



Stephan Randler

# Online-Optiker: Boom-Markt Lesebrille

Brillenshops profitieren besonders vom Web 2.0.

Das ECommerce-Geschäft boomt auch fernab von Büchern und Textilien. Bestes Beispiel dafür sind die deutschen Online-Optiker, die bereits Millionenumsätze erwirtschaften. Und damit eindrucksvoll beweisen, wie das Online-Geschäft auch in der Nische brummen kann.

- [www.brille24.de](http://www.brille24.de)
- [www.versandhandel.org](http://www.versandhandel.org)
- [www.guut.de](http://www.guut.de)
- [www.mister-spex.de](http://www.mister-spex.de)
- [www.sehshop.de](http://www.sehshop.de)

Jascha Stein hat derzeit allen Grund zur Freude. Zumindest, was sein Business betrifft. „Wir verkaufen bis zu 800 Brillen pro Tag“, freut sich der Director E-Commerce vom Oldenburger Online-Optiker **Brille24.de**. Tendenz steigend.

In diesem Jahr peilen Stein und Kollegen einen Jahresumsatz von europaweit acht Millionen Euro an (davon fünf Millionen in Deutschland). Nicht schlecht für einen Online-Optiker, der erst vor gut einem Jahr gestartet ist. Und damit stellvertretend für einen boomenden ECommerce-Markt steht, den viele noch gar nicht so richtig auf dem Radar haben.

Zahlen vom Bundesverband des **Deutschen Versandhandels** (BVH) bestätigen, wie lukrativ der vermeintliche Nischenmarkt der Online-Optiker schon ist. Demnach haben deutsche Internetnutzer im vergangenen Jahr 240 Millionen Euro online in Drogerie-, Kosmetik- und Parfumpunkte investiert, zu denen in der BVH-Statistik auch Brillen zählen.

Zwar mag dieser Markt auf den ersten Blick noch überschaubar scheinen. Schließlich haben Onlineshopper insgesamt stolze 13,4 Milliarden Euro für Waren im

Web ausgegeben. Ein Vergleich mit anderen Nischenmärkten aber zeigt, dass die deutschen Online-Optiker auf Augenhöhe mit Internet-Apotheken liegen (ebenfalls rund 240 Millionen Euro Umsatz).

## Auf Augenhöhe mit Liveshops

Einzelne Händler wie Brille24.de spielen sogar in einer Liga mit den größten deutschen Liveshops. So erzielte beispielsweise **Guut.de** im vergangenen Jahr fünf Millionen Euro Umsatz, was sich auch der Oldenburger Online-Optiker für dieses Jahr vorgenommen hat.

Diese Erfolgsgeschichten der Internet-Optiker erinnern ein wenig an Anfänge im Online-Textilhandel. Vor gut zehn Jahren hatten Modeshops mit dem Vorurteil zu kämpfen, dass Verbraucher kein Interesse am Kauf im Web hätten. Mittlerweile aber machen Bekleidung und Schuhe laut BVH-Angaben die umsatzstärkste Warengruppe im Onlinehandel aus.

„Auch wir hören manchmal, dass man Brillen doch ausprobieren müsse und nicht online kaufen könne“, erzählt Dirk Graber, Geschäftsführer vom Online-Optiker

Mit einem geplanten Jahresumsatz von fünf Millionen Euro liegt Brille24.de gleichauf mit großen Liveshops

### Ranking: Die größten deutschen Online-Optiker

Shop					
Jahresumsatz*	5 Mio. Euro**	4 Mio. Euro**	2 Mio. Euro	0,5 Mio. Euro	0,5 Mio. Euro**
Gegründet	2007	2007	2004	2007	2008
Mitarbeiter	20	10	11	7	5
Korrekturbrillen***	✓	✓	✓	✓	✓
Sonnenbrillen	✓	✓	✓	✓	✓
Kontaktlinsen	—	✓	✓	—	—
Besondere Features	Tagging, Anprobe	Shop-Blog	Online-Anprobe	Live-Shopping	Rückruf-Service
Webadresse	<a href="http://brille24.de">brille24.de</a>	<a href="http://mister-spex.de">mister-spex.de</a>	<a href="http://netzoptiker.de">netzoptiker.de</a>	<a href="http://sehshop.de">sehshop.de</a>	<a href="http://sehtraeume.com">sehtraeume.com</a>

Quelle: Unternehmensangaben/HighText-Recherchen; Grafik: HighText Verlag \* = für Deutschland; \*\* = geplant für 2009; \*\*\* = Brillen mit geschliffenen Gläsern, der Sehschärfe entsprechend



Jascha Stein, Director E-Commerce und  
Gesellschafter Brille24.de:

„Wir verkaufen bis zu 800 Brillen pro Tag.“

### Brillen-Live-Shopping: Tagesschnäppchen im Sehshop

Mister Spex. „Doch die meisten unserer Kunden sind völlig begeistert und schreiben uns, dass ihre Brille wie angegossen sitzt.“ Was ein Blick auf die Kundenmeinungen im Shop bestätigt.

