

# Was nichts kostet ...



Marcel Zischler

... ist nichts wert! Diesem bekannten Sprichwort können Sie, geschätzte Leserinnen und Leser Augenoptiker/Optomtristen, sicherlich mehrheitlich beipflichten. Vor allem dann, wenn es um die Beurteilung des Werts Ihrer Arbeit geht. Oder etwa nicht? Ich gehe davon aus, dass Sie nicht aus karitativen Beweggründen in die Firma gehen, dort täglich, bestmöglich und mit viel Engagement Ihre Arbeit tun und dafür keine Bezahlung wollen?! Gut, dann sind wir uns hier also einig.

Nun frage ich Sie aber, warum Sie, geschätzte Augenoptiker/Optomtristen, für Ihre hochwertige, sehr personenorientierte und betreuungsintensive Kontaktlinsenarbeit meist nur wenig oder gar kein Geld verlangen? Wie passt das zusammen? Vor allem wenn Sie verfolgen, was sich in der internationalen optometrischen Landschaft so alles tut und bewegt. Es kann nicht der Weg sein, nichts für seine Arbeit zu verlangen!

Die Bestrebungen, die Augenoptiker/Optomtristen als „First eye care provider“ zu etablieren, sind im Sinne der Prävention und der Volksgesundheit richtig und helfen weiter, auch Gesundheitskosten zu sparen. Länder wie die Niederlande beweisen es auf höchstem Niveau. Kontaktlinsen anpassen und Optometrie gehören zusammen, da gibt es nichts zu diskutieren. Und, unser Berufsbild muss und wird sich in Richtung Optometrie verändern!

Die Augengesundheit und das gute Sehen unserer Kunden stehen im Zentrum. Also, was gilt es zu überdenken? Erstens: Wer immer das Gleiche tut bekommt auch immer das Gleiche. Zweitens: Die zermürbende Preisentwicklung der Kontaktlinse (Packungspreis) nach unten, ist wirtschaftlich nicht mehr interessant. Drittens: Als Unternehmer oder gewinnorientierter Augenoptiker/Optomtrist tue ich vor allem das, was mir wirtschaftlichen Erfolg bringt. Punkt!

Ok. Und jetzt? Immer noch Einwände? Ahhh, ja klar, der Mitbewerber gegenüber verlangt ja auch nix für eine KL-Anpassung und die böse Industrie hat uns ja schon seit Jahren eindoktriniert, Probe-Tragen und Co kostenlos zu machen. Weiter kann ich ja gucken, ob ich den Einkaufspreis via Einkaufsgruppe noch optimieren kann oder ich wechsele gar auf ein Private-Label. Da habe ich Exklusivität und mein Kunde ist gezwungen bei mir einzukaufen. Gezwungen!? Statt unsere Kunden zu zwingen, sollten wir sie überzeugen und begeistern! Lassen Sie sich gerne zu etwas „zwingen“? Unsere Kunden da draußen sind auch nicht blöd und können im Handumdrehen feststellen, um welches Original-Produkt es sich handelt. Vor einigen Monaten hat eine Schweizer Konsumenten-Schutz-TV-Sendung sich genau diesem Thema angenommen. Unangenehm, wenn dabei rauskommt, dass das Original-Produkt günstiger ist als das Private-Label ...

Was lernen wir aus all diesen Erkenntnissen? Die Rentabilität kann nicht mehr alleine über das Produkt Kontaktlinse generiert werden. Darum bitte, denken Sie intensiv darüber nach, wie Ihre Strategie bezüglich einer nachhaltigen Preisgestaltung für Ihre hochwertige, sehr personenorientierte und betreuungsintensive Kontaktlinsenarbeit ab sofort aussehen soll. Ab sofort! Und wenn Sie immer noch Zweifel haben, dann lassen Sie mal einen Klempner kommen, um den Wasserhahn auszuwechseln. Was finden Sie auf der Rechnung? Material, Arbeitsaufwand, Reisekosten ...

Wert-denkende Grüße