

Mittelstand, ja – Mittelmaß, nein!



Marcel Zischler

Es ist eine Tatsache: Fast alle Innovationsleistungen in der Kontaktlinsen-Optik entstammten früher aus mittelständischen Produktionsbetrieben. Dass sich dies gewandelt hat ist uns allen bewusst. Ob wir es wollen oder nicht, die benötigten Investitionen, um eine wirkliche Innovation auf den Markt zu bringen, sind heute enorm.

Die Share-Holder der Großindustrie wollen Profit sehen und ihr Kapital muss dementsprechend eingesetzt werden. Auch die Kadenz für neue Produkte, die benötigt wird um die Nase im Markt vorne zu behalten, ist eine große Herausforderung für die Forschungs- und Entwicklungsabteilungen. Mittelständische Hersteller sind gefordert mit maßgeschneiderten Lösungen ihren Marktanteil erfolgreich zu verteidigen. Gilt dies auch für Kontaktlinsen anpassende Augenoptik-Betriebe?

Eine weitere Tatsache ist, dass die größte Anzahl der Betriebe in Deutschland, in Österreich und in der Schweiz immer noch Mittelständler sind. Was bedeutet Mittelstand? Auf keinen Fall Mittelmaß! Das darf es nicht – im Gegenteil. Es gilt hier sich besser zu positionieren als der Mitbewerber. Das Zauberwort ist das gleiche wie in der Industrie: Innovation! Es gibt sie, diese innovativen Konzepte zum erfolgreichen Kontaktlinsengeschäft. Basis dafür ist eine fachlich und kommunikativ einwandfreie Beratung, Anpassung und Nachversorgung.

Nur das alleine reicht nicht ganz aus, da braucht es schon noch etwas mehr. Visionen sind gefragt und nicht Mittelmaß. Ein Berufskollege, welcher drei Teammitglieder (beachte: Teammitglieder, nicht Angestellte) hat, sagte mir vor kurzem: „Was ist los mit meinen Kolle-

gen? Ich höre nur immer Gejammer über Internet, billige Austauschlinsen mit kleiner Gewinn-Marge usw. Dabei gilt es einfach die richtige Schublade im richtigen Moment zu ziehen, um dem Kunden das Gefühl von Sicherheit, Wertschätzung und Professionalität zu vermitteln.“

Recht hat er! Bei ihm investiert der Kunde übrigens einiges mehr als 25 Euro für eine Neu-Anpassung von Eintages-Kontaktlinsen. Und er bekommt auch mehr als einen feuchten Händedruck, zehn Minuten Anpassung und eine schlampig durchgeführte Nachkontrolle (besser: Augen- und Kontaktlinsen-Check). Der Kunde bekommt High-Tech-Equipment, frischen Karotten-Orangensaft, bedarfsgerechte Kontaktlinsen, Kompetenz vom Feinsten, gute Laune des ganzen Teams und vor allem eines: Er wird umsorgt wie ein gern gesehener Gast! Hier gibt es Service- und Verwöhnklasse von A bis Z. Nix Mittelmaß, sondern Begeisterung! Ja, er ist ein Mittelständler, der sich nie mit dem Umsatz des Filialisten gegenüber messen kann. Nur, er ist ein finanziell sehr gesunder und auch sonst sehr zufriedener und glücklicher Mittelständler. Falls Sie Mittelständler sind, wünsche ich Ihnen dies auch!

Auf, auf liebe Leser! Erkunden Sie die vielen interessanten Artikel in Ihrer DOZ. Lesen – verstehen – umsetzen-verinnerlichen. Und wenn es nur „Copy paste“ ist.

Ich wünsche Ihnen viel Umsetzungs-Power.

Motivierende, und hoffentlich auch inspirierende Grüße