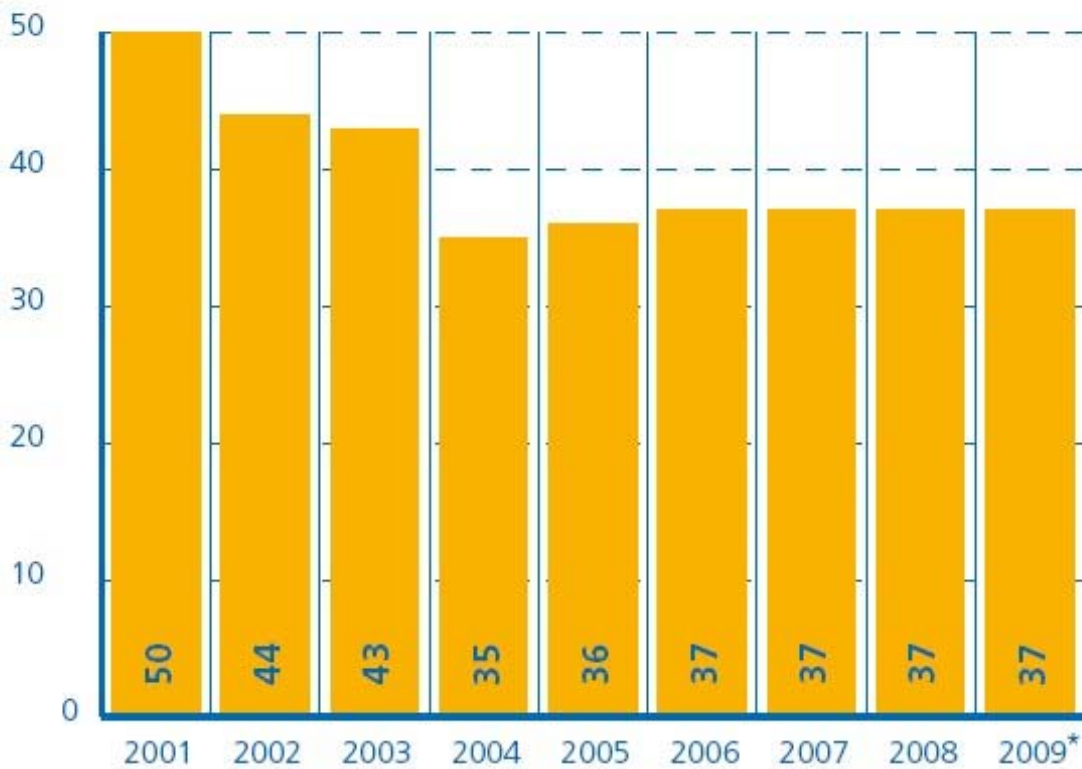


## EuroNet-Studie zum Beschaffungsverhalten von Brillenträgern liefert überraschende Erkenntnisse

Die EuroNet Software AG, einer der führenden Anbieter von Augenoptik- und Hörakustik-EDV-Systemen, hat eine umfassende Studie über die Entwicklung des Beschaffungsverhaltens von Brillenträgern von 2001 bis heute vorgelegt. Eins der überraschenden Ergebnisse: Aus dem durchschnittlichen Beschaffungsintervall lassen sich kaum Rückschlüsse auf den Zeitpunkt des tatsächlichen Folgekaufs ziehen.

So hat sich das durchschnittliche Beschaffungsintervall insbesondere nach der letzten Gesundheitsreform deutlich verkürzt und liegt in den letzten Jahren weitgehend unverändert über alle Kundengruppen und Geschäftstypen hinweg bei ca. 37 Monaten.

