

Das neue Store-Konzept von brillen.de: Kontaktlos, sicher, erfolgreich

brillen.de in der Corona-Krise: "Wir sind für unsere Partner da!"

Schönefeld, 22.07.2020: Die Corona-Krise hat der Wirtschaft in Deutschland stark zugesetzt und auch vor dem Optikermarkt nicht Halt gemacht. Viele Kunden sind verunsichert und schieben den Kauf einer neuen Brille daher auf, auch wenn sie diese brauchen. Laut einer Online-Umfrage des deutschen Industrieverbandes für Optik, Photonik, Analysen und Medizintechnik *Spectaris*, die im April durchgeführt wurde, verzeichneten rund 90% der Augenoptiker-Betriebe eine deutlich schwächere Nachfrage. Viele mussten auf eine Notversorgung umstellen, in der sie vorrangig Reparaturen ausgeführt haben.

Die SuperVista AG hat den notleidenden Partnerbetrieben Soforthilfe in Form von zwei Hilfspaketen angeboten: Zum einen frei verwendbare Liquidität, aber auch darüber hinausgehende Kredite. Diese können genutzt werden, um gegebenenfalls das Geschäft auf das neue Store-Konzept umzurüsten und so den aktuellen Anforderungen gerecht zu werden oder die technische Ausstattung zu modernisieren.

Auch das Optik-Geschäft Optiker Wittling aus dem Saarland hatte die Türen seines Geschäfts kurzzeitig geschlossen. Seit mehr als fünf Jahren arbeitet der Geschäftsführer Bernhard Wittling als Partner mit der SuperVista AG zusammen. Im Juni fiel der mit seiner Frau geplante Urlaub aufgrund der Corona-Krise aus. Dann zeigte sich für ihn eine Chance.

"Im Januar 2020 wurde das neue Store-Konzept von brillen.de vorgestellt", erklärt der Augenoptikermeister. "Ich fand es sehr interessant und hatte eigentlich geplant, es im September diesen Jahres anzugehen." Im Juni fiel ihm eine Broschüre in die Hand, in der das neue Konzept noch einmal genau vorgestellt wurde und er wusste: "Dazu kann man nicht 'Nein' sagen."

Bei dem neuen brillen.de-Store-Konzept wurden die aktuellen Anforderungen aus der Corona-Zeit aufgenommen: So können sich zum Beispiel Kunden online auf der firmeneigenen Webseite über die Angebote informieren und direkt einen Termin bei einem Optiker in ihrer Nähe buchen. Auf diese Weise kann gewährleistet werden, dass nicht zu viele Kunden im Geschäft sind. Zur Anmeldung erhalten die Kunden ein Ticket-Formular, das die Mitarbeiter über die Wahl des Angebots informiert und in dem sie alle wichtigen Daten eintragen können wie z.B. Sehschwäche, Zusatzleistungen und Fassungswahl. Nach einem kostenlosen Sehtest, der dank modernster Technik vollkommen kontaktlos abläuft, hat der Kunde Zeit, sich in Ruhe das Sortiment von brillen.de anzuschauen und seine Lieblings-Fassungen anzuprobieren. Dabei stehen ihm Mundschutz, Handschuhe und Desinfektionsmittel zur Verfügung. Hat er sich entschieden, nimmt ein Mitarbeiter alle Informationen auf und leitet diese an die SuperVista AG weiter. Die Bezahlung erfolgt ebenfalls kontaktlos.

Das Konzept ist ein Glücksgriff für alle Seiten: Es schützt nicht nur die Kunden, sondern hilft auch den Optikern, die es umsetzen. So wie dem nun entspannten und zufriedenen Augenoptikermeister Bernhard Wittling.

“Das neue Store-Konzept war die beste Entscheidung, die ich in meiner geschäftlichen Laufbahn getroffen habe”, berichtet der Augenoptikermeister stolz. “Den Vorjahresumsatz im Juli haben wir jetzt schon nach der Hälfte des Monats erreicht! Wir werden unseren Umsatz vom letzten Jahr wahrscheinlich verdoppeln. Die Umstellung hat sich damit jetzt schon absolut gelohnt.”

Das neue Store-Konzept setzt auf Effizienz und Schnelligkeit: Verschiedene Mitarbeiter übernehmen die einzelnen Schritte des Konzepts: So führt der Augenoptikermeister den Sehtest durch, während ein anderer Mitarbeiter einen weiteren Kunden bei der Wahl der Fassung unterstützt. So kann mit gleichem Arbeitsaufwand eine größere Kundenfrequenz bedient werden, ohne an Qualität der Beratung einzusparen. Eine Win-Win-Situation für Kunden und Optiker. Bernhardt Wittling bestätigt das: “Ich war wie viele meiner Kollegen zunächst skeptisch, ob Beratung und Service bei dem Konzept nicht zu kurz kommen. Nach den ersten Wochen habe ich aber bemerkt, dass das Gegenteil der Fall ist: ich kann mich sogar viel besser auf die Beratung meiner Kunden konzentrieren.”

Das Store-Konzept wird mittlerweile von den fast 60 eigenen brillen.de-Filialen und immer mehr der 600 Partner-Optikern in Deutschland konsequent umgesetzt. Doch der Hybrid-Optiker macht noch mehr: Um seine Partner und Filialen in der schwierigen Zeit zu unterstützen und die Mitarbeiter bestmöglich schützen zu können, hat das Unternehmen einen Rettungsschirm ins Leben gerufen und Hilfspakete für seine Partner-Optiker weltweit zusammengestellt.

“Uns ging es in erster Linie darum, dass unsere Partner sicher aus der Krise herauskommen, dafür haben wir den beschriebenen Rettungsschirm mit den Soforthilfen aufgespannt. Wir fassen jetzt mit allen Partnerbetrieben schnell wieder Fuß, da wir durch unsere eigene Fertigung nicht von Lieferketten anderer Unternehmen abhängig sind”, kommentiert Vorstandsmitglied Volker Grahl die angebotenen Corona-Massnahmen. “Den Preisvorteil, den diese kurze Wertschöpfungskette mit sich bringt, erfährt der Kunde durch die attraktiven Angebote, die besonders in diese angespannte Zeit passen!”

Über die SuperVista AG:

Die SuperVista AG ist ein Hybrid-Optiker im Bereich der Augenoptik. Mit den Marken "brillen.de" und der Lizenzmarke "STEINER-Vision" vertreibt das Unternehmen über ein stetig wachsendes Netzwerk von weltweit über 1.500 selbständigen Partner-Optikern komplett verglaste Brillen aus der eigenen Produktion. In Deutschland setzen über 600 Partner-Optiker das Konzept erfolgreich um. Kern des Geschäftsmodells ist das Zusammenspiel aus Online-Marketing zur Gewinnung von Neukunden und der Beratung bei Glas- und Fassungswahl, dem Sehtest und dem Anpassen der fertigen Brillen ausschließlich über die stationären Partner-Optiker und den derzeit über 50 eigenen Filialen in Deutschland.

SuperVista AG, 22. Juli 2020

Kontakt:

presse@supervista.de

SuperVista AG

Mittenwalder Str. 9

12529 Schönefeld (bei Berlin)

www.brillen.de/presse