

Wien, am 05.02.2024

Ergebnisse der aktuellen Spectra-Umfrage **Fernbrille als Spitzenreiter, Gleitsichtbrille im Aufwind**

60 Prozent der österreichischen Bevölkerung benötigen eine Sehhilfe. An der Spitze des Brillenkaufs liegt die Fernbrille, mit einigem Abstand folgt die Gleitsichtbrille, die nach den Umfragewerten der letzten Jahre tendenziell im Steigen ist. Der Anteil der Kontaktlinsenträger bleibt mit 10 Prozent annähernd konstant wie im Vorjahr, wobei vor allem die jüngere Zielgruppe Kontaktlinsen bevorzugt.

Die aktuellen Ergebnisse der Umfrage des Marktforschungsinstituts Spectra bieten einen guten Überblick zum Kauf von Sehhilfen im Jahr 2023. Der jährliche Käuferkreis für neue Sehhilfen beträgt gut 1,56 Millionen Brillenträger ab 16 Jahren. Tendenziell benötigen mehr Frauen (65 %) als Männer (55 %) eine Sehhilfe, ab 60 steigt die Zahl der Menschen, die eine Sehhilfe benötigen, signifikant an – nicht überraschend aufgrund der Alterssichtigkeit. Wirklich alarmierend ist jedoch der Anstieg der Fehlsichtigkeit der Jugendlichen zum Vorjahr von 46 auf 50 Prozent, knapp jeder zweite in der Altersgruppe 16 bis 40 Jahren benötigt eine Sehhilfe. Hier führt beim Kauf eindeutig die Fernbrille (67 %), der Grund liegt wohl in der steten Zunahme der Kurzsichtigkeit (Myopie) bei den Jugendlichen.

Trend zur Gleitsichtbrille, Kontaktlinsenträger konstant

Die Fernbrillen liegen generell mit 38 Prozent im Spitzenfeld der verkauften Sehhilfen. Danach folgen in größerem Abstand die Gleitsichtbrillen (25 %), die mit einem Plus von 7 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr deutlich zulegen konnten. Auf Platz 3 im Ranking befinden sich die individuell angepassten Lesebrillen (20 %), danach kommen die optischen Sonnenbrillen (10 %), die Computerbrillen (5 %) und zu guter Letzt die optischen Sportbrillen (2 %).

Kontaktlinsen werden vor allem im Bereich der jüngeren Zielgruppe nachgefragt. Der Gesamtanteil der Kontaktlinsenträger ist mit 10 Prozent im Vergleich zum Vorjahr in etwa konstant geblieben. Die Art der Kontaktlinsen, die im letzten Jahr am häufigsten verwendet wurde, ist die Monatstauschlinse (45 %) vor der 1-Tages-Tauschlinse (28 %). Ein erfreulicher Trend zeichnet sich bei den Nachkontrollen aus. Im Vergleich zum Vorjahr ergibt die Umfrage eine Steigerung von 8 Prozentpunkten bei den Nachkontrollen der Kontaktlinsenträger.

Gleitsichtbrille als High-End-Produkt unter den Sehhilfen

Die Preise variieren stark, je nach Brillenart. Für eine Fernbrille mit Einstärkengläsern wird im Durchschnitt 256,70 Euro bezahlt, gefolgt von der optischen Sportbrille mit einem Durchschnittspreis von 315,60 Euro. Die Gleitsichtbrille ist aufgrund der aufwändigeren Glastechnologie preislich höher angesiedelt und kostet durchschnittlich 552,50 Euro.

Fachoptiker punkten mit Qualität und Service

Die Abfrage der Imagewerte der Geschäfte/Einkaufsquellen gibt einen guten Einblick in das Kaufverhalten der Kunden. Knapp über 80 Prozent der Kunden im stationären Handel beabsichtigen wieder im gleichen Geschäft eine Sehhilfe zu kaufen. Dies hat unterschiedliche Gründe. Meist spielt die gute fachliche Beratung einhergehend mit dem Zeitaufwand eine große Rolle. Im Gegensatz zum Kauf beim Optiker vor Ort ist die Wahrscheinlichkeit, dass der Kunde ein weiteres Mal im Online-Handel kauft, deutlich geringer (minus 5 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr).

Der Bundesinnungsmeister der Augen- und Kontaktlinsenoptiker/Optometrissen, Markus Gschweidl, ist begeistert, dass die fachliche Kompetenz und der Faktor Zeit bei den Kunden eine derart große Rolle spielen: „Die Qualität der optometrischen Dienstleistung in Verbindung mit der Handwerkskunst sowie der hohen Kundenorientierung sind Gründe, warum die Käufer uns hier voll vertrauen. Deshalb freuen wir uns, dass die österreichischen Augen- und Kontaktlinsenoptiker/Optometrissen ein so gutes Image als Spezialisten für gutes Sehen in der Bevölkerung haben.“

Über die Studie:

Stichprobe: Die Brutto-Stichprobe beträgt 8.004 Personen, repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 16 Jahren. Die Auswahl der Stichproben erfolgte über das Quota-Verfahren.

Methodik: Die Durchführung der Online-Interviews erfolgte über ein eigenes Panel (Austrian Onlinepool), die F2F-Interviews wurden durch geschulte und kontrollierte Interviewer im Rahmen des Spectra F2F CAPI Bus in repräsentativ ausgewählten Haushalten in ganz Österreich durchgeführt.

Zeitraum: Die Feldarbeit fand in der Zeit von März bis Dezember 2023 statt.

Foto, Abdruck honorarfrei unter Angabe des jeweiligen Copyrights:

Bild_01_Brille_©_Himmelhoch

Pressestelle der Bundesinnung/Rückfragehinweis:

Sonja Sagan

Himmelhoch GmbH

+43 650/8569881

sonja.sagan@himmelhoch.at