

# Branchenstrukturerhebung 2019

Bezugsjahr 2018  
Stichtag: 31.12.2018



Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Energie

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

Für die bessere Lesbarkeit wird in ZVA-Publikationen nicht ausdrücklich in geschlechtsspezifischen Personenbezeichnungen differenziert. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung für alle Geschlechter.

# Intro

2019 befand sich ein Buch auf der SPIEGEL-Bestsellerliste, dessen Titel auch den demographischen Zustand unserer Branche eigentlich zutreffend beschreibt: „Alte weiße Männer“. Wie die vorliegende Branchenstrukturerhebung offenbart, sind die Inhaber augenoptischer Betriebe seit der letzten Erhebung vor vier Jahren im Schnitt zwei Jahre älter. Der Alterssprung hat sich damit gegenüber dem vorherigen Untersuchungsintervall, als das Durchschnittsalter um ein Jahr zunahm, nochmal verdoppelt. Gleichzeitig bleibt „das Kapital“ überwiegend in männlicher Hand, drei Viertel aller Betriebsinhaber sind Herren.

Diese Struktur zeigt erstens, dass unsere Branche wie unsere Gesellschaft noch relativ weit entfernt von einer realen Gleichberechtigung ist, und sie gibt uns zweitens eine ziemlich gute Idee davon, was uns mittelbar bevorsteht, nämlich die Dezimierung der Marktteilnehmer.

Denn natürlich kann man sich das gestiegene Durchschnittsalter mit der längeren Fitness heutiger Unternehmenslenker schön zu reden versuchen, aber seien wir ehrlich, es ist vor allem ein Ausdruck des Problems vieler Inhaber, eine Nachfolge für ihren Betrieb zu finden. Ein Teil dieser Betriebe wird also mittelfristig vom Markt verschwinden.

Welche Auswirkungen dies auf die augenoptische Versorgungssituation abseits der Ballungszentren haben wird, bleibt abzuwarten und hängt nicht zuletzt von der Strategie der Big Player ab, die den Markt zunehmend unter sich aufteilen.

Der Zentralverband der Augenoptiker und Optometristen führt die Branchenstrukturerhebung alle vier Jahre in Zusammenarbeit mit der GfK (Growth from Knowledge, vormals Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg) durch. Sie dient neben der detaillierten Situationsanalyse auch der Identifikation längerfristiger Trends.

Man darf also gespannt sein, wie die Situation in vier Jahren aussehen wird. Wir müssen allerdings davon ausgehen, dass die nächste Strukturerhebung bereits eine veränderte Branche vorfinden wird.

Düsseldorf, im Dezember 2019

## Zentralverband der Augenoptiker und Optometristen



Thomas Heimbach  
(Vorsitzender des Betriebswirtschaftlichen Ausschusses)

## Methode, Vorgehensweise

Vom 25. August bis zum 31. September 2019 wurde die Branchenstrukturerhebung mittels Online-Fragebogen durchgeführt. Alle Augenoptikbetriebe, deren E-Mail-Adresse bekannt war, wurden auf diesem Weg angeschrieben und um Teilnahme gebeten. An der Umfrage haben sich 747 Hauptbetriebe mit insgesamt 837 Betriebsstätten beteiligt. Bezogen auf eine Grundgesamtheit von 9.430 Augenoptikbetrieben (Betriebsstätten bundesweit ohne die zehn größten Filialunternehmen) bedeutet dies eine Rücklaufquote von 9,1 Prozent.

Die regionale Verteilung stimmt im Wesentlichen mit der tatsächlichen Verteilung der Betriebe in Deutschland überein. Somit kann die Branchenstrukturerhebung als repräsentativ für die Augenoptikbranche ohne Großfilialisten gelten. Dies ist bei allen Darstellungen und Aussagen dieser Broschüre zu berücksichtigen.

Die Erhebung wurde in Zusammenarbeit mit der GfK (Growth from Knowledge, vormals Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg) durchgeführt, die die Erstellung und den Versand des Online-Fragebogens sowie die Vorab-Auswertung übernommen hat.

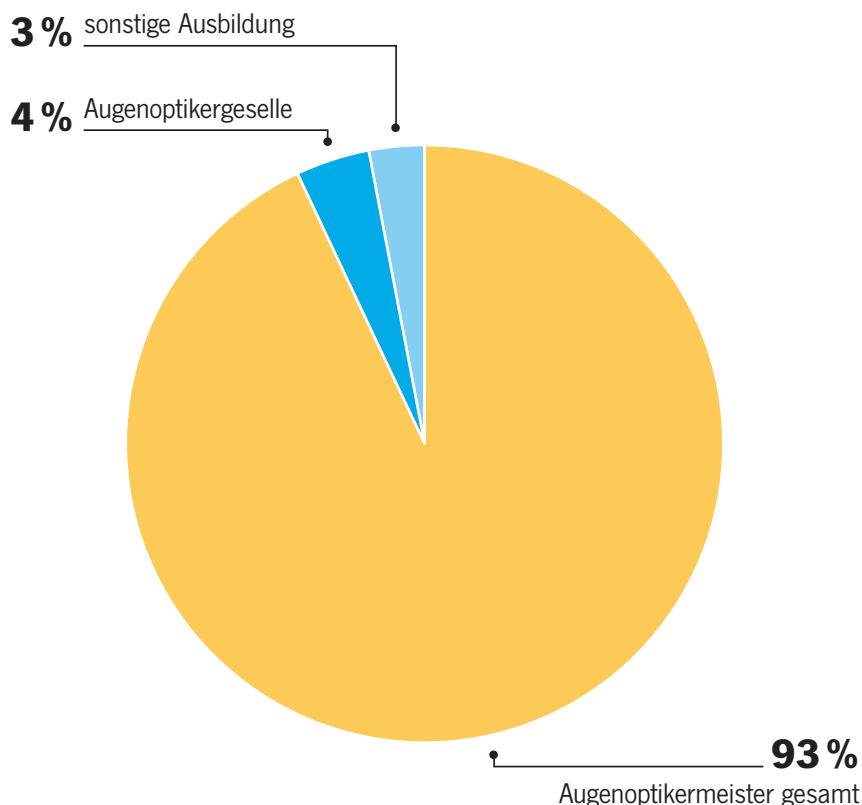
## Inhaber und Mitarbeiter

Die Aufteilung der verschiedenen Ausbildungen beziehungsweise Qualifikationen der Inhaber ist seit fast 15 Jahren nahezu identisch. Seit der letzten Erhebung hat sich nichts geändert. 93 Prozent der Inhaber eines Augenoptikbetriebes sind Augenoptikermeister, vier Prozent Augenoptikergesellen und drei Pro-

zent haben eine sonstige Ausbildung (Grafik 1). Dass der Inhaber eines Augenoptikbetriebes üblicherweise Meister ist, liegt an der Pflicht zur Meisterpräsenz in der Augenoptik als gefahrgeneigtes Gesundheitshandwerk gemäß der Handwerksordnung.

