

## Erfolgsrezepte

Gutes Sehen und gutes Aussehen gehören zum Kerngeschäft des Augenoptikers. Da ist es naheliegend, dass das Thema Schönheit oft im Zentrum steht. Nur was ist Schönheit? Wer entscheidet, was schön ist und was nicht? Misswahlen geben hier Trends vor und setzen die Messlatte. Nun gibt es aber auch hier Veränderungen, die nicht nur Äußerlichkeiten bewerten, sondern auch Werte wie soziales Engagement und ökologisches Denken unter die Lupe nehmen. „Miss Earth Wahl“ heißt diese Veranstaltung und Berling Optik in Zürich empfing die aktuelle Miss Earth Switzerland 2013 zu einem Kunden-Talk.

Der Inhaber Luciano Cestonato und seine Frau Antonella haben italienische Wurzeln und ein ausgeprägtes Auge für Mode und Ästhetik. Dies merkt man schon, wenn man ihren Laden an der Limmat betritt. Das Schaufenster ist mit viel Liebe zum Detail dekoriert. Urbaner Lifestyle gepaart mit Lebensfreude sind spürbar. Helle Wände, viel Licht, kein Schnick-Schnack und trotz beschränktem Platzangebot viel Bewegungsraum zeichnen die Lokalität aus. Eine feine Auswahl an bekannten Brillen-Labels, elegant präsentiert, rundet den ersten Eindruck ab. Cestonato reist mit seiner Frau nicht nur zu Optik-Messen, um ihr Geschäft in Sachen Auftritt a jour zu halten, sie besuchen auch Einrichtungs- und Lifestyle-Messen.

Nebst Design wird der persönliche Kundenkontakt gepflegt. Praktisch jeder Kunde wird mit seinem Namen angesprochen, was für eine Großstadt wie Zürich doch eher ungewöhnlich ist. Die Cestonatos und ihr Team leben Kundenorientierung in Reinkultur und sind ständig auf der Suche nach neuen innovativen Ideen, um den Kontakt zu festigen. So wurden die „Berling-Events“ geboren; eine Serie verschiedener Veranstaltungen. Von der Lesung bis zum Talk mit einer Schön-



Luciano Cestonato  
Inhaber „Berling Optik“, Zürich.

## Schönheit mit Tiefgang

heitskönigin, haben sich die beiden Unternehmer ein breites Spektrum einfallen lassen. Jeweils 60 bis 100 Personen nehmen daran teil, was die knappen Platzverhältnisse teilweise schon etwas sprengt.

Doja Straßburg heißt die frischgebäckene Miss Earth Swizerland und war der Star des jüngsten Berling-Events. Ihr Lächeln steckte an und praktisch alle der rund 100 anwesenden Kunden wollten mit ihr aufs Foto. Doch nicht nur ihre sympathische Erscheinung begeisterte. Sie war auch eine interessante Gesprächspartnerin und gab offen Auskunft zu ihrer Wahl und die Themen, für welche sie sich einsetzt: „Die Jugend trägt die Verantwortung, die Umwelt zu erhalten, zu pflegen und sie für unsere Nach-

kommen vorzubereiten, denn in ihr liegt die Zukunft!“, sagt Djois Straßburg. Sie wird sich unter anderem für die Projekte „Because I am a Girl“ und „Frauen für Frauen“ engagieren und dafür sogar nach Nepal reisen und sich dort für Mädchen einsetzen, die als Sklaven gehalten werden.

### Fünf Fragen an Luciano Cestonato

#### 1. Wie kamt Ihr auf die Idee Events als Marketingmassnahme durchzuführen?

„Ein befreundeter Augenoptiker hat wegen Umbaumaßnahmen an der Straße vor seinem Geschäft letztes Jahr alle Monate einen Event zur Frequenz Steigerung durchgeführt. Das hat mich dazu

bewogen, unsere Events zu strukturieren. Wir haben in den letzten Jahren immer wieder in unregelmäßigen Abständen Events durchgeführt und verschiedene Kundengruppen per Selektionen dazu eingeladen. Nun haben wir all unseren Kunden ein Programm mit all den verschiedenen Veranstaltungs-Themen zu-gestellt. So können sich die Kunden ihren Lieblingsevent selber aussuchen.“

## 2. Wie reagieren die Kunden darauf? Kommen immer die gleichen?

Die Rückmeldungen der Kunden sind fantastisch. Sie sind durchwegs begeistert. Es gibt einige Kunden welche sich für mehrere Events angemeldet haben aber in der Regel wechselt je nach Anlass die Gästeliste stark. Hier einige Kommentare auf unserer Facebook-Seite:

„... what a spectacular evening yesterday by Berling Optik with Miss Earth Schweiz, many thanks to Berling Optik and Luciano Cestonato for the party!!!“

„...danke für diesen gelungenen Abend, mit toller Miss Earth, Leute und natürlich den unwiderstehlichen feinen Häppchen von Deiner Frau! A presto e un caro saluto!“

„... Ganz herzlichen Dank für dieses gelungene Event mit Miss Earth Switzerland und die tolle Gastfreundschaft! Es ist immer wieder schön und bereichernd. Ganz toll, wie es Euch gelingt, den fast familiären Rahmen mit gekrönten Häuptern zu gestalten ;-).Danke und bis bald!“

## 3. Gewinnen Sie durch diese Events auch neue Kunden?

Ja sicher, dies ist ja auch die Grundidee. Die Kunden bringen eine Begleitung mit, welche uns überhaupt nicht kennt und wir so die Möglichkeit haben uns und unser Geschäft auf eine ungezwungene Art zu präsentieren.

## 4. Berling Optik engagiert sich auch sozial mit dem Projekt „Sahara soweit das Auge reicht“. Wie kam es dazu?

Der Brillenglashersteller Optiswiss organisiert schon seit geraumer Zeit dieses Projekt. Als wir davon gehört haben, haben wir uns spontan entschlossen dort mitzuhelfen.

## 5. Welches werden die nächsten Projekte sein, die Ihr anpackt?

Ich will noch nicht zu viel verraten. Wir sind schon in der Planung der Events für ▶



Gewinnendes Lächeln und rundum gute Stimmung.



Jeder wollte mit Doja Straßburg aufs Foto.

## Das Erfolgsrezept

„Wir legen sehr viel Wert auf eine persönliche Note und versuchen den Kunden positiv zu überraschen. Wir leben das „Gast-Prinzip“, heißt der Kunde soll sich bei uns wohl fühlen und spüren, dass er bei uns willkommen ist. Das tun wir, in dem wir natürlich und ehrlich sind. Ehrlich auch, wenn bei uns mal etwas schief-gelaufen ist. Weiter ist unser Schaufenster eine wichtige Visitenkarte für uns. Hier investieren wir viel Herzblut und entwickeln so immer eine enorme Kreativität. Die fachliche Kompetenz und die Fokussierung auf umfassende optometrische Dienstleistungen sind für uns selbstverständlich.“



## WettbewerbsRecht

### Achtung: Meisterpräsenz im Gesundheitshandwerk!

Gelegentlich gehen bei der Wettbewerbszentrale Beschwerden darüber ein, dass ein augenoptischer oder hörgeräteakustischer Betrieb geführt wird, ohne dass die Präsenz des als Betriebsleiter bei der Handwerksrolle eingetragenen Meisters im Betrieb gewährleistet ist. Wegen der Kosten, die mit der Gewährleistung der Meisterpräsenz einhergehen, bedeutet dies einen nicht unerheblichen Wettbewerbsvorteil. Ist die Vernachlässigung der Pflicht zur Meisterpräsenz systematisch angelegt und beabsichtigt, liegt darin ein Wettbewerbsverstoß. Zu diesem Ergebnis ist das Oberlandesgericht (OLG) München in seinem Urteil vom 10.11.2011 (Az. 29 U 1614/11 – nicht rechtskräftig) gekommen. Im streitgegenständlichen Fall war derselbe Meister für zwei – in unterschiedlichen Städten gelegene – Filialen als Betriebsleiter in die Handwerksrolle eingetragen. Das Gericht hat darin eine Irreführung im Sinne des § 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 1 UWG gesehen. Denn die Erwartung des Verbrauchers gehe dahin, dass die Ausübung eines Gesundheitshandwerks an gewisse, der Qualitätssicherung dienende Zulassungskriterien gebunden sei. Demgemäß erwarte der Verbraucher auch, dass der zur Ausübung gesundheitsrechtlicher Dienstleistungen Berechtigte während der Öffnungszeiten im Ladenlokal verfügbar sei oder zumindest innerhalb weniger Minuten herbeigerufen werden könne. Ist das nicht der Fall, kann auch die Wettbewerbszentrale tätig werden. Betriebliche Zwangslagen (z. B. krankheitsbedingter Ausfall) können im Einzelfall aber zu einer anderen Bewertung führen, wenn der jeweilige Betrieb offensichtlich bemüht ist, die Meisterpräsenz möglichst schnell wieder sicherzustellen. ■

**Rechtsanwältin Sabine Siekmann,  
Wettbewerbszentrale Büro Hamburg**



Antonella Cestonato als fantasievolle Gastgeberin mit selbstgemachten Dessert.



Miss Earth Switzerland wears Prada und Luciana Cestonato freut's sichtlich.

### Fakten

- Gründungsjahr: 1909
- Team: sieben Mitarbeiter
- Aktueller Umsatzanteil Brillen/ Kontaktlinsen Optik-Geschäft: ca. zwei Drittel zu einem Drittel
- Anzahl Kontaktlinsen-Termine pro Monat: ca. 120
- Welche Arten von Kontaktlinsen werden von den Kunden am häufigsten verlangt? Austausch-Systeme
- Anzahl Fassungskollektionen: ca. 16
- Anzahl Sonnenbrillen-Kollektionen: ca. zehn



Marcel Zischler (DOZ) moderierte den Kunden-Talk mit der charmanten und sympathischen Miss.

2014 und haben schon einige interessante Anlässe fixieren können. Unsere Kunden dürfen sich freuen!

Oft sind Macher-Qualitäten und eine Portion Fantasie die Voraussetzungen, um eine erfolgreiche Vermarktungsstrategie umzusetzen. Die ausgetretenen Pfade der konventionellen Werbekanäle sind für den lokal agierenden Augenoptiker nicht mehr interessant. Zu groß ist auf diesem Tummelfeld der Kommunikationsdruck der Ketten, die diese Kanäle (Zeitungen, Plakatwände) sowieso dominieren. Durch die Marketingmaßnahme „Event“ kann eine emotionale Bindung zum Geschäft aufgebaut werden. Ein Punkt der in einer immer anonymen werdenden Welt nicht zu unterschätzen ist. ■

**Marcel Zischler**