

Zentralverband der
Augenoptiker
und Optometristen



2019/2020

Brillenstudie 2019

Ergebnisse der Allensbacher Untersuchung
zum Sehbewusstsein der Deutschen
(Untersuchungsteil für den Zentralverband
der Augenoptiker und Optometristen)

Das Institut für Demoskopie Allensbach führt regelmäßig im Abstand von wenigen Jahren im Auftrag des Kuratoriums für gutes Sehen eine Brillenstudie durch. Das Sehbewusstsein der Deutschen wird bereits seit 1952 regelmäßig durch repräsentative Bevölkerungsumfragen ermittelt. Im Jahr 2019 hat der Zentralverband der Augenoptiker und Optometristen (ZVA) im Rahmen der Brillenstudie einige Fragen finanziert. Diese Fragen beziehen sich auf Themen wie die Anzahl der sehtauglichen Brillen pro Brillenträger, Kaufmotive und Potenziale für Zusatzbrillen, den Einsatz von Sport-, Freizeit- und Sonnenbrillen, das Tragen von Kontaktlinsen sowie das Vertrauen in den eigenen Augenoptiker. Die Ergebnisse der Auswertung sollen im Folgenden vorgestellt werden.

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

Brillenträger in Deutschland

41,1 Millionen Erwachsene (ab 16 Jahren) tragen in Deutschland eine Brille, darunter 23,4 Millionen ständig und weitere 17,7 Millionen gelegentlich. Der Anteil der Brillenträger ist in Deutschland langfristig deutlich gewachsen – im Jahr 1952 lag dieser in Westdeutschland bei 43 Prozent. In den vergangenen Jahren hat sich der Anteil stabilisiert und liegt für das Jahr 2014 in Deutschland bei 63,5 Prozent. Im Jahr 2019 gab es mit 66,6 Prozent Brillenträgern einen deutlichen Sprung nach oben. Frauen tragen mit einem Anteil von 70 Prozent deutlich häufiger eine Brille als Männer. Mit zunehmendem Alter nimmt auch der Anteil der Brillenträger zu. Die Altersgruppe ab 60 Jahren trägt zu über 90 Prozent eine Brille (Tabelle 1).

Tabelle 1

Anteil Brillenträger

	2019	2014
insgesamt ab 16 Jahre	67%	63%
Männer ab 16 Jahre	63%	59%
Frauen ab 16 Jahre	70%	67%
20- bis 29-Jährige	36%	32%
30- bis 44-Jährige	44%	38%
45- bis 59-Jährige	74%	73%
60-Jährige und Ältere	91%	92%

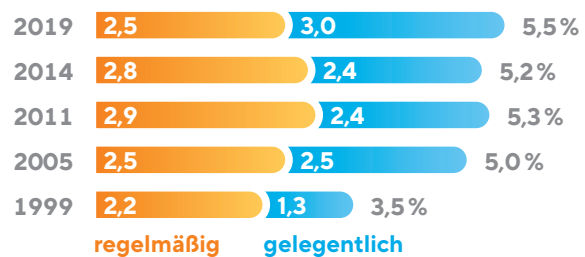
Quelle: Brillenstudie 2019, Institut für Demoskopie Allensbach

Kontaktlinsenträger in Deutschland

Circa 5,5 Prozent der Bundesbürger ab 16 Jahren bezeichnen sich aktuell als Kontaktlinsenträger. Dies sind in absoluten Zahlen 3,4 Millionen Bundesbürger. 2,5 Prozent der Bevölkerung tragen ihre Kontaktlinsen regelmäßig, weitere drei Prozent gelegentlich, zum Beispiel im Wechsel mit einer Brille. Der Anteil der Kontaktlinsenträger blieb in den letzten Jahren (seit 2005) recht stabil (Grafik 1). Allerdings unterscheiden sich die Anteile in West und Ost deutlich. Während sich der Anteil der Kontaktlinsenträger im Westen auf 6,1 Prozent beläuft, liegt er im Osten lediglich bei 2,6 Prozent.

