

Zentralverband der
Augenoptiker
und Optometristen



2019/2020

ZVA-Betriebs- vergleich

Auswertung des ZVA zur Entwicklung
von Umsätzen und Kostenstrukturen bei
mittelständischen Augenoptikbetrieben

Inhalt

Seite	
3	Vorwort
4	Entwicklung der Umsatzerlöse
5	Kostenstruktur
7	Betriebsergebnisse
8	Leistungskennziffern aus dem Betriebsvergleich
9	Empfehlungen
11	Entwicklung im Zeitablauf

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

Vorwort

Auch aus Steinen, die einem in den Weg gelegt werden,
kann man Schönes bauen. *Johann Wolfgang von Goethe*

Gerade das vergangene Jahr hat gezeigt, wie wichtig es ist, seinen eigenen Betrieb zu analysieren. Corona hat uns allen viel abverlangt und ist auch noch nicht zu Ende. Umso wichtiger war es insbesondere im Jahr 2020, das für viele Betriebe einen mehr oder weniger starken Umsatzrückgang gebracht hat, die Kosten im Auge zu haben.

Hier ist der ZVA-Betriebsvergleich ein mehr als wichtiges Instrument und hat, wie ich aus Gesprächen mit teilnehmenden Kolleginnen und Kollegen weiß, stark dazu beigetragen, die richtigen Entscheidungen zu treffen. Viele von uns hatten im Jahr 2020 trotz eines geringeren Umsatzes sogar ein besseres Betriebsergebnis als im Vorjahr. Der Wareneinsatz und die Raumkosten waren häufig geringer und die Personalkosten aufgrund von Kurzarbeit ebenfalls.

Die Teilnahme ist für Innungsmitglieder selbstverständlich kostenlos und die Abwicklung denkbar einfach. Nutzen Sie also die Gelegenheit und beauftragen Sie Ihren Steuerberater, damit Sie von den Ergebnissen profitieren können. Die Teilnahme kann jederzeit ohne Einhaltung einer Kündigungsfrist

widerrufen werden. Eine vertrauliche und anonyme Auswertung der erhaltenen Daten ist garantiert.

Sobald in allen Umsatzgrößenklassen eine ausreichende Teilnehmerzahl für den Betriebsvergleich erreicht ist, erhalten die Teilnehmer eine Quartalsauswertung, in der die eigenen betrieblichen Zahlen dem Durchschnitt der Umsatzgruppe gegenübergestellt sind. Die Unterscheidung in Umsatzgrößenklassen ist wichtig, da die Kostenstrukturen sich teilweise erheblich unterscheiden.

Düsseldorf, im August 2021



Thomas Heimbach
(Vorsitzender des Betriebswirtschaftlichen Ausschusses)

ZVA-Betriebsvergleich

Betriebsergebnis erreicht im Vergleich zum Vorjahr einen Rekordwert

Für das Jahr 2017 konnte letztmalig ein Betriebsvergleich über die Datev für das Augenoptikerhandwerk ausgewertet werden. Seit 2018 bietet der ZVA deshalb an, die monatlichen Auswertungen über den Steuerberater an die E-Mail-Adresse *betriebsvergleich@zva.de* zu übermitteln. Eine vertrauliche und anonyme Auswertung der erhaltenen Daten ist garantiert. Bislang liegt die Beteiligung an dem neuen Betriebsvergleich auf niedrigem Niveau, sodass eine Auswertung – wie bisher bei der Datev – nach Umsatzgrößenklassen nicht möglich ist. Aus diesem Grund werden diesmal die über den ZVA-Betriebsvergleich gewonnenen Daten von 2020 le-

diglich als Gesamtdurchschnitt der Teilnehmer dargestellt.

Für den innerbetrieblichen Vergleich sind prozentuale Kostenanteile nach Umsatzgrößenklasse allerdings sehr viel aussagekräftiger, da bestimmte Kosten je nach Umsatzgröße in stark unterschiedlich ausgeprägter Höhe vorhanden sein können.

Die im Fließtext angegebenen Prozentzahlen beziehen sich jeweils auf das aktuellere Jahr, also 2020. Angaben zum Vorjahr 2019 sind zusätzlich in Klammern angegeben.

Entwicklung der Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse werden unterteilt in Erlöse, die der regulären Mehrwertsteuer unterliegen und in solche, die mit Hörgeräten erzielt wurden, für die ein ermäßigter Steuersatz in Höhe von sieben Prozent gilt. Der Hörgeräteanteil am Umsatz beträgt im Durchschnitt 1,7 Prozent.

