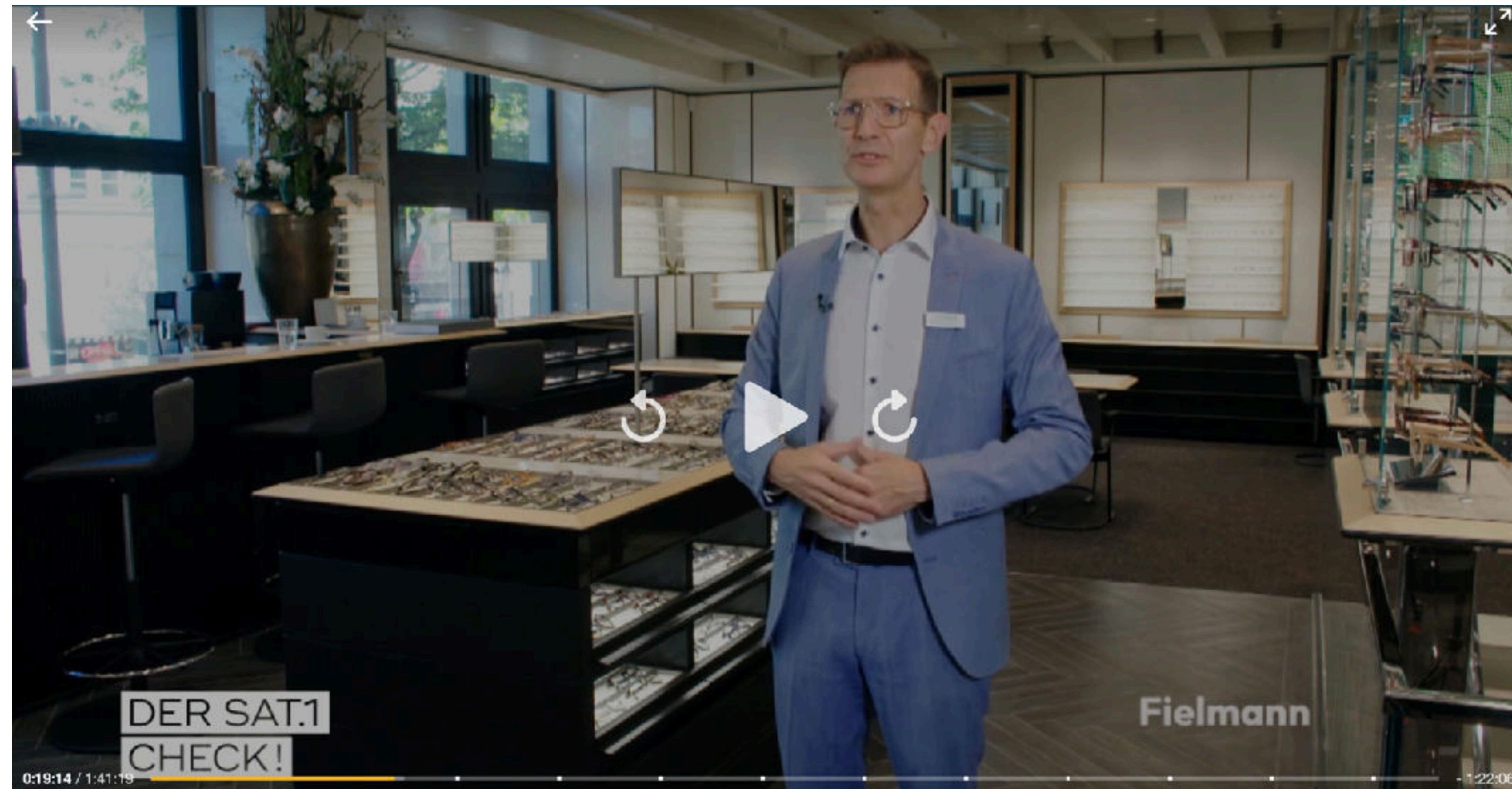
keine Schilder (Premiumwahrnehmung)

Herren, Damen getrennt

viel auf Tischen

Kunde wird nicht alleingelassen,

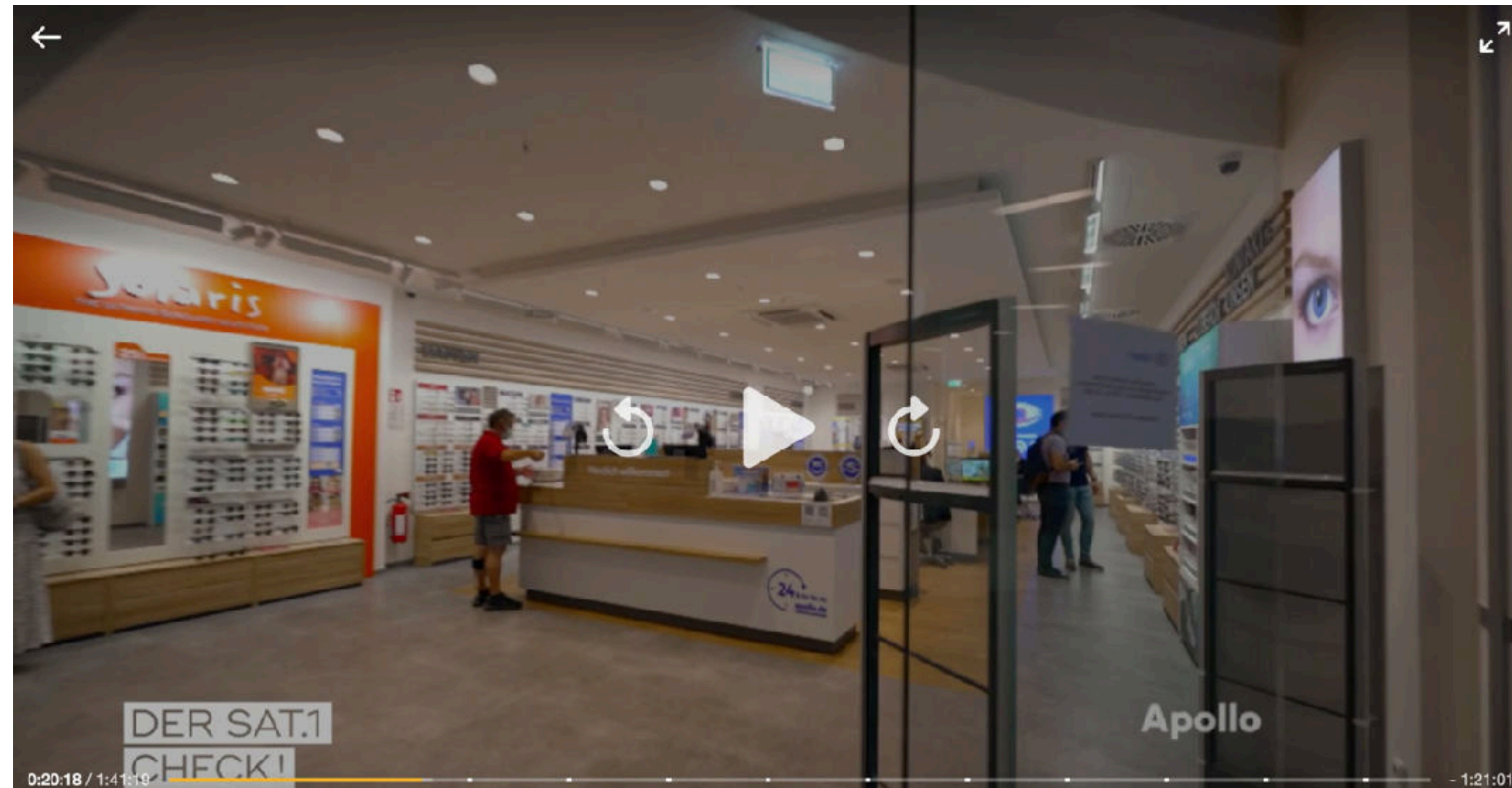
Beratung



APOLLO

FASSUNGS-AUSWAHL

recht/links: Herren/Damen,
hinten Kinder, vorne Sonnenbrillen



PRO OPTIK

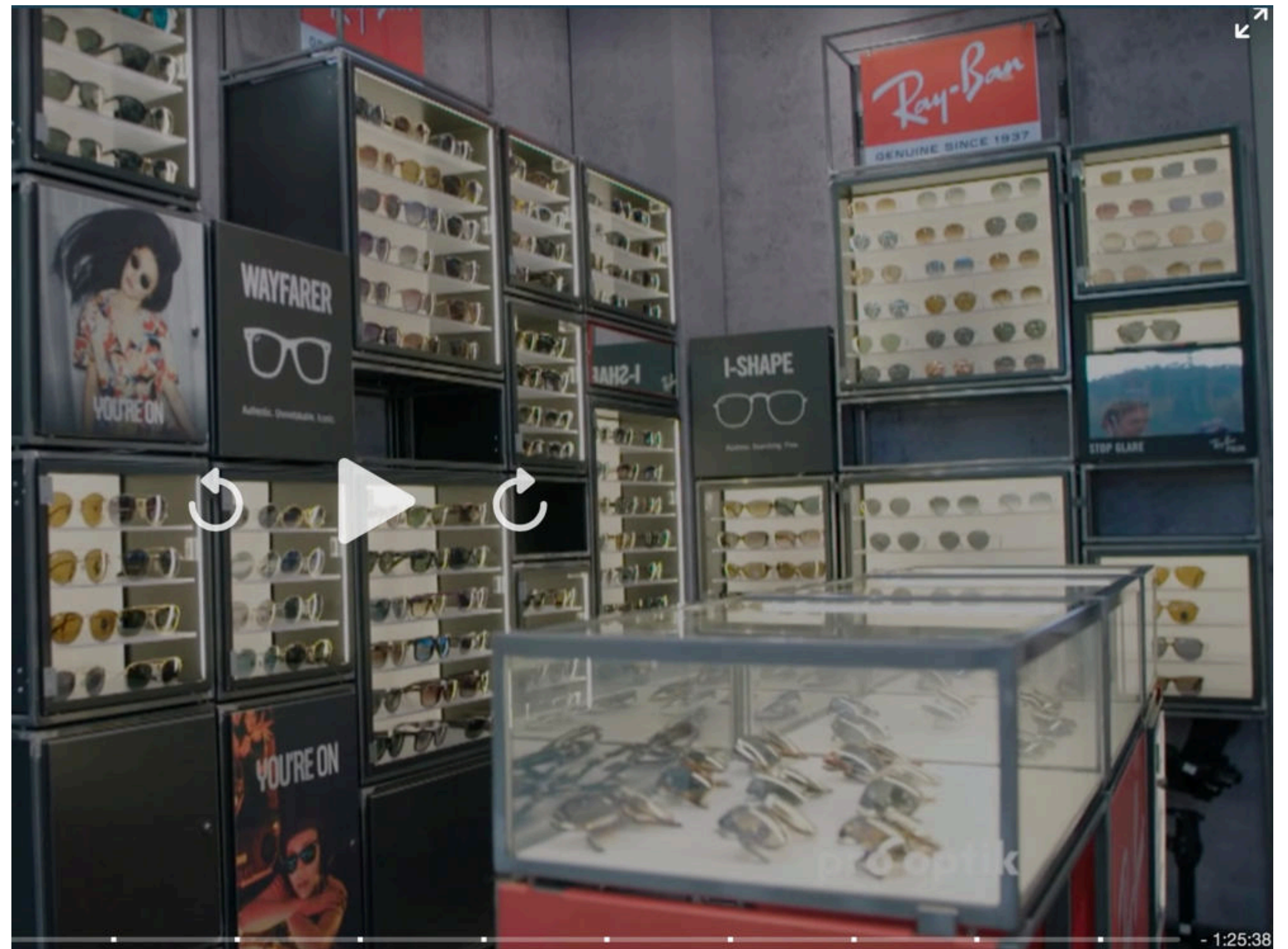
FASSUNGSWAHL

Marke, A - Z

Preisgestaltung = Wohlfühlfaktor:

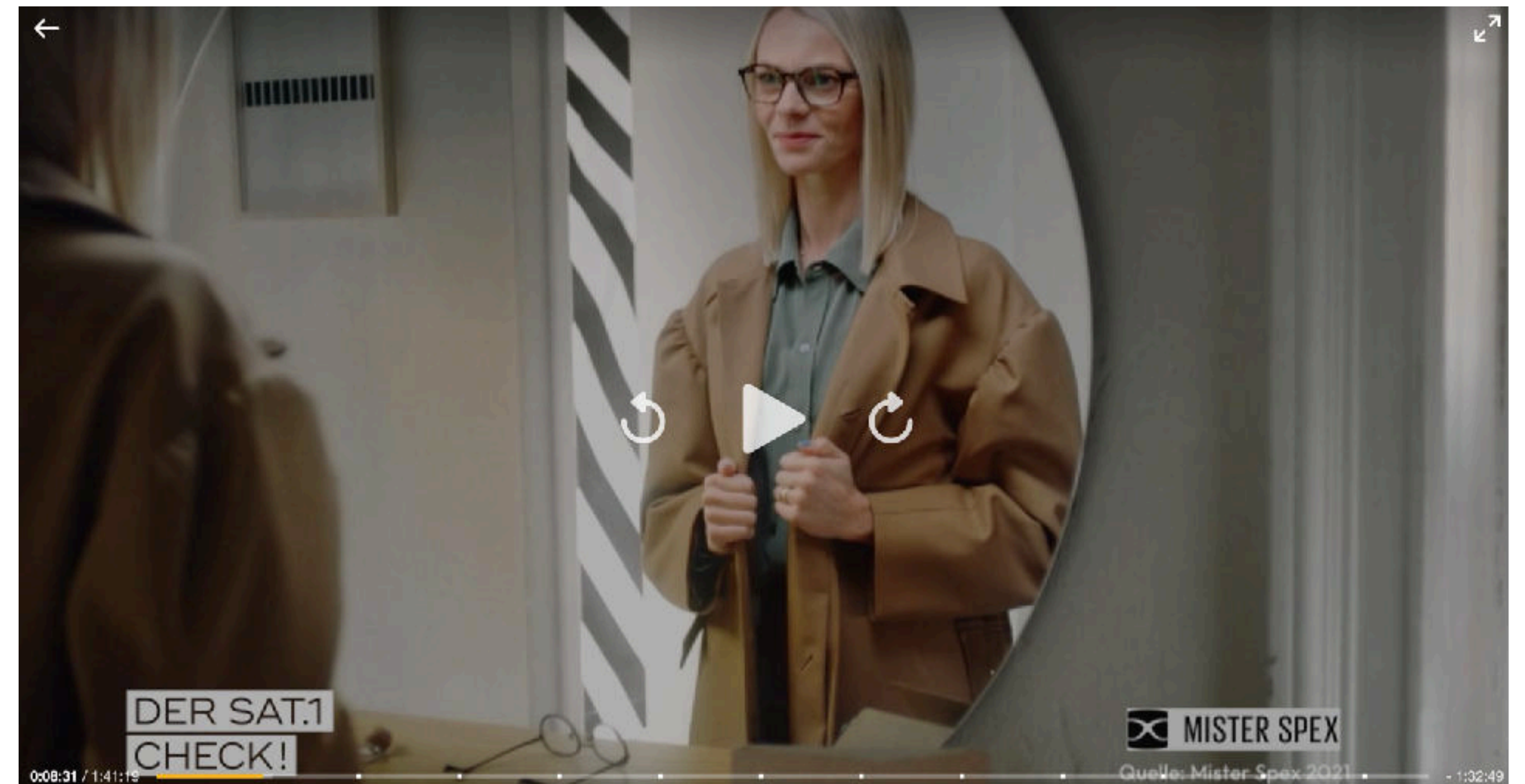
bis € 49,-; von 59,- bis 129,-

850 Brillenfassungen



MISTER SPEX

FASSUNGS-AUSWAHL



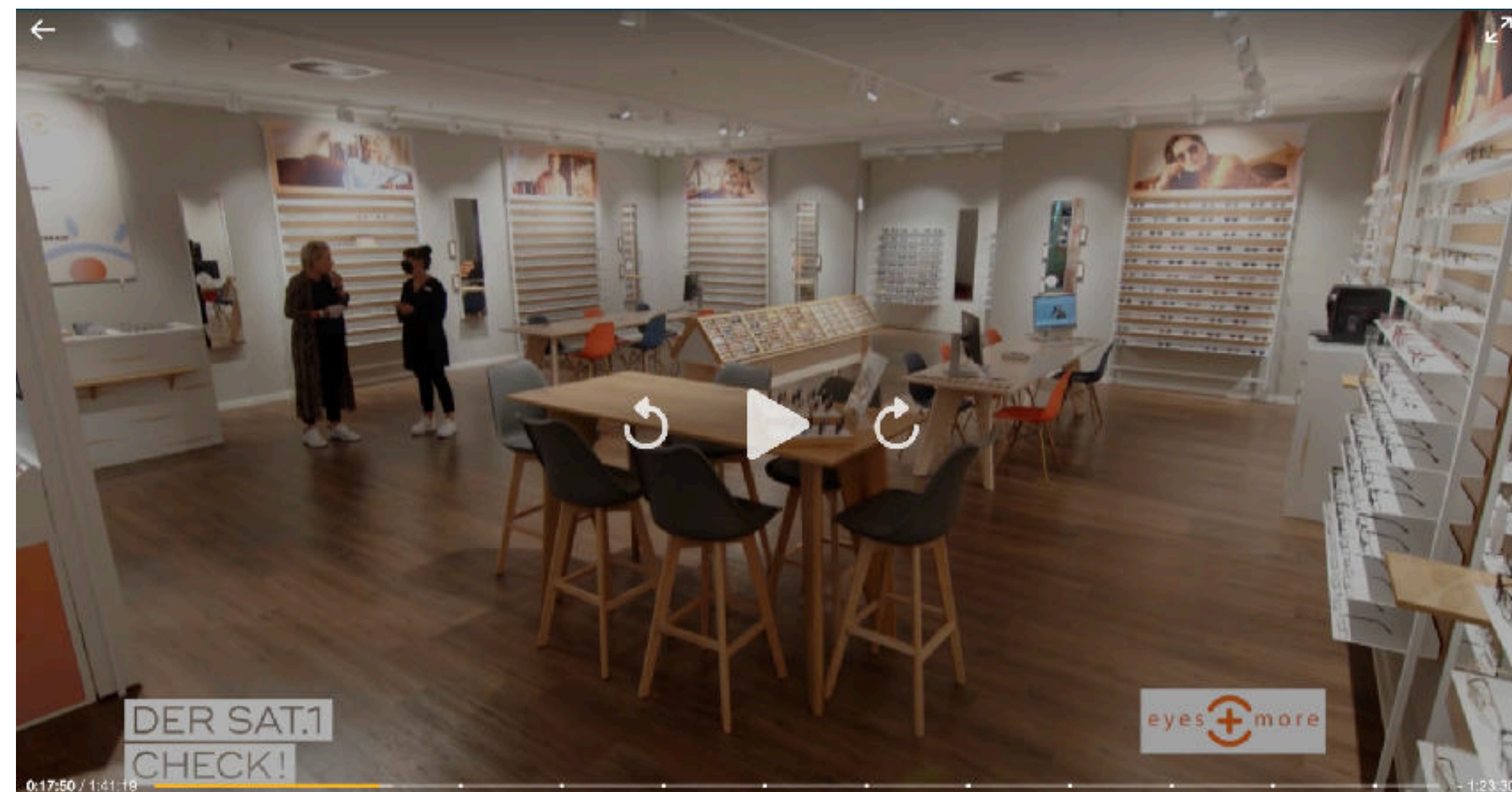
EYES+MORE

FASSUNGS-AUSWAHL

freie Zugang

Schaufenster: aktuelle Kampagne, Designkooperation

Mitte: monatliches Highlight-Paket



PHILOSOPHIE

FASSUNGS-AUSWAHL ALS ALLEINSTELLUNGSMERKMAL

Kunde: hell, freundliche, modern, offen

viele Spiegel

Sortierung, gewisse Auswahl

online informieren - stationär kaufen

Theo: Modell „Baumarkt“

FAZIT



STÄRKEN SIE IHRE AUßENDARSTELLUNG:

**SAUBERES SCHAUFENSTER, THEMEN AKTUELL, AUSGEFALLENE INNENEINRICHTUNG
(THEKE, TISCH), MODERN, HELL, CORPORATE IDENTITY**

TIPP: KAFFEE FÜR JEDEN

CEO

fielmann: Berater des Vorstands Frank Salzig

apollo: Dr. Jörg Ehmer

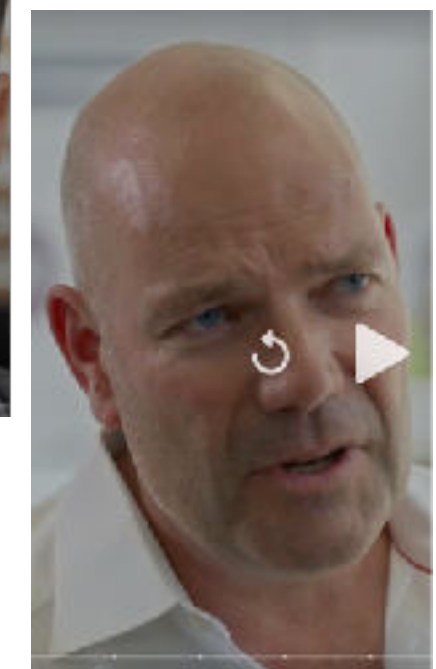
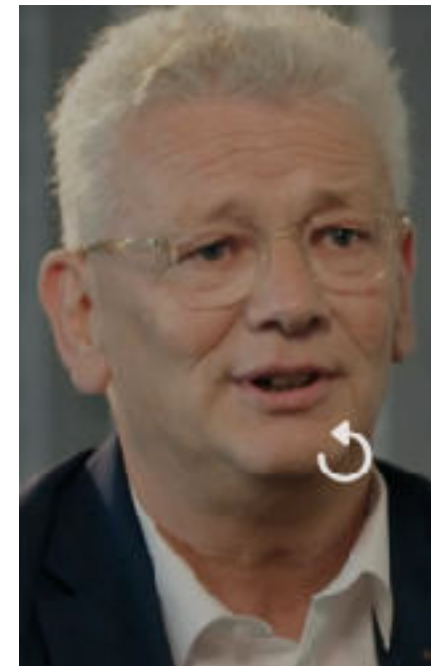
pro optik: Micha Siebenhandl

eyes + more: Alper Ayvazler

brillen.de: Volker Grahl

Mister Spex: Mirco Caspers

Theo: Profis? medientauglich?



EIGENMARKEN

FAZIT: DAS KÖNNEN SIE AUCH!

Eigenmarken werden bevorzugt (Vergleich BG)

spart Zwischenhändler, somit günstiger

wichtiger: nicht mehr vergleichbar, Kundenbildung (KL-Flüssigkeiten)

Einkaufsgemeinschaften: IGA, EVA, kleine eigene Gruppe, Opti

Materialien: anpassbar



	Auslage	Auf Lager
Fielmann	2.000 - 5.000	15.000
Apollo	1.000	10.000
pro optik	1.000 - 2.000	250 - 400
Mister Spex	1.000 - 1.500	10.000
brillen.de	420	5.000
eyes + more	850	

DER SAT.1
CHECK!

FARB- & STILBERATUNG

EXPERTIN: PETRA WALDMINGHAUS

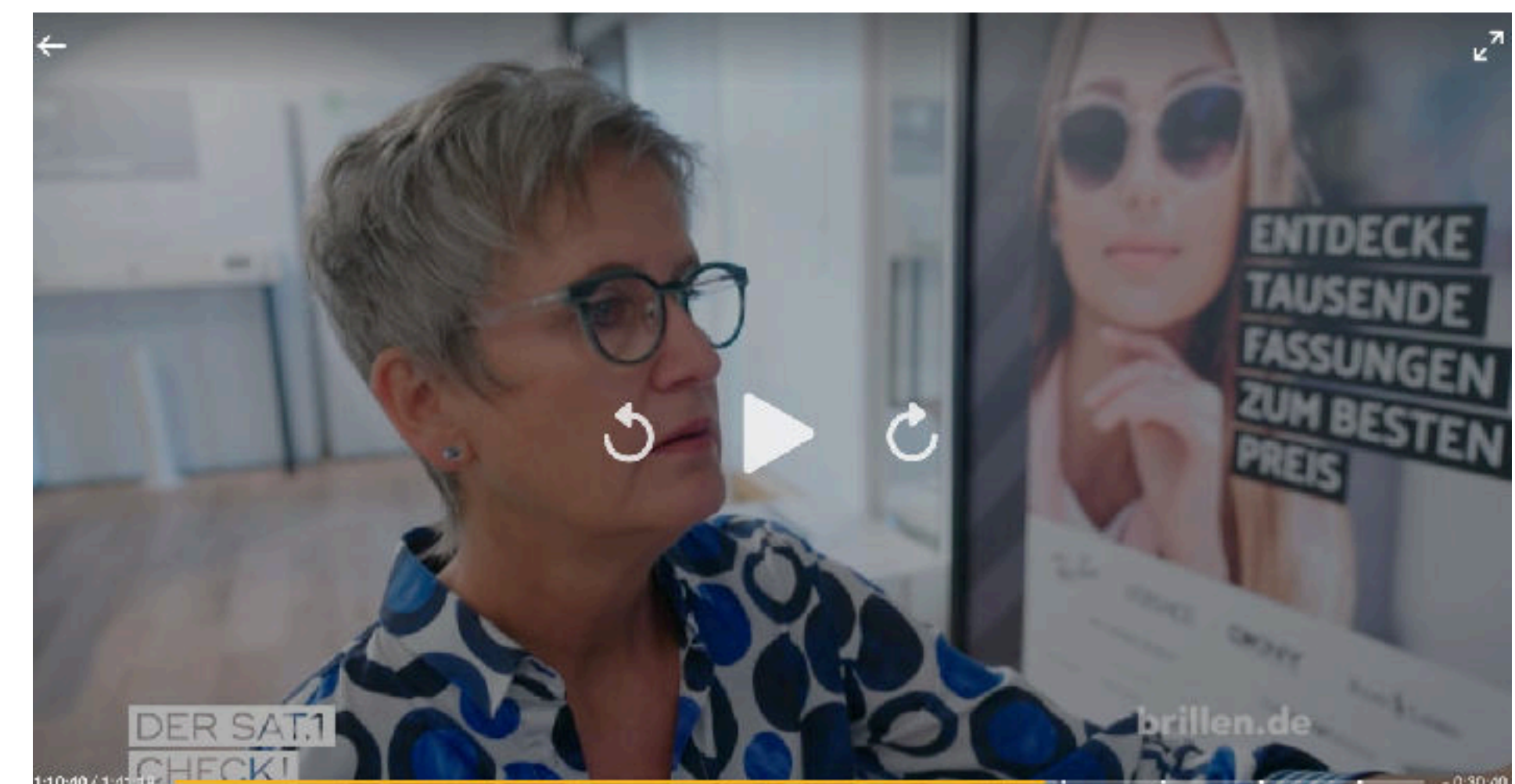
„Ist in der Augenoptik unterrepräsentiert. Wird in der Ausbildung nicht gelehrt.“

fielmann: Ausbildungszentrum

Mister Spex: online im Web, virtuell (Zeiss Avatar), am Ende: „lost“ „im Geschäft beraten“

brillen.de: virtuell im Geschäft, Fachpersonal „Jongleur“,
so viele gleichzeitig wie möglich bedienen

Theo: Schnitt des Beitrages
Aussagen umdrehen



FAZIT

MASSE = UNSICHERHEIT

STÄRKEN SIE IHRE GRUNDKOMPETENZ
IN DER FASSUNGS- UND TYPBERATUNG:

KUNDEN UND GESICHT ANALYSIEREN - GEWISSE AUSWAHL - VORAUSWAHL TREFFEN -
ARGUMENTIEREN - AUF TABLETT SERVIEREN

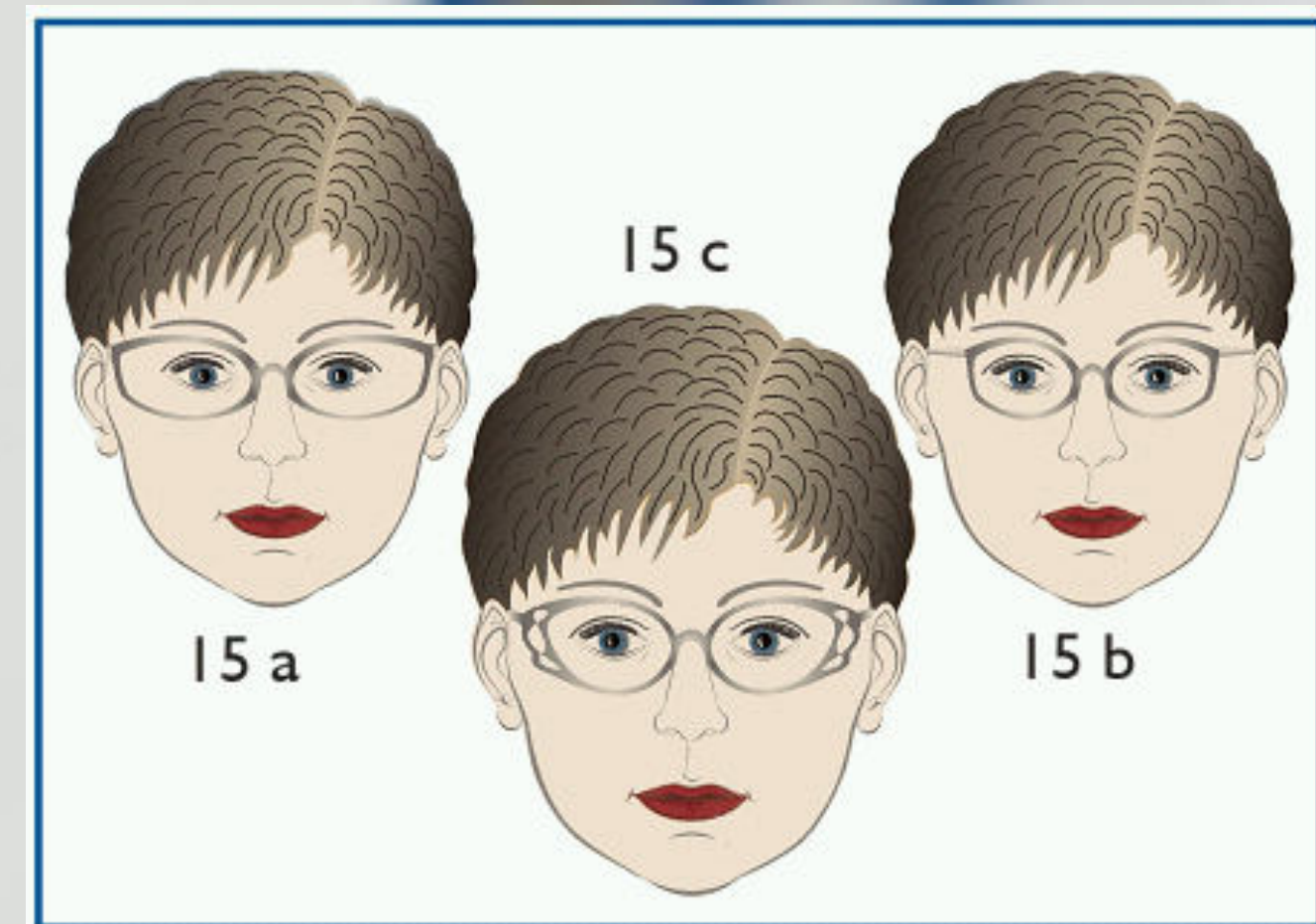


Abb. 15 a, b und c: Kleine Pupillendistanz bei großer Kopfbreite mit verschiedenen Fassungsstypen



DER FALL „SVENJA“

JUNGPRESBYOP (45J.), HYPEROP, TECHNISCHE ZEICHNERIN

benötigt bereits eine Lesebrille, nun fällt ihr auch das normale Sehen zunehmend schwerer

Ametropie: hyperopicus simplex, anisometrop

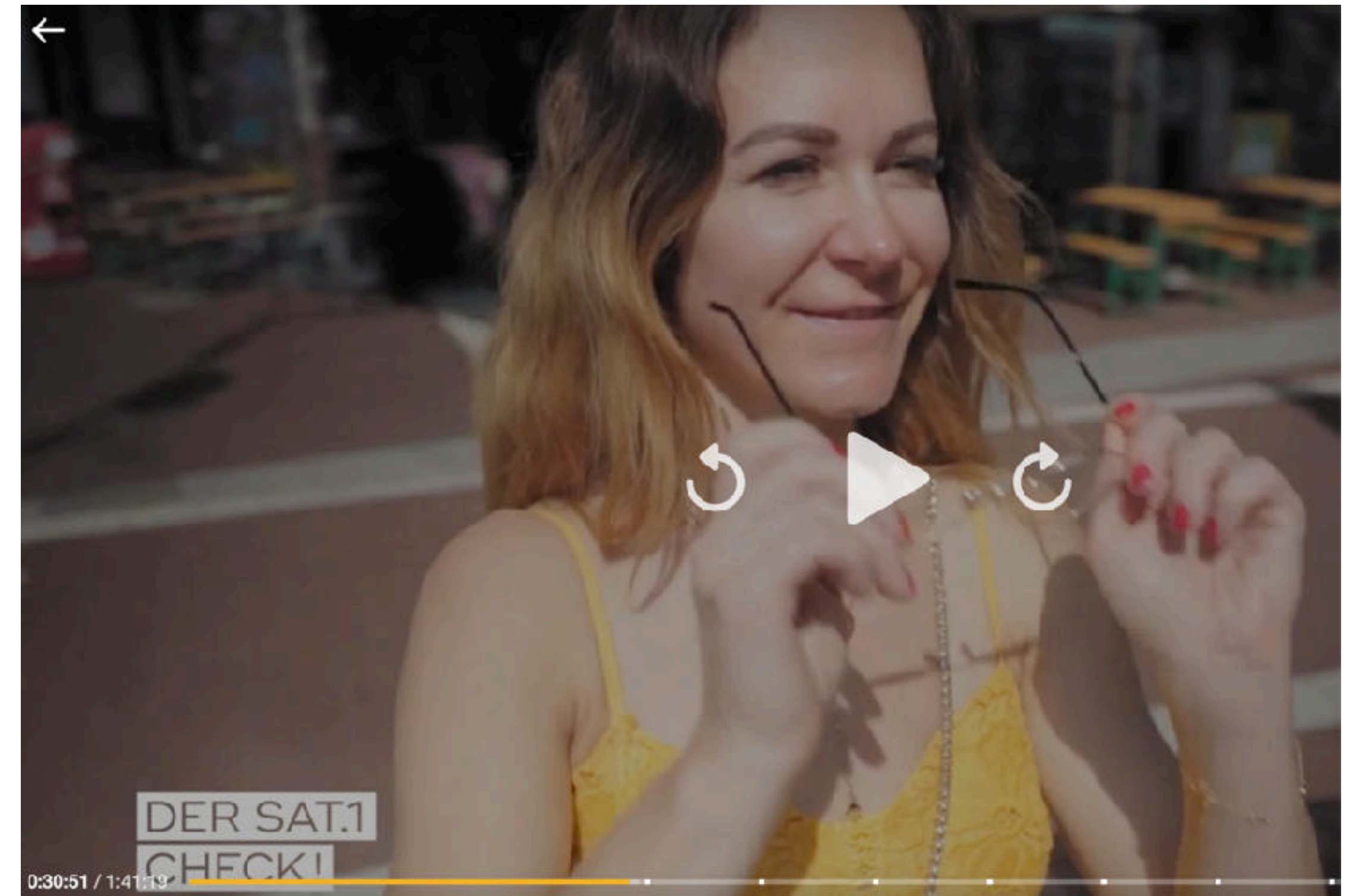
keine gesicherten Vorwerte

Theo:

Person & Sehproblem?

Redaktion blauäugig? sorgfältig vorbereitet?

Aussagen überprüft?



Brillenpass	
Optiker	Online-Sehtest Mister Spex
Rechts	+0,50
Links	+0,30
Sphäre	

DER SEHTEST

GRUNDLAGE FÜR JEDE BRILLE

für 62% besonders wichtig

69% trauen Online-Sehtests nicht



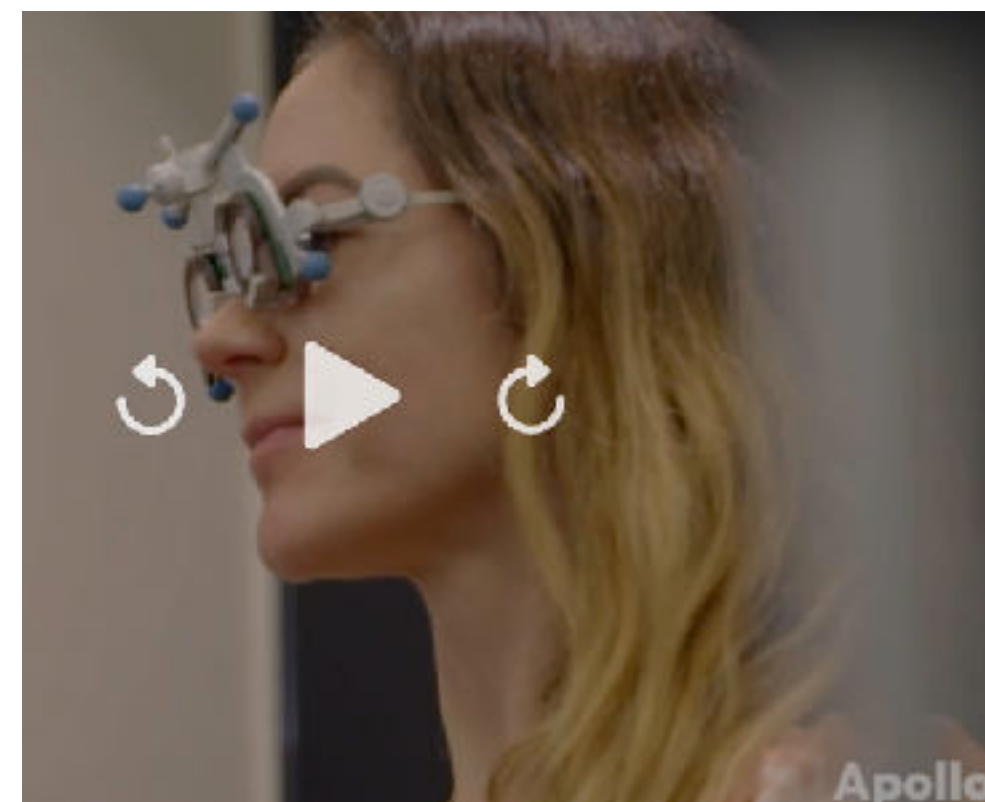
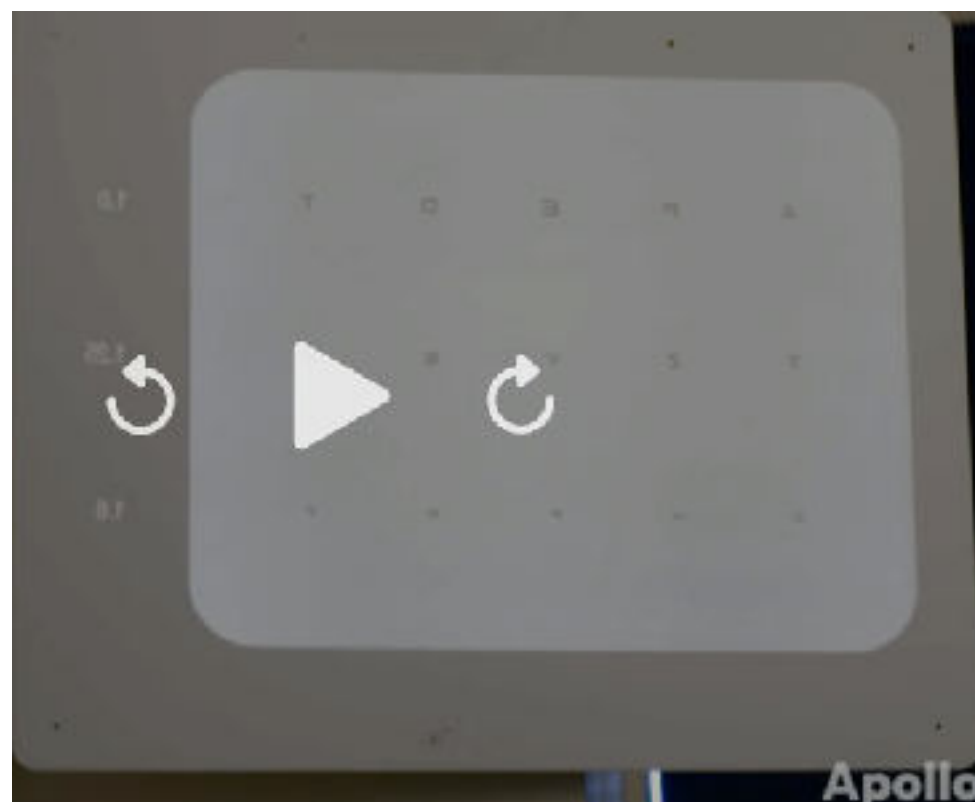
SEHTEST

APOLLO

niedrige Schwelle, kostenlos, Duzen, mit objektivem Vortest,

vernünftig = paar Informationen: 1. Frage letzter AA-Besuch, 2. Diabetes, 3. Blutdruck, Medikamenteneinnahme

Technik: high End?



SEHTEST

FIELMANN

Zeit: 15 - 20 Minuten, bis zu 30 - 45 Min

Nebenrechnung:

$$3 \times 9 = 27 \times 3 = 81 : 2 = 40$$

nur Refra

Tipp:

Wir nehmen uns (1 Stunde) Zeit für Sie:
Sehanalyse/Funktionsteste

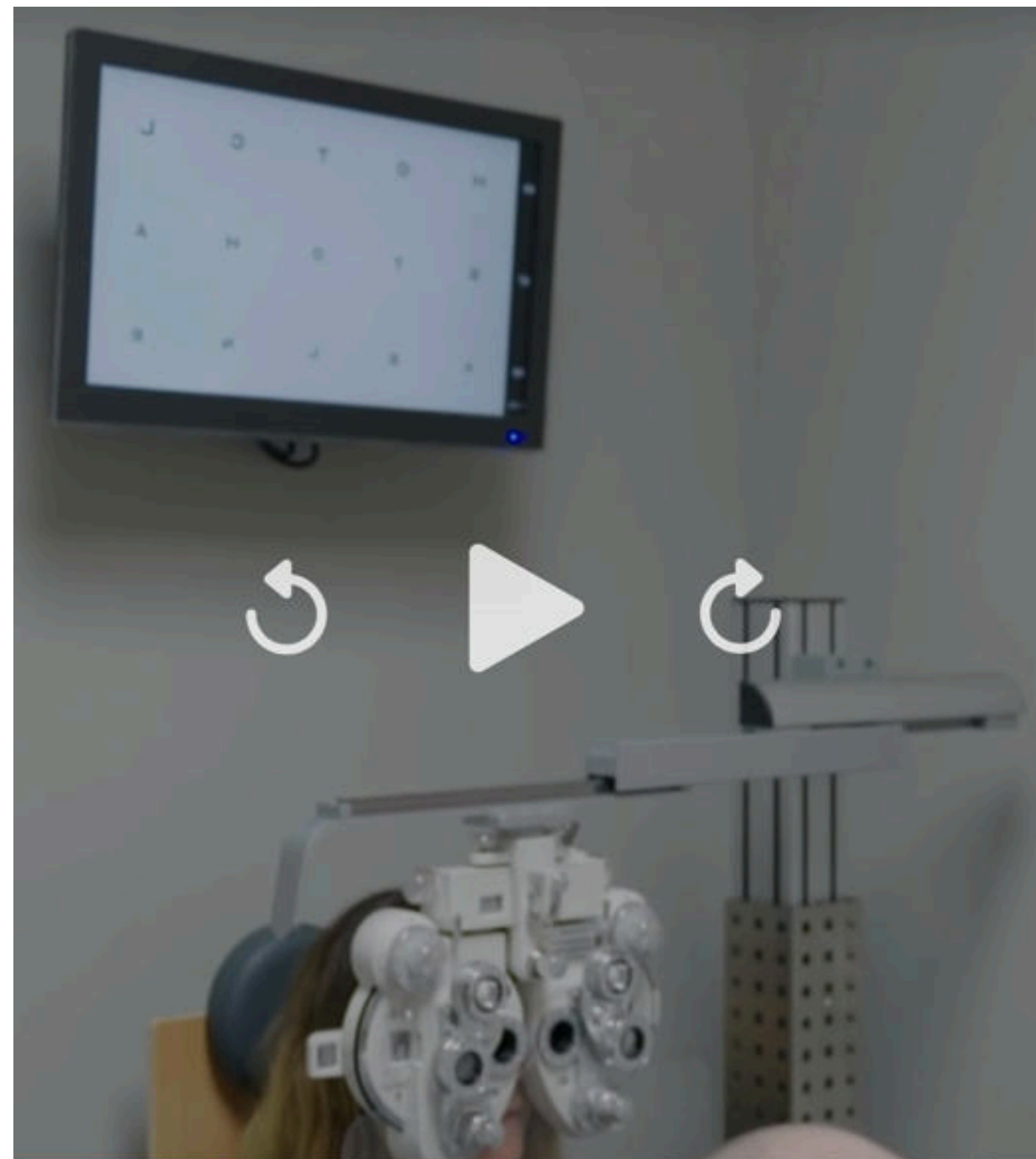


SEHTEST

EYES+MORE

Ohne objektive Werte, immer Vorwerte der letzten Brille, weil gewohnter Seheindruck
Achtung: Ergebnis ohne Zylinder

manueller Phoropter



REFRAKTION

PRO OPTIK: KLASSISCH, SO EINFACH WIE MÖGLICH

nicht zu lange dauern mit geschultes Fachpersonal:

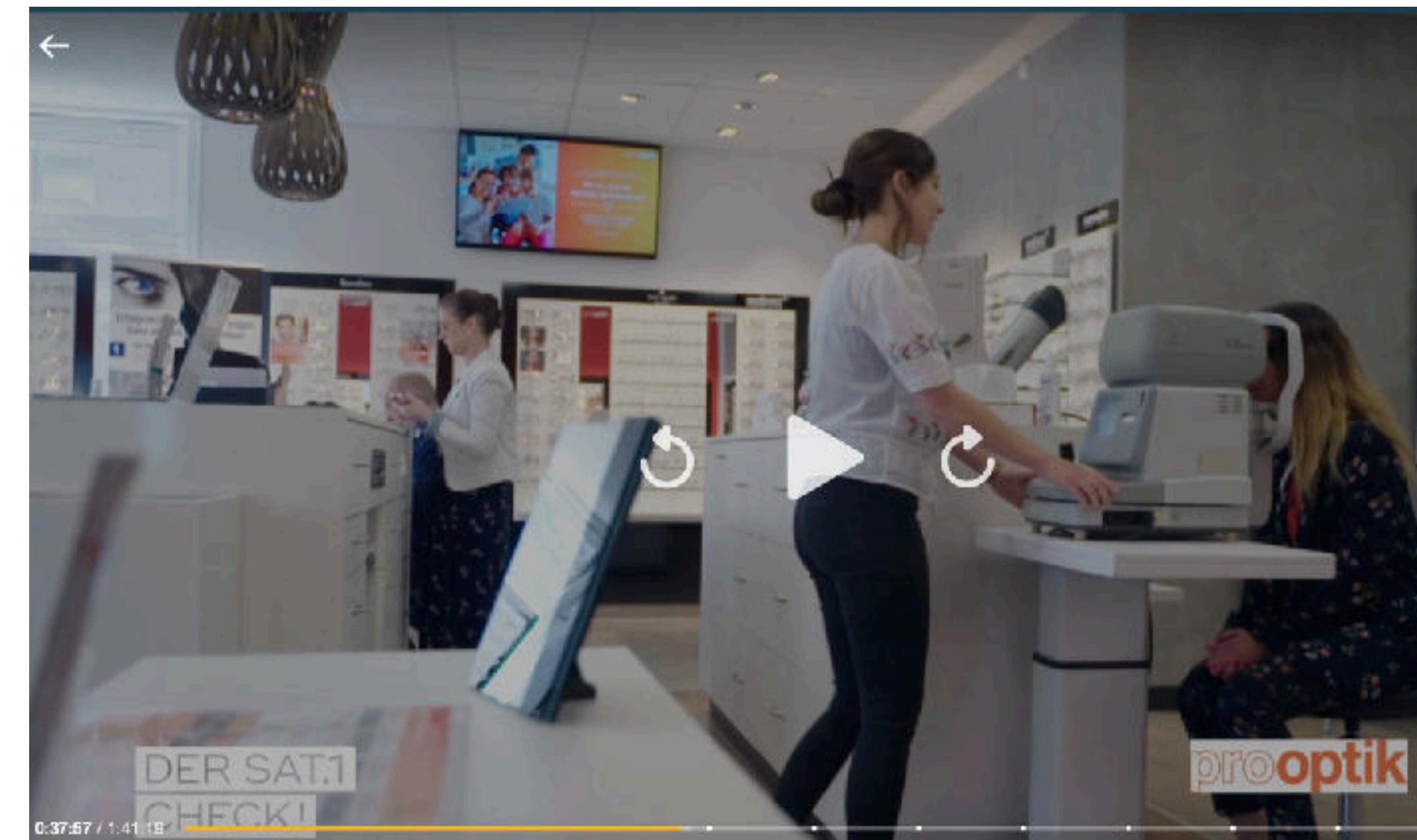
Augenoptiker, als auch Augenoptikermeister

M. Siebenhandl: nicht Fernwartung, online oder per TEAMS (polemisch)

Vormessung im Verkaufsraum

Anamnese

Abstand Refraktionistin 2,5 Meter



REFRAKTION

BRILLEN.DE

mit objektivem Vortest

nur Augenoptikermeister als Remoter

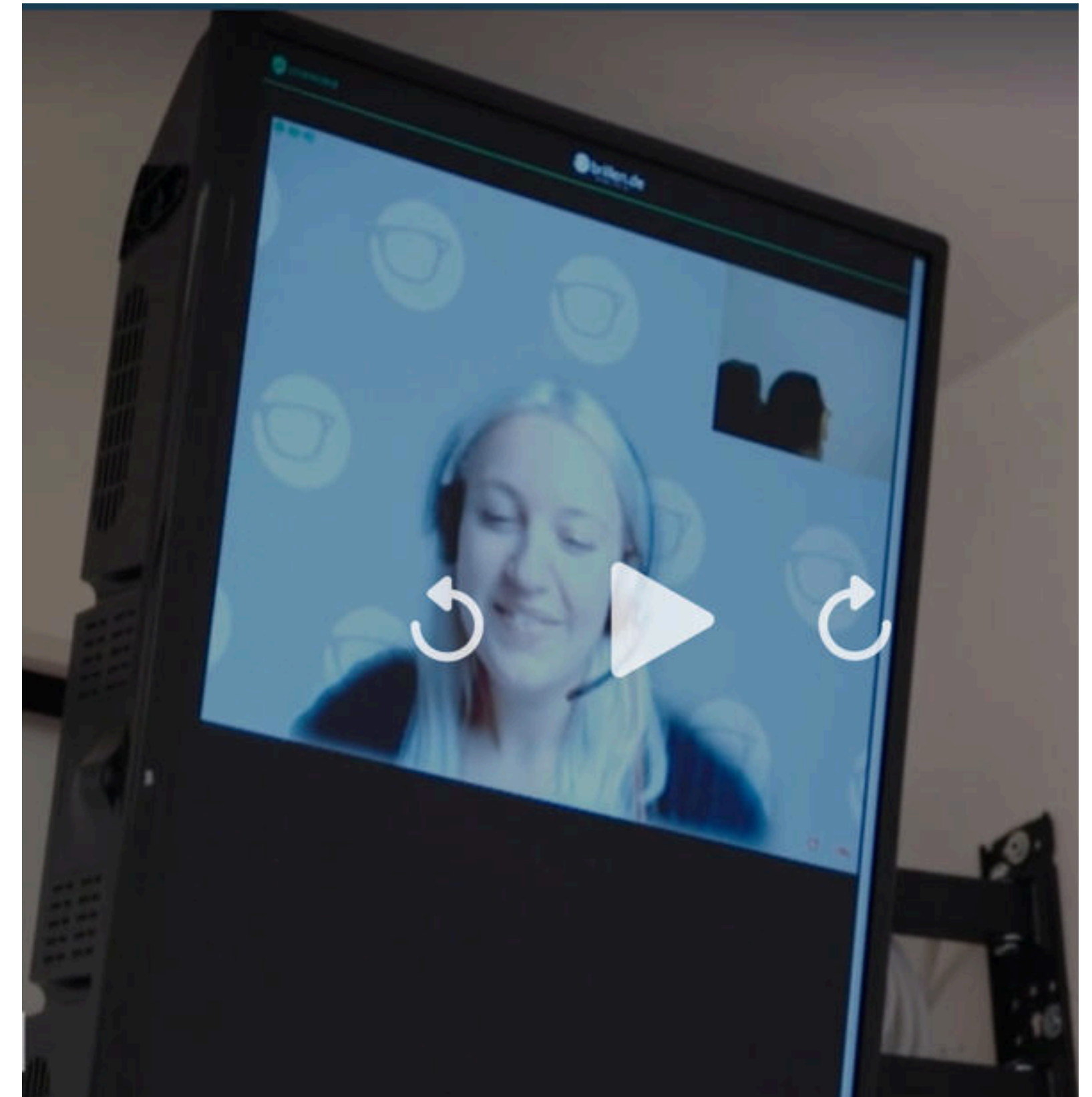
remote: spooky, irritierend, seltsam, nicht gewohnt

eigenes Gutachten erstellt mit W. Müller/Bad Essen

V.Grahl: AO-Meister macht andere Sachen, um Zeit zu gewinnen:
Kunden bedienen, Fassungen auspacken, Abgabe vorbereiten,

Theo: Zukunft?

Lösung beim Fachkräftemangel?



REFRAKTION

EXPERTIN FRAU DR. DORTE MIEBACH/HAMBURG

„Arbeitsanweisung für den Optiker“

„Kunde spürt, wer das Organ Auge im Blick hat,
oder wer nur das schnelle Geschäft machen will.“

Theo:

Kritik am Beitrag: es bleibt unwidersprochen





FAZIT

**ANAMNESE: RELEVANTE FRAGEN, BEZUG ZUM SEHENPROBLEM,
ERLÄUTERUNGEN
ZEITPUNKT: ENDE DES TAGES, DER WOCHE, ALLGEMEINZUSTAND**

DIE ERGEBNISSE

HYPEROPICUS SIMPLEX,
REFRAKTIONSGLEICHGEWICHT?

sph R: +0,42

cyl R: - 0,29

sph L: +1,50

cyl L: - 0,95 (außer eyes+more)

Schwankungen Achse R < L

Theo: Ergebnis des Sachverständigen?