### Ausbildung des Inhabers

Grafik 1 (Quelle: ZVA)

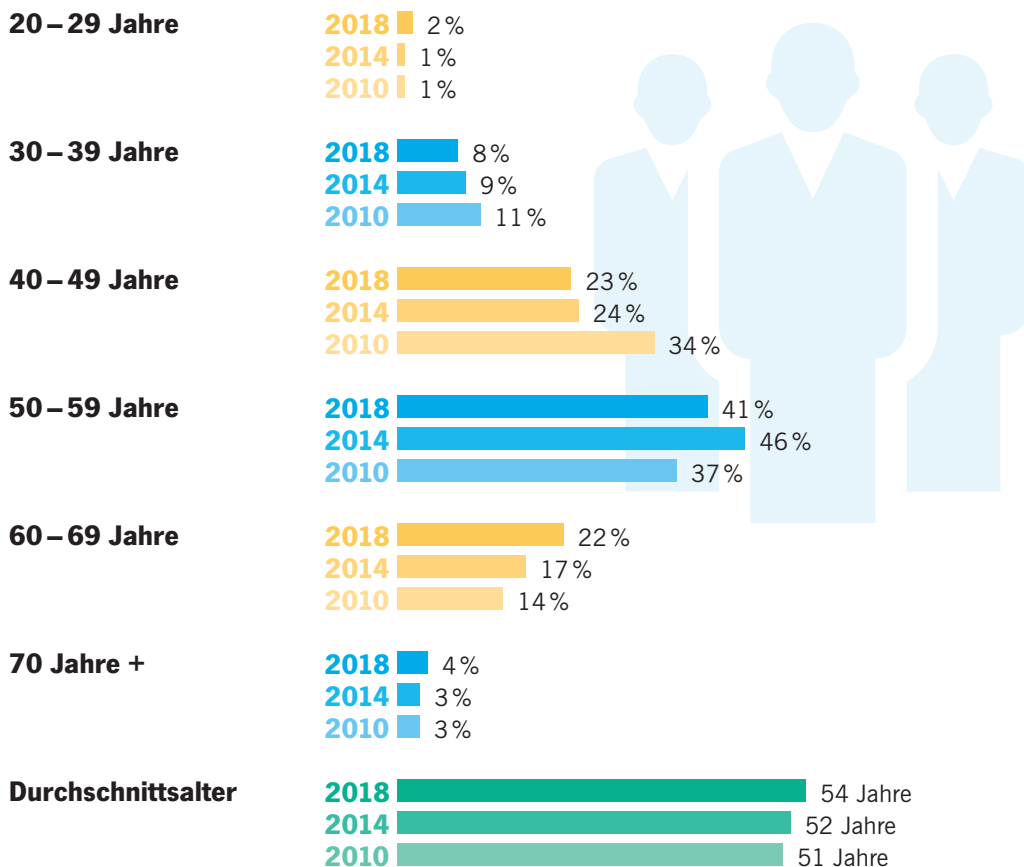


Das Durchschnittsalter der Inhaber steigt bereits seit der Branchenstrukturerhebung 2010 kontinuierlich an. 2018 lag das Durchschnittsalter bei 54 Jahren, 2014 lag es bei 52 und 2010 bei 51 Jahren. Diese Veränderung wird auch in der Altersverteilung (Grafik 2) deutlich. Der Anteil der Betriebsinhaber bis

49 Jahre ging im Vergleich zu 2010 (46 Prozent) auf ein Drittel (33 Prozent) zurück, während der Anteil der Betriebsinhaber ab 50 Jahren von einem Anteil von vormals 54 Prozent auf nunmehr zwei Drittel ansteigt. Mehr als ein Viertel der Inhaber (26 Prozent) ist 60 Jahre und älter.

## Alter des Inhabers

Grafik 2 (Quelle: ZVA)



Bei den Inhabern dominiert nach wie vor das männliche Geschlecht mit einem Anteil von ca. drei Vierteln (76 Prozent). Über alles betrachtet ist die Augenoptik jedoch ein weiblich geprägter Beruf. 61 Prozent aller Beschäftigten inklusive Inhaber sind

Frauen, die insbesondere bei den Gesellen, den Auszubildenden und den „sonstigen Mitarbeitern“ überwiegen. Bei den Meistern (inklusive Inhaber) sind nach wie vor die Männer in der Mehrzahl (Grafik 3).

## Mitarbeiter nach Geschlecht

Grafik 3 (Quelle: ZVA)

Geschlecht	Inhaber	alle Beschäftigte*	Meister*	Gesellen	sonstige Mitarbeiter	Azubi
männlich	74%	39%	58%	30%	11%	30%
weiblich	26%	61%	42%	70%	89%	70%

\* inklusive Inhaber

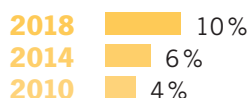
Durch die Änderungen in der Bildungslandschaft verändern sich auch die Ausbildungswege der angestellten Augenoptikermeister beziehungsweise derjenigen mit gleichgestellten Abschlüssen. Die Meisterkursausbildung bleibt mit einem Anteil von 47 Prozent auf dem Niveau früherer Auswertungen. Der Anteil der Fachschul- ausbildungen geht kontinuierlich zurück. Ihr Anteil liegt im Jahr 2018 bei 36 Prozent. Der Anteil der Fachhochschulabsolventen

mit dem Abschluss Diplom-Ingenieur für Augenoptik sinkt 2018 das erste Mal von zehn Prozent im Jahr 2014 auf sieben Prozent. Eine deutliche Zunahme ist bei den Abschlüssen Bachelor of Science/Master of Science festzustellen. Der Anteil ist von sechs Prozent im Jahr 2014 auf zehn Prozent im Jahr 2018 gestiegen (Grafik 4). Es ist davon auszugehen, dass dieser Anteil auch in Zukunft weiter steigen wird.

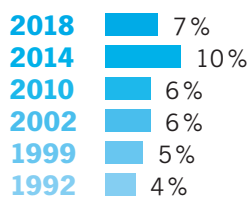
## Ausbildungsweg der angestellten Meister

Grafik 4 (Quelle: ZVA)

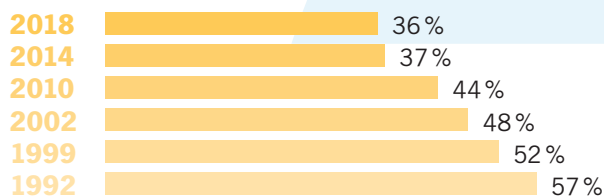
### Hochschulausbildung (Bachelor Sc./Master)



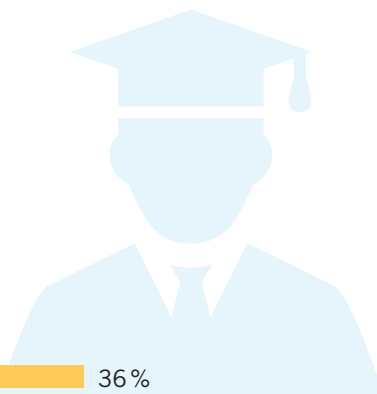
### Fachhochschulausbildung (Dipl.-Ing. Augenoptik)



### Fachschulausbildung (staatl. gepr. Augenoptiker/in)



### Meisterkursausbildung

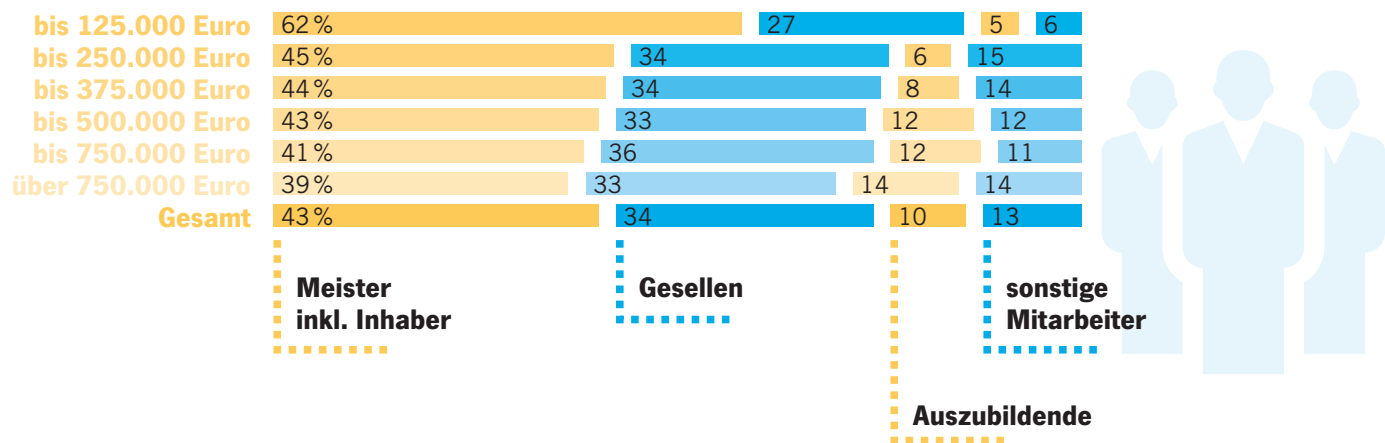


Legt man die bereinigte Beschäftigtenzahl zugrunde (unter Berücksichtigung der Arbeitszeiten), so sind in den mittelständischen Betrieben im Durchschnitt zu 43 Prozent Meister inklusive Inhaber beschäftigt, zu 34 Prozent Gesellen, zu zehn Prozent Auszubildende und zu 13 Prozent sonstige Mitarbeiter (Grafik 5). Je nach Umsatzgröße sind die Anteile unterschiedlich stark vertreten. In der Umsatzklasse bis 125.000 Euro Umsatz pro Jahr liegt der Meister bei einem Anteil von 62 Prozent. Dies ist der höchste Anteil bezogen auf die Umsatzgruppen. Zu erklären ist dies damit, dass in diesen kleinen Betrieben häufig der Inhaber – als Meister – alleine oder mit Gesellen oder sonstigen Mitarbeitern in Teilzeit oder mit einem Auszubildenden (die nur anteilig zählen) arbeitet. In den größeren Umsatzkategorien ändert sich das Bild deutlich. Hier sinkt der Anteil der Meister bis

auf 39 Prozent in der Umsatzgrößenklasse über 750.000 Euro Jahresumsatz. Der Anteil der Gesellen unterscheidet sich in den unterschiedlichen Größenklassen (mit Ausnahme der kleinsten) nicht allzu deutlich – der Anteil liegt hier zwischen 33 und 36 Prozent. Er ist bezogen auf das Jahr 2014 im Schnitt um circa fünf Prozentpunkte geringer. Dies dürfte auf die schwierige Arbeitsmarktsituation, insbesondere in Bezug auf die Gesellen, zurückzuführen sein. Deutlich zugenommen hat der Anteil der Auszubildenden. Bei den Betrieben mit einem Jahresumsatz von über 375.000 Euro liegt der Anteil der Auszubildenden im zweistelligen Bereich. Auch dies wird mit dem Mangel an auf dem Markt befindlichen Fachpersonal zusammenhängen; die Betriebe versuchen daher, ihre Mitarbeiter über eine verstärkte Ausbildungsquote selbst zu generieren.

## Beschäftigtenstruktur (Mitarbeiter inkl. Inhaber „bereinigt“)

Grafik 5 (Quelle: ZVA)





# Mitarbeitersuche

Im Rahmen der Branchenstrukturerhebung wurde erstmals nach Problemen bei der Mitarbeitersuche/Stellenbesetzung gefragt, um zu diesem Thema, das die Branche seit einiger Zeit bewegt, konkretere Aussagen treffen zu können.

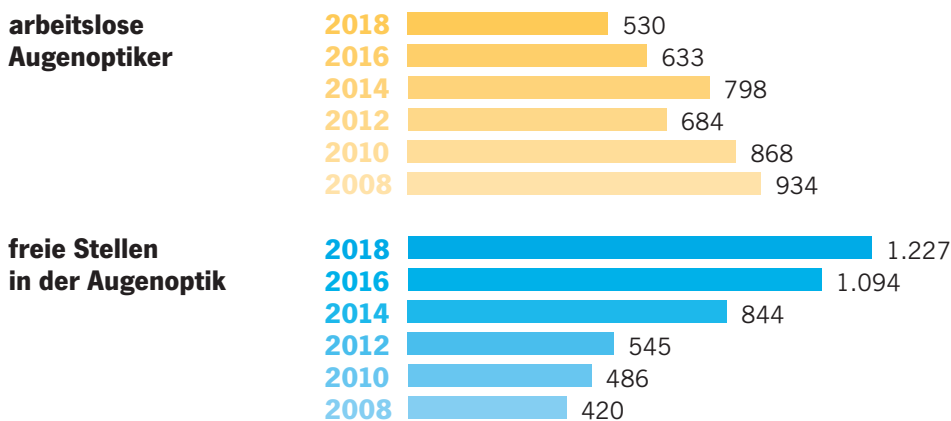
Die Zahl der arbeitslosen Augenoptiker sinkt seit Langem. Im Prinzip sind derzeit keine Arbeitslosen auf dem augenoptischen Arbeitsmarkt vorhanden. Nach einem Anstieg in den Monaten August/September, nach Auslaufen der Ausbildungszeit beziehungsweise der Studiengänge, geht die Anzahl der als arbeitslos gemeldeten Augenoptiker regelmäßig kurz nach oben, um im

Anschluss wieder auf das ehemals geringe Niveau zu sinken (Grafik 6 – Zahlen der Bundesagentur für Arbeit).

Auf die Frage, ob die Betriebe im Jahr 2018 Mitarbeiter gesucht haben, antworteten 43 Prozent mit Ja. Ein Blick auf die Umsatzgrößenklassen zeigt, dass es einen Zusammenhang zwischen Betriebsgröße und Mitarbeitersuche gibt – je größer der Betrieb, desto größer der Anteil der Betriebe, die Mitarbeiter suchen. In der Umsatzgrößenklasse über 750.000 Euro Jahresumsatz suchten zwei Drittel der Betriebe Mitarbeiter (Grafik 7).

## Der Arbeitsmarkt in der Augenoptik (Jahresdurchschnitt)

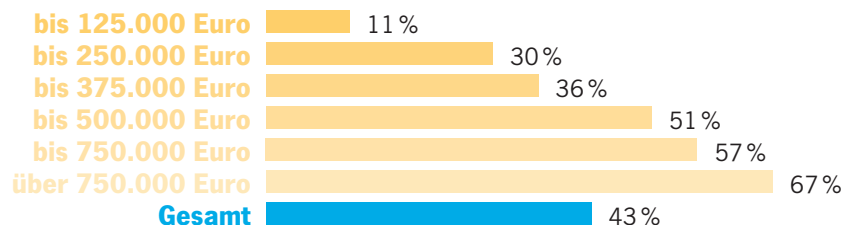
Grafik 6 (Quelle: Bundesagentur für Arbeit)



## Haben Sie im Jahr 2018 Mitarbeiter gesucht?

Grafik 7 (Quelle: ZVA)

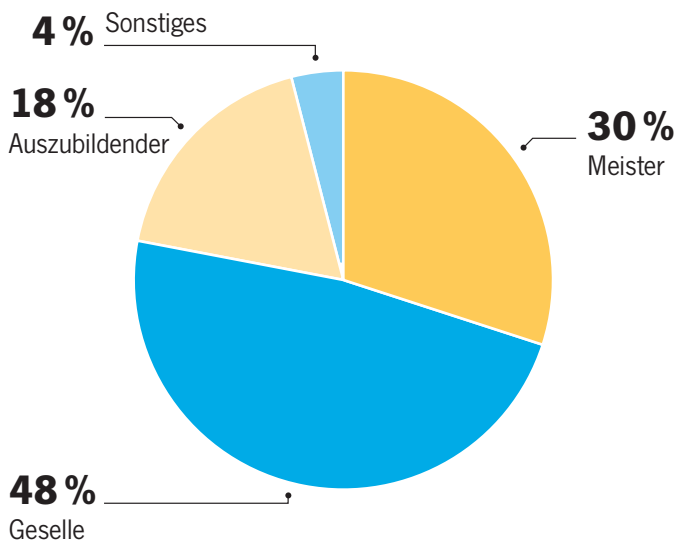
„Ja“ (nach Umsatzgrößenklassen):



Der Bedarf an Gesellen ist bei Weitem am größten. Knapp die Hälfte der gesuchten Mitarbeiter sind Gesellen, gefolgt von Meistern (und gleichgestellte Qualifikationen) mit 30 Prozent. Zu knapp einem Fünftel wurden Auszubildende gesucht (Grafik 8).