Alle weiteren Umsätze aus den Kategorien Brillenoptik, Kontaktlinsen, Handelswaren sowie Zubehör für Hörgeräte und Dienstleistungen bzw. Reparaturen sind den Umsatzerlösen mit dem Umsatzsteuersatz in Höhe von 19 Prozent zugeordnet. Die mit 3,2 Prozent angegebenen „sonstigen Umsatzerlöse“ beinhalten mit dem Steuerberater individuell besonders vereinbarte Kontierungen der Umsätze sowie in seltenen Fällen auch die Umsätze aus Exportgeschäften. Auch Provisionen, die Partneroptiker erhalten, werden hier gebucht. Die bereinigte

Gesamtleistung ergibt sich unter Berücksichtigung der Bestandsveränderungen bei den fertigen und unfertigen Erzeugnissen. Anschließend stellt die Gesamtleistung mit 100 Prozent die Ausgangsbasis für die Aufschlüsselung der anteiligen Prozentwerte für die verschiedenen Aufwandspositionen dar. Die in der Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesenen Umsätze wurden bereits um Kundenskonti und gewährte Rabatte bereinigt. Außerordentliche und betriebsfremde Erlöse, die mit dem eigentlichen Betriebszweck nicht in unmittelbarem Zusammenhang stehen, wurden nicht berücksichtigt.

Die prozentuale Aufteilung der Umsatzerlöse ist Tabelle 1 zu entnehmen. Die durchschnittliche Gesamtleistung betrug 481.704 (497.114) Euro. Dies entspricht einem Umsatzrückgang in Höhe von 3,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Tabelle 1

Umsatzentwicklung und Aufteilung der Erlöse

Aufteilung der Erlöse	2020 Durchschnitt	2019 Durchschnitt
Umsatzerlöse 19 % (16 % vom 1. Juli bis 31. Dezember 2020)	95,1 %	95,1 %
Umsatzerlöse 7 % (5 % vom 1. Juli bis 31. Dezember 2020)	1,7 %	1,8 %
sonstige Umsatzerlöse	3,2 %	3,1 %
Gesamtleistung in Euro	481.704	497.114
Gesamtleistung in Euro Vorjahr	497.114	483.574
Veränderung Umsatz im Vergleich zum Vorjahr	-3,1 %	2,8 %

Kostenstruktur

Die Kostenarten werden in Material-, Personal- und sonstige Sachkosten eingeteilt.

Materialkosten

Zur Ermittlung der Gesamtmaterialkosten wurde der in der Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesene Materialeinsatz einschließlich aller dazugehörigen Fremdleistungen um die angefallenen Bezugskosten erhöht. Erhaltene Lieferantenskonto- und Bonusbeträge wurden entsprechend als Einstandspreisminderungen abgezogen. Im Jahr 2020 lagen die Materialkosten bei 29,5 Prozent und somit um 2 Prozentpunkte niedriger als im Vorjahr.

Personalkosten

Diese setzen sich aus Bruttogehältern und -löhnen, dem kalkulatorischen Unternehmerlohn und Personalausatzkosten (z. B. Sozialversicherungsbeiträge) zusammen. Der kalkulatorische Unternehmerlohn entspricht der Entlohnung für die Tätigkeit des Inhabers, die in einem Einzelunternehmen und in Personengesellschaften unter steuerlichen Gesichtspunk-

ten buchhalterisch nicht angesetzt werden kann. Hierdurch wird die Vergleichbarkeit unterschiedlicher Rechtsformen ermöglicht, da beispielsweise in einer GmbH das Geschäftsführergehalt die Personalkosten entsprechend erhöht. Der ZVA gibt als Orientierungsgrößen für das Jahr 2020 die folgenden Werte an:

- Umsatzgrößenklasse
von 50.000 bis 250.000 Euro 67.750 Euro
- Umsatzgrößenklasse
von 250.000 bis 500.000 Euro 78.000 Euro
- Umsatzgrößenklasse
über 500.000 Euro 88.300 Euro

Auch wenn die Kostenanteile nur als Gesamtdurchschnitt veröffentlicht werden können, ist es dem Betriebsinhaber bei Angabe der Umsatzgrößenklasse so möglich, sich in Bezug auf den Unternehmerlohn individueller einzuschätzen.

Der prozentuale Personalkostenanteil in Höhe von 30,1 Prozent im Gesamtdurchschnitt wurde um den kalkulatorischen Unternehmerlohn ergänzt. Die Personalkosten betragen dann insgesamt 36,8 Prozent und waren damit im Vergleich zum Vorjahr um 0,5 Prozentpunkte niedriger.

