



© Pearle (2)

Brillennation

Nach einer Analyse des Marktforschungsinstituts Spectra aus dem Jahr 2017 tragen 56% der Frauen und 46% der Männer eine Brille; Frauen geben im Schnitt um 53 € mehr für ihre Sehbehelfe aus.

Der Fachoptiker ist unverzichtbar

Laut Marketagent-Studie im Auftrag von Pearle halten die Österreicher viel auf den stationären Brillenhandel.

WIEN. Was Sehbehelfe betrifft, zieht man hierzulande den stationären Handel eindeutig dem E-Commerce vor – so das Fazit einer Marketagent-Umfrage zum Thema Sehhilfe, die eine Lanze für Fachoptiker zu brechen scheint. Demnach halten 90% der Österreicher den stationären Brillenhandel für unverzichtbar, auch eine coronabedingte Verschiebung des Optikerbesuchs kommt nur für jeden Zehnten infrage.

Stationär ist unersetzlich

„Entgegen aller Erwartungen“, wie es in der Aussendung von Pearle heißt, „haben sich die Österreicherinnen und Österreicher auch während der Coronakrise nicht vom stationären Handel abgewandt.“ Im Gegenteil gehöre der Fachoptiker hierzulande zu den „wichtigsten Bezugsquellen für Sehhilfen“.

„Auch unsere Beobachtungen der letzten Wochen und Monate

haben gezeigt, dass die Österreicher selbst in Zeiten wie diesen nicht auf einen Sehtest oder eine neue Sehhilfe verzichten möchten“, kommentiert Pearle Österreich-Geschäftsführer Christoph Gruber das Ergebnis der Studie.

Um den Kunden ihren Besuch dennoch so angenehm und vor allem sicher wie möglich zu gestalten, habe man bei Pearle „die bereits hohen Hygienestandards noch einmal verschärft und ein umfassendes Corona-Hygiene-Konzept für alle Filialen entwickelt“, so Gruber.

Der Faktor Preis

Auch die Preissensibilität ist laut Befragung kein entscheidender Faktor beim Brillenkauf: Rund 73% gaben an, dass finanzielle Unsicherheiten *keinerlei* Rolle beim Brillenkauf spielen.

Der Großteil der Befragten gab zudem an, dass der Preis bei der finalen Kaufentschei-

dung nicht zu den wichtigsten Kriterien zählt – mit Ausnahme der Gleitsichtbrillen, bei denen mehr als die Hälfte den Preis als ein Hauptkriterium betrachten.

Bei der Frage nach ihrem letzten Kauf von Sehbehelfen gab jeder Fünfte an, im Zeitraum von März bis September 2020 eine Brille erworben zu haben. Bei

Kontaktlinsen waren es rund elf Prozent. Klare Bezugsquelle Nummer eins ist dabei der stationäre Handel in Form des Fachoptikers; gering nimmt sich der Anteil der Online-Shopper aus: Nur rund ein Fünftel der Befragten gab an, seine Brille online zu erwerben; bei Kontaktlinsen lag der Anteil bei 25%.

Mode-Accessoire Brille

Für zwei Drittel der befragten Personen ist die Brille als wesentliches Mode-Accessoire aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken; zudem waren rund 40% der Meinung, dass sie mit der Wahl der richtigen Brille eine „grundlegende Typveränderung“ erzielen können. Beim Brillendesign selbst stehen Klassiker hoch im Kurs, bevorzugt in dezenten Farben. (red)



Hat den Durchblick: Pearle Österreich-Geschäftsführer Christoph Gruber.