

Erfolgsrezepte

Die Firma Amon+Sebold Optik in Aschaffenburg (D) genießt in der Branche schon seit langem den Ruf eines innovativen und fortschrittlichen Unternehmens, welches Seinesgleichen sucht. Die beiden Firmengründer Karl Amon und Wolfgang Sebold haben sich schon immer zum Ziel gesetzt besser und schneller zu sein als der Wettbewerb. Ein Beispiel dafür ist, dass sie eines der ersten Augenoptik Fachgeschäfte waren, welches ein Kontaktlinsen-Abo einführte. Der Erfolg gab ihnen Recht, dass diese Strategie der kompromisslosen Innovation das Unternehmen dahin führte, wo es heute steht. Ein weiterer Schritt in Richtung Optometrie ist dabei eine logische Schlussforderung.

Karl Amon strahlt! Er darf sich Chef eines Augenoptik-Unternehmens mit rund 20 top motivierten und bestens ausgebildeten Mitarbeitern nennen. Keine Selbstverständlichkeit heutzutage. Der Weg dahin ging über eine gute Mischung aus dem Gespür für die Kunden und ihre Wünsche, Sinn für Ästhetik und Lifestyle, ein gutes Händchen zur Förderung des Teams und eine offene Haltung Neuem gegenüber. Darum ist das folgende Credo kein Papiertiger, sondern pure Realität:

„Wir sind erst zufrieden, wenn Sie es sind! Qualitativer Vorsprung verpflichtet: er spricht sich rum und weckt – ganz zu Recht – Erwartungen. Deshalb bleibt das wichtigste Gut in unserem Team unsere Leidenschaft für die außergewöhnliche Leistung in Kundenberatung und Produktsorgfalt. Qualität, Leidenschaft und Konsequenz: wir lieben, was wir tun.“

Auf der Website von Amon+Sebold findet man auch noch weitere starke Aussagen, die das Bewusstsein für die Wichtigkeit der Kunden unterstreichen. Vor allem das Thema Augengesundheit und alles was dazu gehört, nehmen einen immer wichtigeren Stellenwert ein. Auch das folgende Statement bestätigt diese Philosophie:

„Mehrsehen – mehr als zwei Worte. Unserem Motto bleiben wir seit zwei



Karl Amon,
Inhaber von Amon+Sebold Optik in Aschaffenburg.

Optometrie als Marketing-Instrument

Jahrzehnten treu. So hat unser „mehrsehen“ für uns drei Ebenen: Wir gewährleisten einen hohen Sehkomfort bei Brillen und Kontaktlinsen, wir haben immer die bestmögliche Augengesundheit im Blick und wir sorgen für ein gutes Aussehen unserer Kunden.“

Qualifikation kommt zuerst

Die Optometrie und ihre sich bietenden Chancen sind ein ideales Mittel zur optimalen Kundenbetreuung und den Aufbau einer vertrauensvollen Kundenbeziehung. Karl Amon, Dipl.-Ing. (FH) Augen-

optik und Master of Vision Science and Business, beschäftigt sich intensiv mit der Optometrie. Er entwickelte seine Leidenschaft für die Optometrie schon früh und bildete sich entsprechend permanent weiter. „Für uns steht der Kunde und seine Augengesundheit im Zentrum. Das Ziel unserer optometrischen Dienstleistungen ist es, Auffälligkeiten festzustellen und im Bedarfsfall eine Überweisung an den Ophthalmologen einzuleiten. Es ist ein Screening-Verfahren, bei welchem wir verschiedene, modernste Geräte einsetzen. Seit neustem gehört hier zum Beispiel das SLO (Scanning Laser Ophthalmoskop) Easy Scan der

Firma i-Optics mit dazu. Ein Gerät, welches uns erlaubt, dem Kunden auf eine einfache und schnelle Weise die Augenfunktionen und den Zustand seiner Augen näher zu bringen“, kommentiert er. Dies ist aber nur ein Baustein des ganzen Screenings welches mit einer Anamnese via App beginnt und die Messung des Augeninnendrucks sowie die Messung des Gesichtsfeldes (via Humphrey-Frequenzverdoppler) aufhört. Dass es hier einen entsprechenden Know-how Rucksack benötigt, ist für ihn selbstverständlich. Er und seine Optometristen und Augenoptiker-Meister (es sind inzwischen acht an der Zahl) durchlaufen hierfür immer wieder diverse Aus- und Weiterbildungsprogramme, damit die fachliche Qualifikation immer auf dem aktuellen Stand ist.

