



# DER SPASS AN KONTAKTLINSEN DARF NICHT VERLOREN GEHEN



Vor allem zwei Dingen ist es zu verdanken, dass Jürgen Kaune erfolgreich und wirtschaftlich mit Kontaktlinsen arbeitet: Der Anpasser des Monats September für moderne Ciba Vision Kontaktlinsensysteme zeigt große Begeisterung für die unsichtbaren Sehhilfen und hat seit Jahren ein Abo-System für seine Kunden etabliert.

Von Silke Sage

Schon 1998 hat Jürgen Kaune, Inhaber von kauneoptik in Wolfenbüttel, in seinem Geschäft ein Abo-System eingeführt. „Ich wollte für meine Kunden ein System entwickeln, mit dem sie rundum versorgt werden. Deswegen ist unser Abo mit einer Art Versicherung für den Kunden verbunden: Wenn zum Beispiel eine Linse kaputt geht, fällt das unter die Kulanz – der Kunde erhält kostenfrei eine neue.“ Darüber hinaus werden die Kunden an ihre Nachkontrolltermine erinnert – und zukünftig werden ihnen die benötigten Kontaktlinsen auch automatisch per Post zugesandt. „Ich habe mich entschlossen, mein eigenes Abo-System durch elina abzulösen, da dieses moderner ist, noch näher am Geist der Zeit. Die Kunden sind verstärkt im Internet aktiv, also macht es durchaus Sinn, dass sie beispielsweise per E-Mail an Termine erinnert oder über Aktionen informiert werden.“ Mit elina fühlt sich Jürgen Kaune besser gegen die Internetkonkurrenz – das „rote Tuch“ - gerüstet. „Im Vergleich zu großen und seriösen Internetanbietern liege ich etwas über dem von ihnen angebotenen Preis, aber meine Kunden wissen, dass dies u.a. dadurch bedingt ist, dass ich ihnen viele Services biete. Dafür sind sie gern bereit, mehr zu zahlen“, erzählt der 53-Jährige. Ein weiterer Vorteil für das System ist seine Wirtschaftlichkeit. „Im Kontaktlinsenmarkt steckt großes Potential – vor allem, weil die Kunden durch Herstellerwerbung immer neugieriger werden. Aus meiner Sicht muss man es schaffen, diese Kunden zum einen tatsächlich durch eine professionelle Anpassung und eine ausführliche Beratung für Kontaktlinsen zu gewinnen und sie zum zweiten in ein Abo-System zu überführen. Denn nur dann sind Kontaktlinsen auch wirtschaftlich.“ Kunden, die nur ab und an mal in den Laden kommen, seien sehr beratungsintensiv und kosteten dadurch viel Energie – das rechne sich nur selten.

## Kreative Lösungen sind gefragt

1995 hatte Kaune das Augenoptikgeschäft von seinem Vater übernommen. Er ist nun schon die vierte Generation, seit 1898 ist der Laden in Familienhand. Ab und an macht sich der Optikermeister Sorgen über den Fortbestand des Traditionshauses – nicht nur, weil seine Kinder einen anderen Weg als er einschlagen möchten. Die Konkurrenz durch die ebenfalls in Wolfenbüttel ansässigen Filialisten sei sehr stark und der Kampf um die Kundschaft hart. „Durchhalten ist meine Devise! Kreative Lösungen sind gefragt und vor allem nicht den Spaß an der Sache verlieren!“ Spaß und Begeisterung an den Kontaktlinsen sind bei Jürgen Kaune selbst und in seinem Geschäft spür- und auch sichtbar. So sind beispielsweise das Schaufenster und das gesamte Geschäft mit Kontaktlinsen dekoriert. Hier erfreut sich Kaune sehr der Unterstützung der Hersteller. „Gerade Ciba Vision macht wirklich viel, um uns Optiker beim Abverkauf der Kontaktlinsen zu helfen. Ich hänge und stelle viele Werbemittel auf und führe auch immer wieder Mailing- und Rabattaktionen durch.“ Mit einer seiner Kolleginnen, mit der er hauptsächlich die Kontaktlinsen-Kunden betreut, tauscht sich der staatlich geprüfte Augenoptiker regelmäßig über neue Trends und Technologien aus. Diese Art von Austausch ist Kaune sehr wichtig, um auf dem neusten Stand zu bleiben und auch um über den Tellerrand hinausschauen zu können. „Die kreativen Lösungen, die



nötig sind, um das Kontaktlinsengeschäft am Laufen zu halten, kommen ja nicht von ungefähr. Es ist wichtig, dass man keinen Tunnelblick entwickelt, sondern wahrnimmt, was andere Augenoptiker und auch mal andere Branchen unternehmen, um erfolgreich zu wirtschaften.“ Dafür nimmt Kaune auch ein- bis zweimal pro Jahr an sogenannten ‚Erfahrung-Gruppen‘ teil. Diese Erfahrungsgruppen bilden sich aus Marketinggruppen heraus. Kaune beispielsweise gehört der AMA Optik an, der etwa 1.500 Augenoptiker angeschlossen sind. „Diese langen Wochenenden, an denen ich mit Kollegen intensiv über diverse Themen und Erfahrungen spreche, empfinde ich als sehr fruchtbar.“

## Regelmäßige Weiterbildungen elementar für Beratung

Darüber hinaus bildet sich Kaune kontinuierlich weiter. Zwei- bis dreimal im Jahr nimmt er an Seminaren oder Weiterbildungen teil und geht zu Kongressen. „Der Kontaktlinsenmarkt entwickelt sich schnell weiter – das ist ja auch das Spannende daran. Man muss hier schauen, dass man keine Neuerung verpasst und auf dem neusten Stand bleibt. Nur dann kann ich meinen Kunden den bestmöglichen Service bieten. In der Beratung ist das elementar. Und es kommt auch bei den Kunden sehr gut an, wenn man sie beispielsweise upgradet oder sie proaktiv über die neusten Entwicklungen auf dem Kontaktlinsenmarkt informiert“, spricht Kaune aus Erfahrung.

Infos, wie Sie Anpasser des Jahres werden können, finden Sie unter [www.cibavisionacademy.de](http://www.cibavisionacademy.de) und unter [www.euro-focus.de/anpasser-des-jahres](http://www.euro-focus.de/anpasser-des-jahres)

ERFOLGSKONZEPT IN VIER STICHPUNKTEN:

1. Abo-System führen
2. Ausführliche Beratung und Anpassung
3. Begeisterung für Kontaktlinsen
4. Durchhalten und kreative Lösungen finden