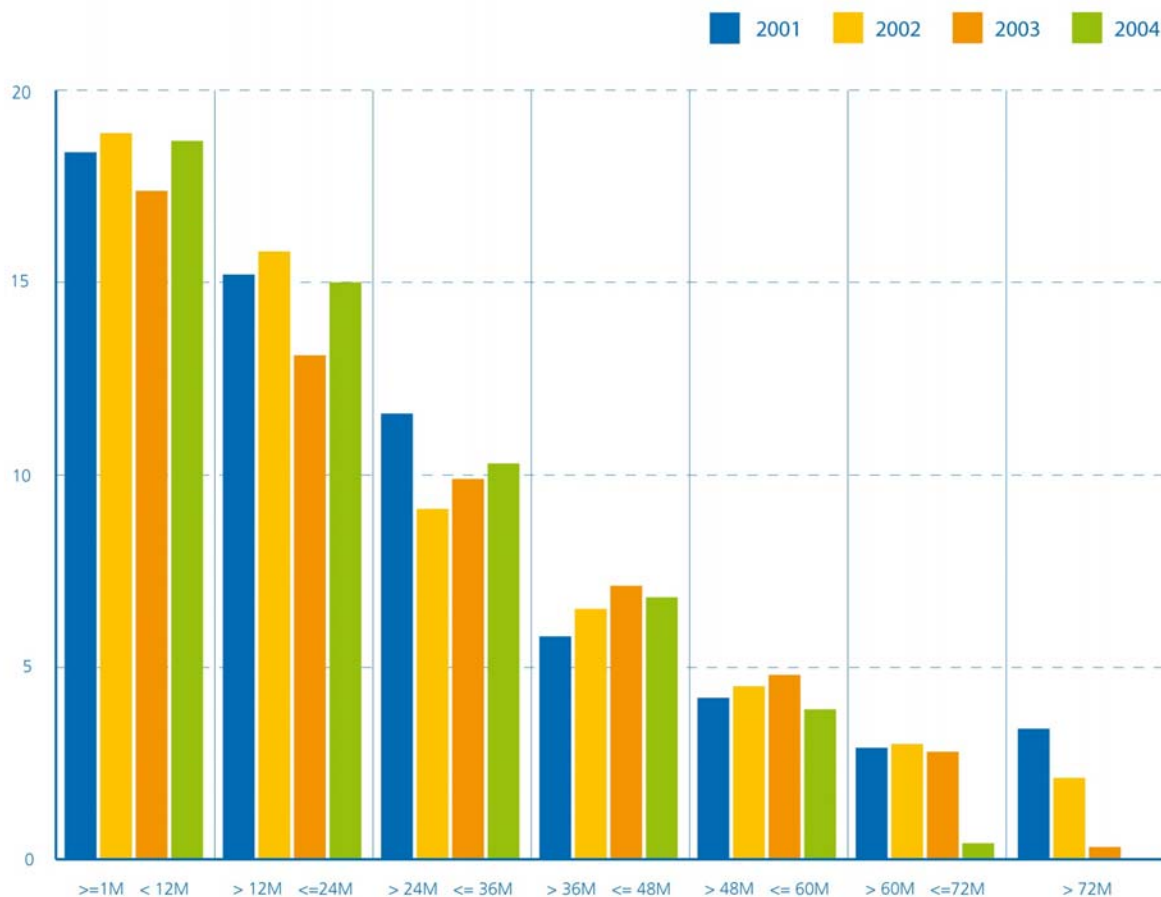
### Durchschnittliches Beschaffungsintervall in Monaten



\* 1.1. bis 30.6.2009

Allerdings zeigt die Studie, dass dieser Wert nur wenig Aufschluss über den tatsächlichen Zeitpunkt des Folgekaufs gibt. Weniger als 7% aller Kunden schaffen sich tatsächlich erst nach 37 bis 48 Monaten eine weitere Brille an. Vielmehr kaufen ca. 20% ihre nächste Brille bereits innerhalb der ersten 12 Monate, wobei Mehrbrillenkäufe (aktuell ca. 13%, die mehr als eine Brille innerhalb eines Monats kaufen) hier nicht berücksichtigt sind. Weitere ca. 15% kaufen ihre Brille nach 12 bis 24 Monaten und noch einmal ca. 10% nach 24 bis 36 Monaten. Das bedeutet, dass rund 45% der Brillenkäufer bereits innerhalb der ersten 36 Monate einen Folgekauf tätigen.

### Folgekäufe nach Jahren in Prozent



**Abb. 2**  
Häufigkeitsverteilung der Folgekäufe nach Jahren in Prozent

Neben der Analyse der allgemeinen Stückzahl- und Umsatzentwicklung sowie der Kundenstruktur des durchschnittlichen Augenoptikgeschäftes im Untersuchungszeitraum stellt die Studie das Kaufverhalten von Brillenträgern unter verschiedenen kunden- und geschäftsspezifischen Gesichtspunkten differenziert und übersichtlich dar. Auch werden die Entwicklung des Mehrbrillenkaufs und des



Stammkundenanteils untersucht. In einem weiteren Teil der Studie werden die Käufe aus 2001 bis 2004 und die tatsächlichen Folgekäufe betrachtet. Vor allem wurde hier untersucht, in welchen Zeitintervallen welche Kundengruppen eine neue Brille kaufen.

Grundlage für die Untersuchung waren die Auftragsdaten von ca. 2 Mio. Brillenkäufen, die von 2001 bis heute über den EuroNet-Betriebsvergleich gesammelt. Beim EuroNet-Betriebsvergleich übermitteln rund 200 Augenoptiker jeden Montag ihre Verkaufsdaten der vergangenen Woche vollautomatisch über das Internet in das Rechenzentrum der EuroNet Software AG. Hier werden diese Daten konsolidiert und den Teilnehmern am nächsten Tag wieder zur Verfügung gestellt. So kann der Anwender anhand verschiedener Parameter sein eigenes Ergebnis mit der Marktentwicklung vergleichen. Ein Extrakt der Auswertung erscheint ebenfalls jeden Dienstag auf der EuroNet-Website [www.euronet-sw.de](http://www.euronet-sw.de).

Die Studie kann zum Preis von 49,00 EUR zzgl. 7% MwSt. und Versand bei der EuroNet Software AG und online bestellt werden: EuroNet Software AG, Tel. 02234 40000, E-Mail: [info@euronet-sw.de](mailto:info@euronet-sw.de) oder im Internet auf [www.euronet-sw.de](http://www.euronet-sw.de).