Karl Amon grenzt sich aber klar vom Augenarzt ab: „Ich liebe die Optik als Ganzes und die Vielfalt dabei. Ich möchte kein (Pseudo-)Augenarzt sein!“ Darum ist er auch kein Befürworter des rein angelsächsischen Optometrie-Systems, sondern der Kombination aus diesem und der deutschen Augenoptik, sowie aus Mode und Optometrie.

„Die Reaktion der Kunden gibt uns Recht!“

Am Ende einer Geschäftsidee steht schlussendlich immer der Erfolg. Das ist mit der Optometrie nicht anders. Tolle Geräte alleine machen es nicht aus, sondern das Gesamtpaket ist entscheidend. Da kommt die Kommunikation ins Spiel, eines der Steckenpferde des Unternehmens.

„Es macht schon viel Spaß, wenn man die Reaktionen der Kunden sieht. Der neue Easy Scan zum Beispiel löst so viel

Das Erfolgsrezept

- Der Kunde soll täglich spüren, dass seine Zufriedenheit unser Ziel ist, wir wollen in jeder Handlung seine Erwartungen übertreffen.
- Freundlichkeit im täglichen Umgang.
- Tolle, engagierte Mitarbeiter, die lieben was sie tun.
- Konsequente Umsetzung von Mode und Optometrie.

Daten & Fakten

- Gründungsjahr: 1991
- Ladenfläche: 100 qm
- Anzahl Untersuchungsräume: 4 (ab Spetember 5)
- Anzahl Teammitglieder: 20 inkl. 3 Auszubildenden
- Durchschnittsalter des Teams: 38 Jahre
- Durchschnittliches Dienstalter des Teams: 9 Jahre
- Anzahl Augenprüfungen (inkl. KL) pro Monat: ca. 800

aus. Die Kunden zeigen viel Interesse und sind extrem beeindruckt, wenn sie ihr Auge auch mal von innen sehen“, zieht Karl Amon Bilanz.

Dass damit die Glaubwürdigkeit und somit das Vertrauen in die Firma und deren hoch professionelle Arbeit steigt, ist eine logische Schlussfolgerung. Vom Werbeeffekt ganz zu schweigen. Eine hohe Weiterempfehlungsrate ist das Resultat der ganzen Anstrengungen von Amon+Sebold. Diese wird übrigens gemessen. Jeder neue Kunde wird gefragt, warum er sich für das innovative Augenoptik-Fachgeschäft entschieden hat. Ein ▶



Attraktives Design mit viel Atmosphäre und Lifestyle-Charakter.



Im Dienste der Prävention: Das SLO (Scanning Laser Ophthalmoskop) Easy Scan der Firma i-Optics.

weiterer positiver Nebeneffekt ist, dass die Mitarbeiter eine hohe Akzeptanz bei den Kunden erfahren und somit viel Wertschätzung bekommen, was die Motivation hochhält und die Loyalität zum Unternehmen sichert.

Darf/soll man Gesundheitsvorsorge vermarkten?

„Ja klar!“ meint Karl Amon dazu. „Wir tun etwas Gutes und wollen auch darüber reden“, kommentiert er überzeugt. Die Gesundheitsvorsorge ist in aller Munde, somit ist die strategische Ausrichtung in Richtung Optometrie sicherlich der richtige Weg. Dass es hierzu auch Marketing-Aktivitäten benötigt, liegt auf der Hand. „Wir machen in den lokalen Medien unsere optometrischen Dienstleistungen bekannt“, sagt Karl Amon dazu. „Weiter geben wir unseren Kunden, welche die Dienstleistungen in Anspruch genommen haben eine Info-Mappe mit Bildern ihres Fundus mit. Hier hat uns i-Optics sehr gut unterstützt.“ Es ist Karl Amon sehr wichtig, dass das Gesamtkonzept Optometrie und Mode stimmt. Er will, dass seine Kunden eine typgerechte Brille bekommen, mit welcher sie bequem sehen und gut aussehen. Und diese Botschaft trägt er in seinen Marketing-Aktivitäten nach außen, ohne dabei markt-schreierisch zu wirken.