### Gesuchte Mitarbeiter nach Qualifikation

Grafik 8 (Quelle: ZVA)



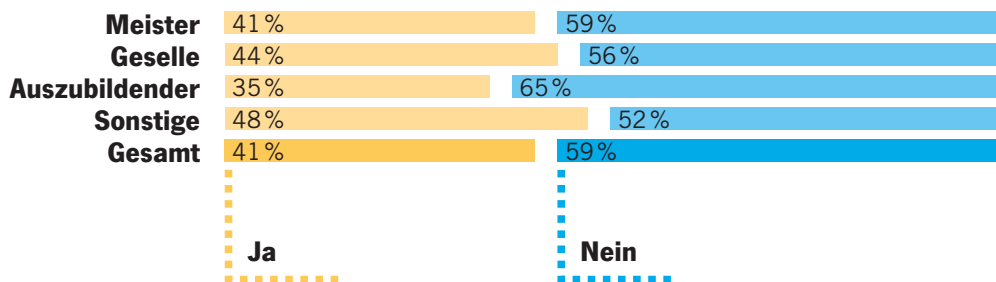
Insbesondere kleinere und mittlere Betriebe suchen Gesellen. Der Anteil liegt in den Größenklassen bis 375.000 Euro Jahresumsatz bei knapp 55 Prozent und damit deutlich über dem Gesamtdurchschnitt. In größeren Betrieben sind wiederum mehr Meister gefragt. In den Umsatzklassen über 500.000 Euro liegen die Anteile bei 34 beziehungsweise 39 Prozent.

Betriebe, die Mitarbeiter suchten, wurden gefragt, ob sie die freie Stelle **adäquat** besetzen konnten. Festzustellen ist, dass deutlich über die Hälfte der freien Stellen laut Angabe der Inhaber **nicht adäquat** besetzt werden konnten. Der Betriebsinhaber konnte also die Stelle nicht oder nicht nach seinen Vorstellungen besetzen. Hier gibt es jedoch Unterschiede bei den einzelnen Qualifikationen. Stellen für Auszubildende konnten nur zu gut einem Drittel adäquat besetzt werden, bei Meistern und Gesellen lag die Quote bei 41 beziehungsweise 44 Prozent (Grafik 9).

Auf die Frage, ob der Fachkräftemangel die wirtschaftliche Entwicklung des Betriebes hemme, antwortete über die Hälfte der Betriebe, die Mitarbeiter suchten, mit Ja. Betrachtet man die verschiedenen Umsatzgrößenklassen, so ergeben sich Unterschiede – insbesondere die Betriebe der mittleren Umsatzklasse leiden unter der derzeit schwierigen Situation, geeignete Arbeitskräfte zu finden (Grafik 10).

### Konnten Sie die Stelle adäquat besetzen?

Grafik 9 (Quelle: ZVA)



### Hemmt der Fachkräftemangel die wirtschaftliche Entwicklung Ihres Betriebes?

Grafik 10 (Quelle: ZVA)

„Ja“ (nach Umsatzgrößenklassen):





# Struktur der Betriebe nach Rechtsform, Lage, Größe

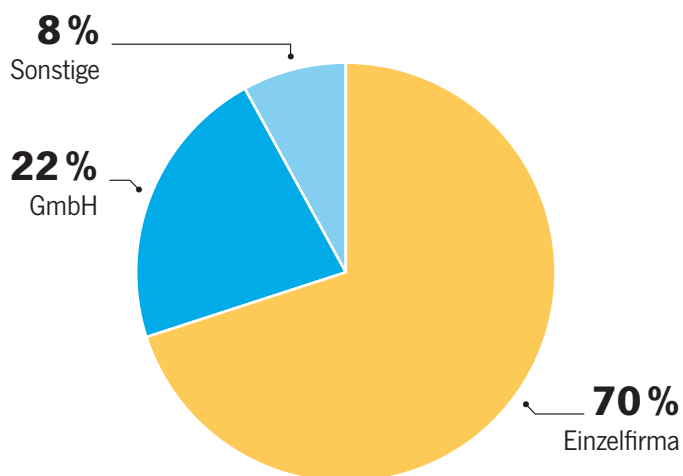
Bezüglich der Rechtsform, des Standorts, der Lage und der Größe der Betriebe hat sich gegenüber den vorangegangenen Erhebungen nichts Wesentliches geändert. Die Ergebnisse stellen eine Fortschreibung der bisherigen Situation dar.

Nach wie vor werden mittelständische Augenoptikbetriebe überwiegend (zu 70 Prozent) als Einzelfirma geführt, 22 Prozent der Unternehmen sind GmbHs. Die übrigen Rechtsformen sind eher unbedeutend. In Abhängigkeit von der Betriebsgröße sinkt der Anteil der Einzelfirma – gleichzeitig steigt der Anteil der GmbHs an (Grafik 11).

Im Durchschnitt liegt knapp die Hälfte der Betriebsstätten in Gemeinden mit bis zu 20.000 Einwohnern – lediglich zehn Prozent der Betriebsstätten liegen in Orten mit über 500.000 Einwohnern (Grafik 12). Betriebsstätten mit weniger Umsatz liegen häufiger in kleineren Städten – und umgekehrt. Hier muss jedoch beachtet werden, dass diese Aussagen nur für die mittelständischen Augenoptikbetriebe gelten und Großfilialisten nicht berücksichtigt sind.

## Rechtsform des Hauptbetriebes

Grafik 11 (Quelle: ZVA)



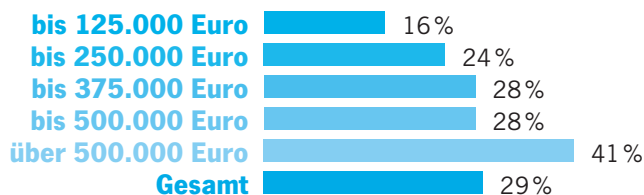
## Standort der Betriebsstätten (Einwohnerzahl)

Grafik 12 (Quelle: ZVA)

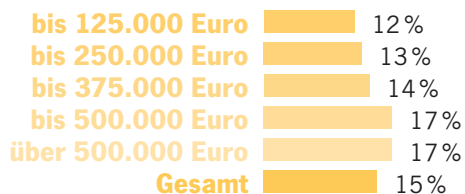
### bis 20.000 Einwohner



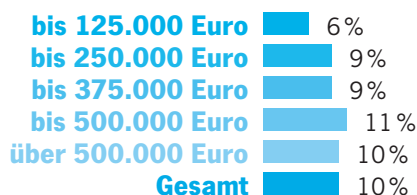
### bis 100.000 Einwohner



### bis 500.000 Einwohner



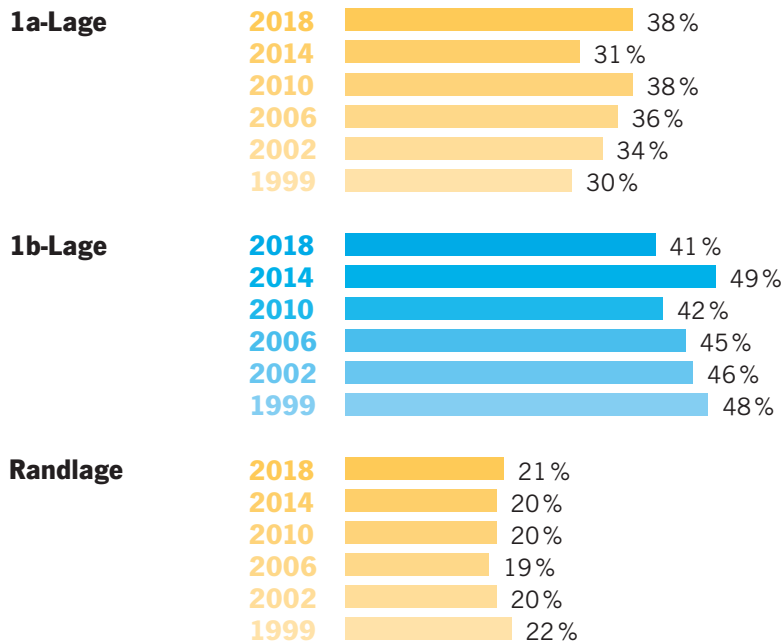
### über 500.000 Einwohner



Die Beurteilung der Lage der Betriebe (Grafik 13) beruht auf der Einschätzung des Betriebsinhabers. Bezogen auf die längerfristige Entwicklung sieht es aus, als ob das Jahr 2014 einen „Ausrutscher“ zu einem niedrigeren Anteil an 1a-Lage und größeren Anteil an 1b-Lage darstellt. Bezogen auf das Jahr 2010 beziehungsweise die Jahre davor sinkt der Anteil der 1b-Lage, die 1a-Lage steigt beziehungsweise bleibt in den vergangenen Jahren konstant.

## Lage der Geschäftsräume

Grafik 13 (Quelle: ZVA)



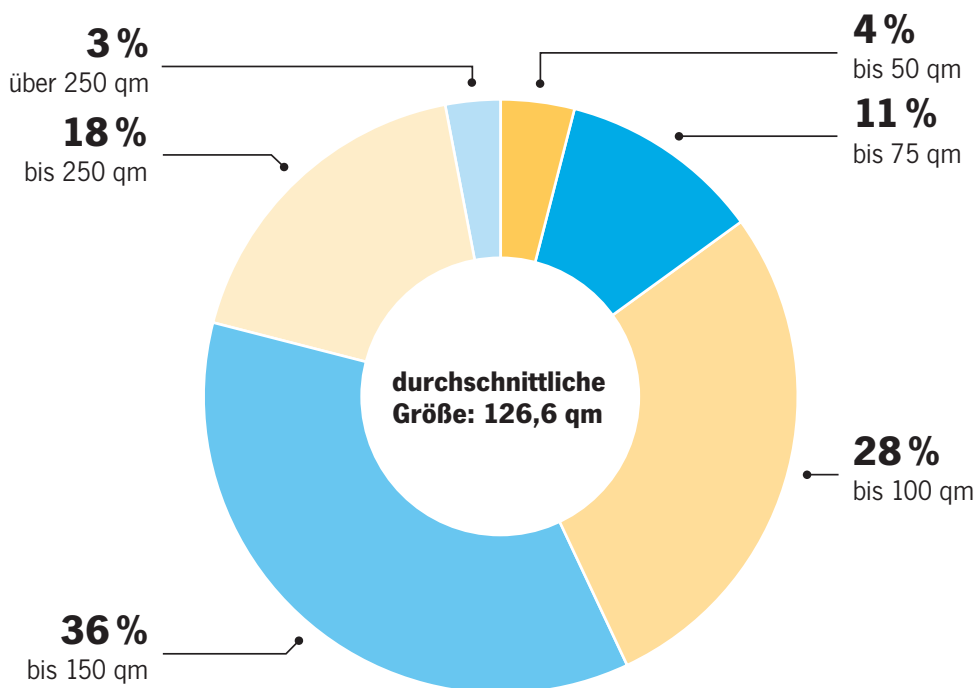
Die durchschnittliche räumliche Größe einer Betriebsstätte hat in den vergangenen Jahren zugenommen. Sie liegt 2018 bei 126,6 Quadratmetern (2014: 118,4 qm) und unterscheidet sich in West und Ost deutlich. Im Westen liegt die durchschnittliche Quadratmeterzahl bei 130,9 – im Osten bei 108,6. Grafik 14 zeigt die prozentuale Aufteilung der verschiedenen Betriebsflächen, Grafik 15 ist die prozentuale Aufteilung der Verkaufsfläche zu ent-

nehmen. Im Durchschnitt stehen den Betriebsstätten 78,5 Quadratmeter (2014: 74,9 qm) Verkaufsfläche zur Verfügung.

Der Jahresumsatz pro Quadratmeter hat sich im Vergleich zu 2014 verbessert. Er liegt für 2018 bei 3.148 Euro pro Quadratmeter – 2014 betrug er 2.972 Euro pro Quadratmeter. Die Flächenrentabilität der Betriebe hat sich somit verbessert.

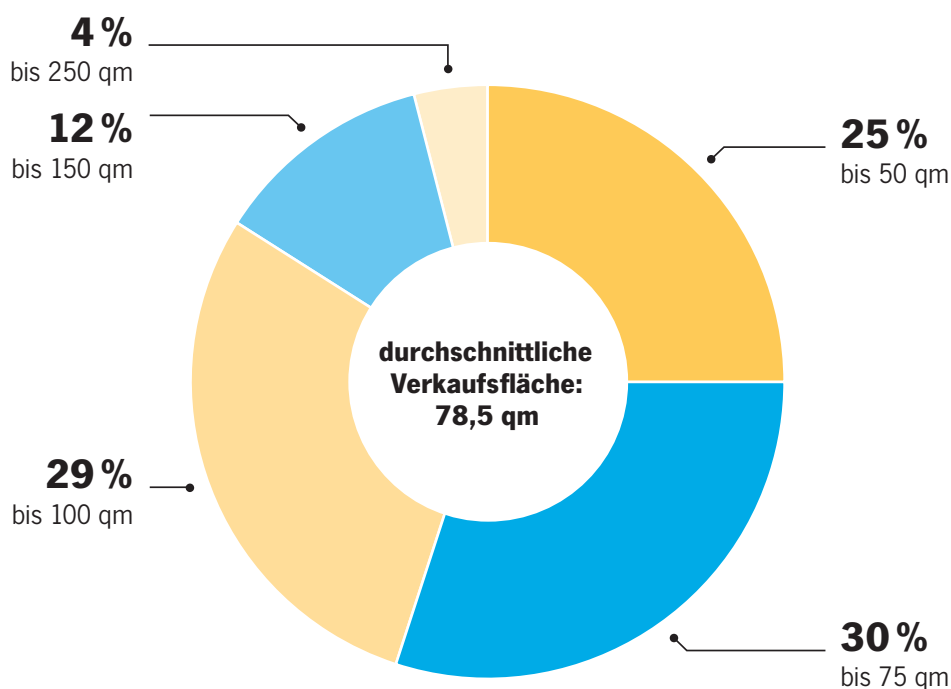
## Größe der Betriebsstätten (Gesamtfläche)

Grafik 14 (Quelle: ZVA)



## Größe der Betriebsstätten (Verkaufsfläche)

Grafik 15 (Quelle: ZVA)



# Umsatz/ Umsatzstruktur

Über die vergangenen gut 25 Jahre, in denen Branchenstrukturerhebungen durchgeführt wurden, lässt sich feststellen, dass der Anteil der Betriebsstätten mit einem Nettoumsatz bis 250.000 Euro pro Jahr rückläufig ist. Im Jahr 1992 lag dieser Anteil noch bei 58 Prozent, 2014 bei 45 Prozent und 2018 bei 33 Prozent. Gleichzeitig nimmt insbesondere der Anteil der Betriebsstätten mit bis zu 500.000 Euro Jahresumsatz zu und liegt 2018 bei 44 Prozent. Die Anteile der darüber liegenden Umsatzgruppen steigen ebenfalls an (siehe Grafik 16).