Sonstige Sachkosten

Alle verbleibenden betrieblich bedingten Kosten wurden als sonstige Sachkosten berücksichtigt. In den Sachkosten waren betriebsfremde und außerordentliche Aufwendungen (wie beispielsweise Verluste aus Anlagenverkäufen) nicht enthalten. Die Körperschaftssteuer wurde ebenfalls nicht berücksichtigt.

Tabelle 2 zeigt die Unterteilung der Sachkosten differenziert im Gesamtdurchschnitt. Die Position Raumkosten enthält Miete, Heizungs- und Energiekosten sowie weitere mit den Geschäftsräumen im Zusammenhang verbuchte Kosten. Bei den im Eigentum befindlichen Geschäftsräumen ist eine kalkulatorische Miete anzusetzen. Auch hierbei geht es darum, eine Vergleichbarkeit der Betriebe hinsichtlich der Raumkosten herzustellen.

Zur Ermittlung der kalkulatorischen Raumkosten ist der aktuelle Mietspiegel für Gewerbeimmobilien bei der Gemeinde zu erfragen. Dieser wird mit der vorhandenen Quadratmeterzahl multipliziert. Die kalkulatorische Miete ist in den sonstigen kalkulatorischen Kosten enthalten und kann aus organisatorischen Gründen nicht herausgerechnet und separat dargestellt werden.

Die sonstigen Kosten umfassen u. a. allgemeine Verwaltungskosten wie Porto, Telefon sowie Rechts- und Beratungskosten bzw. auch externe Buchführungskosten. In der Position „sonstige kalkulatorische Kosten“ wurden kalkulatorische Mieten, Abschreibungen und zu einem geringen Anteil auch Zinsen für das vorhandene Eigenkapital erfasst. Die kalkulatorischen Kosten werden innerhalb der sonstigen Sachkosten berücksichtigt, um ein betriebswirtschaftlich sinnvolles Ergebnis zu erhalten.

Tabelle 2

Aufteilung der Sachkosten

Kostenart/Anteil	2020 Durchschnitt %	2019 Durchschnitt %
Raumkosten	6,8	7,1
betriebliche Steuern	0,2	0,3
Versicherungen/Beiträge	1,1	1,2
besondere Kosten	0,1	0,1
Kfz-Kosten (ohne Steuern)	1,0	1,2
Werbe-/Reisekosten	3,4	3,5
Kosten Warenabgabe	0,4	0,4
Abschreibungen	3,3	3,2
Reparatur/Instandhaltung	0,6	0,8
sonstige Kosten	4,5	4,5
Zinsaufwand	0,3	0,3
sonstige kalkulatorische Kosten	3,1	3,2
Summe Sachkosten	24,8	25,8
Vorjahr	25,8	25,8

Im Vergleich zu 2019 sanken die Sachkosten um einen Prozentpunkt.

Betriebsergebnisse

Zur Ermittlung des Betriebsergebnisses werden die Gesamtkosten von der Gesamtleistung abgezogen. Tabelle 3 zeigt die durchschnittliche Kostenentwicklung der Teilnehmerbetriebe und die hieraus resultierenden Betriebsergebnisse im Vergleich zum Vorjahr.

Das Betriebsergebnis verbesserte sich um 64,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahr und erreichte insgesamt eine Höhe von 8,9 Prozent. Sowohl bei den Personal- und Materialkosten als auch bei den Sachkosten wurden Einsparungen erzielt.

Grafik 1

Kostenentwicklung und Betriebsergebnisse im Vergleich 2020 zu 2019

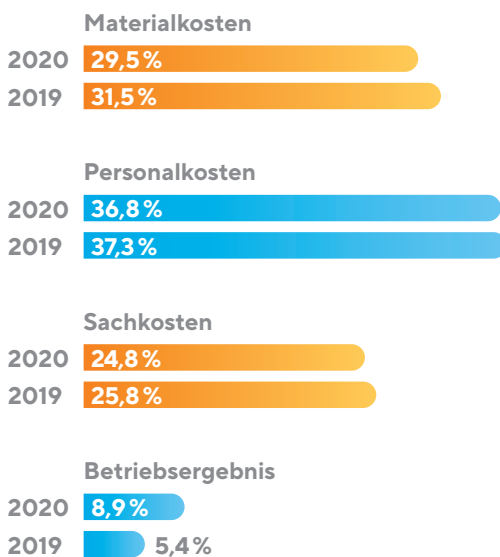


Tabelle 3

Kostenanteile und Betriebsergebnis

Kostenart/Anteil	Durchschnitt %
Materialkosten	29,5
Personalkosten*	36,8 (30,1)
Sachkosten	24,8
Betriebsergebnis	8,9
Betriebsergebnis Vorjahr	5,4
Veränderung Betriebsergebnis im Vergleich zum Vorjahr	64,8
Veränderung Umsatz im Vergleich zum Vorjahr	-3,1