Grafik 1

Anteil Kontaktlinsenträger



Quelle: Brillenstudie 2019, Institut für Demoskopie Allensbach

Sehtaugliche Brillen

Die subjektive Zufriedenheit der Brillenträger mit ihrer Sehleistung ist auch 2019 ausgesprochen hoch. 95 Prozent der Brillenträger sind zufrieden damit, „wie sie mit ihrer Brille sehen können“. Diese Prozentzahl teilen sich ungefähr zur Hälfte Personen, die „vollkommen zufrieden“ sind und Personen, die „im Großen und Ganzen“ zufrieden sind.

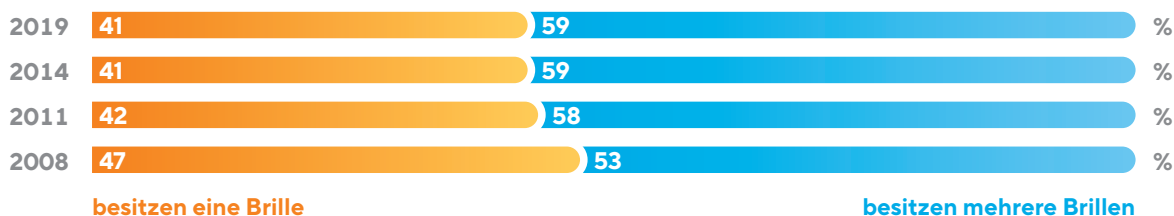
Die meisten Brillenträger besitzen mehr als eine Brille. Im Rahmen der Befragung zur Brillenstudie 2019 gaben 59 Prozent der Brillenträger an, mehrere Brillen zu besitzen. Allerdings verfügen immer noch vier von zehn Brillenträgern lediglich über eine einzige sehtaugliche Brille. Diese Relation blieb über die vergangenen acht Jahre relativ stabil. Bezogen auf 2008 stieg der Anteil jedoch an, damals besaß nur

etwas mehr als jeder Zweite mehr als eine sehtaugliche Brille (Grafik 2).

Das Ergebnis, dass nur knapp drei Fünftel der Brillenträger mehrere Brillen besitzen, überrascht jedoch. Zumindest eine Ersatzbrille sollte jeder Brillenträger vorhalten. Die Gründe, warum Brillenträger nur eine Brille besitzen, wurden im Rahmen der Studie ebenfalls erfragt. Zwei Drittel gaben hierzu an, dass sie der Überzeugung seien, eine Brille reiche aus. Weitere wichtige Gründe, nur eine und nicht mehrere Brillen zu besitzen, sind optische und finanzielle Erwägungen. Knapp ein Drittel nennt als Begründung, dass ihnen ihre einzige Brille so gut passt, dass sie keine weitere benötigten. Für immerhin ein Viertel ist die Anschaffung einer zweiten Brille zu teuer (Tabelle 2).

Grafik 2

Die Mehrheit der Brillenträger besitzt mehr als eine Brille



Quelle: Brillenstudie 2019, Institut für Demoskopie Allensbach

Tabelle 2

Gründe, nur eine Brille zu besitzen

	2019
Ich finde es überflüssig, mehrere Brillen zu haben, eine Brille reicht mir.	67 %
Meine Brille passt richtig gut zu mir, da brauche ich gar keine andere.	31 %
Eine zweite Brille ist mir zu teuer.	25 %
An meine Brillengläser habe ich mich gewöhnt, da möchte ich mich nicht auf andere Gläser umstellen müssen.	14 %
Ich habe vor, mir eine zweite Brille zu kaufen, bin bislang aber noch nicht dazu gekommen.	10 %
Eine zweite Brille anzuschaffen, ist mir zu aufwendig, zu mühsam.	4 %

Quelle: Brillenstudie 2019, Institut für Demoskopie Allensbach

Gründe für einen Brillenkauf – Potenziale für Zusatzbrillen

Der Hauptgrund, sich eine neue Brille zu kaufen, ist nach wie vor schlechtes Sehen. So geben 89 Prozent der befragten Brillenträger (ab 16 Jahren) an, „weil ich mit der Brille nicht mehr gut sehen kann“, gefolgt von „wenn die Gläser zu sehr zerkratzt sind“. Knapp jeder fünfte Brillenträger gibt an, eine neue Brille zu kaufen, wenn sie für bestimmte Gelegenheiten benötigt wird, zum Beispiel für den Sport oder die Arbeit am Computer. Jeweils knapp elf Prozent gaben darüber hinaus als Gründe an: „wenn ich mein Aussehen verändern möchte“ sowie „wenn ich eine Brille sehe, die mir besonders gut gefällt“.