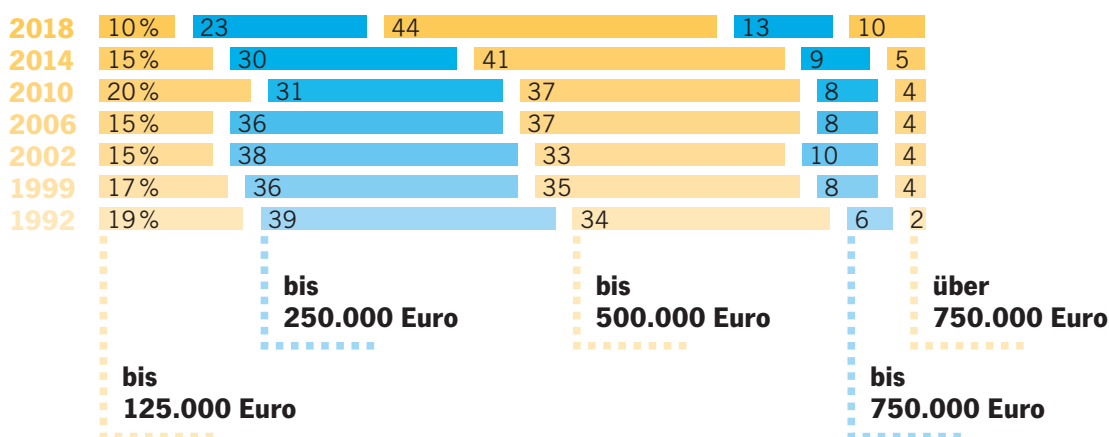
Der durchschnittliche Nettoumsatz einer Betriebsstätte beläuft sich nach der aktuellen Branchenstrukturerhebung auf 399.800 Euro und liegt damit um 19 Prozent (!) über dem Wert von 2014. Dies dürfte unterschiedliche Gründe haben. Zunächst ist die allgemeine Preisentwicklung beziehungsweise Inflationsrate zu berücksichtigen. Allerdings spielen mit Sicherheit auch die grundsätzlichen Änderungen innerhalb der Branche eine große Rolle. Die Betriebsstätten der Branche insgesamt gehen zurück –

von 11.950 im Jahr 2014 auf 11.630 im Jahr 2018. Insbesondere kleinere Betriebe, die zur Betriebsübergabe anstehen, finden keinen Nachfolger beziehungsweise keinen Käufer und schließen. Lediglich wirtschaftlich starke Betriebe sind verkäuflich. Diese gehen vermehrt an große und mittlere Filialunternehmen, die weiter expandieren. Dies führt dazu, dass kleine Betriebe vom Markt verschwinden, was wiederum zu einer Erhöhung des Durchschnittsumsatzes der Betriebe führt.

Bemerkenswert ist der nach wie vor große Unterschied zwischen West und Ost (siehe Grafik 17). Während der durchschnittliche Nettoumsatz im Westen bei 419.100 Euro liegt, generieren Betriebe im Osten lediglich einen durchschnittlichen Nettoumsatz von 318.200 Euro. Dieser Unterschied zeigt sich auch in der Verteilung der Umsatzgrößenklassen. Im Osten hat knapp die Hälfte der Betriebe (47 Prozent) einen Jahresumsatz bis 250.000 Euro. Im Westen liegen lediglich 30 Prozent der Betriebe in dieser Größenklasse.

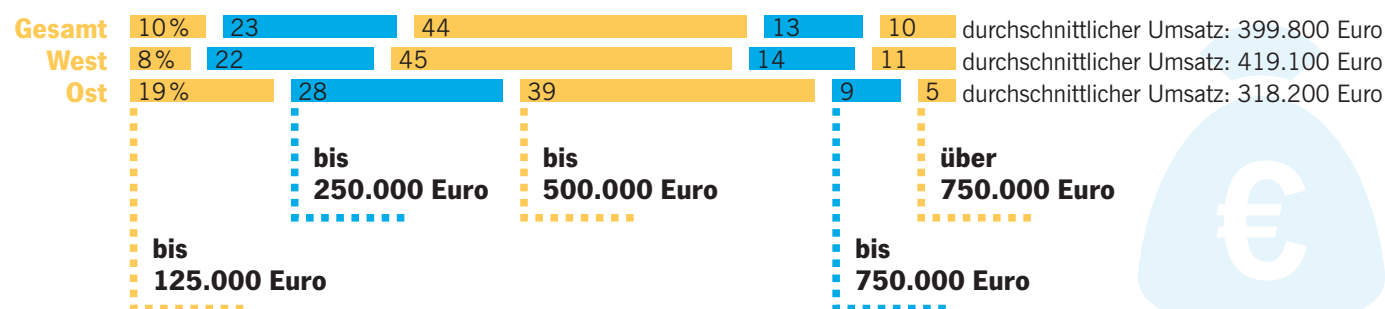
## Gesamtumsatz pro Betriebsstätte in 2018

Grafik 16 (Quelle: ZVA)



## Gesamtumsatz pro Betriebsstätte in 2018

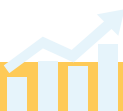
Grafik 17 (Quelle: ZVA)



Die Brillenoptik macht mit 75 Prozent den Hauptanteil des Umsatzes eines Augenoptikbetriebes aus. Dieser Anteil ist im Vergleich zu 2014 etwas gefallen. Der zweitwichtigste Umsatzträger ist mit einem Anteil von acht Prozent der Umsatz mit Kontaktlinsen. Über die letzten zwölf Jahre haben sich die Umsatzanteile leicht verschoben, gravierende Änderungen sind jedoch nicht festzustellen (siehe Grafik 18). In der aktuellen Branchenstrukturerhebung wurde erstmals nach dem Umsatz mit optometrischen Dienstleistungen gefragt. Dieser beläuft sich aktuell auf drei Prozent des Gesamtumsatzes. Auch vor diesem Hintergrund ergaben sich in der sonstigen Umsatzaufteilung leichte Verschiebungen.

Der Anteil des Brillenoptikumsatzes nimmt in den höheren Umsatzklassen ab. Dafür haben andere Bereiche wie beispielsweise Kontaktlinsen, Kontaktlinsenpflegemittel sowie Sonnenbrillen bei den größeren Betriebsstätten eine stärkere Bedeutung (siehe Grafik 19). Insbesondere in den Bereichen Kontaktlinsen und Sonnenbrillen dürften auch für kleinere Betriebe noch Umsatzpotenziale liegen.

