

Branchenreport 2023

Augenoptiker

WZ-Code 47.78.1



Finanzgruppe
Branchendienst



1 Branche in Kürze

Prosperierendes Marktumfeld

Generell bewegen sich Augenoptiker in einem wachsenden Markt, denn die Demografie bringt automatisch (Neu-)Kunden in die Geschäfte. Immer mehr Kinder und Jugendliche sind kurzsichtig. Hinzu kommt der zusehends digitale Lebensstil und die vermehrte Bildschirmarbeit, was die Anforderungen an gutes Sehen erhöht. Das Bewusstsein der Bevölkerung rund um die Augengesundheit ist hoch. Innovationen der zuliefernden Augenoptischen Industrie (neue Gläser- und Kontaktlinsentechnologien oder Spezialsehhilfen z.B. für Sport oder Bildschirmarbeitsplatz) sollen zu Zusatzkäufen motivieren.

Stark steigende Kosten (Energie, Personal, Inflation, Einkauf)

Getrübt wird die Stimmung in der Branche jedoch durch die geopolitische Lage, die Energiekrise, die hohe Inflation etc., was in eine getrühte Konsumlaune mündet. Hinzu kommen der Fachkräftemangel mit entsprechend steigenden Personalkosten und eine hohe Verhandlungsmacht der Lieferanten, die ihrerseits höhere Kosten auf die Optiker umlegen. Das wird ab 2022 in einer rückläufigen Branchenmarge resultieren, wobei die Umsätze der Optiker sich auch weiterhin positiv entwickeln werden, zumal immer mehr – insbesondere kleinere Betriebe, die eine gewisse Umsatzgröße nicht erreichen – den Markt verlassen werden. Das Jahr 2022 war für (größere) Betriebe in Einkaufszentren bzw. Filialisten überdurchschnittlich gut. Diese hatten jedoch zuvor während der **Pandemie** schlechtere Verkaufszahlen als z.B. die Optiker in Stadtrandlagen.

Auszug aus Kap. 6: Chancen und Risiken im Überblick

Chancen
Hochwertige und margenstarke Gleitsichtgläser
Marktpotenziale (Demografie, Spezialbrillen etc.)
Risiken
Margendruck insbesondere bei kleinen Betrieben
Stark steigende Kosten (Energie, Inflation, Personal)

Quelle: Branchendienst der Sparkassen-Finanzgruppe

Unternehmerisches Geschick und Digitalisierung sind zentral

Der Filialisierungsgrad wird weiterhin zunehmen, umso wichtiger sind für den inhabergeführten Einzelbetrieb eine klares Profil, unternehmerisches Geschick und Offenheit gegenüber digitalen Lösungen. Digitalisierung ist für ihn unabdingbar, denn sowohl die großen Filialisten als auch die aus dem Onlinehandel kommenden Konkurrenten treiben mit ihren hybriden bzw. Multichannel-Strategien die Veränderungsdynamik in der Branche an. Entsprechend kann nicht mehr konsequent zwischen online oder offline unterschieden werden. Die Customer Journey verlangt beides, für Kunden, aber auch zur Image-/Markenkernbildung, um z.B. Fachkräfte und Auszubildende in einem leergefegten Arbeitsmarkt gewinnen zu können.

Deutschland ist ein traditionell starkes Brillen- bzw. Gläserland, d.h., der Anteil der Kontaktlinsenträger ist vergleichsweise niedrig, die Bereitschaft hingegen, für innovative und komplexe Multifokalgläser Geld auszugeben, hoch. Hochwertige Gleitsichtbrillen sind auch weiterhin Umsatzträger Nummer eins bei den stationären Optikern. Da im Normalfall der Kunde selbst für die Sehhilfen aufkommt, kann von einer zunehmenden Preissensitivität der Nachfrager ausgegangen werden. Gleichzeitig ist die Bereitschaft, in gutes Sehen zu investieren, hoch.

Die Branche weist insgesamt geringe Nachhaltigkeitsrisiken auf (S-ESG-Branchenscore Note B).

Inhalt

1	Branche in Kürze	2
2	Branchenbeschreibung	4
3	Branche in Zahlen	6
3.1	Volkswirtschaftliche Kennzahlen	6
3.2	Branchenspezifische Kennzahlen der Sparkassen-Finanzgruppe	13
4	Branchenwettbewerb	19
4.1	Wettbewerbssituation	19
4.2	Bedeutende Unternehmen	24
5	Rahmenbedingungen	27
6	Trends und Perspektiven	31
	Glossar	35
	Programm der Branchenreports 2023	39
	Impressum	40



Durchblick ist einfach.
Wenn man einen
Finanzpartner hat,
der die Branche genau
kennt.