Um Internetnutzer beim Online-Brillenkauf zu unterstützen, bieten viele Web-Optiker eine virtuelle Anprobe. Bei Brille24.de beispielsweise können Nutzer ein eigenes Foto hochladen, Augenabstand angeben und anschließend ihre individuelle Brille bestellen: in aller Ruhe und ohne, dass ein Verkäufer stört oder Druck ausübt.

Weiterer Vorteil: Online-Optiker sind in der Regel deutlich günstiger als ihre Konkurrenz vor Ort. Bei Brille24.de etwa kostet jede Sehhilfe immer nur 39,90 Euro. Eine deutliche Ersparnis im Vergleich zum lokalen Optiker, der für ähnliche Gestelle und Gläser schon einmal bis zu 300 Euro berechnet.

Die günstigen Preise können Online-Optiker bieten, indem sie auf einen Großteil der handelsüblichen Marge verzichten. So zahlt ein Optiker in der Regel für eine Brille einen Einkaufspreis zwischen 20 und 50 Euro. Während die stationären Händler aber vor allem von viel Marge bei vergleichsweise wenig Kunden leben, finanziert sich die Online-Konkurrenz über die pure Masse.

Um möglichst viele Kunden zu begeistern, setzen die Shopbetreiber daher gerne auf Web-2.0-Features. Eine iBusiness-Analyse zeigt: Sechs von zehn Online-Optikern bieten bereits 3D-Ansichten oder Zoomfunktionen, damit Kunden ihre Brillen online unter die Lupe nehmen können. Ebenfalls beliebt sind Bewertungs- und Empfehlungssysteme, die in jedem

zweiten Shop zu finden sind. Schließlich nimmt positives Feedback anderer Kunden die Scheu vor dem Online-Brillenkauf.

Am zwonulligsten sind die Onlineshops von Brille24.de und Mister Spex. Während die Oldenburger fast alle relevanten Features bieten, betreibt Mister Spex den bislang einzigen Brillen-Blog. „Mit dem Angebot wollen wir unsere Sortimentskompetenz unterstreichen und Brillen mehr als Lifestyle-Optik denn als medizinisches Übel positionieren“, erklärt Geschäftsführer Graber.

Ein spannendes Feature bietet auch der Sehshop. Dort gibt es in bester Live-Shopping-Tradition von Montag bis Freitag eine neue Brille im Sortiment: bis zum nächsten Werktag und solange der Vorrat reicht.

„Mit unseren Tagesangeboten schaffen wir mehr Vielfalt und zusätzliche Anreize für Kunden, unseren Shop regelmäßig zu besuchen“, argumentiert Sehshop-Geschäftsführer Manuel Hualde.

Um die Stickiness zu erhöhen, sind Merkzettel oder Wunschlisten ein probates Mittel. Die meisten deutschen Online-Optiker haben hier aber Nachholbedarf. Gleiches gilt übrigens für Bewegtbilder, die bislang noch in keinem Shop zu sehen sind.

Wenn die Shopbetreiber hier nachrüsten, dürften die Umsätze noch stärker steigen als erwartet. Vielleicht also hat Jascha Stein bald noch mehr Grund zur Freude. Was sein Business betrifft.

Brillenkauf leicht gemacht: Eine virtuelle Anprobe erleichtert die Kaufentscheidung



Viele Web-2.0-Dienste sind bei Online-Optikern schon Standard

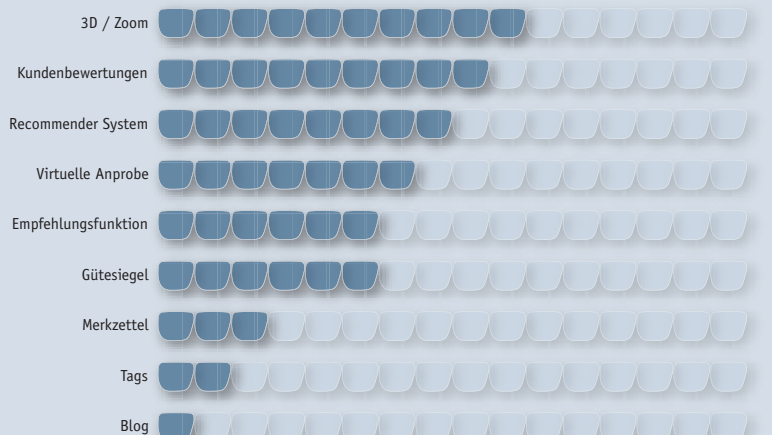
## DER TREND

Je erfahrener Onlineshopper sind, umso eher kaufen sie auch Güter des täglichen Bedarfs im Web. Der Online-Brillenmarkt hat daher seine beste Zeit erst noch vor sich.

## TRENDINDIKATOR

Sobald weitere Shops an den Markt treten und große Versender ihr Sortiment um Brillen erweitern, zieht das Geschäft weiter an.

## Welche Features deutsche Brillenshops bieten



Quelle: + Grafik: HighText Verlag

■ = Angebotene Features bei 16 Online-Brillenshops