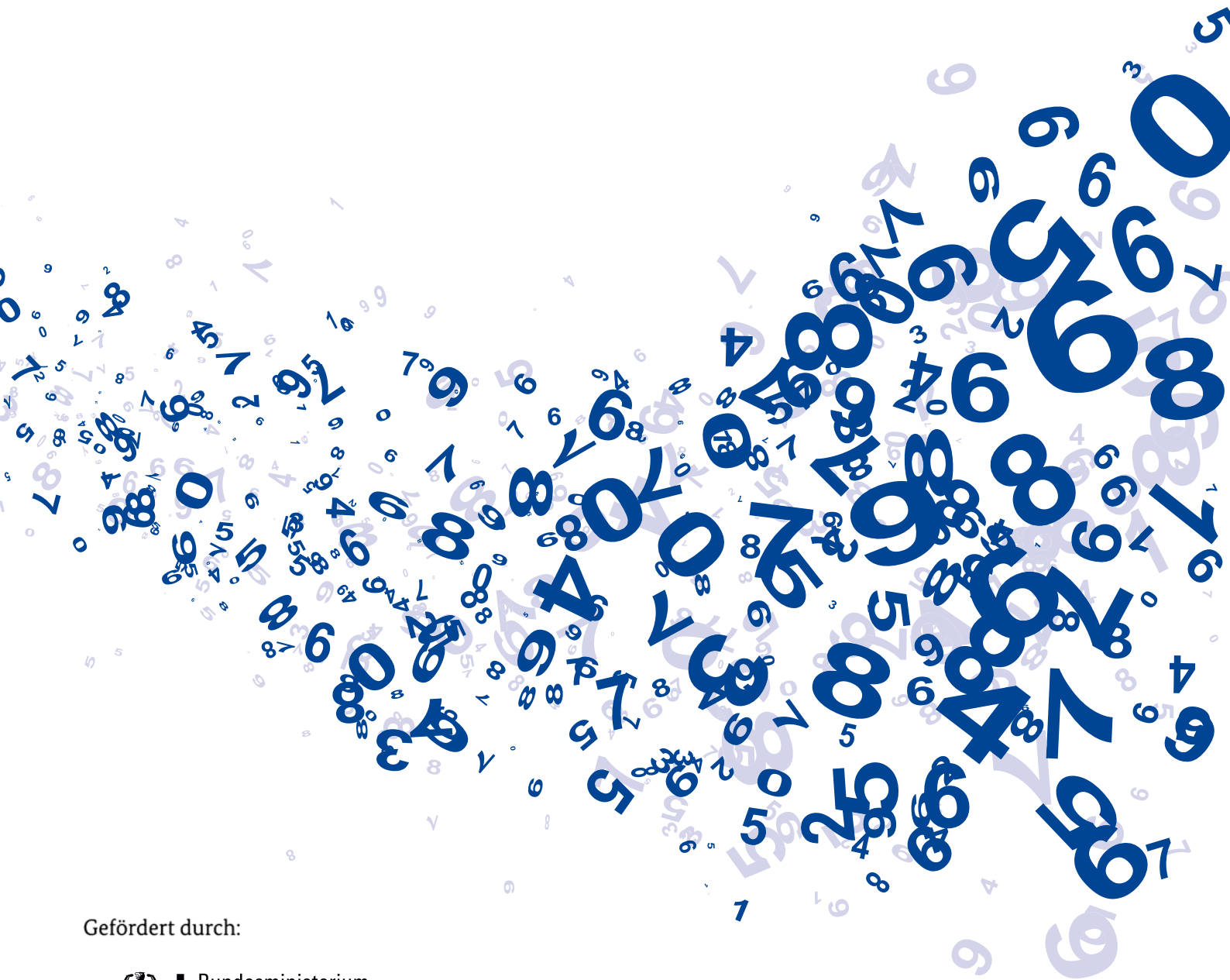


Augenoptik in Zahlen

Branchenbericht 2015/16



Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Intro

Wenn Raketen starten, steigen sie zuerst senkrecht auf, um später allmählich in den horizontalen Flug überzugehen. Ähnlich scheint es sich mit dem Onlinehandel von Brillen zu verhalten: Nachdem die finanzstärksten unter den Newcomern die kritische Startphase am Markt unbeschadet überstanden hatten, legten sie während der vergangenen Jahre bemerkenswerte Steigerungsraten hin. Dies galt sowohl für die Umsätze als auch für die Stückzahlen.

Doch nun scheint die Gravitation des Marktes sie einzufangen; die „Online-Optiker“ leiten den Horizontalflug ein. „Nur“ noch um gut sieben Prozent wuchs ihr kumulierter Umsatz von 2014 auf 2015. Die Stückzahlen stiegen um acht Prozent. Das ist noch immer beträchtlich, dennoch belegt es die verlangsamte Dynamik. Dazu passt, dass die Onlinehändler zunehmend auf stationäre Partnerschaften setzen – oder gar gleich selbst ein Ladengeschäft eröffnen. Die Rakete braucht offenbar eine Basis. Die Herausforderung, die der Internethandel mit Brillen für die mittelständische Augenoptik darstellt, bleibt also weiterhin sehr überschaubar.

Ein weiteres Problem ist der Fachkräftemangel. Die Zahl der arbeitslos gemeldeten Augenoptiker war in den letzten Monaten des Jahres 2015 historisch niedrig, und das Niveau der Arbeitslosigkeit in der Augenoptik lag im gesamten Jahr 2015 deutlich unter dem der zwei Vorjahre. Auch das Institut der Deutschen Wirtschaft kam unlängst zu dem Ergebnis, dass es sich beim Beruf des Augenoptikers um einen „Engpass-Beruf“ handelt.

Das Fehlen gut ausgebildeten und motivierten Personals ist ein neuralgischer Punkt, selbst für gut aufgestellte Unternehmen kann es zum „Wachstumshemmer“ werden. Der verhältnismäßig hohe Wettbewerbsdruck, dem sich deutsche Augenoptiker im Vergleich beispielsweise zu ihren österreichischen oder schweizerischen Kollegen ausgesetzt sehen, dreht sich folglich nicht allein um die Kunden. Auch gute Mitarbeiter müssen gewonnen werden. Nur so können sich Betriebe am Markt heute behaupten.

Denn wenn der Onlinehandel auch keine unmittelbare existentielle Bedrohung für die meisten stationären Augenoptiker darstellt, so hat er doch die Erwartungen an Kundenorientierung und Dienstleistung drastisch verändert. Wer das ignoriert, leitet den Sinkflug ein.

Düsseldorf, im April 2016

Zentralverband der Augenoptiker und Optometristen



Thomas Heimbach
(Vorsitzender des Betriebswirtschaftlichen Ausschusses)

Die Branche im Überblick

Der Umsatz der Augenoptikbranche, bestehend aus stationären Geschäften und dem Online-Handel, wächst auch im Jahr 2015 weiter an. Der Branchenumsatz steigt um 3,6% auf insgesamt 5,831 Milliarden Euro. Der Umsatzzuwachs ist damit ähnlich hoch wie im Jahr davor. Bei der Zahl der verkauften Brillen sowie beim Absatz der Korrektionsbrillengläser ist in den letzten Jahren – und so auch von 2014 bis 2015 – ein Plus zu verzeichnen.

Dieses Plus fällt jedoch mit 2,2% bei den Brillengläsern und 2,3% bei den kompletten Brillen etwas geringer aus als beim Umsatz (siehe Tabelle 1). Im Gegensatz zu 2014 und davor liegen die Wachstumsraten des Online-Vertriebs 2015 deutlich niedriger als in den Vorjahren. Die mittelständischen Augenoptikbetriebe konnten vom Umsatzwachstum profitieren bzw. haben deutlich dazu beigetragen.

Augenoptik gesamt (inklusive online)	2012	2013	2014	2015
Branchenumsatz (Mrd. Euro inkl. MwSt.)	5,295	5,438	5,626	5,831
Absatz komplette Brillen (Mio. Stück)	11,65	11,80	12,15	12,43
Absatz Brillengläser (Mio. Stück)	35,71	36,36	37,19	38,01

Tabelle 1 (Quelle: ZVA)

Der stationäre Markt

Die Zahl der augenoptischen (stationären) Fachgeschäfte nimmt seit einigen Jahren geringfügig ab (siehe Tabelle 2). Dies bringt ebenfalls einen Rückgang der Beschäftigtenzahl (einschließlich Inhaber) mit sich. Diese rückläufige Entwicklung zeigt sich seit etwa vier Jahren – davor war ein stetiges Wachstum zu verzeichnen (siehe Grafik 1).

Der Branchenumsatz bezogen auf die stationäre Augenoptik wächst von 2014 auf 2015 um 3,5% und liegt absolut bei 5,6 Milliarden Euro. Im Jahr 2015 wurden 11,73 Millionen Brillen verkauft, was einem Wachstum von 2,0% entspricht.

Stationäre Augenoptik	2012	2013	2014	2015
Branchenumsatz (Mrd. Euro inkl. MwSt.)	5,165	5,273	5,416	5,606
Absatz komplette Brillen (Mio. Stück)	11,3	11,3	11,5	11,7
Absatz Brillengläser (Mio. Stück)	35,01	35,36	35,89	36,61
Anzahl der augenoptischen Fachgeschäfte	12.030	12.000	11.950	11.900
Beschäftigte (einschließlich Inhaber)	49.000	48.900	48.700	48.600
Auszubildende	6.396	6.296	6.025	6.233

Tabelle 2 (Quelle: ZVA)

Der Online-Markt

Zwar steigen sowohl die Zahl der online verkauften Korrektionsbrillen als auch die Umsätze, allerdings gehen die Zuwachsraten in diesem Bereich deutlich zurück. Die verkauften Brillen liegen 2015 bei 700.000 Stück, das bedeutet einen Anstieg um 8%. Wenn man bedenkt, dass die Wachstumsrate von 2013 auf 2014 bei 30% lag, so stellt man fest, dass sich die Entwicklung deutlich verlangsamt hat. Genauso sieht es bei den Umsätzen

aus. 2015 liegt der Online-Umsatz bei 225 Mio. Euro, was ein Plus von 7,1% bezogen auf das Vorjahr bedeutet. Von 2013 auf 2014 belief sich das Umsatzwachstum noch auf 27% (siehe Tabelle 3). Trotz des Wachstums der Brillenstückzahlen macht der Kontaktlinsen- bzw. der Kontaktlinsenpflegemittelvertrieb mehr als die Hälfte des Online-Umsatzes aus.

Augenoptik – online	2012	2013	2014	2015
Branchenumsatz (Mrd. Euro inkl. MwSt.)	0,130	0,165	0,210	0,225
Absatz komplette Brillen (Mio. Stück)	0,35	0,50	0,65	0,70
Absatz Brillengläser (Mio. Stück)	0,70	1,00	1,30	1,40

Tabelle 3 (Quelle: ZVA)

Die Situation der stationären Augenoptik

Marktsituation

Die Augenoptikerbranche ist gekennzeichnet von einem zunehmenden Konzentrationsprozess. Die Anzahl der Geschäfte der größten Filialisten nimmt kontinuierlich zu. Gleichzeitig sinkt die Zahl der augenoptischen Fachgeschäfte insgesamt (siehe Grafik 1). Im Jahr 2015 gehörten ca. 2.030 Betriebsstätten zu den zehn umsatzstärksten Filialunternehmen in der Augenoptik –

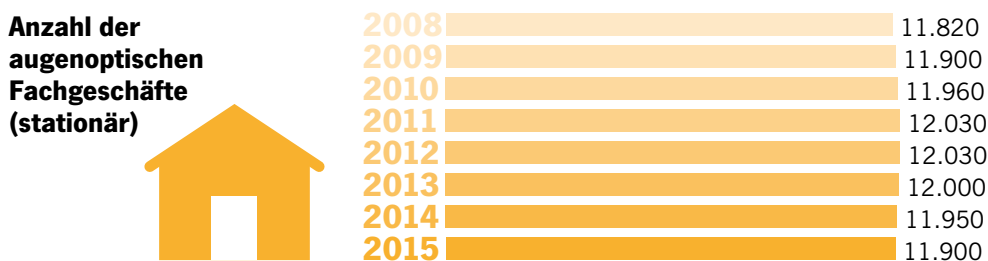
bezogen auf die insgesamt etwa 11.900 Betriebsstätten bedeutet dies einen Anteil von 17,1% (siehe Tabelle 4).

Der Umsatz der zehn umsatzstärksten Unternehmen wächst ständig und zwar stärker als die Branche insgesamt. Daher erhöht sich auch der Umsatzanteil der Filialisten am Branchenumsatz. Im Jahr 2015 beläuft sich der Umsatzanteil der zehn größten

Augenoptische Fachgeschäfte / Filialisten

Grafik 1 (Quelle: ZVA/ZDH)

Zunahme der Betriebsstätten der zehn umsatzstärksten Unternehmen bei gleichzeitig abnehmender Gesamtzahl der Betriebsstätten



Platz	Filialisten	2015		2014	
		Filialen	Umsatz in Mio. Euro (netto)	Filialen	Umsatz in Mio. Euro (netto)
1.	Fielmann , Hamburg, Niederlassungen Deutschland	586	1.014,0	582	973,0
2.	Apollo Optik , Schwabach, inkl. Franchisepartnern	800 ²	452,0 ¹	751 ¹	426,0 ¹
3.	Pro Optik , Wendlingen, inkl. Franchisepartnern	134	119,5	126	112,0
4.	Optik Matt , Regensburg	72	48,9	71	43,0
5.	aktivoptik , Bad Kreuznach, inkl. Franchisepartnern	83	48,75	79	48,3
6.	Optiker Bode , Hamburg	74	47,5	74	47,0
7.	Krass Optik , München	74	42,0 ¹	67	38,3 ¹
8.	Binder Optik , Böblingen, Niederlassungen Deutschland	49	40,0	49	40,1
9.	Abele Optik , Würzburg	74 ²	39,8 ¹	72 ²	38,5 ¹
10.	eyes and more , Bad Segeberg, inkl. Franchisepartnern	84	38,7	79	33,2
Summe 1 – 10		2.030	1.891,15	1.950	1.799,4

Die zehn größten Filialisten besitzen ca. 17,1% aller deutschen augenoptischen Betriebsstätten.

Der von diesen Filialisten erzielte Umsatz macht 40,1% des Branchenumsatzes von 4,711 Mrd. Euro netto aus.

1) eigene Schätzung/Hochrechnung, da erforderliche Angaben nicht übermittelt wurden.

2) Homepage des Unternehmens

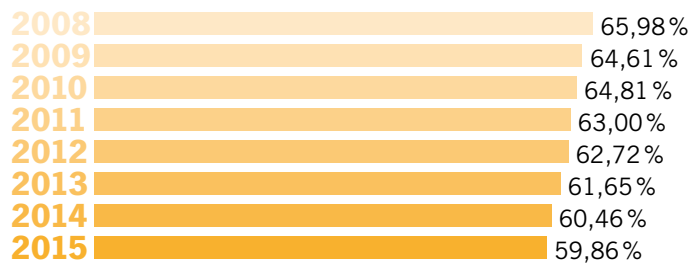
Tabelle 4 (Quelle: ZVA)

© ZVA

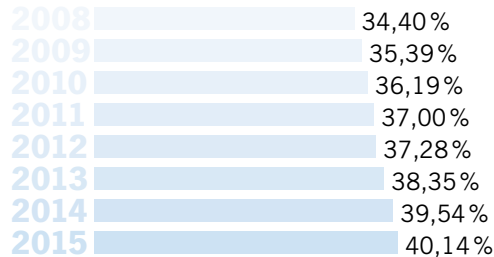
Aufteilung des Branchenumsatzes

Grafik 2 (Quelle: ZVA)

Mittelständische Augenoptikbetriebe



Zehn umsatzstärkste Unternehmen

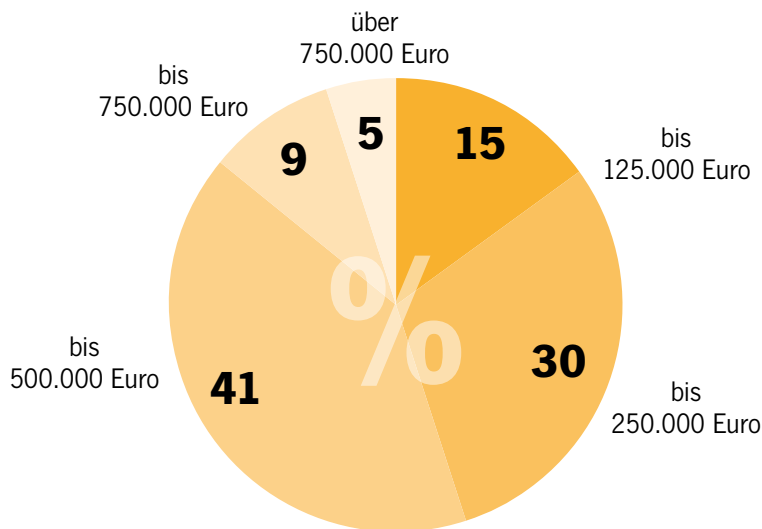


Filialunternehmen auf 40,1% (siehe Grafik 2).

Der mittelständisch geprägte Teil der Branche hat einen hohen Anteil kleiner Betriebe. Dies belegt die letzte Branchenstrukturerhebung des ZVA mit Stichtag 31.12.2014. Ca. 45% der Betriebsstätten machen einen Umsatz bis zu 250.000 Euro pro Jahr. Dieser Anteil ist im Vergleich zur vorigen Erhebung mit Stichtag 31.12.2010 um 5 Prozentpunkte gesunken. Die Anteile der größeren Umsatzklassen haben sich erhöht. 41% der Betriebsstätten liegen bei einem Jahresumsatz zwischen 250.000 Euro und 500.000 Euro pro Jahr. 14% der Betriebsstätten liegen darüber (siehe Grafik 3). Der durchschnittliche Nettoumsatz einer Betriebsstätte hat sich von 306.900 Euro im Jahr 2010 auf 335.100 Euro in 2014 erhöht.

Anteile der Umsatzklassen

Grafik 3 (Quelle: ZVA-Branchenstrukturerhebung 2014/2015)



Einkaufsgruppen

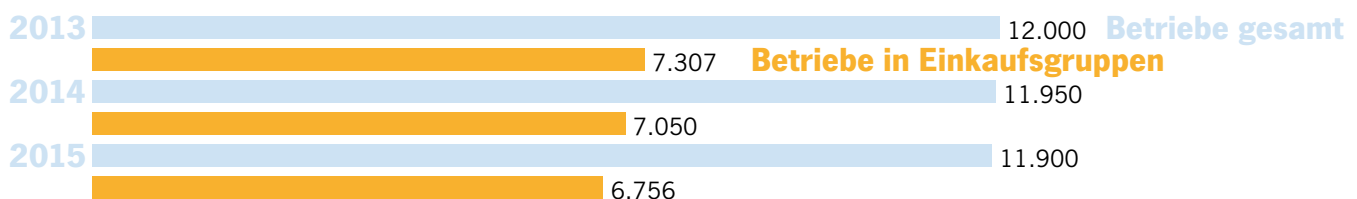
Seit 2010 sinkt die Zahl der Mitglieder der Einkaufsgruppen stetig. In 2015 liegt der Anteil bei 57%. Mitglieder der Einkaufsgruppen sind in der Regel mittelständische Betriebe, die die vergünstigten Einkaufskonditionen sowie ggf. Unterstützung bei Werbemaßnahmen und der allgemeinen Kundenkommunikation in Anspruch nehmen wollen (siehe Grafik 4).

Anzahl Betriebe in Einkaufsgruppen

Grafik 4 (Quelle: ZVA)

Augenoptische Fachgeschäfte gesamt

Berücksichtigt sind die zehn größten Einkaufsgruppen nach Mitgliederzahl: AMA Optik GmbH, Brillen Profi Contact, Optiker Gilde, IGA Optic, Opticland, Optik Plus, Optic Actuell, Optik Society, EGS-Optik, Optik 1 GmbH



Umsatzstruktur (stationär)

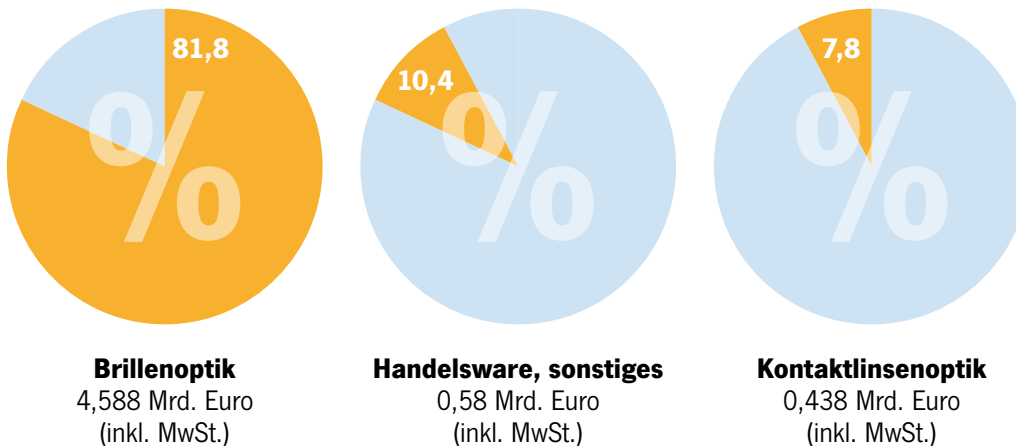
Die Zusammensetzung des stationären Augenoptikumsatzes hat sich in den letzten Jahren fast nicht verändert. Man kann allenfalls einen leichten Trend in Richtung Kontaktlinsenoptik und sonstige Umsatzbereiche feststellen. Nach wie vor ist jedoch die Brillenoptik (Korrektionsgläser, Korrektionsfassungen, Korrektionssonnenbrillen, Reparaturen) mit einem Anteil von 81,8%

des Gesamtumsatzes der Haupt-Umsatzträger der stationären Betriebe. 7,8% des Umsatzes wird mit Kontaktlinsen inklusive Pflegemitteln erzielt. 10,4% des Umsatzes entfallen auf Bereiche wie vergrößernde Sehhilfen, Sonnenbrillen ohne Korrektion, sonstige Handelsware und ggf. Hörgeräte (siehe Grafik 5). Nicht alle Betriebe decken alle Bereiche ab. Es gibt auch Betriebe, die sich ausschließlich auf die Brillenoptik bzw. Kontaktlinsenoptik beschränken.

Insbesondere das Umsatzsegment Kontaktlinsen ist von Aktivitäten der Online-Anbieter betroffen. Kontaktlinsenpflegemittel und Austausch-Kontaktlinsen werden vergleichsweise häufig im Internet gekauft. Umso erfreulicher ist es, dass der Kontaktlinsenumsatz in der stationären Augenoptik im Jahr 2014 um 4,7% auf 423 Millionen Euro anstieg und auch 2015 um weitere 3,5% auf 438 Millionen zulegen konnte.

Zusammensetzung des Branchenumsatzes

Grafik 5 (Stand: 2015, Quelle: ZVA)



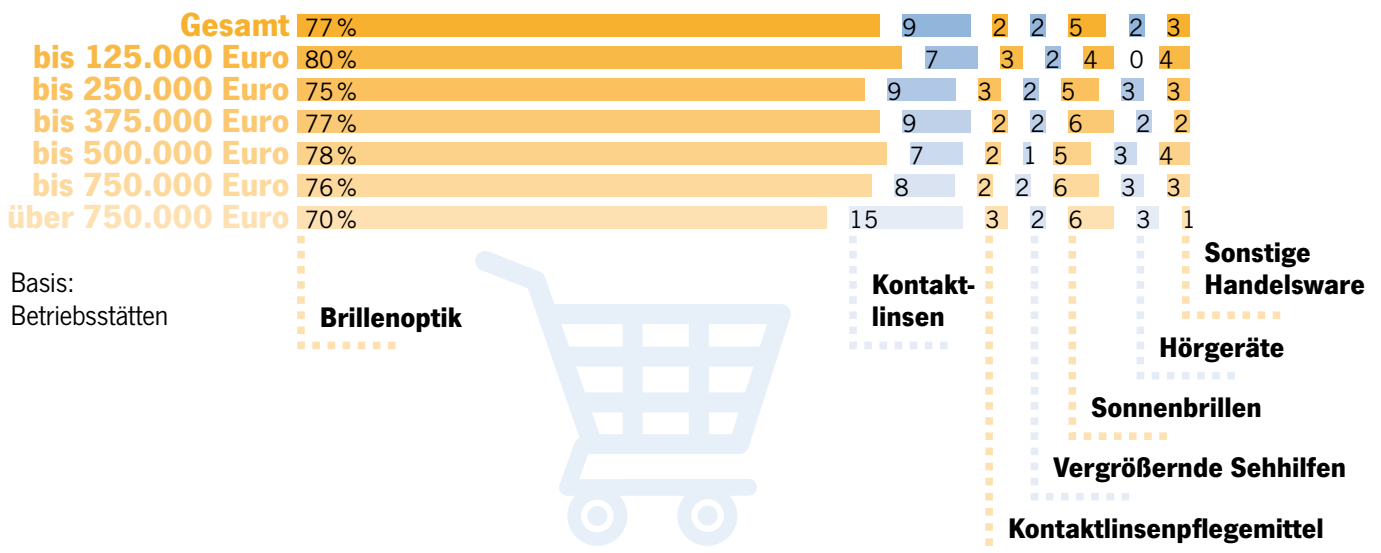
Umsatzstruktur nach Betriebsgrößenklassen (stationär)

Die Branchenstrukturerhebung des ZVA aus dem Jahre 2015 (Stichtag 31.12.2014) zeigt, dass sich die Umsatzstruktur der Betriebe in den Umsatzgrößenklassen unterscheidet. Je größer der Betrieb ist, desto geringer ist der Anteil des Brillenoptikumsatzes am Gesamtumsatz. Der Anteil des Brillenoptikumsatzes

schwankt in den Größenklassen zwischen 70% und 80%. Die anderen Umsatzträger wie Kontaktlinsen, Kontaktlinsenpflegemittel, Sonnenbrillen etc. haben in größeren Betrieben eine stärkere Bedeutung (siehe Grafik 6).

Umsatzstruktur nach Größenklassen

Grafik 6 (Quelle: ZVA)



Basis:
Betriebsstätten

Kostenstruktur der Betriebe (stationär)

Der vom ZVA initiierte Betriebsvergleich, an dem sich knapp 200 Betriebe beteiligen, zeigt für das Jahr 2014 eine erfreuliche Entwicklung – bei einem Umsatzanstieg in Höhe von 5,1 % bei den beteiligten Betrieben, verbesserte sich die Ergebnissituation deutlich auf 4,4 % (Umsatzerlöse minus betrieblich bedingten

und kalkulatorischen Kosten). Im Gesamtdurchschnitt der Betriebe machen die Materialkosten ca. 33,3 % bezogen auf die Umsatzerlöse aus – die Personalkosten liegen bei 35,8 % – die sonstigen Sachkosten verursachen 26,5 % (siehe Tabelle 5).

Umsatzgrößenklassen Umsatz von ... bis ... Euro	125.000- 250.000	250.000- 500.000	500.000- 750.000	über 750.000	Durchschnitt
Kostenart/Anteil	%	%	%	%	%
Materialkosten	31,1	32,4	34,3	34,2	33,3
Personalkosten	36,5	36,1	34,0	33,4	35,8
Sachkosten	32,3	25,0	25,4	24,9	26,5
Betriebsergebnis	0,1	6,5	6,3	7,5	4,4

Tabelle 5 (Quelle: DATEV-Betriebsvergleich 2014)

Die am Betriebsvergleich teilnehmenden Betriebe haben im Durchschnitt 4,5 Beschäftigte. Es handelt sich hier um eine bereinigte Beschäftigtenzahl, die die Arbeitszeit der Mitarbeiter berücksichtigt. Im Durchschnitt macht jeder Beschäftigte 91.967,00 Euro Umsatz. Der Umsatz pro Mitarbeiter steigt

tendenziell mit der Betriebsgröße – bei der größten Umsatzklasse geht der Wert jedoch wieder nach unten (siehe Tabelle 6). Das Gleiche gilt für das Betriebsergebnis je Beschäftigtem. Im Durchschnitt erwirtschaftet jeder Beschäftigte ein Betriebsergebnis in Höhe von 4.121,00 Euro.

Umsatzgrößenklassen Pro-Kopf-Werte Umsatz von ... bis ... Euro	125.000- 250.000	250.000- 500.000	500.000- 750.000	über 750.000	Durchschnitt
Anzahl der Beschäftigten	2,79	3,79	5,69	9,55	4,50
Umsatz je Beschäftigten in Euro	67.133	95.441	104.172	101.864	91.967
Betriebsergebnis je Beschäftigten in Euro	74	6.214	6.677	7.731	4.121

Tabelle 6 (Quelle: DATEV-Betriebsvergleich 2014)

Der Brillenmarkt (stationär)

Die Ergebnisse der Brillenstudie 2014 des Instituts für Demoskopie Allensbach im Auftrag des Kuratorium Gutes Sehen (KGS) zeigen, dass der Kreis der Brillenträger in Deutschland seit Jahren stabil ist. Insgesamt benutzen in Deutschland derzeit circa 40,1 Millionen Erwachsene (ab 16 Jahren) eine Brille zur Korrektur von Sehschwächen. Im Jahr 2015 wurden in Deutschland insgesamt 11,7 Millionen komplette Korrektionsbrillen verkauft. Die Kunden können zwischen einer Vielzahl von Fassungsmaterialien bzw. Gläserarten wählen.

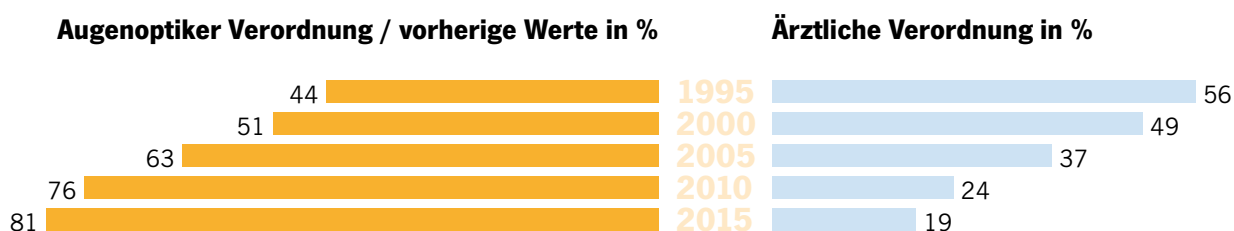
Die folgenden Aussagen beziehen sich auf die vom ZVA regelmäßig durchgeführte „Erfa-Statistik“. An dieser Statistik beteiligen sich

circa 300 mittelständische Augenoptikbetriebe. Die folgenden Aussagen betreffen daher mittelständische Betriebe. Sie können nicht 1:1 auf den Gesamtmarkt übertragen werden, da sich die Situation bei Filialbetrieben in einigen Punkten unterscheidet.

Augenoptiker können und dürfen eigenverantwortlich und ohne ärztliche Verordnung mit Sehhilfen versorgen. Die folgende Abbildung (Grafik 7) zeigt, dass sich das Verhältnis von augenärztlich verordneten Sehhilfen zu direkt durch den Augenoptiker verordneten Sehhilfen umgekehrt hat. Noch in 1995 wurden 56 % der Sehhilfen augenärztlich verordnet – mittlerweile sind dies nur noch 19 %.

Brillenverordnungen

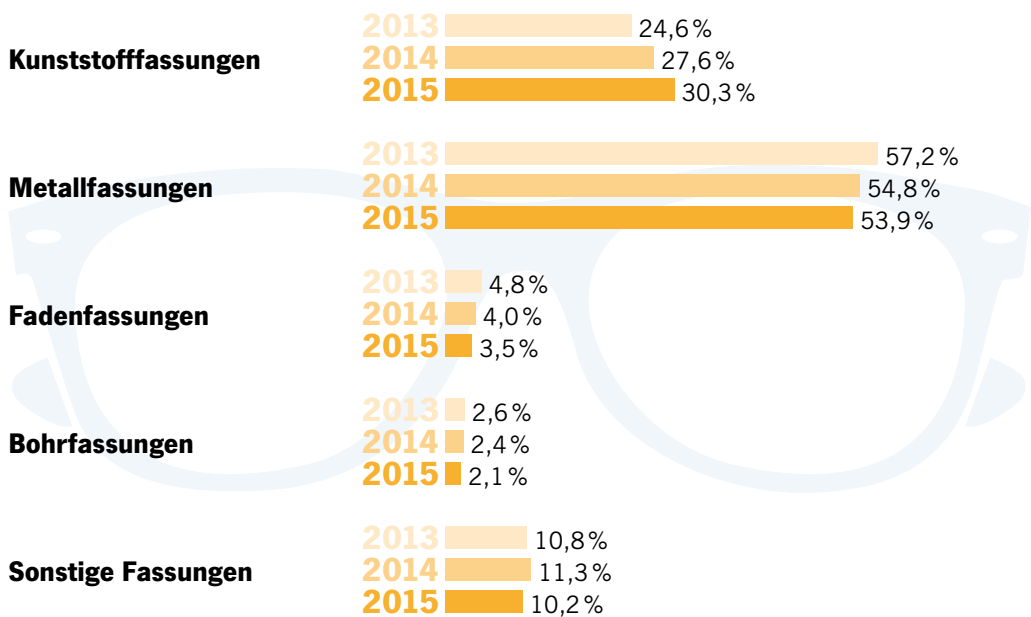
Grafik 7 (Quelle: ZVA-ErfA-Auswertung)



Der Trend zu Kunststofffassungen hält nach wie vor an. Ihr Anteil ist 2015 weiter gestiegen und macht mittlerweile 30,3% an den gesamten verkauften Fassungen aus. Nach wie vor ist etwas mehr als jede zweite verkaufte Fassung eine Metallfassung (siehe Grafik 8). Dieser Anteil sinkt jedoch weiter und liegt 2015 bei 53,9%. Auch die übrigen Fassungskategorien gehen leicht zurück.

Fassungsmaterial

Grafik 8 (Quelle: ZVA-Erfa-Auswertung)



Bei den Gläsern setzt sich weiterhin der Trend zu organischen (Kunststoff-)Gläsern fort. Bezogen auf die Stückzahlen liegt der Anteil der organischen Gläser im Jahr 2015 bei 94,6%; während mineralische Gläser nur noch 5,4% ausmachen (Grafik 9).

Glasmaterial

Grafik 9 (Quelle: ZVA-Erfa-Auswertung)

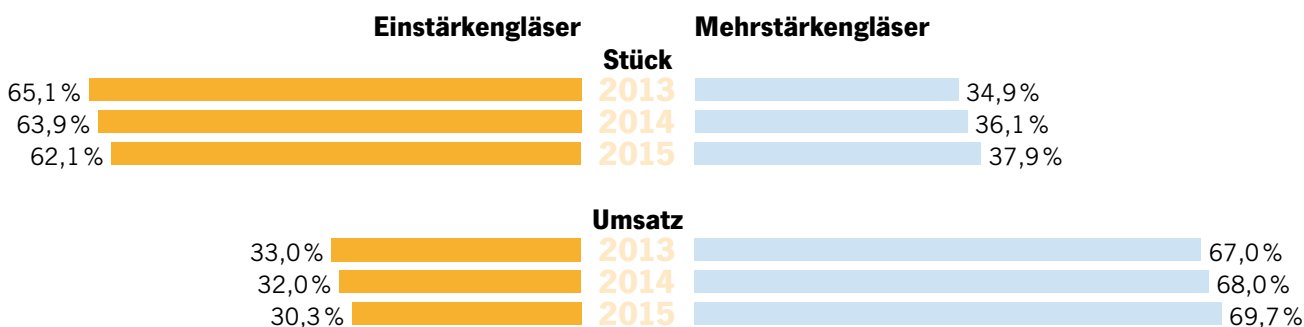


Aus der Erfa-Statistik ergibt sich weiterhin eine Zunahme des Anteils verkaufter Mehrstärkengläser und analog dazu einen Rückgang bei den Einstärkengläsern. Das Verhältnis Einstärken- zu Mehrstärkengläsern liegt knapp bei 2:1. Genau umgekehrt ist das Verhältnis des mit Einstärken- bzw. Mehrstärkengläsern erzielten Umsatzes der Betriebe. Hier machen Mehrstärkengläser – zumindest bei mittelständischen

Betrieben – den Hauptanteil des Umsatzes aus. 2015 liegt dieser Anteil bei 69,7%, während der Anteil des Umsatzes mit Einstärkengläsern 30,3% ausmacht (siehe Grafik 10). Immerhin 18,3% der Korrektionsgläser werden ohne Entspiegelung verkauft. Etwas mehr als zwei Drittel der Gläser (68,3%) sind dagegen superentspiegelt. Auf die einfache bzw. mehrfache Entspiegelung entfällt lediglich ein Anteil von 13,4%.

Einstärkengläser / Mehrstärkengläser

Grafik 10 (Quelle: ZVA-Erfa-Auswertung)



Kontaktlinsenmarkt

Der Branchenumsatz für Kontaktlinsen und Kontaktlinsenpflege-mittel liegt im Jahr 2015 bei 438 Millionen Euro (stationär). Er ist im Vergleich zu 2014 um 3,5% gewachsen. Etwa ein Fünftel dieses Umsatzes wird mit Kontaktlinsenpflegemitteln gemacht. **Grafik 11** zeigt die Aufteilung des Kontaktlinsenmarktes nach Material sowie Austauschintervallen. Der mit Abstand größte Anteil von 60,1% des Kontaktlinsenumsatzes wird mit weichen Kontaktlinsen mit einem wöchentlichen bis monatlichen Austauschintervall erzielt, gefolgt von Tageslinsen mit einem Anteil von 28,1%. Weichlinsen mit einem Austauschintervall von drei Monaten und länger machen noch einen Anteil von 4,3% aus und sind weiter rückläufig. Mit einem Plus von 11% deutlich gewachsen ist der Markt für harte Kontaktlinsen, die einen Marktanteil von 7,5% ausmachen.

Sonnenbrillenmarkt

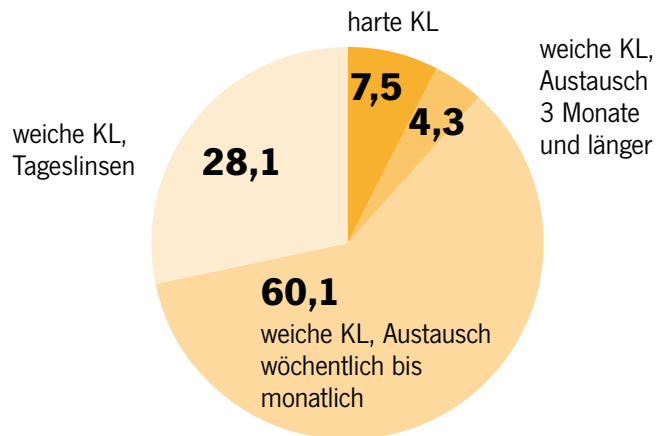
2015 ist der Sonnenbrillenmarkt (ohne Korrektion) in Deutschland nach Angaben der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), Nürnberg, deutlich gewachsen. Knapp ein Drittel der Stückzahlen werden im Preissegment bis 50 Euro verkauft. Die Segmente bis 100 Euro und bis 150 Euro machen gemeinsam etwas mehr als 50% der Stückzahlen aus. Der Anteil der Sonnenbrillen mit einem Verkaufspreis von über 150 Euro liegt bei 17,5% (siehe **Grafik 12**).

Herstellung/Fertigung von Brillen

Üblicherweise wird die Brille – bestehend aus einer Fassung und zwei Korrektionsgläsern – in der Werkstatt des Augenoptikbetriebes gefertigt. Mittlerweile werden jedoch zunehmend Fertigungsschritte ausgelagert. Die Branchenstrukturerhebung 2014/2015 ergab eine deutliche Zunahme von externen Endrandungen von Korrektionsgläsern. Insbesondere kleinere Betriebe nutzen diese Möglichkeit. Während im Gesamtdurchschnitt 10% der Betriebe angaben, die Korrektionsgläser zu 100% auswärts endranden zu lassen, sind dies in der Gruppe der Betriebe mit einem Jahresumsatz bis zu 125.000 Euro (netto) 17% der Betriebe (**Grafik 13**).

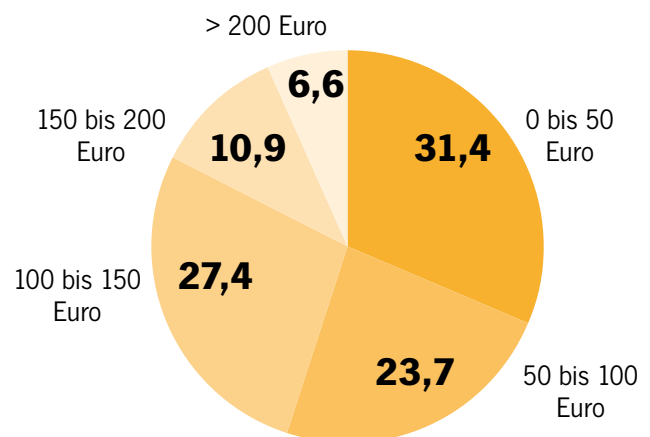
Kontaktlinsen (Umsatzaufteilung)

Grafik 11 (Quelle: Gesellschaft für Konsumforschung, 2016)



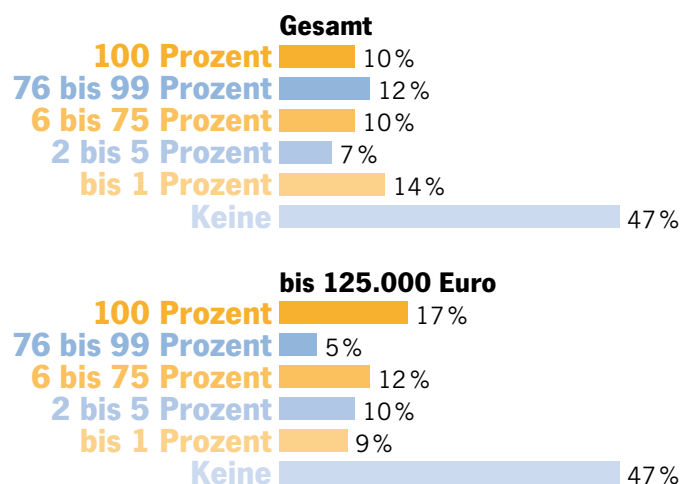
Sonnenbrillen (Stückzahlaufteilung)

Grafik 12 (Quelle: Gesellschaft für Konsumforschung, 2016)



Endgerandete Gläser

Grafik 13 (Quelle: ZVA)



Auch die Auslagerung der kompletten Brillenfertigung (Glazing) nimmt zu. Laut Branchenstrukturerhebung 2014/2015 werden 15% (vormals 10%) aller verkauften Brillen extern gefertigt. Mit Stichtag 31.12.2014 gaben 8% der Betriebe an, die Fertigung der Brillen zu 100% auszulagern. Im Gegensatz dazu stellen 48% der Betriebe ihre Brillen zu 100% in der eigenen Werkstatt her (Tabelle 7). Auch hier zeigt sich, dass kleinere Betriebe die Herstellung von Brillen häufiger auslagern als größere Betriebe.

Aus der verstärkten Auslagerung der Produktion von Brillen folgt, dass die betriebseigene Werkstatt an Bedeutung verliert. Eine teure Werkstattausrüstung mit Schleifautomaten u. ä. wird vor diesem Hintergrund entbehrlich. Es verwundert daher nicht, dass insbesondere kleinere Betriebe die Endrandung der Gläser bzw. auch die komplette Herstellung der Brille auslagern, um eine teure Werkstattausrüstung zu sparen.

Anteil endgefertigter Brillen (Glazing) in Prozent an der Gesamtmenge der Brillen	Aufteilung der Betriebe nach Anteil Glazing	
	2010	2014
0%	58,0%	48,0%
-1%	18,0%	21,0%
2%-5%	18,0%	12,0%
6%-10%	2,0%	2,0%
11%-25%	1,0%	1,0%
26%-50%	1,0%	1,0%
51%-75%	1,0%	2,0%
76%-99%	4,0%	5,0%
100%	5,0%	8,0%

Tabelle 7 (Quelle: ZVA-Branchenstrukturerhebung 2014/2015)

Personal-situation (stationär)

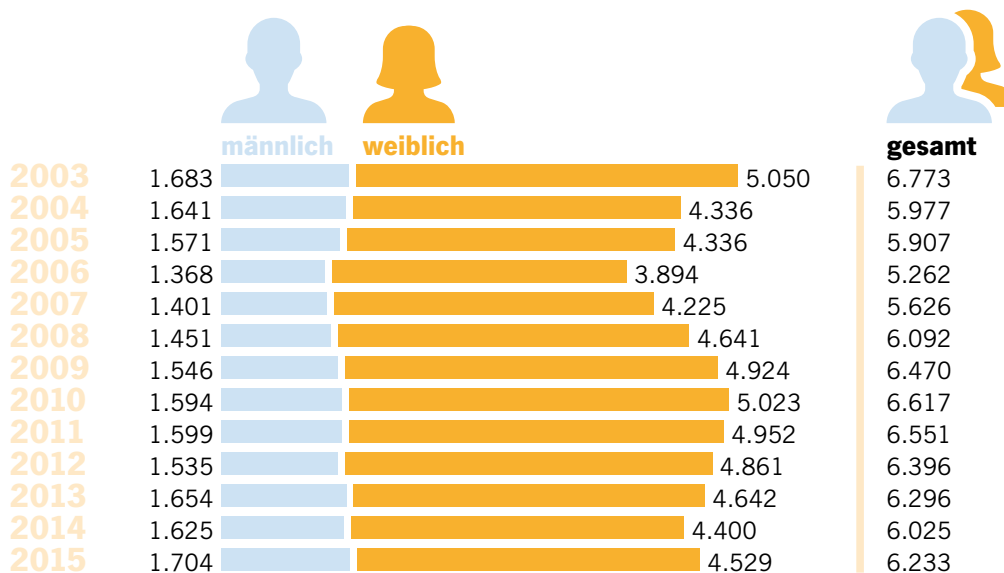
Die Augenoptik ist ein weiblich geprägter Beruf. Die Branchenstrukturerhebung des ZVA mit Stichtag 31.12.2014 ergab einen Anteil von 71% weiblichen und 29% männlichen Beschäftigten. Umgekehrt ist das Verhältnis bei den Inhabern von Augenoptikbetrieben – 74% sind männlich, 26% sind weiblich. Das Durchschnittsalter der Betriebsinhaber beträgt 52 Jahre und ist seit der letzten Branchenstrukturerhebung angestiegen.

Seit einigen Jahren sinkt die Anzahl der Auszubildenden in der Augenoptik. 2015 ist jedoch erstmals wieder ein Anstieg zu verzeichnen. Bezogen auf 2014 stieg die Zahl der Auszubildenden um 3,5% auf 6233 (siehe Grafik 14).

In der Augenoptik gibt es seit Jahren eine extrem niedrige Arbeitslosenquote (siehe Grafik 15). Dies führt dazu, dass offene Stellen vielfach nicht mit dem gewünschten (fachlichen) Personal besetzt werden können.

Auszubildende im Augenoptikerhandwerk

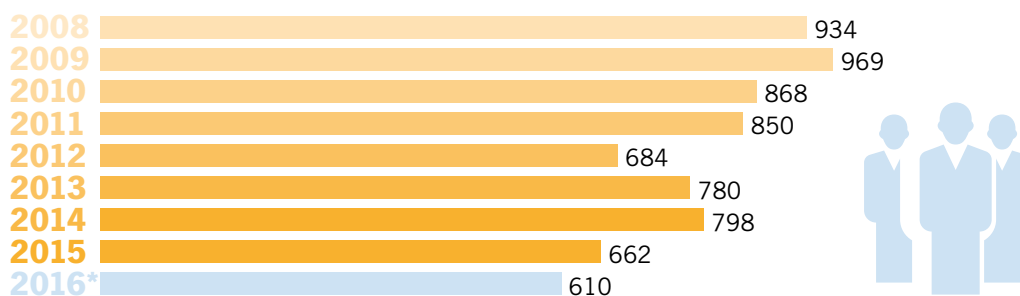
Grafik 14 (Quelle: ZVA/ZDH)



Arbeitslosigkeit in der Augenoptik

Grafik 15 (Quelle: Bundesagentur für Arbeit)

im Durchschnitt



* bis 03/2016

Im Rahmen einer Studie des Instituts der deutschen Wirtschaft (Deutsche Handwerkszeitung 4.12.2015) wird auch der Augenoptiker – neben anderen Berufen – als „Engpass-Beruf“ eingestuft. Der Grund hierfür ist, dass auf 100 gemeldete offene Stellen nur 97 arbeitslose Augenoptiker kommen. Ein Beruf wird als „Engpass“ eingestuft, wenn weniger als 200 Arbeitslose auf 100 offene Stellen kommen, da davon ausgegangen wird, dass nur jede zweite offene Stelle überhaupt gemeldet wird.

Brillenstudie 2014

Das Institut für Demoskopie Allensbach führt regelmäßig alle drei Jahre im Auftrag des Kuratoriums Gutes Sehen (KGS) eine repräsentative Bevölkerungsumfrage zum Sehbewusstsein der Deutschen durch.

40,1 Millionen Erwachsene (ab 16 Jahren) tragen in Deutschland eine Brille, darunter 22,5 Millionen ständig und weitere 17,6 Millionen gelegentlich. Der Anteil der Brillenträger ist in Deutschland langfristig deutlich gewachsen – im Jahr 1952 lag der Anteil in Westdeutschland bei 43 %. In den letzten Jahren hat sich der Anteil stabilisiert und liegt für das Jahr 2014 bei 63,5 %. Relativ deutliche Unterschiede ergeben sich zwischen Mann und Frau. Wenig überraschend: Mit zunehmendem Alter nimmt der Anteil der Brillenträger zu (siehe Tabelle 8).

Neben den Brillenträgern gibt es 3,3 Mio. Kontaktlinsenträger. Der Anteil der Kontaktlinsenträger hat im Verlauf der letzten 10-15 Jahre zugenommen. Er liegt 2014 in Gesamtdeutschland bei 5,2 %. Dieser Anteil teilt sich auf in 2,8 % regelmäßige und 2,4 % gelegentliche Kontaktlinsenträger. Deutliche Unterschiede zum Trageverhalten gibt es zwischen den alten und neuen Bundesländern (siehe Tabelle 9).

Optometrie

Die vorangegangenen Grafiken und Tabellen zeigen den steigenden Wettbewerbsdruck für mittelständische Augenoptiker, der durch die voran schreitende Konzentration und den zunehmenden Onlinehandel geprägt ist, und ständige Anpassung an aktuelle Marktbedingungen erfordert. Auch inhaltlich unterliegt die Ausübung des Augenoptikerberufs einem stetigen Wandel, da sich der Berufsstand an vielfältige sich verändernde Rahmenbedingungen anpassen muss.

Mittlerweile gibt es in der Augenoptik verschiedene Möglichkeiten der Fort- und Weiterbildung zum Optometristen, wie z. B. in Dresden, Dormagen, Hankensbüttel, Köln, und Rathenow. Auch an den Hochschulen gibt es entsprechende Angebote. Diese stoßen im Berufsstand auf großes Interesse (Grafik 16).

Anteil der Brillenträger in Deutschland	
Männer ab 16 Jahren	59 %
Frauen ab 16 Jahren	67 %
20- bis 29-Jährige	32 %
30- bis 44-Jährige	38 %
45- bis 59-Jährige	73 %
60-Jährige und älter	92 %

Tabelle 8 (Quelle: Brillenstudie 2014, Institut für Demoskopie, Allensbach)

Anteil der KL-Träger in Deutschland	
Kontaktlinsenträger gesamt	5,2 %
Kontaktlinsenträger alte Bundesländer	5,8 %
Kontaktlinsenträger neue Bundesländer	2,8 %

Tabelle 9 (Quelle: Brillenstudie 2014, Institut für Demoskopie, Allensbach)

Optometristenprüfung ZVA/HWK

Grafik 16 (Quelle: ZVA)





Impressum:

Verantwortlich für den Inhalt: Dr. Jan Wetzel

Zentralverband der Augenoptiker und Optometristen (ZVA)
Association of optometrists
Alexanderstraße 25 a, 40210 Düsseldorf
Tel. +49 (0) 211 863235-0
info@zva.de, www.zva.de

Konzeption und Redaktion:
Sigrun Schmitz (s.schmitz@zva.de)