Brillenpass			
Optiker	eyes + more		
Rechts	+0,75	-0,25	180°
Links	+1,75	k. A.	k. A.
	Sphäre	Zylinder	Achse

Brillenpass			
Optiker	brillen.de		
Rechts	+0,25	-0,25	176°
Links	+1,50	-1,25	18°
	Sphäre	Zylinder	Achse

Brillenpass			
Optiker	pro optik		
Rechts	+0,50	-0,25	180°
Links	+1,50	-0,75	15°
	Sphäre	Zylinder	Achse

Brillenpass			
Optiker	Fielmann		
Rechts	+0,50	-0,50	170°
Links	+1,50	-0,75	16°
	Sphäre	Zylinder	Achse

Brillenpass			
Optiker	Online-Sehtest Mister Spex		
Rechts	+0,50		
Links	+0,30		
	Sphäre		

Brillenpass			
Optiker	Mister Spex		
Rechts	+0,25	-0,25	178°
Links	+1,50	-1,25	10°
	Sphäre	Zylinder	Achse

Brillenpass			
Optiker	Apollo		
Rechts	+0,25	-0,25	180°
Links	+1,25	-0,75	6°
	Sphäre	Zylinder	Achse

Bei einem Treffen am Rande der Mailänder Mido be-
stätigt Siebenhandl diese Überraschung, denn es sei
noch über Monate im voraus allen Beteiligten völlig
unbekannt gewesen, was da auf sie zukomme.

Tatsächlich waren die Unternehmen lange infor-
miert, die Testkäufe fanden erst im Sommer 2022
statt, was man an der Kleidung der Testkundin leicht
erkennen kann. Die Filialisten durften das Geschäft
nicht verlassen, sie durften die Mitarbeiter aussuchen, sie
mussten reinbarten die Zeit für den Dreh – alles war verab-

ONLINE SEHTEST

MISTER SPEX

daheim, Sehtest auf der Website

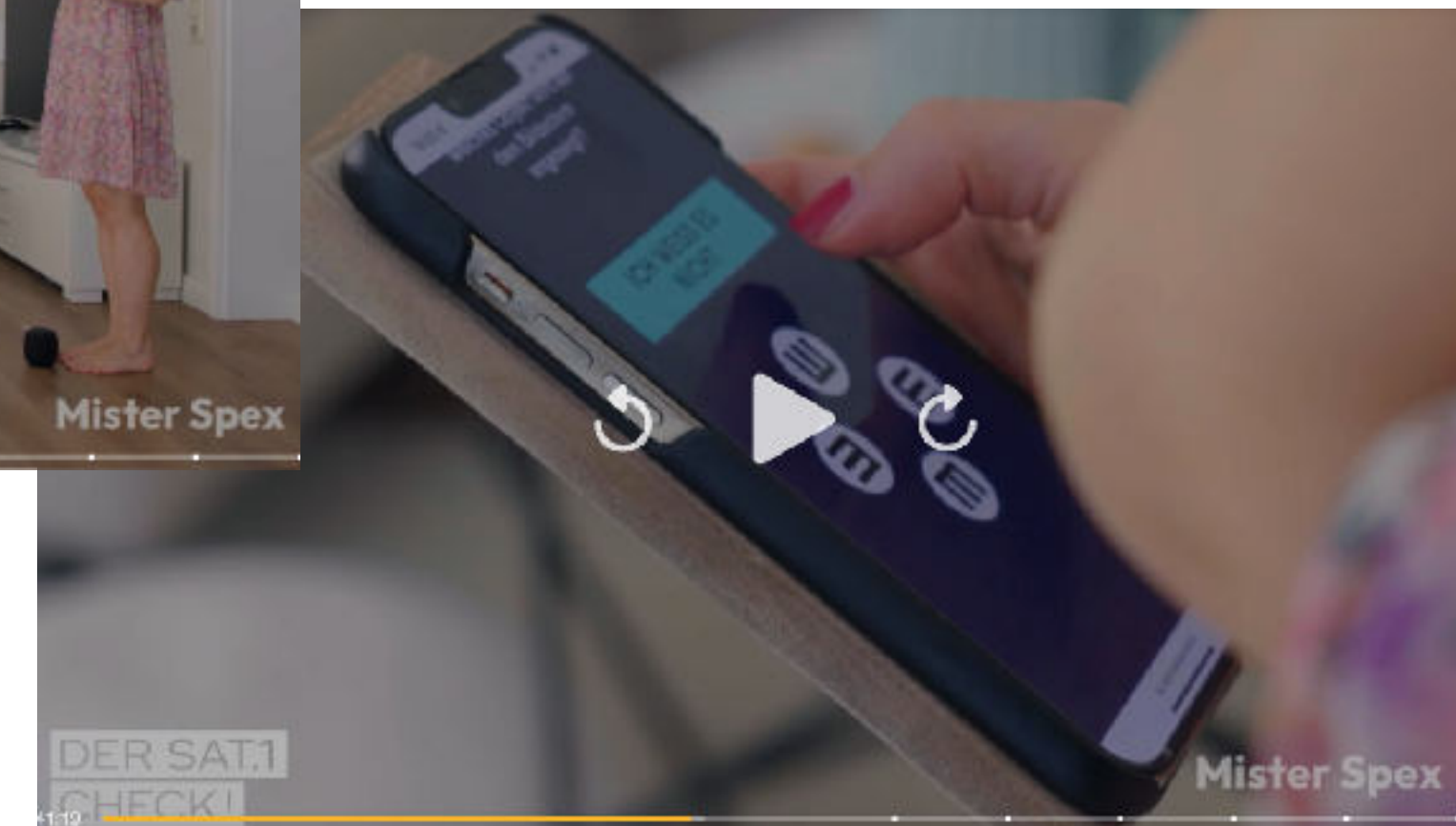
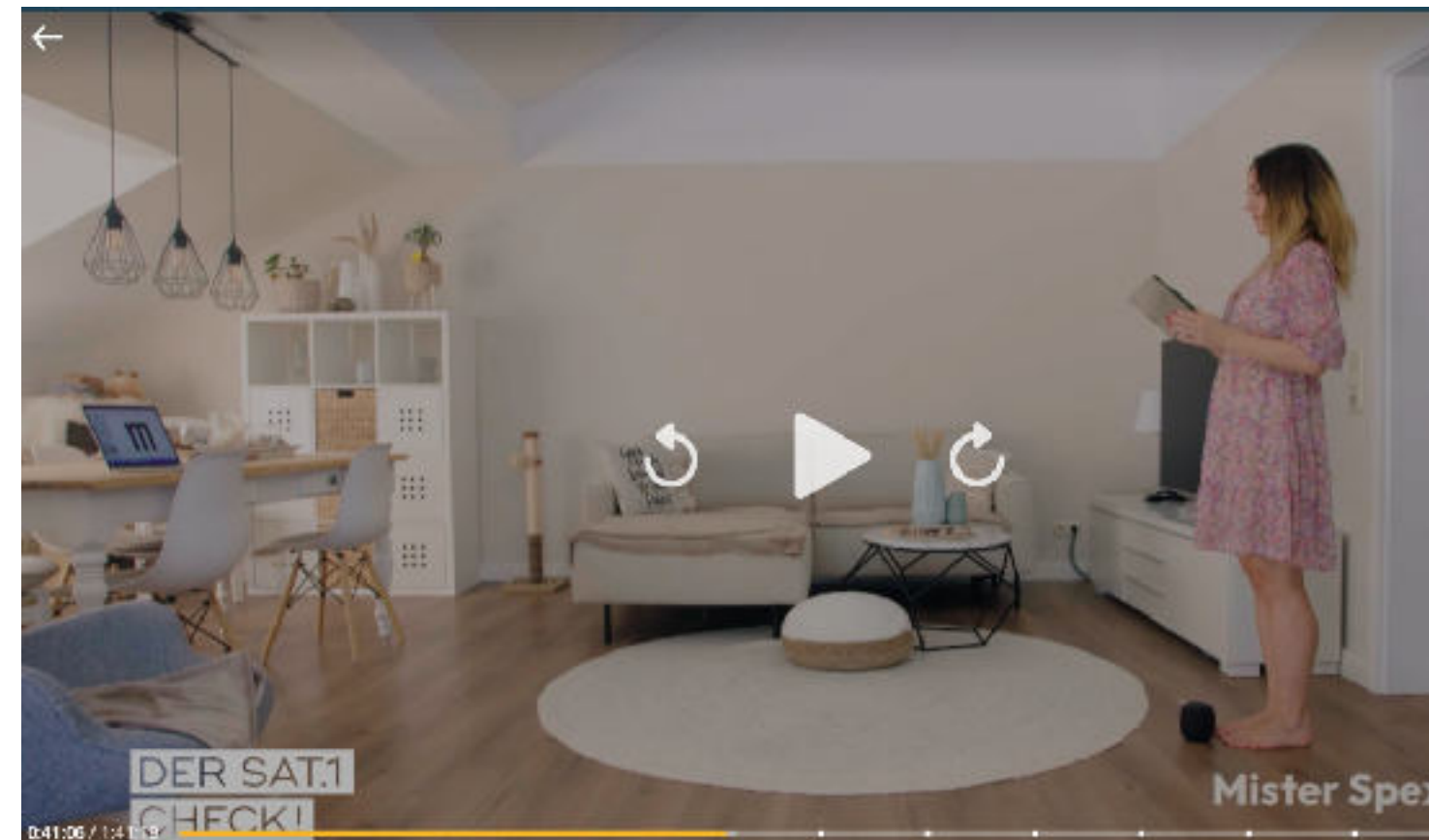
Schuhgröße: Entfernung

Handy: Steuerung (Akko-Reiz)

Kommunikation: gut gemacht

90% kaufen nach dem Sehtest eine Brille

M. Caspers: „Zufriedenheit mit der Brille nicht schlechter als mit Sehtest beim traditionellen Optiker.“



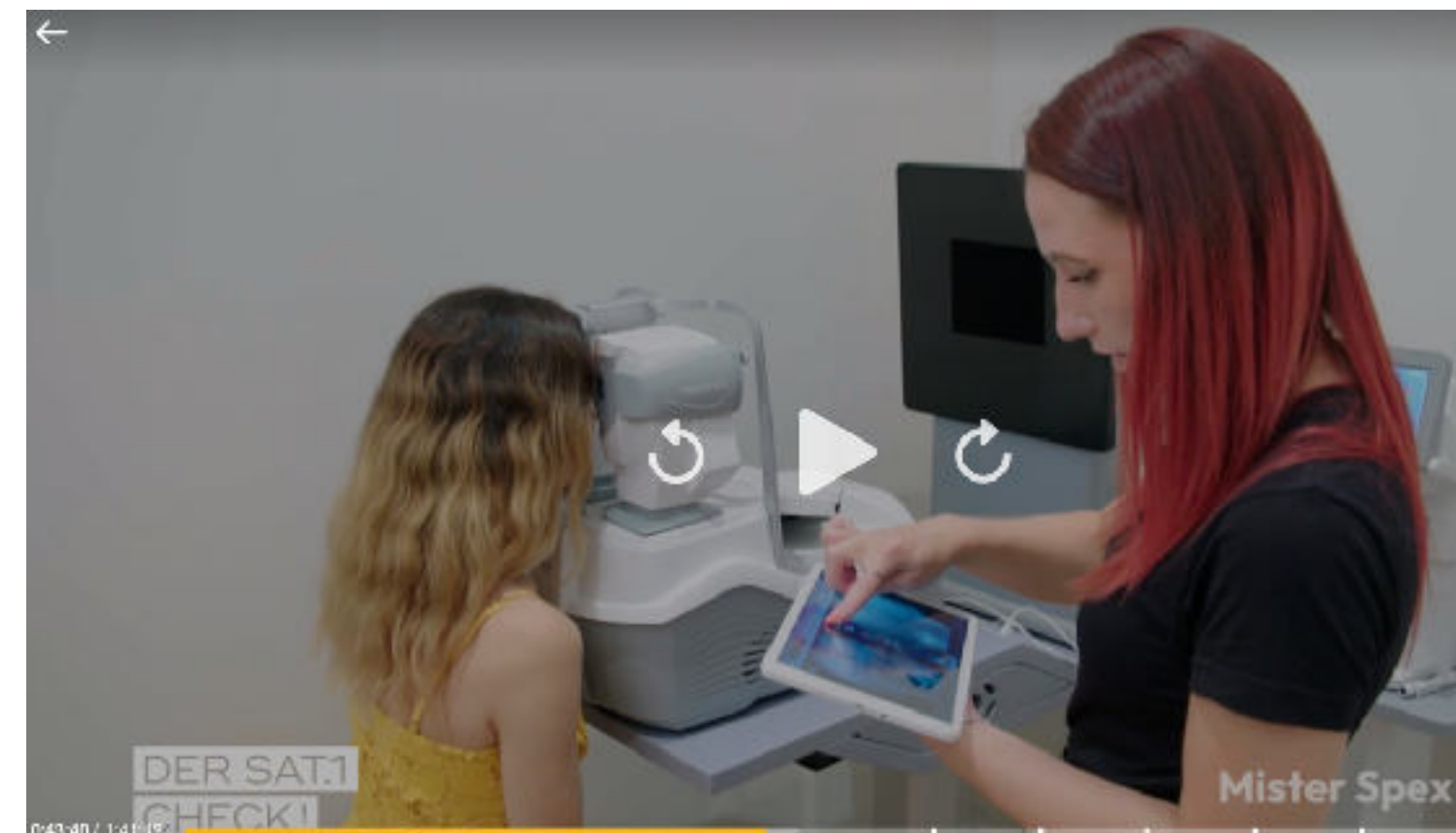
Theo: berufspolitische Reaktion?