* in Klammern ist der Personalkostenanteil ohne kalk. Unternehmerlohn angegeben

Bei einem Umsatzrückgang in Höhe von 3,1 Prozent konnte eine Steigerung des Betriebsergebnisses in Höhe von knapp 65 Prozent erreicht werden.

Leistungskennziffern aus dem Betriebsvergleich

Tabelle 4 zeigt einige Pro-Kopf-Werte als Leistungskennzahlen. Die im Betriebsvergleich erfasste Anzahl der Mitarbeiter wurde bereinigt, sodass Teilzeitkräfte entsprechend ihrer wöchentlichen Arbeitszeit und Auszubildende gewichtet berücksichtigt wurden. Die Anzahl der Beschäftigten inklusive Inhaber betrug im Gesamtdurchschnitt 4,81 und ist im Vergleich zum Vorjahr (4,79) minimal gestiegen.

Die Ermittlung und die Betrachtung von Pro-Kopf-Werten im eigenen Betrieb ist für jeden Betriebsinhaber empfehlenswert. Es können ohne viel Aufwand nützliche Kennziffern gewonnen werden, um auf dieser Basis Zielvorgaben festzulegen. So lässt sich beispielsweise ermitteln, welcher Umsatz pro Mitarbeiter erzielt werden sollte, um insgesamt ein positives Betriebsergebnis zu erwirtschaften.

Tabelle 4

Leistungskennzahlen im Gesamtdurchschnitt

Pro-Kopf-Werte	2020 Durchschnitt	2019 Durchschnitt
Anzahl der Beschäftigten	4,81	4,79
Umsatz je Beschäftigten in Euro	100.146	103.782
Materialkosten je Beschäftigten in Euro	29.543	32.691
Personalkosten je Beschäftigten in Euro	36.854	38.711
Sachkosten je Beschäftigten in Euro	24.836	26.776
Betriebsergebnis je Beschäftigten in Euro	8.913	5.604

Bei einem Umsatzrückgang in Höhe von 3,1 Prozent verbesserte sich das Betriebsergebnis pro Mitarbeiter, da alle Kostenanteile im Vergleich zum Vorjahr sanken.

Empfehlungen

Im Jahr 2020 konnte im Durchschnitt ein erfreulich hohes positives Betriebsergebnis von 8,9 Prozent des Umsatzes erreicht werden. Dies ist in der besonderen Situation im vergangenen coronageprägten Geschäftsjahr begründet. Nach der Opti Anfang Januar in München fanden keine Messen statt, beim Einkauf wurde vorsichtig agiert. Teilweise konnten günstigere Geschäftsmieten mit dem Vermieter ausgehandelt werden. Mitarbeiter waren zeitweise in Kurzarbeit, wodurch Personalkosten abgesenkt werden konnten. Im Jahr 2020 konnten die mittelständischen Augenoptiker in der Krise punkten. Ihre Umsätze entwickelten sich besser als die der Filialisten, die häufig in großen Einkaufspassagen und Stadtzentren ihren Standort haben. Zur Bewältigung des Lockdowns waren die Betriebsinhaber gezwungen, ihre individuellen Geschäftskonzepte anzupassen. Insbesondere vor dem Hintergrund der Hygienevorschriften und des Abstandsgebots mussten neue Lösungen für die Kunden, aber auch für den Betrieb und dessen Mitarbeiter gefunden werden. Eine wesentliche Änderung war, dass Kunden zur Terminvereinbarung aufgefordert wurden. Bei Beibehaltung dieser Änderung im Geschäftsablauf ist es möglich, zukünftig mit geringerem Personaleinsatz seinen Umsatz zu erzielen. Die Krise hat gezeigt, dass mittelständische Augenoptiker schnell und gut auf geänderte Bedingungen reagieren können. Positive Erfahrungen aufgrund der Regulierungen im vergangenen Jahr, wie z. B. vereinfachte Geschäftsprozesse, sollten unbedingt für die eigene Wettbewerbsfähigkeit auch in Zukunft beibehalten werden.