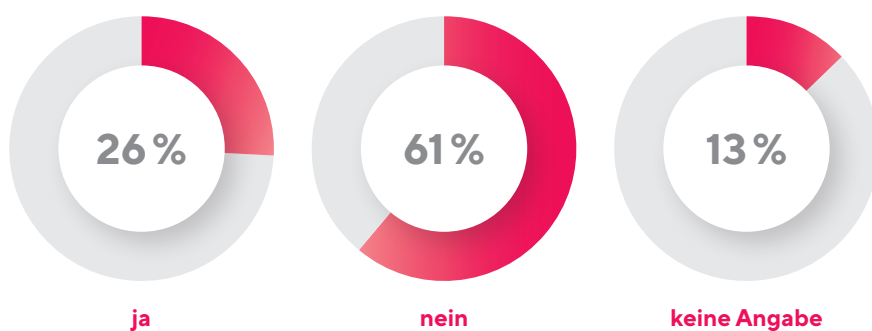
Eine gute Gelegenheit, Kunden zu weiteren Brillenkäufen zu motivieren, ergibt sich direkt beim Beratungsgespräch vor Ort im Betrieb. Allerdings wird beim Brillenkauf nur jeder vierte Kunde vom Augenoptiker darauf angesprochen, weitere zusätzliche Sehhilfen zu erwerben (Grafik 3). Hierbei wird überwiegend der Kauf einer weiteren Brille empfohlen (74 Prozent), zu elf Prozent wird der Kauf mehrerer zusätzlicher Brillen angeboten, zu 15 Prozent wird der zusätzliche Kauf von Kontaktlinsen angeregt.

Eine separate Betrachtung von Augenoptik-Einzelgeschäften und Betrieben von größeren Augenoptik-Filialisten zeigt, dass in Filialbetrieben häufiger in Richtung Mehrbrillenkauf beraten wird als in Einzelgeschäften. Konkret wird in Filialbetrieben jeder dritte Kunde auf den Kauf mehrerer Sehhilfen angesprochen, während in Einzelbetrieben lediglich jeder Fünfte entsprechend beraten wird.

Die Brillenstudie zeigt eindeutig, dass Beratung wirkt. Der Anteil der Kunden, die mehrere Sehhilfen kaufen, ist bei einer entsprechenden Beratung deutlich höher, als wenn keine Beratung erfolgt. Ohne Beratung kaufen 17 Prozent der Kunden mehrere Sehhilfen, während bei einer entsprechenden Ansprache der Kunden ein Anteil von 35 Prozent mehrere Sehhilfen erwirbt. Der Anteil verdoppelt sich also bei einer entsprechenden Beratung (Grafik 4).

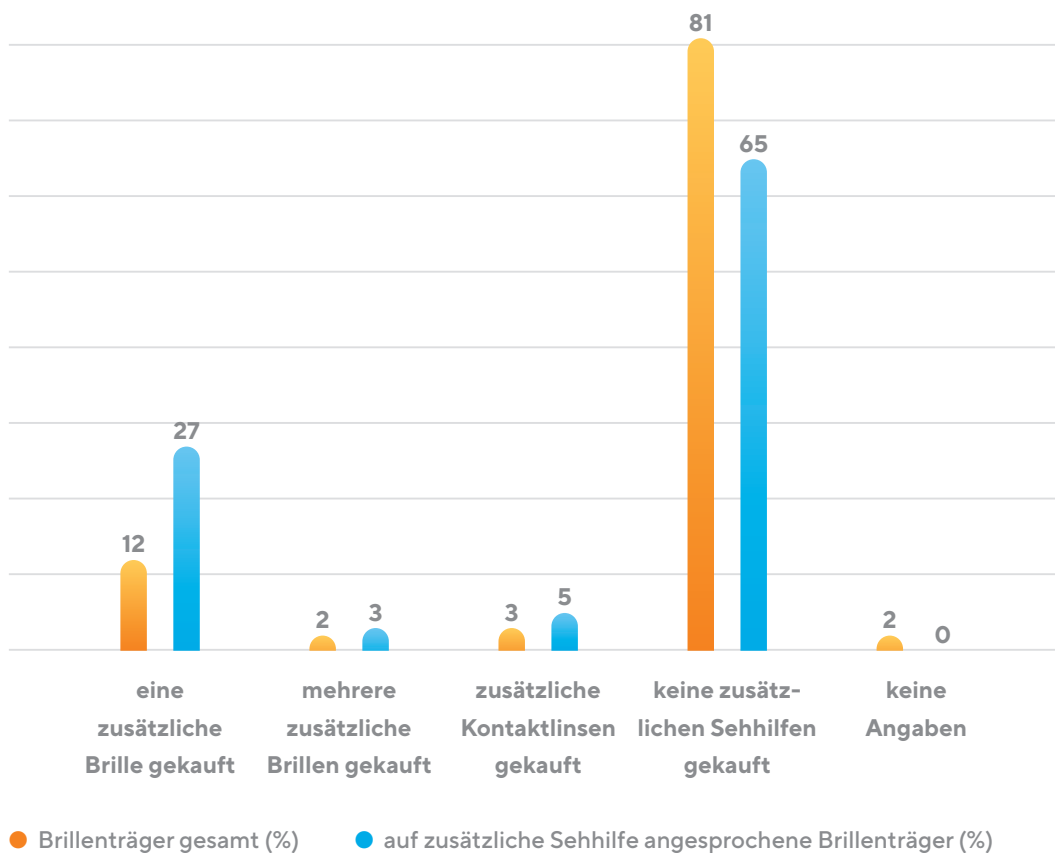
Grafik 3

Kundenansprache auf zusätzliche Sehhilfen



Quelle: Brillenstudie 2019, Institut für Demoskopie Allensbach

Grafik 4
Beratung wirkt



Quelle: Brillenstudie 2019, Institut für Demoskopie Allensbach

Bildschirmbrillen

Beim Thema Bildschirmbrillen wird ebenfalls das Potenzial zusätzlicher Brillenkäufe nicht ausgenutzt. Weniger als 30 Prozent der Brillenträger, die einen Computer nutzen, wurden schon einmal von ihrem Augenoptiker oder Augenarzt auf eine spezielle Bildschirmbrille angesprochen. In nahezu allen Altersgruppen gibt es noch unausgeschöpfte Potenziale für Bildschirmbrillen, da der Anteil der Computernutzer in allen Altersgruppen bis 60 Jahre nahe 100 Prozent liegt. Insbesondere Berufstätige in den Altersgruppen 30-44 Jahre und 45-59 Jahre, die auch beruflich am Computer oder Laptop arbeiten, dürften für eine entsprechende Beratung empfänglich sein.

29 %

*Lediglich 29 Prozent der Brillenträger, die einen Computer nutzen, sind schon einmal von ihrem Augenoptiker oder Augenarzt auf eine spezielle **Bildschirmbrille** hingewiesen worden.*

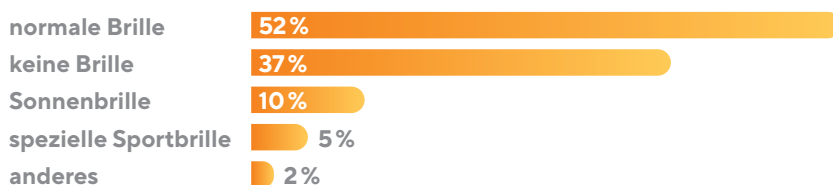
Sportbrillen

Die Mehrheit der Brillenträger nutzt beim Sport oder bei anderen Freizeitaktivitäten ihre ganz normale Brille. Lediglich fünf Prozent tragen eine spezielle Sportbrille, zehn Prozent verwenden ihre Sonnenbrille. 37 Prozent der Brillenträger tragen beim Sport keine Brille (Grafik 5). Sicherlich könnte durch entsprechende Informationen auch dieses Segment noch ausgebaut werden. Für die Augenoptikbetriebe

äußerst positiv sind die Ergebnisse des Kaufortes der Sportbrillen. Brillenträger, die auch beim Sport und sonstigen Freizeitaktivitäten eine Brille tragen, kaufen ihre Sportbrille zu 93 Prozent im Augenoptikerfachgeschäft. Sportgeschäfte oder Drogeriemärkte haben lediglich einen Anteil von jeweils zwei Prozent. Der Rest entfällt auf Supermärkte, Discounter sowie das Internet.

Grafik 5

Brillenträger tragen beim Sport überwiegend ihre normale Brille



Quelle: Brillenstudie 2019, Institut für Demoskopie Allensbach

Sonnenbrillen

Die Ergebnisse der aktuellen Brillenstudie zeigen, dass 2019 vier von fünf Personen (ab 16 Jahren) zumindest gelegentlich eine Sonnenbrille tragen. Eine differenzierte Auswertung nach Gesamtbevölkerung und Brillenträgern zeigt, dass Brillenträger zu einem geringeren Anteil Sonnenbrillen tragen als Personen, die keine Korrektur benötigen (Grafik 6). Der Grund

liegt darin, dass Jüngere überdurchschnittlich oft, Ältere hingegen eher seltener Sonnenbrillen tragen. Auch hier dürfte jedoch noch Potenzial vorhanden sein, durch eine intensivere Beratung auch ältere Menschen von der Wichtigkeit des Tragens einer Sonnenbrille zu überzeugen.

Grafik 6

Nicht-Brillenträger tragen häufiger eine Sonnenbrille als Brillenträger

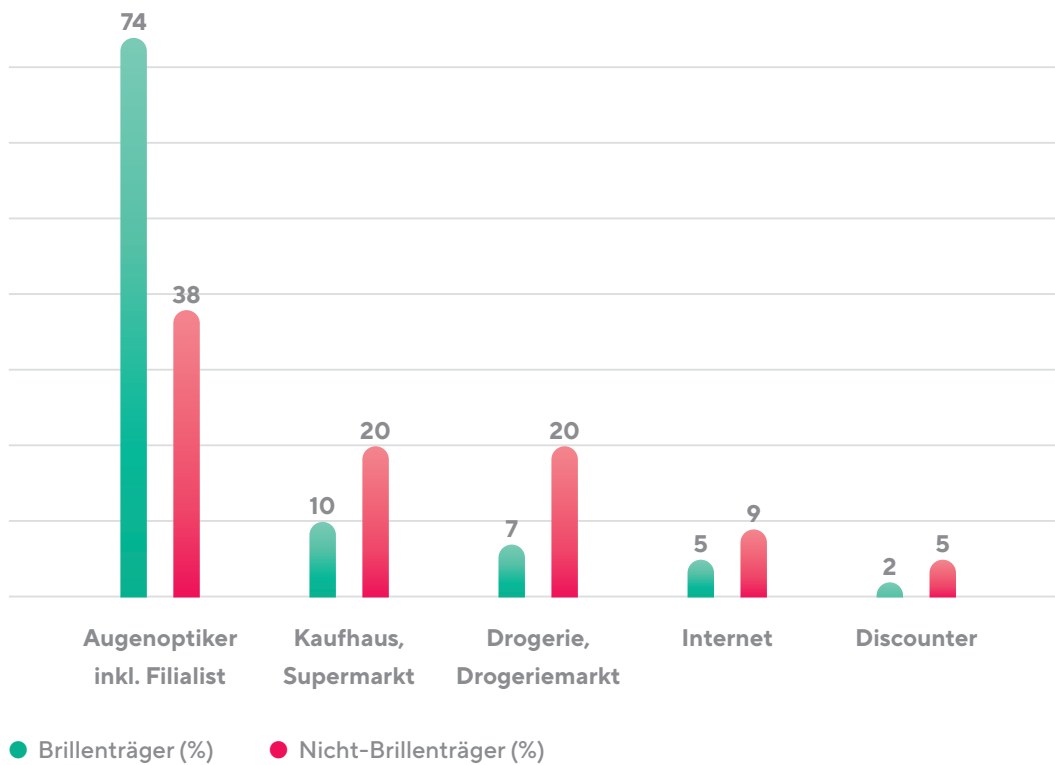


Quelle: Brillenstudie 2019, Institut für Demoskopie Allensbach

Das Kaufverhalten von Brillenträgern und Nicht-Brillenträgern beim Kauf von Sonnenbrillen ist sehr unterschiedlich – was kaum verwundert. Brillenträger kaufen überwiegend beim Augenoptiker (Einzelgeschäft bzw. Filialist) – gefolgt von Kaufhaus/Supermarkt sowie Drogerie/Drogeriemarkt.