ONLINE SEHTEST

MISTER SPEX

Optiker kontrolliert

EYE-Refract von VISIONIX (2 Aberrometer)



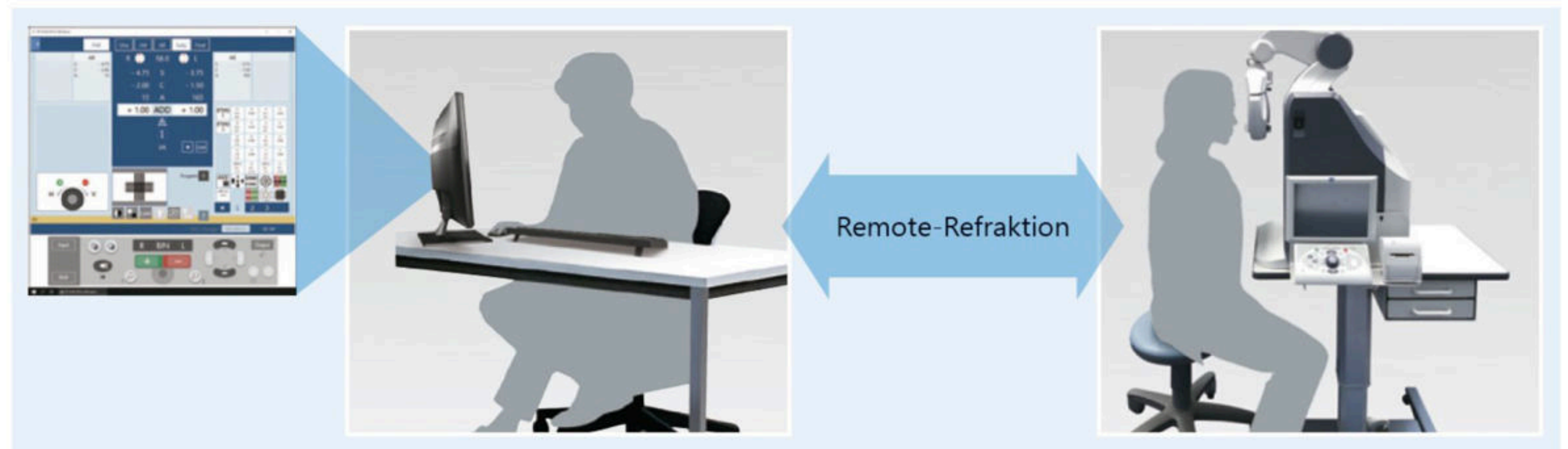
SELBST-TEST

OCULUS

FARS-System (fully automatic refraction system)
vollautomatisch geführte subjektive Refraktion für Ferne und Nähe, aufbauend auf SBWM
oder AR objektiv via Sprachausgabe
Kunde reagiert mit Joystick auf Anweisungen

Empfehlung: subjektiver Fein- und Fernabgleich durch Refraktionisten

Aber: Zukunft
unabhängig von Ort und Zeit



BEDARFSANALYSE

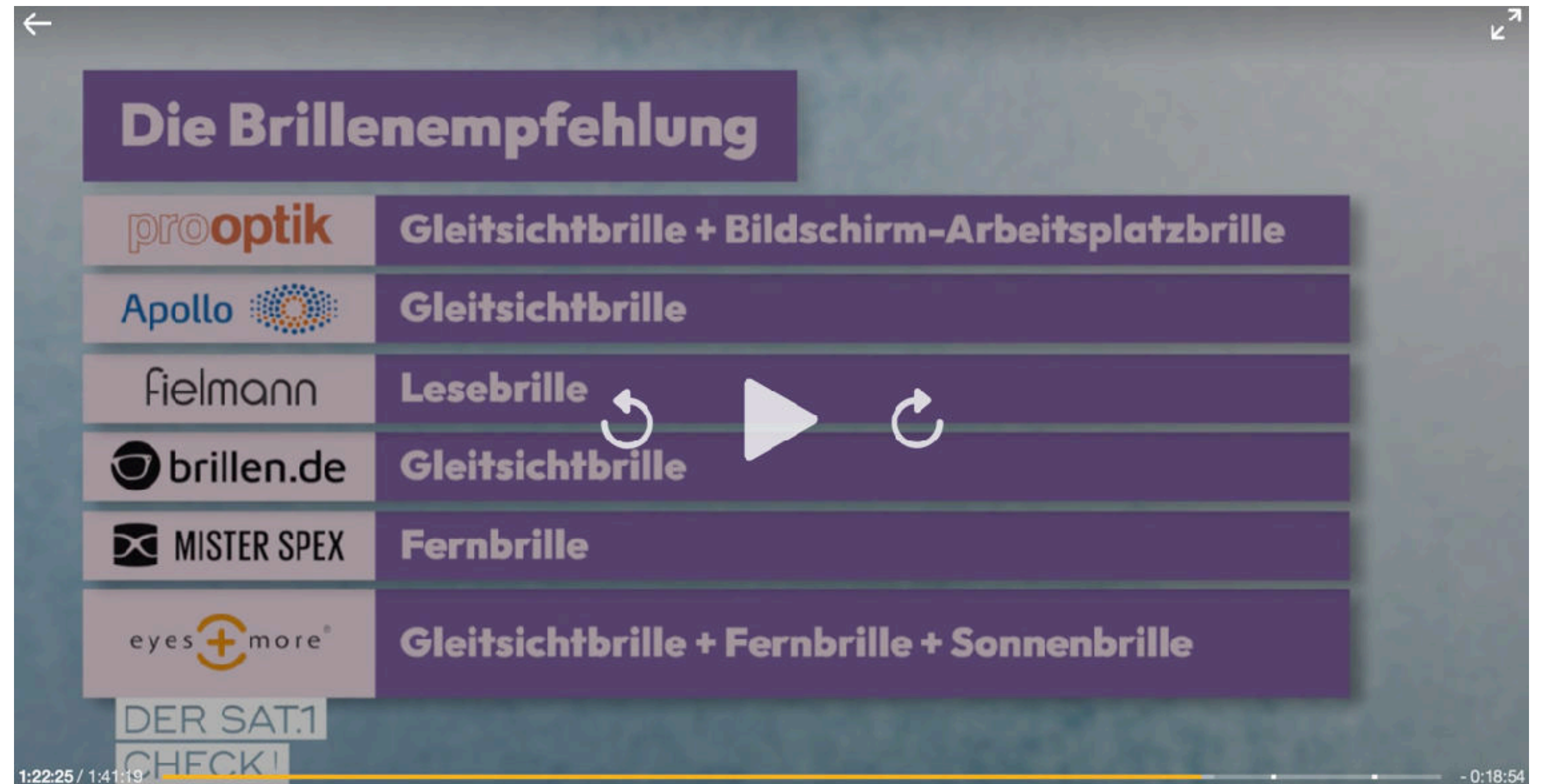
BRILLENBERATUNG

Tipp: im Refraktionsraum

Theo: es bleibt offen:

Was ist die idealste Lösung?

Idee: Digitalgläser,
Wellnessaddition



A portrait of a middle-aged man with short brown hair, wearing black-rimmed glasses and a white sweater over a collared shirt. He is looking directly at the camera with a slight smile. The background is a blurred blue and white striped pattern.

FAZIT

**IHRE ERFAHRUNG, NIE ZUVIEL PLUS,
ABERROMETRIE VX120, (2 PUPILLENDURCHMESSER/HOA),
REFRAKTION ABGESTIMMT AUF SITUATION, SPEZIALGLÄSER**

A portrait of a middle-aged man with short brown hair, wearing black-rimmed glasses and a light-colored sweater over a collared shirt. He is smiling slightly and looking towards the camera. The background is a blurred blue and white striped pattern.

FAZIT

STÄRKEN SIE IHRE KERNKOMPETENZ DER REFRAKTION:

HALBWERTZEIT DES WISSENS, AUFFRISCHUNGSKURSE, WANN DER LETZTE?

VERTRAUENSACHE

„KOMPETENZ VOR IHREN AUGEN“, REFRAKTIONS-GLEICHGEWICHT, SONDERTESTE

ZEITFAKTOR

KOMMUNIKATION/RHETORIK: NAMEN, LOBEN, DANKE, „KEIN PROBLEM“ >TRAINER (PROJEKT 5 DOZENTEN)

BRILLENGLÄSER MADE IN GERMANY?

NICHT WICHTIG FÜR LEUTE ZWISCHEN 20 -35 JAHREN

Asien liefert Qualität, manchmal besser als europäische Produktion

alle Filialisten beziehen dort ihre Brillengläser

Trend rückläufig, wegen Lieferketten

Kunde weiss nicht, wer oder was dahinter steckt, Ausnahme Zeiss

**Tipp: Punkten Sie mit regionalem Glashersteller (Stratemeyer/Wetzlich/OptoVision)
Seien Sie vorbereitet!**

PREIS

EINSTÄRKENGLÄSER, DÜNNER, VOLL VERGÜTET

Bezug zum Fall?

Gleitsichtgläser?

Zusatzverkäufe/Zweitbrille

Das können Sie auch.



BERATUNGSKOMPETENZ

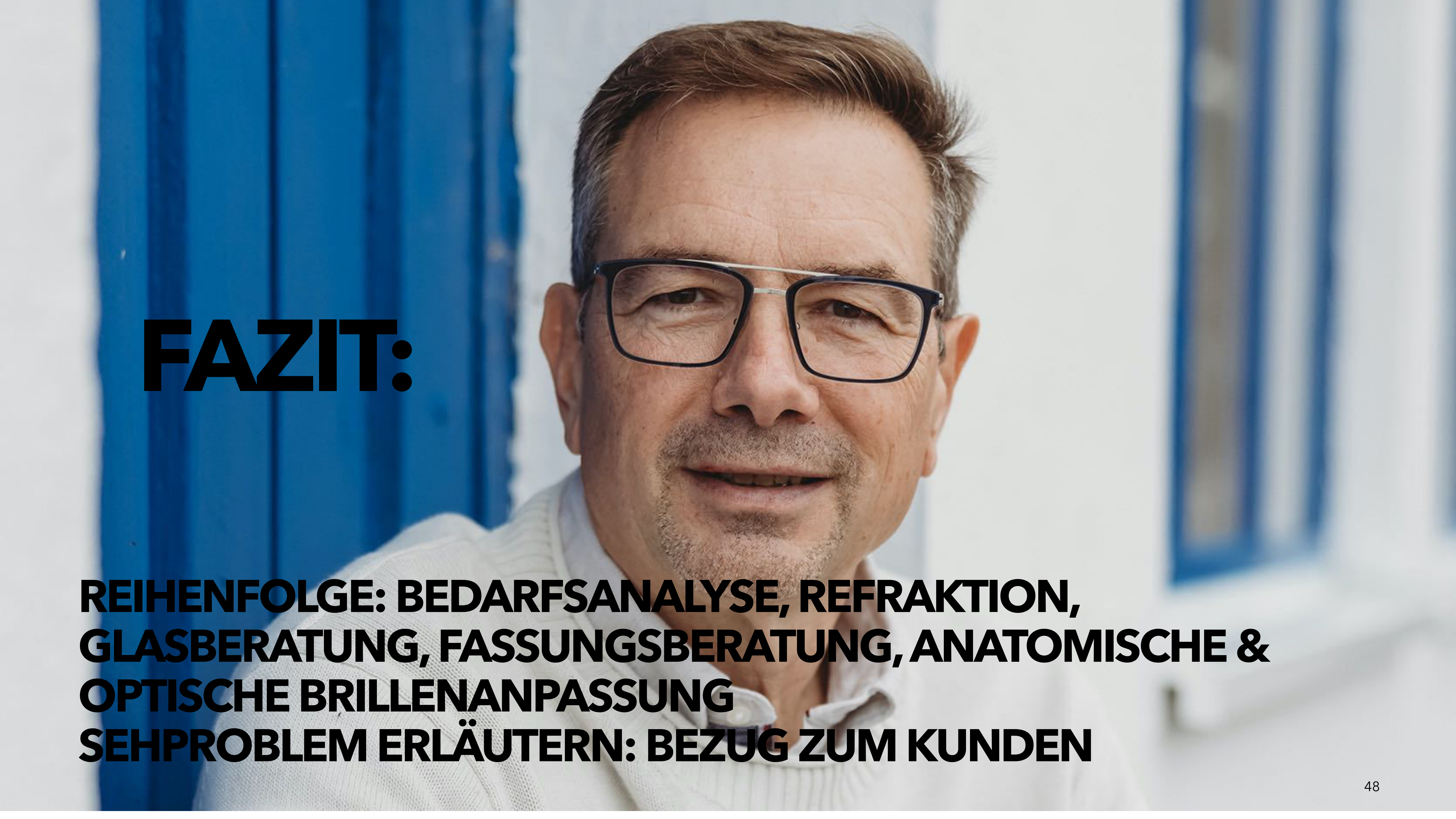
QUAL DER WAHL

selbst mit bestimmen

„Die Entscheidung liegt bei Ihnen.“

M. Niggehoff: „Man gaukelt den Kunden vor, dass sie selber... rational, vernünftig entscheiden können. In den wenigsten Fällen ist das aber der Fall, eigenständig ... eine vernünftige Kaufentscheidung zu treffen.“



A portrait of a middle-aged man with short brown hair, wearing black-rimmed glasses and a white ribbed sweater. He is looking directly at the camera with a slight smile. The background is a blurred blue and white striped pattern.

FAZIT:

**REIHENFOLGE: BEDARFSANALYSE, REFRAKTION,
GLASBERATUNG, FASSUNGSBERATUNG, ANATOMISCHE &
OPTISCHE BRILLENANPASSUNG
SEHPROBLEM ERLÄUTERN: BEZUG ZUM KUNDEN**

A portrait of a middle-aged man with short brown hair, wearing black-rimmed glasses and a white ribbed sweater over a collared shirt. He is smiling slightly and looking towards the camera. The background is out of focus, showing blue vertical slats on the left and a white wall on the right.

FAZIT

**ZEIT NEHMEN, ONE TO ONE, KOMPETENT
(BLAULICHTFILTER), GANZHEITLICH BERATEN,
FÜHREN**

FAZIT BERATUNG

SIND SIE VORBEREITET? NICHT NACHAHMEN: GLASTYPEN VOM GLASHERSTELLER

Beratungskompetenz

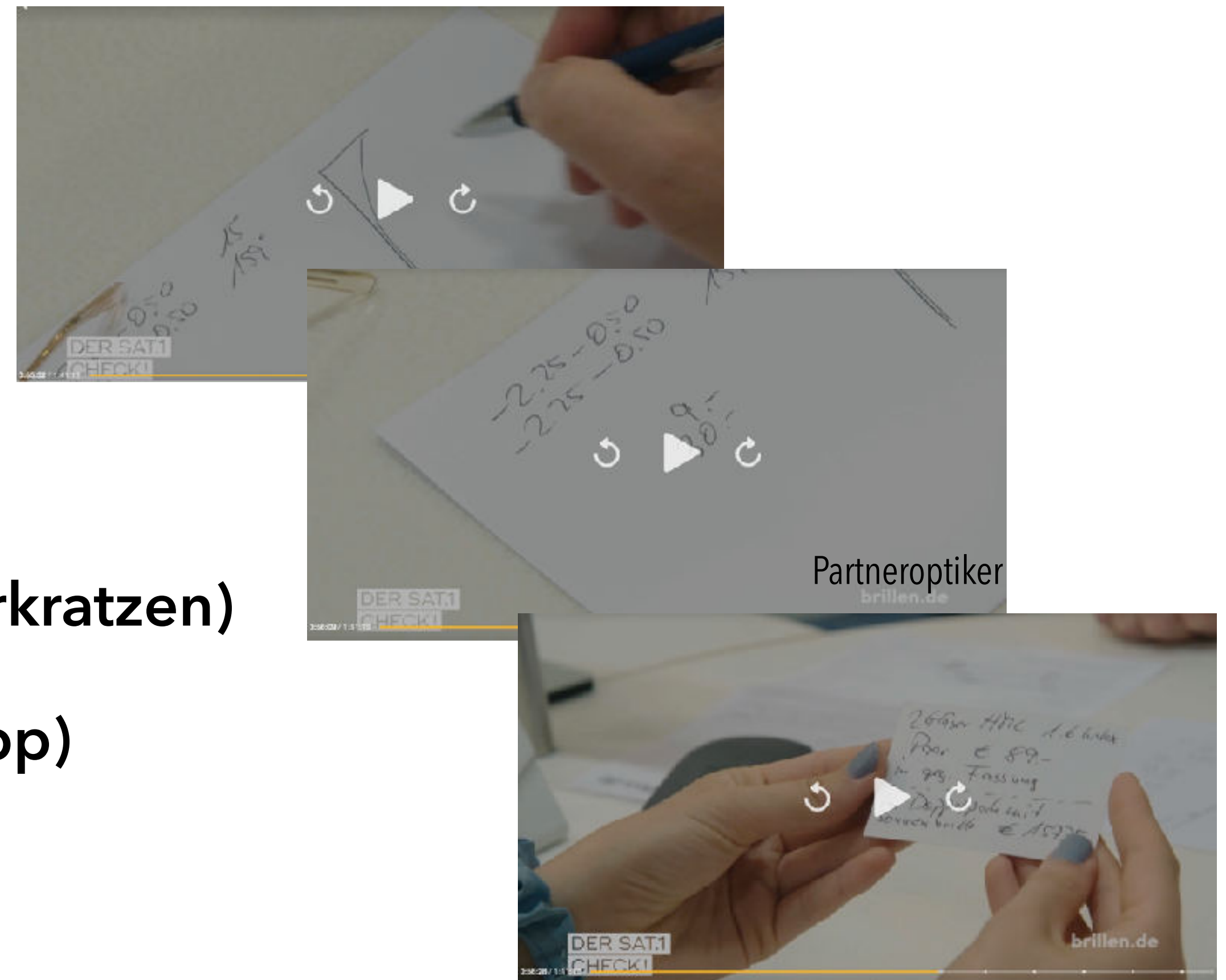
individuelle Nutzen Argumentation

Führen, klare Aussagen/Empfehlungen treffen,
keine Konjunktive

vorbereitet sein: Bilder, Muster, sprachlich (nicht verkratzen)

Qualität: „Dafür stehe ich mit meinem Namen.“ (Hipp)

Sie sind die Marke!



SACHVERSTÄNDIGER

WOLFGANG HIRT, ÖFFENTLICH BESTELLT, VEREIDIGT

markige Sprüche: Sehkümmernern - Brillenverklopperer

„Wat nix kost, dat is och nix.“

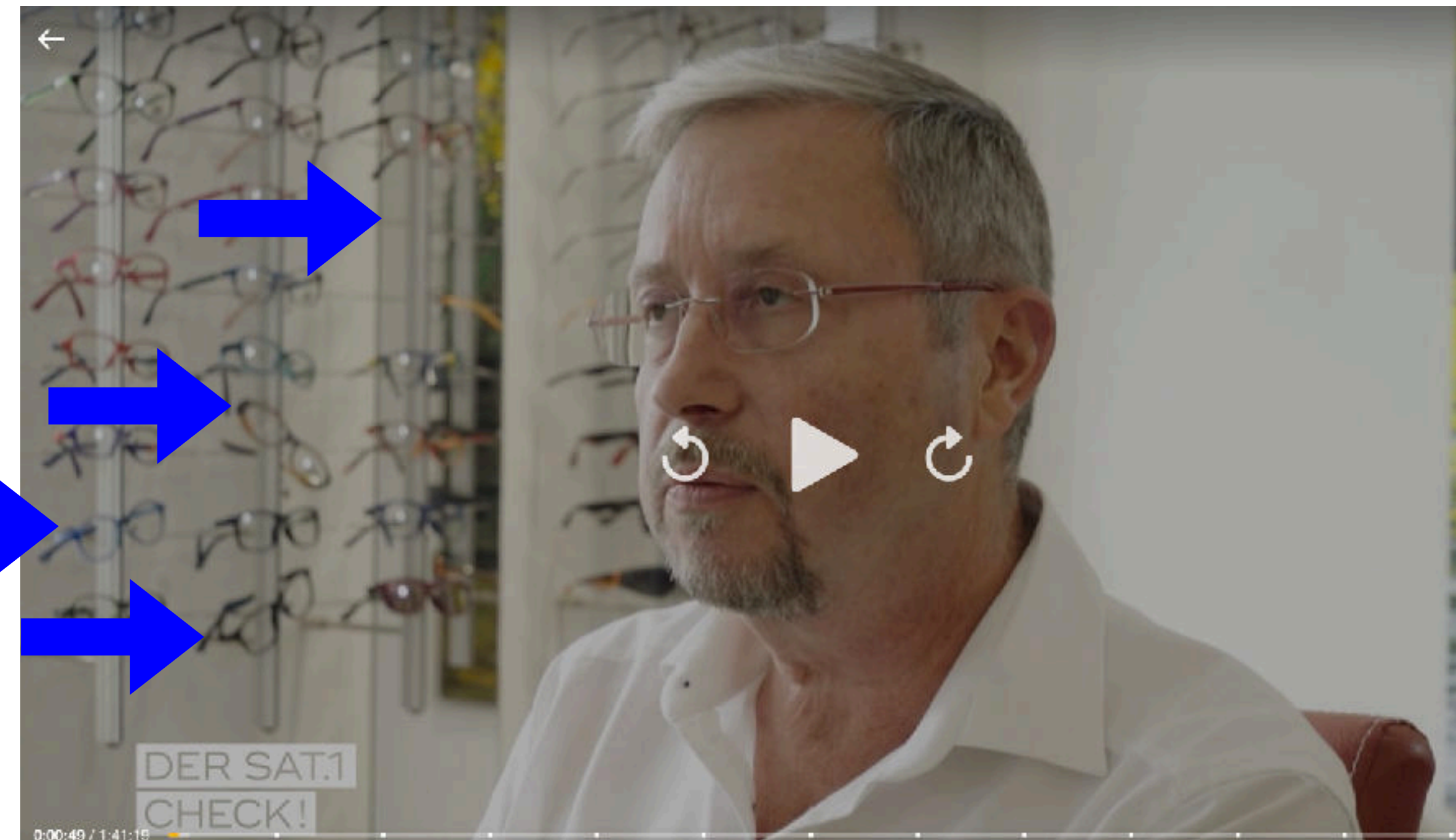
„schwer unseriös“

„Spritzguss: Haltbarkeit von hier bis zur Ladentheke“

Überprüfung der Zentrierung

Sehstärken Überprüfung

Theo: ZVA-Berufspolitik (Reaktion)



DIE GEFERTIGTEN BRILLEN

DER SKANDAL

6 aus 9 nicht abgabefähig

von den verbleibenden 3 müssen 2 leicht nachjustiert werden

Fehler: nicht die richtige Stärke, falsch zentriert oder verkratzt (?)

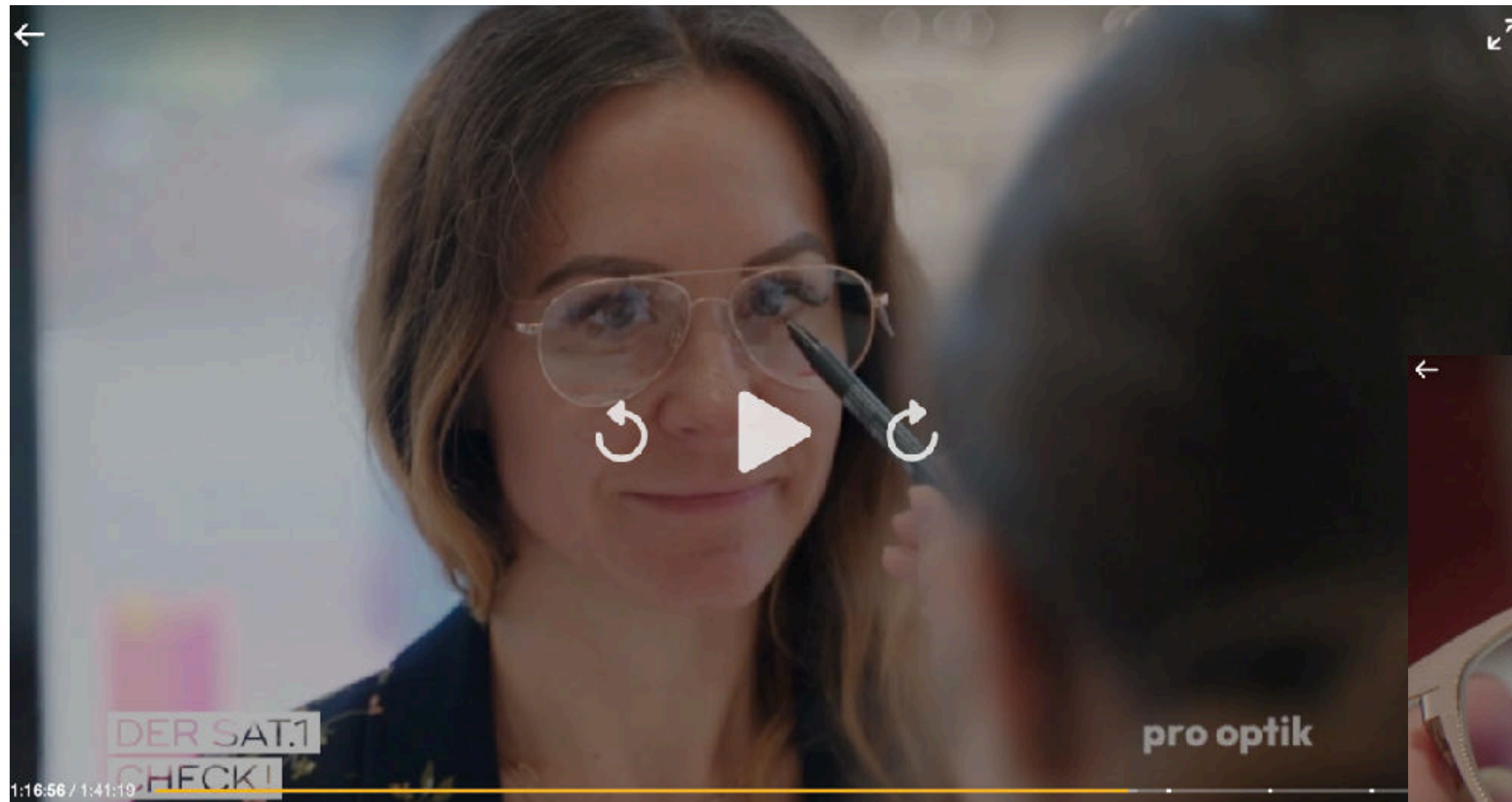
Hirt: gefährlich (HS vertikal +0,25/+0,50)
horizontal Rief.-Gleichgewicht, Phorie?

am Ende 1 immer noch nicht abgabefähig



ZENTRIERDATEN

WIE ÜBERHAUPT ERMITTELT?



ABGABEFÄHIG

KATASTROPHE

Theo:

Schadet das dem gesamten Berufsstand?

Haben die Firmen es in Gänze ernst genommen?

Qualität: Unterstützung von der Industrie?



FAZIT

MITARBEITER NUR EIN JOB? SORGFALT/LIEBE

PRÄZISION GEHT VOR ZEIT (HIRT)

A portrait of a middle-aged man with short brown hair, wearing glasses and a white sweater over a collared shirt. He is looking directly at the camera with a slight smile. The background is a blurred blue and white striped pattern.

FAZIT/EMPFEHLUNG

STÄRKEN SIE IHRE GRUNDKOMPETENZ IN DER OPTISCHEN BRILLENANPASSUNG:

**TECHNISCHES KNOW HOW - MODERN & ERFAHREN - PRÄZISION - ENGE
TOLERANZEN**

REKLAMATIONSVERHALTEN

52% DER KUNDEN IST EINFREUNDLICHER UND SCHNELLER KUNDENSERVICE WICHTIG

uneingeschränkt neu, reibungslos, kostenfrei, ohne wenn und aber

eyes+more: alle 3 Brillen wurden beanstandet, über Anpassung einstellen

brillen.de: über die Nase horizontal eingestellt; dem Gutachter widersprechen

Mister Spex: morgens und abends andere Pupillendistanz (Phorie = Ausgleich = Erschöpfung)

Optiker arbeiten mit sehr ähnlichen oder gleichen Geräten, geeicht

Brille wird nach Hause geschickt

Reklamationsmanagement? Im Team? Chance!

Theo: Ergebnis überraschte, nachgedreht

CEO: fachkompetent?