Jeder Betriebsinhaber sollte die eigenen Unternehmensdaten regelmäßig kritisch analysieren. Es gilt, die Kostenanteile zu optimieren und/oder die Umsatzsituation zu verbessern. Um zeitnah negativen Tendenzen zu begegnen, ist es empfehlenswert, sich mindestens quartalsweise einen Überblick über die wirtschaftliche Lage seines Unternehmens zu verschaffen. Um eigene Daten mit Branchenwerten zu vergleichen, kann der Betriebsinhaber Auswertungen aus der verwendeten Branchensoftware, Unterlagen

des Steuerberaters sowie weitere betriebsinterne Statistiken heranziehen. Der ZVA-Betriebsvergleich ist eine gut geeignete Vergleichsgrundlage. Idealerweise setzt sich der Firmeninhaber monatlich mit bestimmten innerbetrieblichen Statistiken auseinander. Insbesondere die Material- und Personalkosten, die die höchsten Kostenfaktoren im Augenoptikbetrieb darstellen, sollten sehr sorgfältig und regelmäßig überwacht werden. Zu Beginn des Jahres sollte der Betriebsinhaber auf Jahresbasis eine gründliche Planung der Umsatzerlöse sowie der notwendigen Materialeinsätze und der Personal- und übrigen Sachkosten durchführen. Die Planzahlen sind regelmäßig den Ist-Werten gegenüberzustellen, um gegebenenfalls rechtzeitig geeignete Maßnahmen zur Umsatzsteigerung bzw. Kostensenkung durchzuführen. Beispielhaft werden Maßnahmen für Optimierungsansätze aufgeführt:

Materialkosten

Corona hat gezeigt, dass die Materialkosten unter 30 Prozent liegen können. Es ist davon auszugehen, dass der vorhandene Bestand an Fassungen abgebaut werden konnte. Ein zurückhaltender Einkauf oder die Aufnahme von Kommissionsware können auch zukünftig den Wareneinsatz reduzieren. Zur Reduzierung der Materialkosten bietet es sich zusätzlich an, das Bruchrisiko durch Fernrandung auszulagern. Die Konzentration auf einige wenige Lieferanten führt zu höheren Rabatt- und Bonuserträgen. Der Anschluss an eine Einkaufsgemeinschaft oder die Kooperation mit anderen Augenoptikern kann ebenfalls zu Spareffekten führen. Eingeräumte Skontoabzüge sollten nach Möglichkeit bei den Lieferantenrechnungen realisiert werden.

Personalkosten

Der Personalbestand muss dem betrieblichen Arbeitsaufkommen entsprechen. Auch bei einer knap-



pen Personalbesetzung ist nach Durchführung entsprechender Maßnahmen der Reorganisation, der optimalen Strukturierung der Arbeitsabläufe und durch eine sorgfältige Einsatzplanung der Mitarbeiter gewährleistet, dass ein reibungsloser Ablauf erfolgen kann. Zur Reduzierung der Personalkosten ist zu prüfen, ob Gehaltsbestandteile in Form von steuer- und sozialversicherungsfreien Bezügen gestaltet werden. Bei gleichem Bruttogehalt erhält der Mitarbeiter bei einem Sachbezug in Höhe von 44 Euro netto mehr ausgezahlt als bei einer „normalen“ Gehaltserhöhung in Höhe von 40 Euro; gleichzeitig spart der Arbeitgeber Sozialversicherungsbeiträge für die Höhe des Sachbezugs.

Übrige Sachkosten

Als sonstige Sachkosten sind verschiedene Einzelpositionen, die anteilmäßig nicht so stark ins Gewicht fallen, zusammengefasst. Auch hier sollte im Rahmen einer regelmäßigen Kostenkontrolle überlegt werden, welche Maßnahmen die Kostensituation entlasten könnten. Ein Vergleich verschiedener Versicherer mit anschließendem Wechsel, wie auch die Durchführung von Energiesparmaßnahmen, können zu Kostenreduzierungen führen. Auch kleine Maßnahmen, wie der Wechsel der Telefongesellschaft, entlasten die Liquidität im Unternehmen.

