

# Stimmen Ihre Preise?



Marcel Zischler

In der schweizerischen Handelszeitung (Ausgabe 06.08.15) steht der Präsident von Hotelleriesuisse, Andreas Züllig, Rede und Antwort zur derzeitigen Situation im Schweizer Tourismus. Der starke Schweizer Franken macht der hiesigen Hotel-Industrie schwer zu schaffen. Im Interview erwähnt Züllig zwei Punkte, die auch auf die augenoptische Branche passen.

Erstens: Hotelleriesuisse hat erkannt, dass man mit niedrigen Löhnen keine qualifizierten Mitarbeiter mehr findet. Die Konkurrenz auf dem Arbeitsmarkt ist zu groß. Ein gerade ausgelernter Mitarbeiter verdient in Züllig's Hotel brutto 4.500 Franken (rund 4130 Euro) inklusive 13. Monatslohn. „Schweizer Löhne sind eh viel höher als im Rest von Europa“, werden Sie wohl entgegenn. Dieses stimmt! Weiter stimmt es, dass in der Schweiz die Lebenshaltungskosten hoch und die Steuern niedrig sind. Doch hier ein paar Fragen an Sie: Wie gut sind Ihre Mitarbeiter? Wie zielorientiert sind diese? Gehört die aktive Ansprache des Kunden auf Kontaktlinsen zu den Zielen? Belohnen Sie erreichte Ziele?

Zweitens: Bewertungsplattformen in der Hotellerie wie TripAdvisor kennt inzwischen jeder Tourist. Das bringt viel Transparenz mit sich. Die Gäste kommentieren quasi alles – vom Service über die Freundlichkeit bis hin zum Preis-Leistungs-Verhältnis. Auf die Tatsache, dass Züllig's Hotel in Sachen Preis-Leistungs-Verhältnis schlecht wegkommt, reagiert er mit: „Würden wir hier gut abschneiden, dann wäre das ein schlechtes Zeichen. Dies würde nämlich bedeuten, dass unsere Preise zu tief sind. Das Verhältnis zwischen Preis und Leistung ist meist der Punkt, den Kunden – in welcher Branche auch immer – am kritischsten beurteilen. Wohl auch in der Angst darum, dass bei einer wohlwollenden Beurteilung die Preise steigen könnten.“ Eine mutige Aussage!

Was bedeutet dieses nun für Sie, liebe Augenoptiker? Denken Sie über Ihre Transparenz und Ihre Preise, vor allem über die Möglichkeit der Wertsteigerung, nicht des Rabatts nach. Und sei es nur, indem Sie Ihren Kunden aktiv neue, bessere Kontaktlinsen oder Pflegemittel zum Testen anbieten. Ihre Kunden wollen schließlich das Beste für Ihre Augen. Und Sie sicher auch ...

Wertsteigernde Grüße

Schreiben Sie uns  
Ihre Meinung!  
[zischler@doz-verlag.de](mailto:zischler@doz-verlag.de)