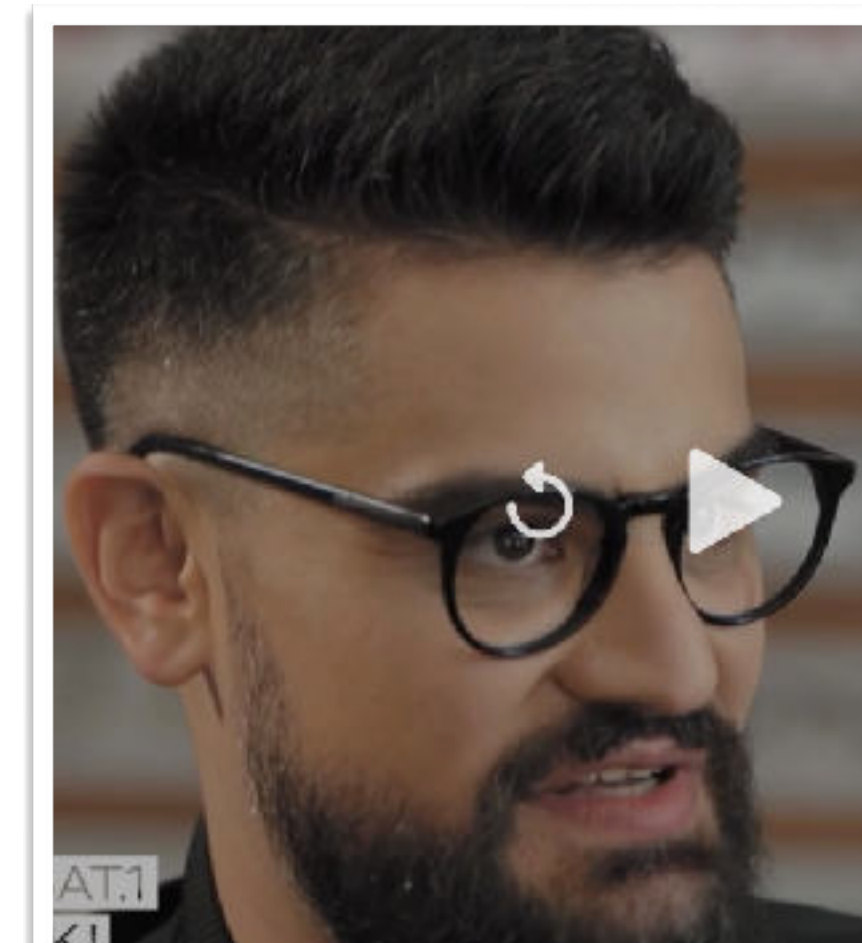
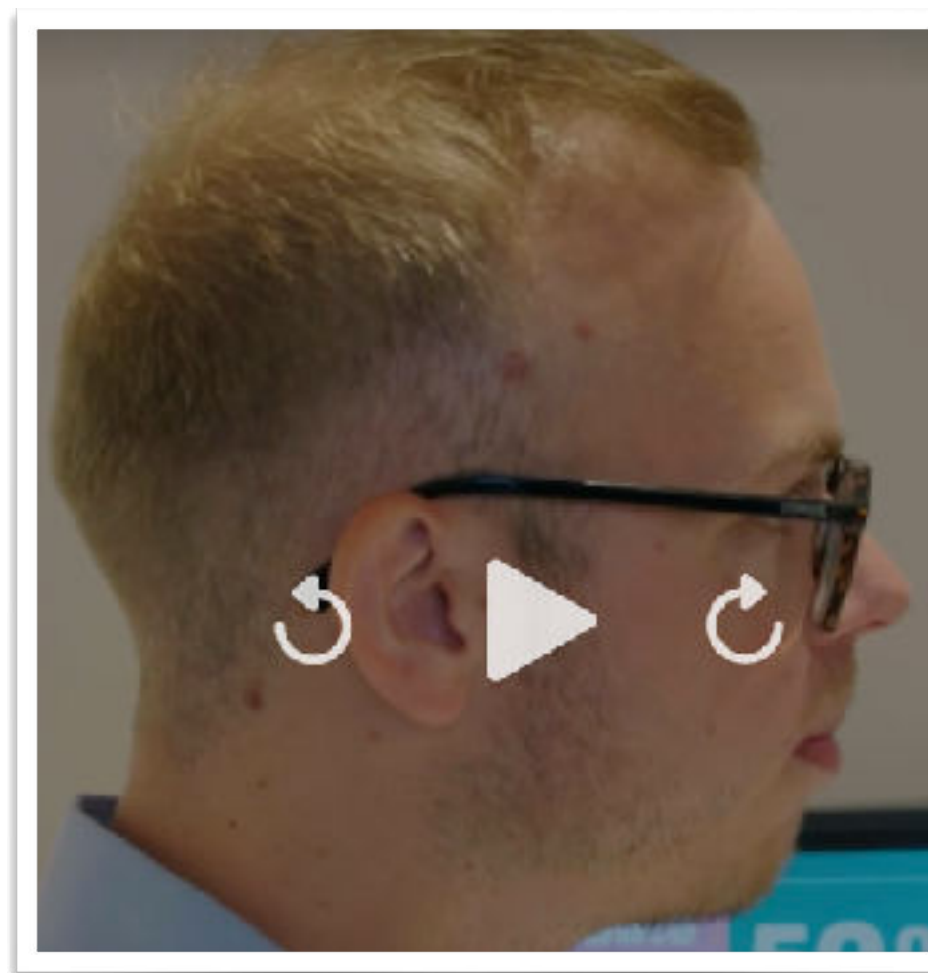
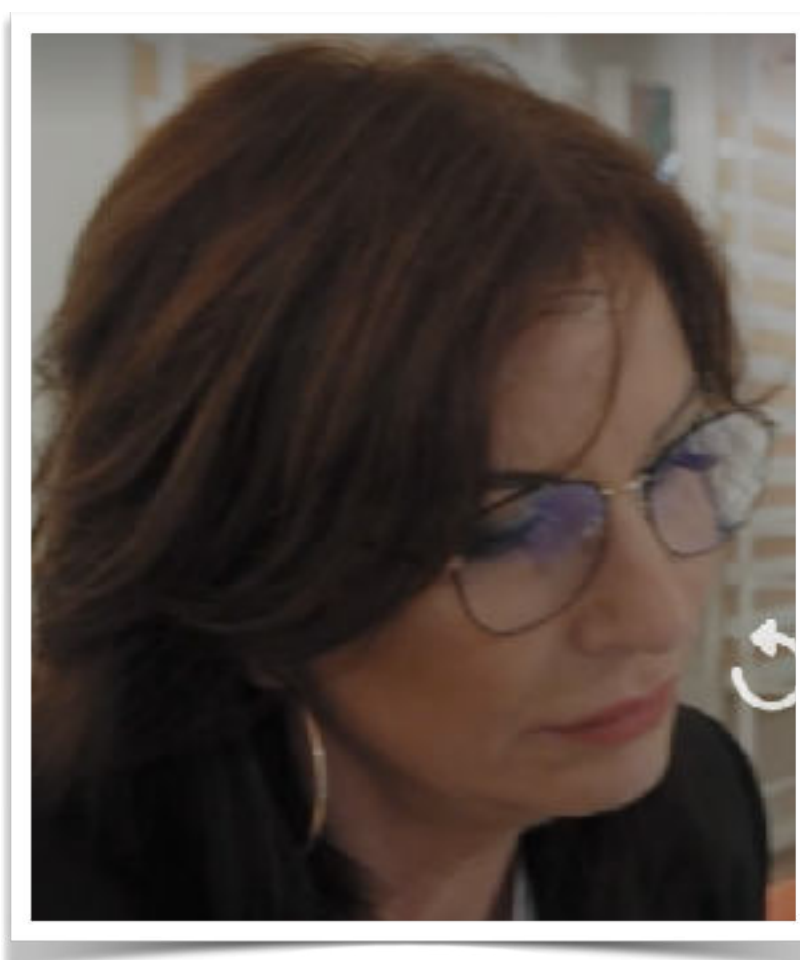
MITARBEITER

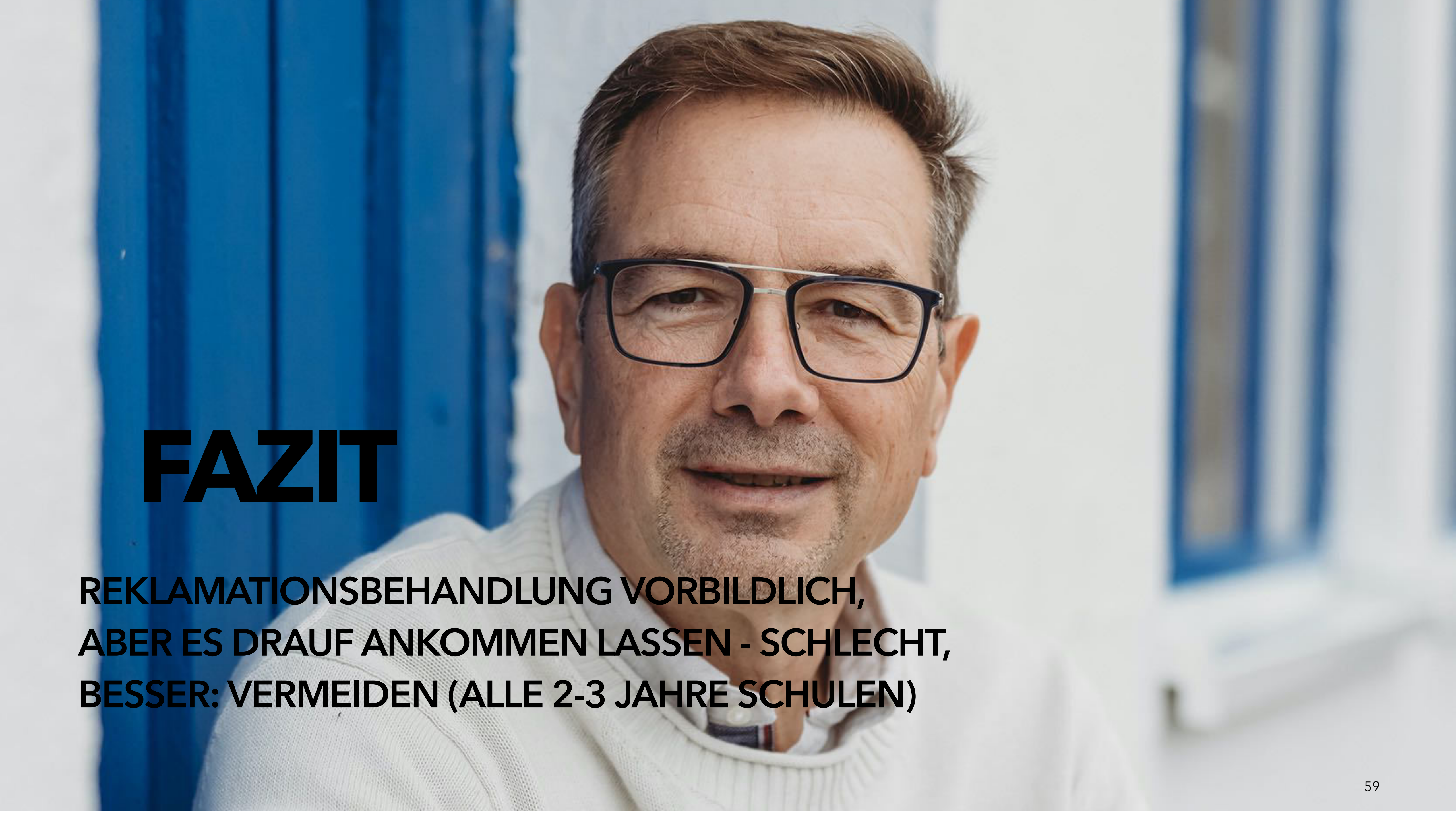
SCHNELLSTES PFERD IM STALL?

Fachkompetenz

Vorbereitung

Beispiele: BRILLEN.DE, pro optik ([Theo](#))



A portrait of a middle-aged man with short brown hair, wearing black-rimmed glasses and a white sweater over a collared shirt. He is smiling slightly and looking towards the camera. The background is a blurred blue and white striped pattern.

FAZIT

**REKLAMATIONSBEHANDLUNG VORBILDICH,
ABER ES DRAUF ANKOMMEN LASSEN - SCHLECHT,
BESSER: VERMEIDEN (ALLE 2-3 JAHRE SCHULEN)**

ERFOLGSREZEPTE (DOZ 02/2023)

EIGENES KONZEPT

Bei OttO/Eschwege - Visuelles Kompetenz Zentrum: Gesundheitsprävention

Ruge Contactlinsen-Praxis: 1A-Lage Hamburg; Avermann/Dortmund

Ralf Bachman/Emden: Optometrie

Augenblick-Optik Andreas Schmidt/Wirges: Bildung im Team

Optik Werkstatt Nikolai/Kriftel: Ambiente Tankstelle

Brenner Optik/Villingendorf: Nachhaltigkeit



FAZIT: MODE & PREIS

**DAS SCHAFFEN SIE AUCH.
AUSSAGEKRAFT UMDREHEN
MEDIEN: MEHRERE KANÄLE BELEGEN
KUNDENBINDUNG OHNE ABHÄNGIGKEIT ZUM PREIS**

A close-up portrait of a middle-aged man with short brown hair, wearing black-rimmed glasses and a white ribbed sweater. He is looking directly at the camera with a slight smile. The background is a blurred blue and white striped pattern.

BERATUNGSKOMPETENZ

WAS IST DEM KUNDEN WICHTIG: STYLE, QUALITÄT, PREIS

KEIN GEMISCHTWARENLADEN, SONDERN SPEZIALIST

A man with short brown hair, glasses, and a light beard is smiling slightly. He is wearing a white ribbed sweater over a collared shirt. The background is a blurred blue and white striped pattern.

KOMMUNIKATION:

**HORNHAUTVERKRÜMMUNG, MÜSSEN SIE SICH
DRAN GEWÖHNEN, NICHT ERSCHRECKEN, KEIN
PROBLEM**



SPEZIALISTEN

**OPTOMETRIE, KONTAKTLINSE, STILBERATUNG, KINDER, MYOPIE, DRYEYE,
VS, IOL**

AUGENGESUNDHEITSVORSORGE

EIGENMARKE VS EIGENE MARKE MIT LEISTUNG & QUALITÄT

SEHANALYSE - SEHFUNKTIONSPRÜFUNG - DIENSTLEISTUNG - SCREENING

WICHTIG: KONZEPT - WEITERBILDUNG