Umsatz

Eine aktive Kundenansprache, die Verständnis für Sorgen und Nöte des Kunden zeigt, sowie die konsequente Anwendung der Hygieneregeln können das Vertrauen des Kunden in seinen Augenoptiker stärken. Bei Terminvergabe können störende Einflüsse

durch Laufkundschaft minimiert werden, wodurch das Beratungsgespräch sehr konzentriert erfolgen kann. Der Kunde erfährt eine höhere Wertschätzung. Es war vielfach festzustellen, dass nach intensiver Beratung ein höherer Durchschnittspreis für die Brille erzielt werden konnte.

Die Brillenstudie 2019 des Instituts für Demoskopie Allensbach zeigt außerdem auf, dass eine gezielte Ansprache auf Brillen für spezielle Einsatzbereiche (Arbeitsplatz, Hobbys etc.) zu Mehrbrillen-Verkäufen führt. Derzeit werden nur etwa jedem vierten Kunden mehrere Sehhilfen für unterschiedliche Einsatzzwecke angeboten. Die Brillenstudie zeigt, dass der Anteil der Kunden, die mehrere Sehhilfen kaufen, bei einer entsprechenden Beratung deutlich höher ist: Dieser Anteil verdoppelt sich demnach von 17 auf 35 Prozent. Somit ist jeder dritte Kunde bereit, eine oder mehrere zusätzliche Sehhilfen zu erwerben.

Im Rahmen der Corona-Krise haben viele Firmen auf Homeoffice bzw. mobiles Arbeiten umgestellt. Die Arbeit am Bildschirm gestaltet sich für den Einzelnen dort vielfach intensiver als vormals im Büro. Auch hier zeigt die Brillenstudie 2019, dass noch Potenzial zum Verkauf von Bildschirmbrillen vorhanden ist. Nur knapp jeder dritte Computernutzer wurde bislang auf spezielle Bildschirmbrillen hingewiesen. Bei einer gezielten Beratung der Kunden wird der Nutzen dieser Brillen schnell deutlich. Zusätzlich können Pflegemittel für trockene Augen angeboten werden.

Denkbar ist auch, dem Kunden zusätzlich zu seiner Brille Kontaktlinsen, gegebenenfalls für besondere Gelegenheiten, anzubieten. Laut Allensbachstudie tragen 2,5 Prozent der Bevölkerung ab 16 Jahren ständig und drei Prozent gelegentlich Kontaktlinsen. In Deutschland ist der Anteil der Kontaktlinienträger im internationalen Vergleich sehr gering. Aufgrund der ständigen Weiterentwicklung bei den Materialien und dem dadurch erreichten besseren Tragekomfort kann es auch lukrativ sein, ehemalige Kontaktlinsenkunden zum Wiedereinstieg mit mehr Komfort wie zum Beispiel bei Tageslinsen zu bewegen. Eine hohe Kundenbindung kann mit der Abgabe von formstabilen Linsen erreicht werden. Das Ange-

bot von Kontaktlinsen in einem Abo-System führt zu regelmäßigen monatlichen Einnahmen, was sich in der Krise als vorteilhaft erwies.

Durch die Einführung eines variablen Vergütungsbestandteils können die Mitarbeiter für den Mehrbrillenverkauf oder das Erreichen einer festgelegten Umsatzhöhe zu besseren Leistungen motiviert werden.

Mittelständische Augenoptiker konnten vielfach davon profitieren, dass einige der großen Filialisten komplett geschlossen hatten. Ob die Kunden, die in dieser Situation Sehhilfen kauften oder reparieren ließen, zu Stammkunden werden, wird sich zu einem späteren Zeitpunkt zeigen und ist auch von den (Marketing-)Aktivitäten der Betriebe abhängig. Es ist zu prüfen, ob das aktuelle Marketingkonzept zum Kundenstamm und Wettbewerbsumfeld passt.

Entwicklung im Zeitablauf

Im Fünfjahresvergleich geben die Abbildungen 2 und 3 an, dass der durchschnittliche Jahresumsatz im Zeitablauf eine deutliche Verbesserung erfahren hat. Diese Ergebnisse sind teilweise auf eine verän-

derte Zusammensetzung der Teilnehmerbetriebe am Betriebsvergleich zurückzuführen. Coronabedingt hat sich 2020 ein Umsatzrückgang bei einem verbesserten Betriebsergebnis ergeben.

Grafik 2

Durchschnittliche Umsatzentwicklung



Grafik 3

Durchschnittliches Betriebsergebnis



Die Ergebnisse sind im Fünfjahresvergleich nicht zu interpretieren. Sowohl der Umsatz als auch das Betriebsergebnis 2020 sind als „Ausreißer“ zu bewerten.



**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:
Petra Seinsche (p.seinsche@zva.de)

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages