

Zentralverband der
Augenoptiker
und Optometristen



2024/2025

Brillenstudie

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

Seit 1952 untersucht das Institut für Demoskopie Allensbach regelmäßig das Sehbewusstsein der Deutschen in der Allensbacher Brillenstudie. Im Spätherbst 2024 fand die 26. Erhebung statt. Die Brillenstudie fasst zentrale Ergebnisse dieser Befragung zusammen, die vom Kuratorium Gutes Sehen (KGS), dem Zentralverband der Augenoptiker und Optometristen (ZVA) sowie Unternehmen der augenoptischen Industrie in Auftrag gegeben wurde. Das Erhebungsdesign entspricht der Studie von 2019, wodurch Veränderungen nicht auf methodische Unterschiede zurückzuführen sind. Die vorliegende Broschüre enthält die vom ZVA beauftragten Ergebnisse.

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

Brillenträger in Deutschland

Die Zahl der Brillenträger in Deutschland hat sich gegenüber 2019 verringert. Derzeit nutzen 38,7 Millionen Erwachsene (ab 16 Jahren) eine Brille zur Korrektur von Sehschwächen, darunter 22,6 Millionen ständig und weitere 16,1 Millionen gelegentlich. Der Anteil der Brillenträger in der Bevölkerung ab 16 Jahren beträgt derzeit 64 Prozent. Noch im Jahr 2019 lag diese Zahl bei 41,1 Millionen Erwachsenen (ab 16 Jahren) und entsprach somit einem Anteil von 66,6 Prozent der Bevölkerung.

Ein Grund für den Rückgang der Brillenträger dürfte die schwierige wirtschaftliche Situation in den Jahren der Corona-Pandemie sowie des Ukraine-Krieges sein. Die daraus resultierende schlechte Konsumstimmung hat sich bis heute nicht wesentlich verbessert. Die Studie zeigt, dass insbesondere der Anteil der gelegentlichen Brillenträger im Vergleich zu 2019 zurückging. Personen, die aufgrund ihrer Sehprobleme dauerhaft eine Brille benötigen,

beschaffen sich auch in wirtschaftlich schwierigeren Zeiten eine (neue) Sehhilfe, während diejenigen, die nicht dauerhaft auf das Tragen angewiesen sind, auf eine Brille verzichten – oder den Kauf hinauszögern.

Was die zukünftige Entwicklung betrifft, so dürfte sich vor allem der demografische Wandel auswirken. Die heute 60-Jährigen und Älteren tragen unverändert zu 90 Prozent eine Brille. Laut Statistischem Bundesamt wird dieser Anteil der Bevölkerung in den kommenden Jahren deutlich zunehmen. Bei unveränderten Verhältnissen wird sich daher im Laufe der nächsten 15 Jahre allein dadurch der Anteil der Brillenträger um fünf Prozentpunkte erhöhen.

Tabelle 1 zeigt die aktuellen Anteile der Brillenträger. Frauen tragen mit einem Anteil von 68 Prozent deutlich häufiger eine Brille als Männer. Mit zunehmendem Alter nimmt auch der Anteil der Brillenträger zu.

Tabelle 1

Anteil Brillenträger

	2024	2019	2014
insgesamt ab 16 Jahren	64 %	67 %	63 %
Männer ab 16 Jahren	60 %	63 %	59 %
Frauen ab 16 Jahren	68 %	70 %	67 %
20- bis 29-Jährige	29 %	36 %	32 %
30- bis 44-Jährige	40 %	44 %	38 %
45- bis 59-Jährige	72 %	74 %	73 %
60-Jährige und Ältere	90 %	91 %	92 %

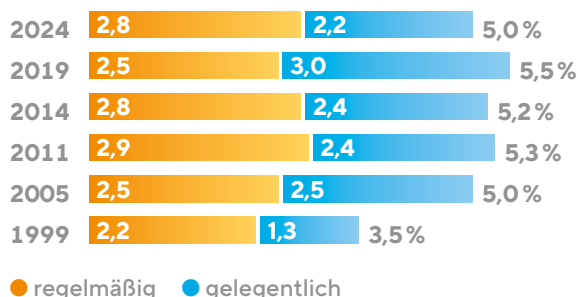
Quelle: Brillenstudie 2024, Institut für Demoskopie Allensbach

Kontaktlinsenträger in Deutschland

Der Kreis der Kontaktlinsenträger in Deutschland ist im Vergleich zu den vergangenen Brillenstudien nahezu unverändert geblieben. Aktuell tragen fünf Prozent der Bundesbürger ab 16 Jahren Kontaktlinsen. Knapp drei Prozent tragen ihre Kontaktlinsen regelmäßig, weitere gut zwei Prozent gelegentlich, zumeist im Wechsel mit einer Brille. Auch diese Anteile haben sich in den vergangenen Jahren nur geringfügig verändert. Der Anteil der Kontaktlinsenträger liegt somit seit 2011 konstant im Bereich zwischen fünf und sechs Prozent (Grafik 1).