## Entwicklung der Umsatzstruktur

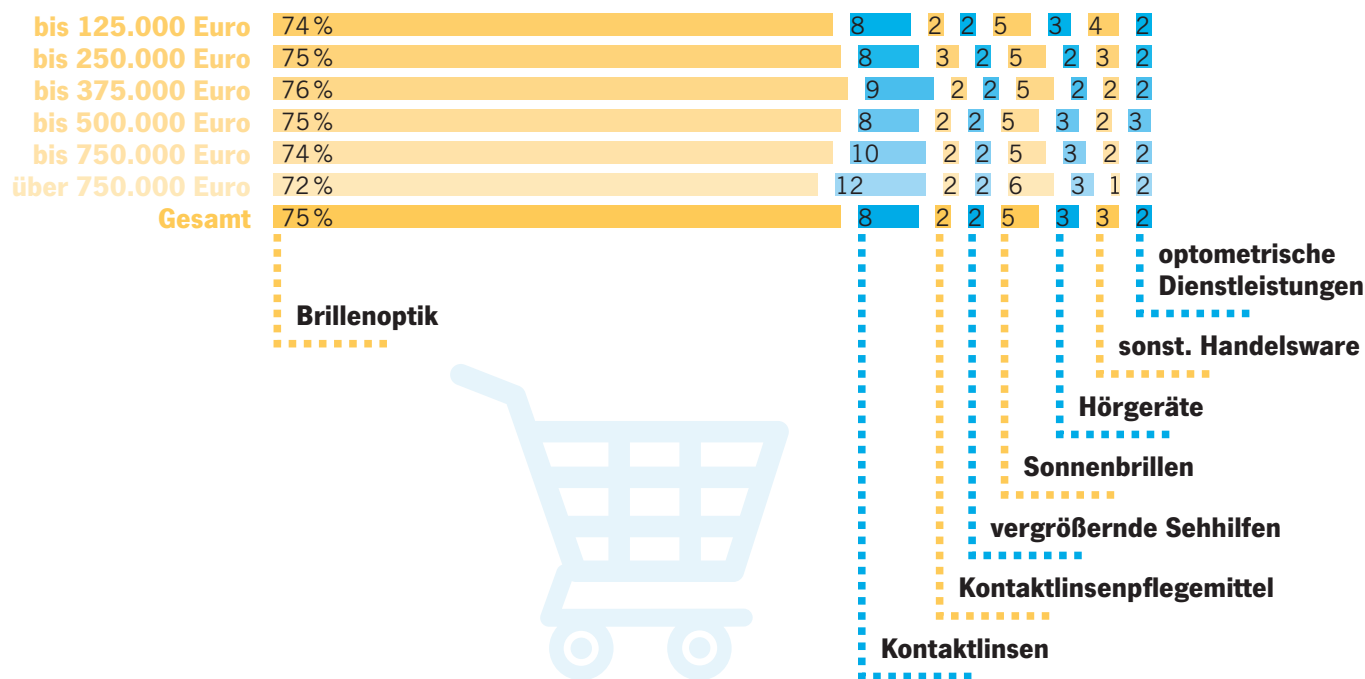


Grafik 18 (Quelle: ZVA)

	2002	2006	2010	2014	2018
Brillenoptik	79%	78%	78%	77%	75%
Kontaktlinsen	7%	7%	8%	9%	8%
Kontaktlinsenpflegemittel	2%	2%	2%	2%	2%
Sonnenbrillen	5%	5%	5%	5%	5%
Hörgeräte	2%	3%	2%	2%	3%
Sonstige Handelsware	4%	4%	4%	3%	3%
Vergrößernde Sehhilfen	1%	1%	1%	2%	2%
Optometrische Dienstleistungen	–	–	–	–	2%

## Umsatzstruktur nach Größenklassen

Grafik 19 (Quelle: ZVA)

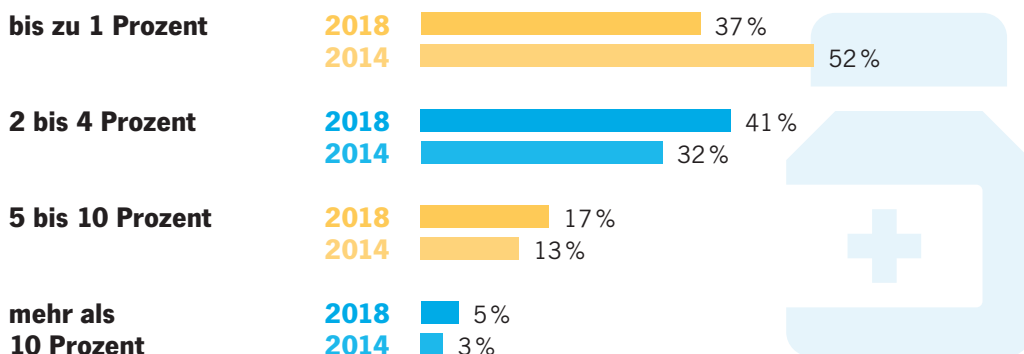


Nach Inkrafttreten des Heil- und Hilfsmittelversorgungsstärkungsgesetzes (HHVG) gewinnt die Frage nach dem Krankenkassenumsatz der Betriebe wieder an Bedeutung. Insgesamt macht der Krankenkassenanteil am Gesamtumsatz 4,2 Prozent aus und ist im Vergleich zu 2014 um 1,7 Prozentpunkte gestiegen. Etwas mehr als drei Viertel der Betriebe generieren einen Krankenkassenumsatz von bis zu vier Prozent bezogen auf den Gesamt-

umsatz. Allerdings liegt der Krankenkassenumsatz bei 17 Prozent der Betriebe zwischen fünf und zehn Prozent des Gesamtumsatzes und bei fünf Prozent der Betriebe bei zehn Prozent und mehr (Grafik 20). Dies sind in der Regel Betriebe, die sich auf komplizierte Kontaktlinsenversorgungen und/oder die Abgabe von vergrößernden Sehhilfen spezialisiert haben.

## Krankenkassenumsatz – Entwicklung der Anteile

Grafik 20 (Quelle: ZVA)



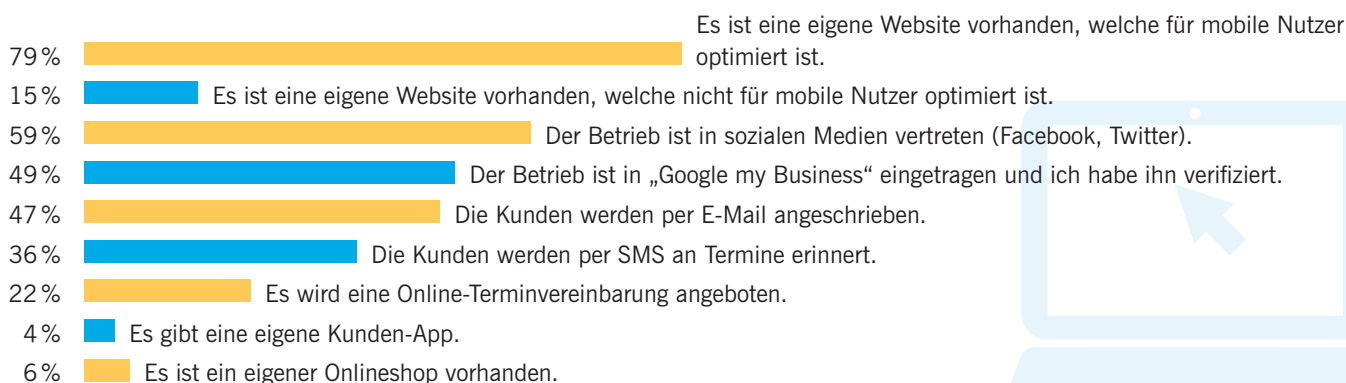
## Ausstattung der Betriebe

Insbesondere im Bereich der Nutzung des Internets hat sich in den letzten Jahren einiges geändert. Mittlerweile verfügen 94 Prozent der Betriebe über eine eigene Website (2010: 78 Prozent, 2014: 87 Prozent). 79 Prozent der Betriebe gaben an, dass ihre Website für mobile Nutzung optimiert ist. Auch

der Anteil der Betriebe, die in sozialen Medien wie beispielsweise Facebook oder Twitter aktiv sind, hat sich deutlich vergrößert. Aktuell nutzen 59 Prozent der Betriebe diese Medien. 2010 waren dies lediglich 15 Prozent und 2014 waren es 39 Prozent (siehe Grafik 21).

## EDV-Nutzung

Grafik 21 (Quelle: ZVA)



Mehrfachnennungen möglich



Im Bereich der Herstellung von Brillen hat sich bezüglich der Endrandung von Brillengläsern und der kompletten externen Fertigung von Brillen (Glazing) seit 2014 nicht mehr viel getan. Der Umfang, in dem diese Dienstleistungen von den Betrieben genutzt werden, ist seit 2014 weitgehend stabil geblieben. Der Anteil der endgerandeten Gläser stieg zwar noch etwas, demgegenüber sank der Anteil der endgefertigten Brillen.