Engagement zahlt sich aus

Wenn man mit Karl Amon spricht, merkt man schnell, dass es die Leidenschaft ist, die ihn antreibt. Es geht hier um mehr als nur geschäftlich erfolgreich zu sein. Sein Team ist ihm sehr wichtig und entsprechend ist er ein Chef, der seine Vorbildrolle und Funktion als engagierter Unterstützer und Motivator sehr ernst nimmt. Darüber hinaus fördert er auch den Nachwuchs, indem er den „Karl Amon Optometry Award“ sponsert. Ein Preis,

Fünf Fragen an Karl Amon

Wenn Sie nochmals am Anfang Ihrer beruflichen Karriere stehen würden, was würden Sie anders machen?

„Mit der heutigen Erfahrung beleuchtet man sicherlich rückwirkend die ein oder andere Entscheidung anders, aber wenn ich mir unser heutiges Team, die enge Bindung zu unseren Kunden und den Spaß an der Beratung anschau, dann würde ich nichts anders machen. Ich bin sehr stolz auf unseren Weg.“

Sie sind klar im oberen Preis-Leistungs-Segment positioniert. Ist der Preis bei Ihren Kunden nie ein Thema?

„Natürlich ist bei unseren Kunden auch der Preis ein Thema, aber zu den Entscheidungsgründen für Amon+Sebold, gehört sicherlich unsere hohe Affinität zur Mode und dass uns Service sehr am Herzen liegt. Der Preis soll im richtigen Verhältnis zur Wertigkeit des Gesamtpakets stehen und er muss zum Kunden passen und da haben wir bis dato immer eine gemeinsame Lösung mit dem Kunden gefunden.“

Aschaffenburg ist nicht der Nabel der Welt. Sie haben drei Filialisten in unmittelbarer Umgebung. Haben Sie noch nie Bauchschmerzen ob so vieler Investitionen in High-Tech-Geräte und in den Ausbau des Top modernen Ladens gehabt?

„Ich begrüße Mitbewerber in unserer Nähe, denn jedes Unternehmen hat seine Stärken und es ermöglicht dem Kunden eine ganz bewusste Entscheidung für den Optiker bei dem er das beste Gefühl hat. Wer an seine Zukunft glaubt, der investiert auch, auch wenn es manchmal Summen sind, die einem schon ein wenig Bauchschmerzen bereiten können. Unsere Erfahrung zeigt, dass genügend Kunden bereit sind, sich das Mehr an Qualität zu gönnen.“

Auf was legen Sie bei der Auswahl Ihrer Mitarbeiter besonderen Wert?

„Wir legen sehr viel Wert auf authentische Mitarbeiter, die mit Herz und Leidenschaft ihren Beruf leben. Sie sollen kompetent sein, sehr freundlich und sich bewusst sein, dass sie maßgeblich mit den richtigen Linsen/der richtigen Brille zur Lebensqualität des Kunden beitragen.“

Wie fördern und fordern Sie Ihr Team?

„Ich fördere und unterstütze mein Team, wenn sie sich persönlich und fachlich weiterbilden wollen und gleichzeitig fordere ich genau dies, denn nur wer bereit ist am Ball zu bleiben, spürt die Faszination dieses Berufes und auch das Schöne am Kontakt mit so vielen unterschiedlichen Menschen. Außerdem versuche ich ihnen täglich unsere Philosophie vorzuleben.“

welcher an der Hochschule in Aalen verliehen wird.

Der Ruf den die Firma genießt, wurde mit viel Herzblut erarbeitet. Dieses Engagement zahlte sich schon vielfach aus und sorgt nicht nur für treue Kunden,

sondern auch für loyale Mitarbeiter. Die Optometrie passt optimal in das moderne Unternehmen, welches ganz bestimmt zu den erfolgreichsten Augenoptik-Fachgeschäften im deutschsprachigen Raum gehört. ■ **Marcel Zischler**

Anzeige



Zur interaktiven Kommunikation finden Sie uns auf facebook

www.facebook.com/dozverlag