Grafik 1

Anteil Kontaktlinsenträger



Quelle: Brillenstudie 2024, Institut für Demoskopie Allensbach

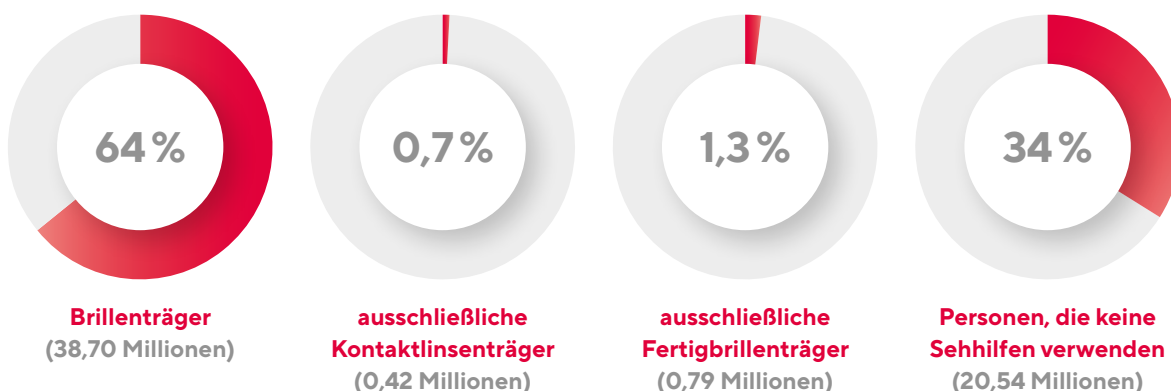
Nutzer von Sehhilfen insgesamt

Etwa zwei Drittel (66 Prozent) der deutschen Bevölkerung ab 16 Jahren zählen zum weitesten Kreis der Sehhilfen-Nutzer. Das sind rund 39,9 Millionen Menschen. Hierbei handelt es sich um Brillenträger, Personen, die ausschließlich Kontaktlinsen tragen und Personen, die Fertigbrillen besitzen, sich aber weder als Brillen- noch als Kontaktlinsenträger be-

zeichnen. Seit 2019 ist diese Gruppe um 2,2 Prozentpunkte geschrumpft, hauptsächlich, weil weniger Menschen gelegentlich Brillen oder Kontaktlinsen tragen. Gleichzeitig gibt es mehr Personen, die eine Fertigbrille besitzen, sich aber nicht als Brillen- oder Kontaktlinsenträger sehen (Grafik 2).

Grafik 2

Nutzer von Sehhilfen



insgesamt 60,45 Millionen Personen ab 16 Jahren

Quelle: Brillenstudie 2024, Institut für Demoskopie Allensbach

Zufriedenheit mit dem Sehvermögen/ Sehtaugliche Brillen

Die subjektive Zufriedenheit der Brillenträger mit ihrer Sehleistung ist auch im Jahr 2024 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. Der Langzeittrend zeigt, dass bereits seit 20 Jahren konstant zwischen 94 und 95 Prozent der Brillenträger eine positive Bilanz bezüglich ihrer Sehleistung ziehen. Noch zufriedener mit der eigenen Sehleistung sind Nicht-Brillenträger. Hier gaben 97 Prozent an, „vollkommen zufrieden“ bzw. „im Großen und Ganzen zufrieden“ zu sein.

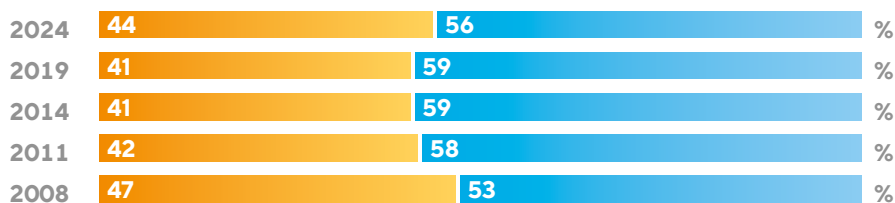
Zwar gaben die meisten Brillenträger an, mehrere (Korrektions-)Brillen zu besitzen, allerdings ist der Anteil seit 2019 rückläufig. Aktuell besitzen 56 Pro-

zent mehr als eine Brille, 44 Prozent verfügen nur über eine sehtaugliche Brille. Der Anteil der Brillenträger, die mehr als eine Brille besitzen, ist damit im Vergleich zu 2019 um drei Prozentpunkte geschrumpft (Grafik 3).

Ausschlaggebender Grund für diejenigen, die nur über eine Brille verfügen, ist weitgehend unverändert die Überzeugung, dass eine Brille völlig ausreicht. Zwei Drittel aller Brillenträger, die nur eine sehtaugliche Brille zur Verfügung haben, halten es für überflüssig, mehrere Brillen zu besitzen. Allerdings spielen auch finanzielle Erwägungen eine Rolle. So finden 35 Prozent die Anschaffung einer zweiten Brille zu teuer – 2019 waren nur 25 Prozent dieser Meinung. Knapp zwei Fünftel nennen als Begründung, dass ihnen ihre einzige Brille so gut passe, dass sie keine weitere benötigten (Tabelle 2).

Grafik 3

Die Mehrheit der Brillenträger besitzt mehr als eine Brille



● besitzen eine Brille ● besitzen mehrere Brillen

Quelle: Brillenstudie 2024, Institut für Demoskopie Allensbach

Tabelle 2
Gründe, nur eine Brille zu besitzen

	2024	2019
Ich finde es überflüssig, mehrere Brillen zu haben, eine Brille reicht mir.	68 %	67 %
Meine Brille passt richtig gut zu mir, da brauche ich gar keine andere.	39 %	31 %
Eine zweite Brille ist mir zu teuer.	35 %	25 %
An meine Brillengläser habe ich mich gewöhnt, da möchte ich mich nicht auf andere Gläser umstellen müssen.	21 %	14 %
Eine zweite Brille anzuschaffen, ist mir zu aufwendig, zu mühsam.	9 %	4 %
Ich habe vor, mir eine zweite Brille zu kaufen, bin bislang aber noch nicht dazu gekommen.	5 %	10 %

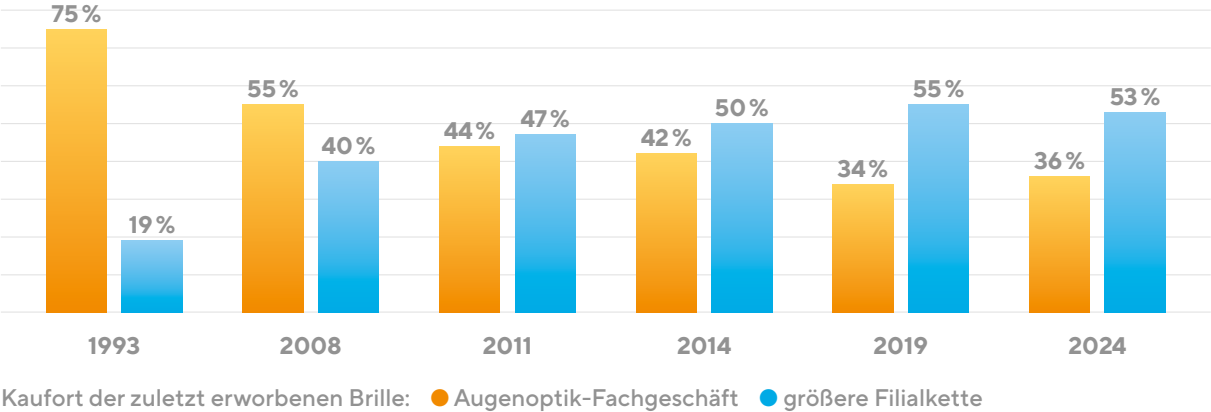
Quelle: Brillenstudie 2024, Institut für Demoskopie Allensbach

Brillenkauforte

Als weitgehend stabil erweisen sich die Vertriebswege: Im Vergleich zur Brillenstudie aus dem Jahr 2019 gab es kaum Veränderungen bei den Orten, an denen Brillenträger ihre letzte Brille gekauft haben. 36 Prozent der Brillenträger haben diese in einem Augenoptik-Einzelgeschäft erworben – gegenüber 34 Prozent im Jahr 2019. Über die Hälfte der Brillenträger, nämlich 53 Prozent, haben ihre letzte Brille in der

Niederlassung einer größeren Augenoptik-Filialkette gekauft. Nach wie vor spielt das Internet als Vertriebsweg für Brillen nur eine untergeordnete Rolle. Wie vor fünf Jahren haben nur drei Prozent aller Brillenträger ihre Brille im Internet gekauft. Die Langzeitanalyse verdeutlicht, dass der Trend weg vom Augenoptik-Einzelgeschäft hin zu größeren Filialketten zumindest vorerst gestoppt scheint (Grafik 4).

Grafik 4
Brillenkauf: Augenoptik-Fachgeschäft vs. Filialisten



Quelle: Brillenstudie 2024, Institut für Demoskopie Allensbach

Als Gründe für die Geschäftswahl gaben die befragten Brillenträger bei größeren Filialketten die „große Auswahl an Brillen“ sowie den Preisaspekt an („Man hat mir im Geschäft ein günstiges Angebot gemacht“, „Die Brillen sind dort besonders preiswert“). Die Augenoptik-Einzelgeschäfte punkten hingegen mit der guten Beratung und dem gut ausgebilde-

ten Personal. Trotz dieser Unterschiede fällt das Urteil der Kunden beider Geschäftsarten positiv aus. Diese hohe Zufriedenheit führt zu einer hohen Geschäftstreue: 85 Prozent aller Brillenträger würden ihre nächste Brille im selben Geschäft kaufen wie die vorige.

Gründe für einen Brillenkauf

Die Hauptgründe für den Kauf einer neuen Brille haben sich in den vergangenen fünf Jahren kaum gewandelt. Nach wie vor steht die veränderte Sehschärfe an erster Stelle, gefolgt von zerkratzten, unbrauchbar gewordenen Gläsern. Mit deutlichem

Abstand folgen weitere Kaufmotive wie Innovationen bei der Produktentwicklung („neue bessere Gläser“) und der Wunsch nach Abwechslung bei der Brillenfassung (Tabelle 3).

Tabelle 3
Gründe für einen Brillenkauf

	2024
Wenn die Sehschärfe nicht mehr stimmt, wenn ich mit der Brille nicht mehr gut sehen kann	86 %
Wenn die Gläser zu sehr zerkratzt sind	62 %
Wenn es neue Gläser gibt, die wesentlich besseres Sehen ermöglichen	30 %
Wenn ich eine Brille für bestimmte Gelegenheiten benötige, z. B. für den Sport oder die Arbeit am Computer	23 %
Wenn ich ein besonders preisgünstiges Angebot sehe	13 %
Wenn ich eine Brille sehe, die mir besonders gut gefällt	12 %
Wenn ich mein Aussehen verändern möchte	11 %
Wenn ich wieder Anspruch auf Leistungen meiner privaten Krankenversicherung bzw. meiner privaten Zusatzversicherung habe	11 %
Aus Gewohnheit, in bestimmten Zeitabständen	7 %

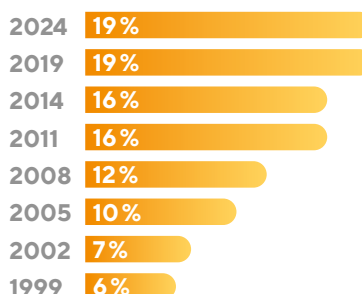
Quelle: Brillenstudie 2024, Institut für Demoskopie Allensbach

Fertigbrillen

Der Anteil der Fertigbrillenträger in Deutschland hat sich von 1999 bis 2019 deutlich erhöht, stagniert jedoch seit 2019 bei 19 Prozent (Grafik 5). Fertigbrillen werden vor allem von Menschen genutzt, die nur gelegentlich eine Brille tragen – fast jeder zweite Gelegenheitsbrillenträger greift darauf zurück. Ständige Brillenträger nutzen Fertigbrillen nur zu 15 Prozent. Auch ältere Menschen greifen überdurchschnittlich oft zu Fertigbrillen – bei den über 60-Jährigen ist es jeder Dritte. In der Regel werden Fertigbrillen zusätzlich zur individuell angepassten Brille getragen. Sie werden überwiegend als Ersatzbrille für bestimmte Gelegenheiten, etwa als Lesebrille, verwendet.

Grafik 5

Anteil der Fertigbrillenträger



(Anteil an der Bevölkerung ab 16 Jahren)

Quelle: Brillenstudie 2024, Institut für Demoskopie Allensbach

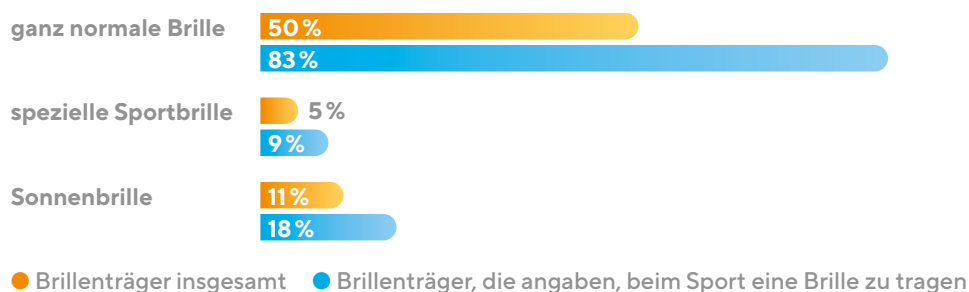
Sportbrillen

Der Anteil der Brillenträger, die beim Sport oder in der Freizeit eine Brille tragen, ist über die vergangenen Jahre gestiegen, ging zuletzt aber leicht zurück – von 63 Prozent (2019) auf aktuell 59 Prozent. Die meisten nutzen dabei ihre normale Alltagsbrille (83 Prozent), nur wenige greifen zu einer Sonnen-

brille (elf Prozent) oder speziellen Sportbrille (fünf Prozent). Werden ausschließlich die Brillenträger betrachtet, die angeben, beim Sport eine Brille zu tragen, so wird noch deutlicher, dass die überwältigende Mehrheit der Brillenträger beim Sport ihre normale Brille trägt (Grafik 6).

Grafik 6

Brille tragen beim Sport oder anderen Freizeitaktivitäten



Quelle: Brillenstudie 2024, Institut für Demoskopie Allensbach

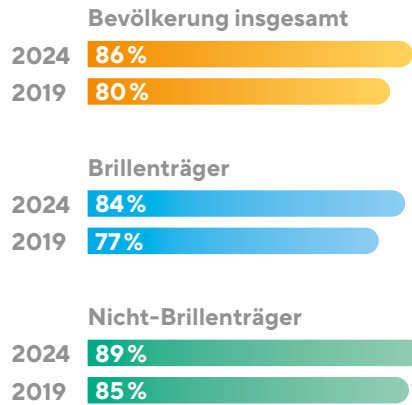
Sonnenbrillen

Die Ergebnisse der aktuellen Brillenstudie zeigen, dass 2024 etwas mehr als vier von fünf Personen (ab 16 Jahren) zumindest gelegentlich eine Sonnenbrille tragen (86 Prozent). Eine differenzierte Auswertung nach Gesamtbevölkerung und Brillenträgern zeigt, dass Brillenträger zu einem geringeren Anteil Sonnenbrillen tragen als Personen, die keine Korrektur benötigen (Grafik 7).

Beim Kauf von Sonnenbrillen zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen Brillenträgern und Nicht-Brillenträgern. Brillenträger bevorzugen vor allem den Augenoptikbetrieb: 45 Prozent kaufen ihre Sonnenbrille im Fachgeschäft, 30 Prozent bei großen Optikerketten. Andere Einkaufsstätten wie Kaufhäuser oder Drogerien spielen mit acht Prozent nur eine Nebenrolle. Nicht-Brillenträger hingegen kaufen deutlich seltener im Fachgeschäft, dafür häufiger in Drogerien, Kaufhäusern, Supermärkten oder online (Grafik 8).

Grafik 7

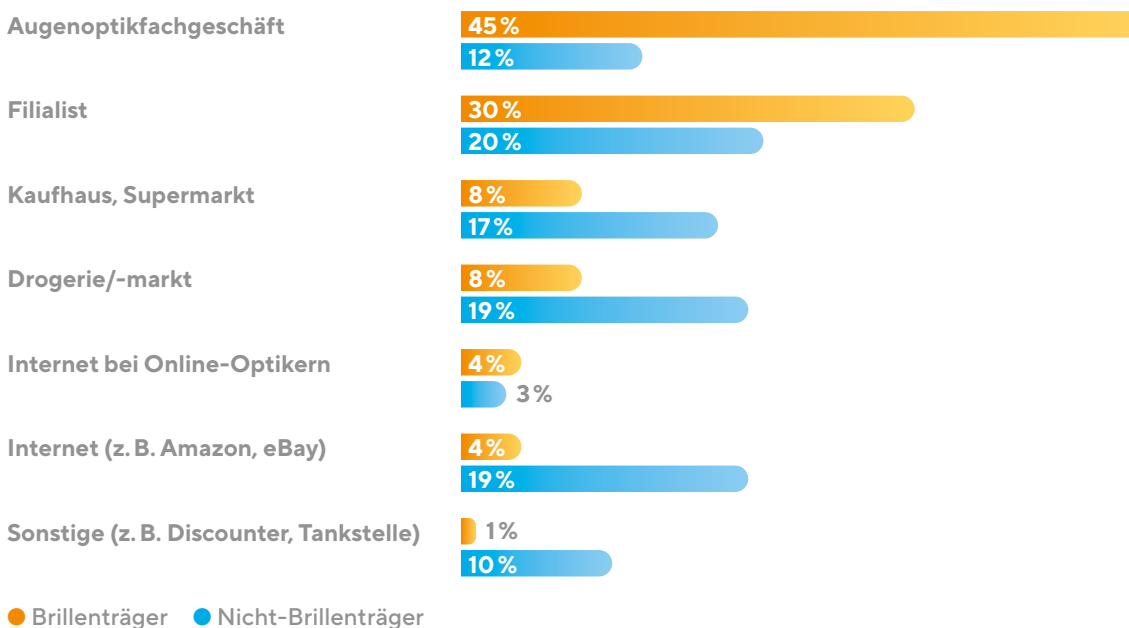
Nutzung von Sonnenbrillen



Quelle: Brillenstudie 2024, Institut für Demoskopie Allensbach

Grafik 8

Kauforte für Sonnenbrillen



Quelle: Brillenstudie 2024, Institut für Demoskopie Allensbach

Im Durchschnitt geben Sonnenbrillennutzer 115 Euro für eine Sonnenbrille aus. Jüngere zahlen mit 97 Euro weniger, ältere und Personen mittleren Alters mit 127 Euro mehr. Hauptgrund ist, dass Ältere häufiger Sonnenbrillen mit Korrektionsgläsern nutzen, die im

Durchschnitt 159 Euro kosten. Brillenträger, die Sonnenbrillen ohne Sehstärke kaufen, zahlen hingegen durchschnittlich nur 68 Euro – weniger als Nicht-Brillenträger, die im Schnitt 81 Euro ausgeben (siehe Grafik 9).

Grafik 9

Ausgaben für Sonnenbrillen

Bevölkerung insgesamt



Brillenträger insgesamt



Nicht-Brillenträger



● 200 Euro und mehr ● 100 bis 200 Euro ● 50 bis 100 Euro ● 20 bis 50 Euro ● unter 20 Euro
An 100 fehlende Prozent: weiß nicht, keine Angabe

Quelle: Brillenstudie 2024, Institut für Demoskopie Allensbach

Bildschirmbrillen

Ein wachsender Kreis der Brillenträger greift für die Arbeit am Computer auf eine spezielle Brille zurück, knapp jeder fünfte Brillenträger wünscht sich zudem eine zusätzliche Brille für die Arbeit am Computerbildschirm. Allerdings berichtet nach wie vor nur eine Minderheit der Brillenträger, dass ihnen ihr Augenarzt oder Augenoptiker schon einmal eine spezielle Brille für die Arbeit am Bildschirm empfohlen oder angeboten hat. Lediglich 22 Prozent der Brillenträger, die einen Computer nutzen, wurden schon einmal von einem Augenarzt oder -optiker auf eine Bildschirmbrille hingewiesen. Erstaunlicherweise ist dieser Anteil gegenüber der letzten Brillenstudie um sieben Prozentpunkte gesunken (siehe Grafik 10).

Grafik 10

Anteil der Brillenträger, die durch Augenoptiker oder Augenarzt auf Bildschirmbrillen hingewiesen wurden



Quelle: Brillenstudie 2024, Institut für Demoskopie Allensbach

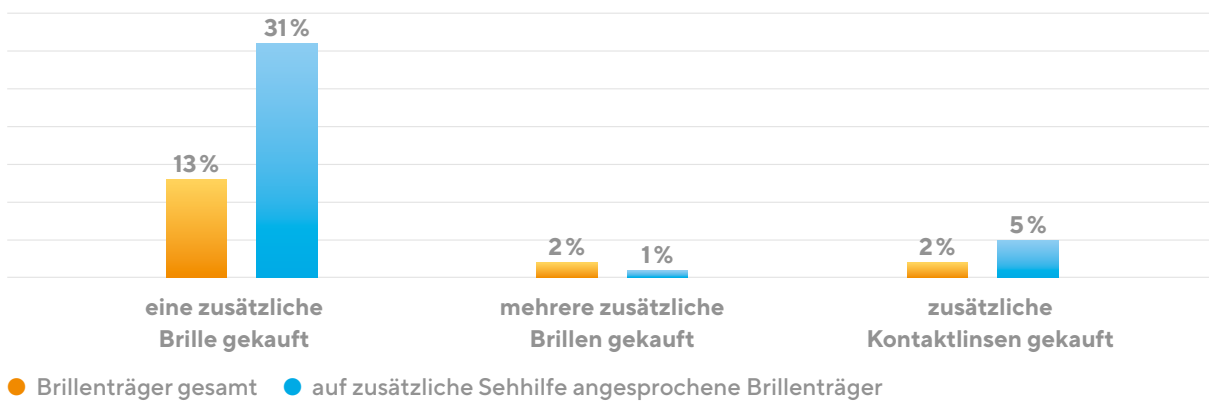
Beratung wirkt

Die aktuelle Brillenstudie zeigt, dass Augenoptiker weiterhin das Potenzial für den Verkauf von zusätzlichen Brillen oder Kontaktlinsen nur unzureichend ausschöpfen – auch wenn ein leichter Anstieg im Vergleich zur letzten Studie erkennbar ist. 30 Prozent der Brillenträger wurden beim letzten Kauf auf zusätzliche Brillen oder Kontaktlinsen angesprochen (2019: 26 Prozent). Am häufigsten werden die Kunden auf den Kauf einer zusätzlichen Brille angesprochen (23 Prozent), seltener auf den Erwerb mehrerer

Brillen (drei Prozent) oder Kontaktlinsen (fünf Prozent). Die Brillenstudie belegt jedoch eindrucksvoll den Effekt dieser Beratung: Insgesamt kauften 13 Prozent aller Brillenträger eine zusätzliche Brille – bei vorheriger Ansprache durch den Augenoptiker war es sogar knapp ein Drittel. Mehrere zusätzliche Brillen wurden eher selten gekauft, allerdings kauften fünf Prozent der angesprochenen Personen zusätzliche Kontaktlinsen (Grafik 11).

Grafik 11

Beratung wirkt



Quelle: Brillenstudie 2024, Institut für Demoskopie Allensbach

Vertrauen in die Fähigkeiten des eigenen Augenoptikers

Insgesamt wird die Beratungsleistung bzw. die Fähigkeit des eigenen Augenoptikers von den Konsumenten sehr positiv eingeschätzt. Damit einhergehend zeigt auch die aktuelle Brillenstudie, dass die Kunden ein großes Vertrauen in ihren Augenoptiker haben. Auf einer Skala von 0 (kein Vertrauen) bis 10

(sehr großes Vertrauen) liegt der Augenoptiker der befragten Kunden hinsichtlich der „korrekten Ermittlung der Sehschärfe“ bei einem äußerst hohen Wert von 8,6 – im Hinblick auf die Vorsorge und die Früherkennung von Sehproblemen bei einem ebenfalls sehr guten Wert von 7,6.

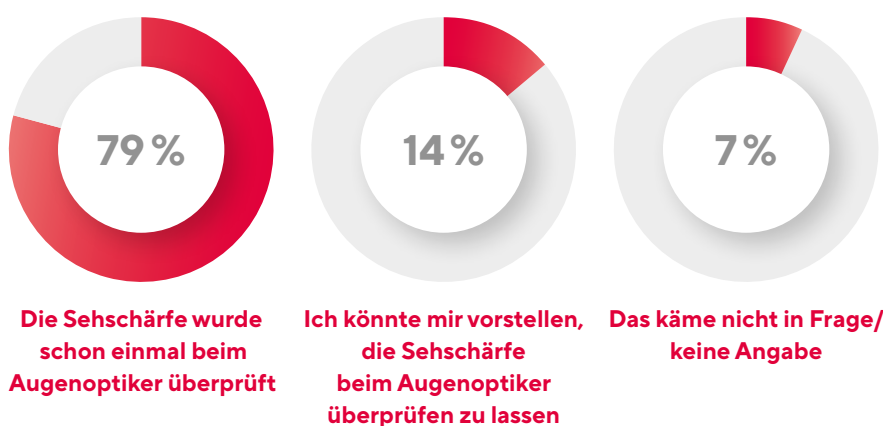
Leistungsangebot der Augenoptiker

Dass Augenoptiker die Sehschärfe messen können, ist jedem Brillenträger bekannt, bezogen auf die Bevölkerung Deutschlands ab 16 Jahren wissen dies 97 Prozent. Die große Mehrheit der Brillenträger (79 Prozent) hat davon bereits Gebrauch gemacht, 14 Prozent können sich dies vorstellen. Gut ein Drittel der Nicht-Brillenträger hat die Sehschärfe schon einmal beim Augenoptiker prüfen lassen (Grafik 12).

Weniger bekannt ist, dass Augenoptiker anbieten, die Augengesundheit zu überprüfen, beispielsweise durch Tränenfilmanalysen oder Glaukom-Screening. In der Bevölkerung Deutschlands ab 16 Jahren haben 37 Prozent schon einmal davon gehört. Bei den Brillenträgern liegt dieser Anteil mit 41 Prozent etwas höher. Genutzt haben das Angebot bereits zwölf Prozent der Brillenträger und acht Prozent der Bevölkerung. Gut ein Fünftel der Bevölkerung bzw. der Brillenträger können sich vorstellen, dieses Angebot in Zukunft einmal zu nutzen (Grafik 13).

Grafik 12

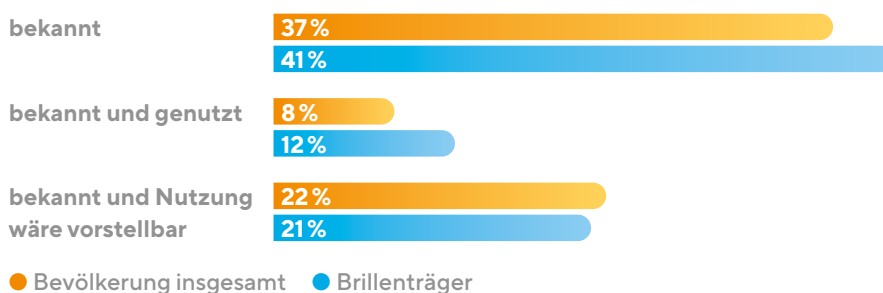
Überprüfung der Sehschärfe beim Augenoptiker



Quelle: Brillenstudie 2024, Institut für Demoskopie Allensbach

Grafik 13

Bekanntheit der Überprüfung der Augengesundheit beim Augenoptiker



Quelle: Brillenstudie 2024, Institut für Demoskopie Allensbach

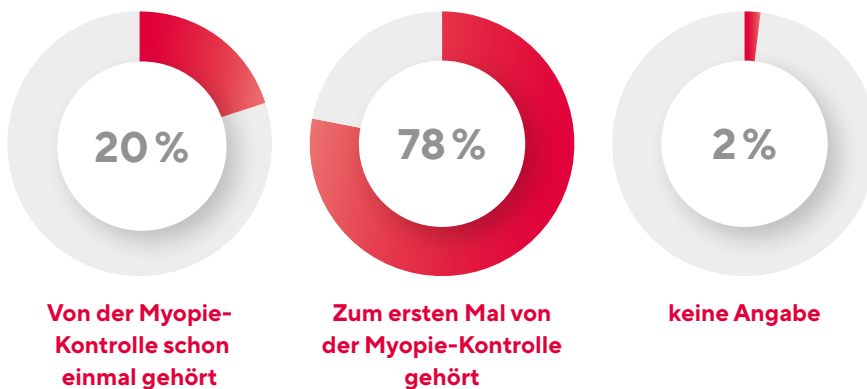
Myopie-Kontrolle

Die Myopie-Kontrolle ist eine Maßnahme, die das Fortschreiten der Kurzsichtigkeit bei Kindern verlangsamen soll, zum Beispiel durch spezielle Brillengläser. Obwohl es diese Möglichkeit seit einigen Jahren gibt, ist sie in der Bevölkerung kaum bekannt: Nur 20 Prozent haben schon davon gehört, 78 Prozent kennen sie nicht (Grafik 14). Auch unter Brillenträgern (19 Prozent) und Kurzsichtigen (21 Prozent) ist der Bekanntheitsgrad kaum höher.

Unter den Eltern mit Kindern im Alter zwischen fünf und 17 Jahren ist die Bekanntheit der Myopie-Kontrolle mit 30 Prozent deutlich höher als in der Gesamtbevölkerung. Eltern von kurzsichtigen (myopen) Kindern zwischen fünf und 17 Jahren haben mehrheitlich (zu 61 Prozent) von dieser Möglichkeit gehört. Insgesamt ist jedoch das Wissen über die Myopie-Kontrolle in der Bevölkerung noch unzureichend verbreitet. Hier sollte über eine intensivere Aufklärung nachgedacht werden.

Grafik 14

Bekanntheit der Myopie-Kontrolle



Quelle: Brillenstudie 2024, Institut für Demoskopie Allensbach



Foto: ZVA / Peter Boettcher

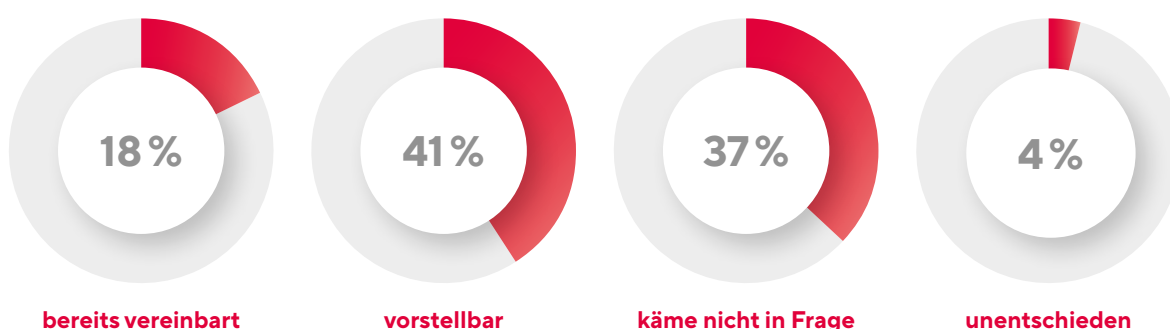
Online-Terminvergabe

Gut die Hälfte der Bevölkerung insgesamt zeigt Interesse an der von Augenoptikern angebotenen Online-Terminvereinbarung, 13 Prozent haben diese Möglichkeit bereits genutzt. Die Bereitschaft, Online-Termine beim Augenoptiker zu reservieren, differiert in Abhängigkeit vom Alter. Besonders groß ist das Interesse erwartungsgemäß bei Jüngeren: knapp drei Viertel der unter 30-Jährigen können sich vorstellen, Online-Termine beim Augenoptiker zu vereinbaren, unter den 30- bis 44-Jährigen

haben zwei Drittel Interesse daran, bei den 45- bis 60-Jährigen immerhin noch jeder Zweite. Allerdings käme für jeden Zweiten der über 60-Jährigen eine Online-Terminvereinbarung beim Augenoptiker nicht in Frage. Brillenträger stehen der Online-Terminvergabe generell positiver gegenüber, knapp jeder fünfte Brillenträger hat bereits online einen Termin vereinbart, 41 Prozent können es sich vorstellen (Grafik 15).

Grafik 15

Nutzung von Online-Terminvereinbarungen (durch Brillenträger)



Quelle: Brillenstudie 2024, Institut für Demoskopie Allensbach

Zuordnung des Augenoptikerberufs/ Bekanntheit der Berufsbezeichnung Optometrist

Die Bevölkerung sieht den Beruf des Augenoptikers weiterhin als Mischung aus Gesundheitsdienstleistung und Handwerk: 53 Prozent ordnen ihn dem Gesundheitswesen zu, 47 Prozent dem Handwerk, nur 25 Prozent dem Handel. Diese Einschätzung hat sich seit 2019 kaum verändert.

Deutlich gestiegen ist hingegen die Bekanntheit der Berufsbezeichnung Optometrist: 2019 hatten nur 16 Prozent der Bevölkerung davon gehört, aktuell sind es 24 Prozent. Auf ähnlichem Niveau liegt der Bekanntheitsgrad bei den Brillenträgern, hier hat bereits jeder Vierte vom Beruf des Optometristen gehört.

Fazit

Die wirtschaftliche Entwicklung der vergangenen Jahre und die damit verbundene verhaltene Konsumneigung hat spürbare Auswirkungen auf das Kaufverhalten von Fehlsichtigen gezeigt. Besonders deutlich wird dies bei den sogenannten gelegentlichen Brillenträgern, die sich bei Neuanschaffungen in den vergangenen Jahren zurückgehalten haben. Dieses Verhalten ist insbesondere bei jungen Erwachsenen in ihren Zwanzigern festzustellen, die im Vergleich zu früheren Erhebungen seltener neue Brillen kauften.

Im Zuge dieser Entwicklung ist zudem festzustellen, dass der Anteil der Fertigbrillennutzer, die sich weder als Brillenträger noch als Kontaktlinsenträger einstufen, gestiegen ist. Ebenfalls im Kontext der geringeren Konsumneigung hat sich der Anteil der Brillenträger, die mehrere Brillen besitzen, reduziert, während der Anteil derjenigen, die nur über eine seh-taugliche Brille verfügen, zunahm. Nach den Gründen dafür befragt, gab gut ein Drittel an, dass aus finanziellen Gründen keine zweite Brille angeschafft worden sei. Diese Aussage hat sich im Vergleich zu 2019 um zehn Prozentpunkte auf einen Anteil von 35 Prozent erhöht.

Neben der allgemeinen wirtschaftlichen Lage sowie der Konsumneigung ist jedoch auch der demografische Wandel für die weitere Entwicklung der Branche von Bedeutung. Nach der Bevölkerungsvoraberechnung des Statistischen Bundesamtes wird die Bevölkerung ab 67 Jahren zwischen 2025 und 2040 von derzeit 20 Prozent auf 26 Prozent wachsen. Der Anteil der Brillenträger der ab 60-Jährigen liegt bei stabilen 90 Prozent. Allein durch diesen demografischen Effekt dürfte – bei unveränderten Verhältnissen – der Anteil der Brillenträger in den kommenden 15 Jahren um etwa fünf Prozentpunkte zunehmen.

Das große Vertrauen, das die Brillenträger in ihren Augenoptiker haben, hat sich auch in der aktuellen Brillenstudie bestätigt. Die Noten 8,6 auf einer Skala von 0 (kein Vertrauen) bis 10 (sehr großes Vertrauen) für die „korrekte Ermittlung der Sehschärfe“ sowie 7,6 für die Früherkennung von Sehproblemen sind sehr gute Ergebnisse. Sie bedeuten gleichzeitig eine hohe Verantwortung des Augenoptikers. Auch die Tatsache, dass die Brillenträger zu 85 Prozent wieder dort kaufen wollen, wo sie ihre letzte Brille gekauft haben, ist ein Beweis, dass sich die Kunden bei „ihrem“ Augenoptiker gut aufgehoben fühlen.

In einer Zeit, in der die Anforderungen an das Sehen durch Digitalisierung und veränderte Lebensgewohnheiten stetig wachsen, gewinnt die präventive Betreuung der Augengesundheit zunehmend an Bedeutung. Augenoptiker übernehmen dabei eine Schlüsselrolle: Sie sind nicht nur Fachleute für die Anpassung von Brillen und Kontaktlinsen, sondern entwickeln sich durch optometrische Dienstleistungen, Myopie-Kontrolle und moderne Screening-Verfahren zu wichtigen Partnern in der Gesundheitsvorsorge.

Damit leisten Augenoptiker einen wichtigen Beitrag zur Verbesserung der Augengesundheit in der Bevölkerung. Die Ergebnisse der Brillenstudie zeigen, dass die Bevölkerung dies immer mehr anerkennt und die Leistungen der Augenoptiker aktiv nutzt und wertschätzt.



**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