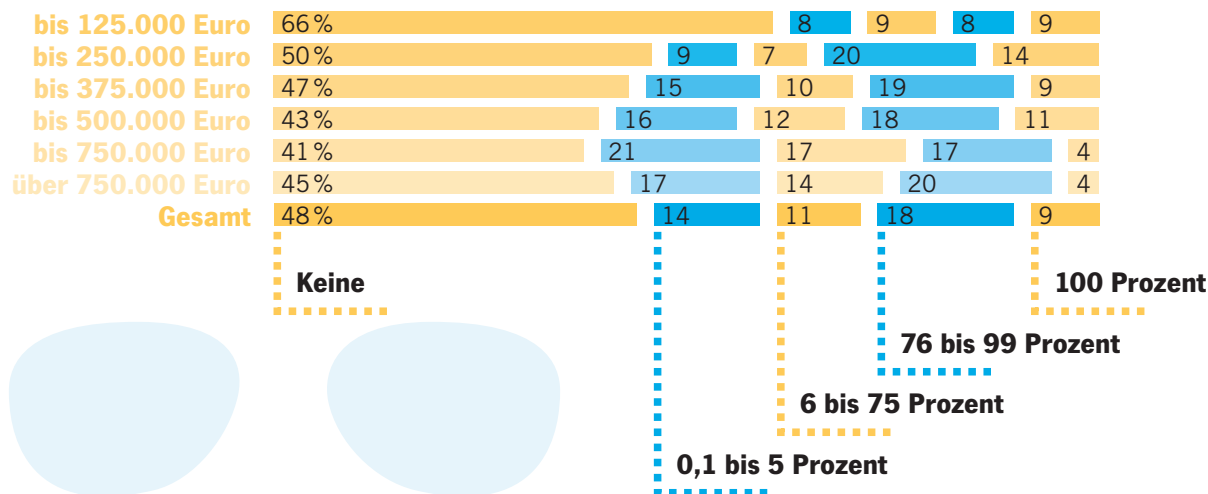
Im Gesamtdurchschnitt werden 30 Prozent der Korrektionsgläser außerhalb des Augenoptikbetriebes endgerandet. 2014 waren dies 25 Prozent und 2010 waren es 15 Prozent. 48 Prozent der Betriebe nutzen diese Möglichkeit grundsätzlich nicht. Dieser Anteil blieb verglichen mit 2014 annähernd gleich. Insgesamt lassen neun Prozent der Betriebe ihre Gläser komplett extern endranden. 2014 haben diese Möglichkeit vor allem kleine Betriebe intensiv genutzt. 17 Prozent der Betriebe mit einem Jahresum-

satz bis 125.000 Euro haben 2014 ihre Gläser zu 100 Prozent extern endranden lassen. Dieser Anteil liegt in 2018 nun bei neun Prozent. Die Anteile der Nutzung liegen bezogen auf die Umsatzgrößenklassen nicht mehr so weit auseinander wie 2014 (Grafik 22).

Seit 2014 sank der Anteil der komplett ausgelagerten Endfertigung von Brillen (Glazing). Im Gesamtdurchschnitt werden zwölf Prozent der Korrektionsbrillen außerhalb des eigenen Betriebes hergestellt. Im Jahr 2014 waren dies 15 Prozent, 2010 belief sich der Anteil auf zehn Prozent. Knapp die Hälfte der Betriebe nutzt diese Möglichkeit überhaupt nicht, nur sechs Prozent der Betriebe lassen ihre Korrektionsbrillen ausschließlich extern fertigen. Auch hier hat sich die vormals verstärkte Nutzung durch kleinere Betriebe wieder relativiert (Grafik 23).

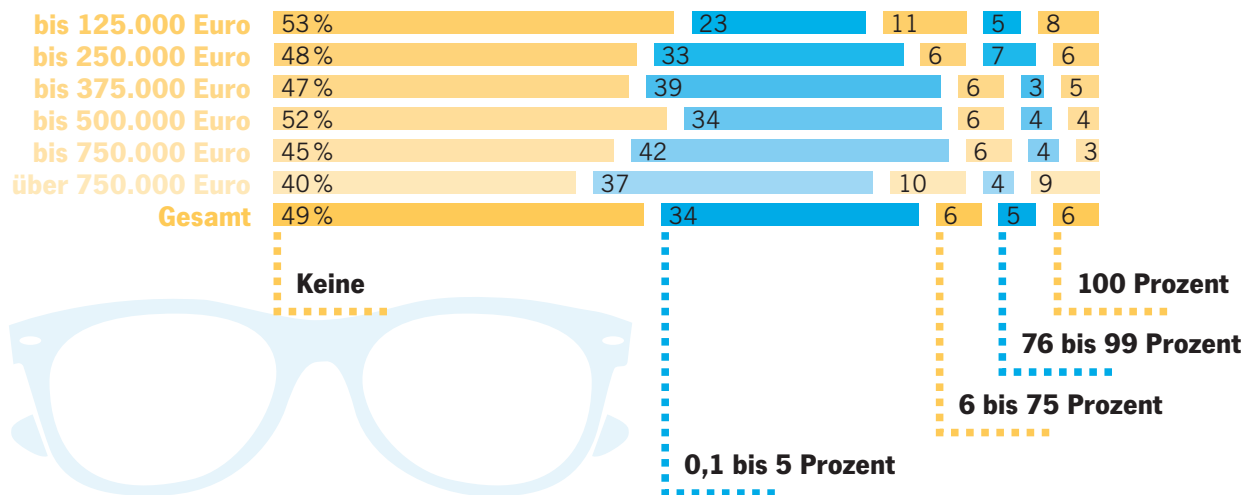
## Endgerandete Gläser

Grafik 22 (Quelle: ZVA)



## Glazing (endgefertigte Brillen)

Grafik 23 (Quelle: ZVA)



# Fazit

Die Ergebnisse der Branchenstrukturerhebung zeigen im Hinblick auf die personelle Situation der Betriebe im Wesentlichen zwei Dinge:

1. Durch das Ansteigen des Durchschnittsalters der Inhaber wird sich in den nächsten Jahren einiges am Markt bewegen, sei es durch Übernahmen dieser Betriebe oder durch Betriebsschließungen. Insgesamt kann man davon ausgehen, dass sich der Konzentrationsprozess in der Augenoptik weiter fortsetzen wird und dass wirtschaftlich gut dastehende Betriebe durch größere Filialbetriebe übernommen werden.
2. Die derzeit angespannte Situation auf dem augenoptischen Arbeitsmarkt stellt die Betriebe vor große Herausforderungen. Es werden weiterhin Anstrengungen unternommen werden müssen, dennoch Mitarbeiter zu finden. Eventuell wird die bereits jetzt schon erkennbare Tendenz zur verstärkten Ausbildung von zukünftigen Mitarbeitern zunehmen.

Die Vermutung aufgrund der Ergebnisse von 2014, dass die Auslagerung von Produktionsschritten bei der Brillenfertigung wie die Endrandung von Gläsern und die Endfertigung von Brillen weiter zunehmen wird, hat sich nicht bestätigt. Zwar nahm der Anteil der endgerandeten Gläser etwas zu, gleichzeitig fiel jedoch der Anteil der endgefertigten Brillen, so dass man insgesamt von einer Stagnation der ausgelagerten Fertigung sprechen kann.

Die Nutzung von elektronischen Medien ist in der Branche deutlich gewachsen. 94 Prozent der Betriebe gaben an, eine Website zu haben. Diese Betriebe versuchen auch, ihre Auffindbarkeit im Internet zu optimieren. Beispielsweise hat knapp die Hälfte der Betriebe einen Eintrag in „Google my Business“. Auch die Aktivitäten bei den sozialen Medien wie Facebook und Twitter haben zugenommen. Vermehrt werden digitale Prozesse zum Vorteil der Kunden eingeführt wie zum Beispiel die Online-Terminvereinbarung oder die Erinnerung an Termine per SMS. Etwa vier Prozent der Betriebe haben eine eigene Kunden-App. Dies sind kleine Bausteine im Zusammenhang mit der immer weiter fortschreitenden Digitalisierung der Branche, die die Betriebe in den nächsten Jahren weiter bewältigen müssen.

---

## Impressum:

Verantwortlich für den Inhalt: Dr. Jan Wetzel

Zentralverband der Augenoptiker und Optometristen (ZVA)  
Association of optometrists  
Alexanderstraße 25a, 40210 Düsseldorf  
Tel. +49 (0) 211 863235-0  
info@zva.de, www.zva.de

Konzeption und Redaktion: Sigrun Schmitz (s.schmitz@zva.de)