Ganz anders ist das Kaufverhalten bei Nicht-Brillenträgern. Diese kaufen zu 38 Prozent beim Augenoptiker (Einzelgeschäft bzw. Filialist), gefolgt von Kaufhaus/Supermarkt bzw. Drogerie/Drogeriemarkt mit jeweils 20 Prozent Anteil (Grafik 7).

Grafik 7
Kauforte für Sonnenbrillen



Quelle: Brillenstudie 2019, Institut für Demoskopie Allensbach

Vertrauen in den eigenen Augenoptiker

Der Beratung des Augenoptikers kommt eine hohe Bedeutung zu. Umso wichtiger ist es, Vertrauen zum Kunden aufzubauen. Die Ergebnisse der Brillenstudie zeigen, dass die große Mehrheit der Brillenträger

8,8

Auf einer Skala von 0 (gar kein Vertrauen) bis 10 (sehr großes Vertrauen) wählen die Brillenträger im Durchschnitt die sehr hohe Skalenstufe 8,8, wenn es um die Ermittlung der Sehstärke geht.

ein ausgesprochen großes Vertrauen in ihren Augenoptiker hat und zwar sowohl hinsichtlich der Ermittlung der Sehstärke als auch hinsichtlich der Vorsorge und Früherkennung von Sehproblemen.

7,2

Auf einer Skala von 0 (gar kein Vertrauen) bis 10 (sehr großes Vertrauen) wählen die Brillenträger im Durchschnitt die hohe Skalenstufe 7,2, wenn es um die Vorsorge und Früherkennung von Sehproblemen geht.

Fazit

Das Vertrauen der Kunden in ihre Augenoptiker ist groß. Dies liegt sicherlich an der guten Beratungsleistung, die der einzelne Augenoptiker erbringt. Soll der Kunde in seinen verschiedenen Lebensbereichen optimal mit Sehhilfen versorgt werden, ist die Ermittlung und Identifizierung individueller Bedarfe des Kunden, sei es hinsichtlich entsprechender Freizeitaktivitäten, der Ausübung bestimmter Sportarten oder des beruflichen Alltags, im Beratungsgespräch essenziell.

Die Brillenstudie zeigt, dass es in dieser Hinsicht noch Potenzial gibt, das es zu heben gilt. Die Kunden zeigen sich empfänglich, wenn sie auf den Erwerb zusätzlicher Sehhilfen angesprochen werden. Zwar kauft knapp jeder fünfte Kunde auch ohne entsprechende Empfehlung eine zusätzliche Sehhilfe, findet jedoch eine entsprechende Beratung diesbezüglich statt, erwirbt mehr als jeder dritte Kunde eine oder mehrere zusätzliche Sehhilfen. Wenn man berücksichtigt,

dass derzeit nur circa ein Viertel der Kunden auf die Sinnhaftigkeit des Erwerbs von einer oder mehreren zusätzlichen Sehhilfen hingewiesen wird, wird schnell deutlich, welches Potenzial unnötig verschenkt wird.

Jeder Brillenträger benötigt eine Ersatzbrille, um im Falle eines Verlustes oder Bruchs auch weiterhin vernünftig sehen zu können. Auch das Tragen einer Sonnenbrille ist bei jedem Kunden sinnvoll. Jeder Gleitsichtbrillenträger, der am Bildschirm arbeitet, sollte auf die Vorteile einer Bildschirmbrille hingewiesen werden. Übt der Kunde entsprechende Sportarten aus, können Sportbrillen helfen, das Hobby noch effizienter und angenehmer ausführen zu können. All dies sollte im Rahmen einer umfassenden Beratung angesprochen werden. Das große Vertrauen, das der Augenoptiker genießt, ist hierfür eine gute Grundlage.



**Zentralverband der
Augenoptiker
und Optometristen**

Verantwortlich für den Inhalt: Dr. Jan Wetzel
Zentralverband der Augenoptiker und Optometristen (ZVA)
Association of optometrists
Alexanderstraße 25 a, 40210 Düsseldorf
Tel. +49 (0) 211 863235-0
info@zva.de, www.zva.de

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

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages