

Alterspyramide erfreut die Optikerbranche

12. Januar 2018

Die Augentoptiker sehen rosigen Zeiten entgegen. "Uns spielt die Alterspyramide die nächsten 25 Jahre in die Karten", sagt Josef May, Chef des Industrieverbands Spectaris: "Ältere Menschen werden automatisch zu Kunden. Die geburtenstarken Jahrgänge kommen jetzt erstmals in die Läden und kaufen Gleitsichtbrillen." Die Umsätze der Branche sind im vergangenen Jahr weiter gewachsen, und "der Ausblick ist gut", sagt Augentoptiker-Präsident Thomas Truckenbrod.

Auf der Fachmesse Opti in München zeigt die Branche ab Freitag die neuesten Modetrends. Das Kuratorium für gutes Sehen hat einen neuen "Mut zur Extravaganz" ausgemacht: Sechs- und achteckige Brillen, eckige Gläser in runden Brillenfassungen und Gläser, die aus dem Rahmen zu fallen scheinen, sind bei mehreren Ausstellern im Angebot. Ein anderer Trend geht eher in Richtung Nostalgie - mit klassischen Pilotenbrillen oder runden Brillen, wie John Lennon oder Bert Brecht sie trugen. Das Gros der neuen Kollektionen sei "nicht schrill - eher filigran, elegant, transparent", sagt May.



Die Augenoptiker sehen rosigen Zeiten entgegen. - dpa

Auch die beiden Weltmarktführer für Brillengestelle und Gläser - Luxottica in Italien und Essilor in Frankreich - präsentieren sich in München. Mit ihrer angekündigten Fusion haben sie in der Branche für einen Paukenschlag gesorgt. In Deutschland geht die Veränderung leiser, aber stetig weiter.

Der Umsatz der augenoptischen Industrie ist um rund drei Prozent auf 4,4 Milliarden Euro gestiegen, die Augenoptiker haben um etwa eineinhalb Prozent auf 5,8 Milliarden zugelegt, und "der Marktanteil der Filialisten ist weiter gestiegen", sagt Truckenbrod.

Fielmann, mit weitem Abstand die Nummer eins vor Apollo und Pro, macht mit seinen rund 600 Filialen mehr als eine Milliarde Euro Umsatz im Jahr. Das Erfolgsheimnis? Jede einzelne Filiale funktioniert immer noch wie ein mittelständischer Optiker, mit ausgebildeten Mitarbeitern und ordentlicher Dienstleistung, erklären die beiden Verbandspräsidenten. "Fielmann war der Erste, hat ein gutes Geschäftsmodell schnell hochgefahren - da bleibt wenig Platz für eine Kopie davon", sagt May.

Die zehn größten Ketten teilen inzwischen fast die Hälfte des Branchenumsatzes unter sich auf. Auch Optiker mit 10 oder 20 Filialen wachsen ordentlich, sagt Truckenbrod. "Die Entwicklung wird so weitergehen."

Die Konkurrenz aus dem Internet macht den Fachgeschäften wenig Angst: Sie erwirtschaftet lediglich vier Prozent des Branchenumsatzes. Bei Kontaktlinsen geht

zwar jeder dritte Euro ins Internet - aber nur drei Millionen Deutsche tragen Kontaktlinsen. Bei der Auswahl der richtigen Brille wollen sich die meisten Kunden vom Fachmann beraten lassen, sie ausprobieren und anpassen lassen.

Auf der Messe wird ein Fachgeschäft der Zukunft vorgestellt - mit 3D-Gesichtsscans, virtueller Brillenanprobe, digitaler Anpassung der Sehstärke und Brillen aus dem 3D-Drucker, wie sie heute schon von einem Dutzend kleiner Hersteller in Deutschland angeboten werden. "Was digitalisiert werden kann, wird digitalisiert werden", sagt May. An Sehtests direkt am Bildschirm wird gearbeitet. Das sei noch Zukunftsmusik, sagt Truckenbrod, aber: "Das dürfte die Branche nachhaltig verändern."

Copyright © 2018 Dpa GmbH