



ZVA-Presseinformation | Nr. 09/2023 | 15.03.2023

## **Umsatzentwicklung in der Augenoptik – online, offline, oder was?**

**Beim Kauf von Korrektionsbrillen ist und bleibt die stationäre Augenoptik Bezugsquelle Nr. 1 für Verbraucher. Der Online- und Multichannel-Markt sind nur geringfügig am Gesamtumsatz der Branche beteiligt. Diese und weitere Entwicklungen präsentierte Thomas Heimbach, Vorsitzender des Betriebswirtschaftlichen Ausschusses des Zentralverbandes der Augenoptiker und Optometristen (ZVA), im Rahmen der Mitgliederversammlung des Verbandes am vergangenen Wochenende in Weimar.**

Um Zahlen über die weitere Entwicklung der Vertriebsformen ab 2020 in der Augenoptik zu erhalten, beauftragte der ZVA die GfK (Growth from Knowledge) damit, die Vertriebswege in der Augenoptik zu analysieren. „Der Online-Handel ist für unsere Branche immer noch kein großer Störfaktor, vielmehr nimmt er eher die Rolle der berühmten Mücke im Wohnzimmer ein“, stellt Thomas Heimbach bereits am Anfang seiner Präsentation in Weimar fest. Die Ergebnisse einer kontinuierlichen Verbraucherbefragung über die vom Kunden gewählten Vertriebswege (stationär, multichannel, online) für den Einkauf von Sehhilfen (Brillen, Kontaktlinsen, Sonnenbrillen) sprechen für sich. Allgemein gilt: Nach den gewaltigen Wachstumsraten während der Corona-Pandemie 2020 und 2021 ist der Online-Handel im Jahr 2022 warengruppenübergreifend rückläufig. Für die Augenoptik bedeutet das einen Rückgang von zwei Prozent für den digitalen Handel, der mit einem Gesamtanteil von fünf Prozent ohnehin eine untergeordnete Rolle spielt. 88 Prozent des Umsatzes mit augenoptischen Produkten werden nach wie vor im stationären Augenoptikbetrieb generiert – bei dem Verkauf von Brillen dominiert der stationäre Augenoptiker sogar mit 92 Prozent. Im Segment „Sonnenbrillen“ nimmt ebenfalls der Anteil des stationären Umsatzes um zwei Prozentpunkte zu und liegt insgesamt bei einem Anteil von 67



Prozent. Im Segment „Kontaktlinsen“ verschoben sich 2022 die Umsatzanteile zum Nachteil des stationären Verkaufs. Hier verzeichnet der Online-Handel einen Zuwachs von sechs Prozentpunkten und prägt nun 30 Prozent des Umsatzes im Segment.

#### **Vertrauen der Verbraucher in den stationären Handel**

Neben der Entwicklung der Branchen-Umsatzanteile untersuchte die GfK das Informations- und anschließende Kaufverhalten der Verbraucher. Auch hier spiegelt sich der rückläufige Online-Markt im Jahr 2022 wider: So sank der Anteil von Käufern, die sich online über Brillen informierten und diese anschließend auf diesem Weg erwarben, von 3,9 Prozent auf 1,9 Prozent. Parallel zeigt der Anteil von Personen, die sich im Internet informieren, aber zum Brillenkauf den stationären Betrieb aufsuchen, eine Verdoppelung von 1,6 auf drei Prozent. Als Vertrauensbeweis in den stationären Handel interpretiert Thomas Heimbach das Wachstum von Spontaneinkäufen am Point of Sale um knapp acht Prozentpunkte auf 25 Prozent (2021: 17,3 Prozent): „Diese Entwicklung zeigt uns, dass die Vorteile eines Brillenkaufs beim stationären Augenoptiker während der pandemischen Jahre nicht in Vergessenheit geraten sind und unsere Expertise weiterhin gefragt ist.“ Ein Rückgang der Multichannel-Einkäufe ist jedoch nicht zu erwarten. Laut Studienergebnissen kauften Verbraucher im vergangenen Jahr vermehrt Sonnenbrillen und Kontaktlinsen online oder vor Ort, nachdem sie sich über den jeweils anderen Kanal über diverse Produkte informiert hatten. Zusammenfassend resümiert Thomas Heimbach: „Die Studie belegt wieder einmal deutlich, dass die Vorteile eines Brillenkaufs beim stationären Augenoptiker liegen. Refraktion, optische und anatomische Anpassung etc., das alles kann Online nicht bieten und die Vorteile, die sonst für einen Online-Kauf sprechen, Preis und Bequemlichkeit, spielen in diesem Kontext kaum eine Rolle.“



**Hinweis an die Redaktionen:** Die Bilder stehen Ihnen zwecks redaktioneller Nutzung dieser Presseinformation zur honorarfreien Verwendung zur Verfügung. Bildnachweis: ZVA/Peter Wagner

Bildunterschrift: Thomas Heimbach, Vorsitzender des Betriebswirtschaftlichen Ausschusses des ZVA, informierte im Rahmen der ZVA-Mitgliederversammlung in Weimar über die Umsatzentwicklungen der Branche und zog ein optimistisches Resümee.

Ihre Ansprechpartnerin bei Fragen:

Chiara-Marie Argow

Zentralverband der Augenoptiker und Optometristen

Alexanderstraße 25 a

40210 Düsseldorf

Tel.: 0211/ 86 32 35-0 Fax: 0211/ 86 32 35-35

E-Mail: [presse@zva.de](mailto:presse@zva.de) Web: [www.zva.de](http://www.zva.de)