



MISTER SPEX

So kauft man Brillen heute

Berlin, 28. Februar 2018

Online-Optiker Mister Spex feiert zehnjähriges Jubiläum.

Naht das Ende des traditionellen Augenoptikers?

Im April 2008 bot die Mister Spex GmbH, Berlin, ihre ersten Brillen über das Internet an. Was vor rund zehn Jahren als Start-Up mit vier Mitarbeitern und einem kleinen Lager begann, hat sich zu einem digitalen Unternehmen mit mehr als 450 Mitarbeitern und über drei Millionen Kunden entwickelt. Mister Spex operiert heute in zehn Ländern und ist mit einem Portfolio von rund 9.000 Brillen und Sonnenbrillen Europas führender Online-Optiker. Aus dem Berliner Logistikzentrum heraus verschickt das Unternehmen bis zu 15.000 Pakete am Tag.

Der Kunde von morgen verwaltet seine Daten autonom.

Jeder dritte Deutsche zieht heute schon das Online-Shopping dem stationären Handel vor. Als Gründe dafür werden unter anderem die Unabhängigkeit von Öffnungszeiten sowie die freie Verfügbarkeit von Waren und die bequeme Lieferung zur Haustür genannt.* „Der Kunde will schnellen und unkomplizierten Zugriff auf Informationen, Produkte und Services“, erklärt Mirko Caspar. „Einkaufserlebnisse – online wie offline – müssen künftig noch stärker auf größtmögliche Autonomie des Kunden zugeschnitten werden. Das gilt auch für die Augenoptik. Dank digitaler Gesundheitskarte und Co. werden Kunden ihre eigenen gesundheitsbezogenen Daten in naher Zukunft vollständig selbst verwalten und einsetzen.“

Wie Augenoptik in Zukunft aussehen kann, zeigt Mister Spex schon heute mit seinem innovativen Omnichannel-Konzept, über das Kunden sowohl im Onlineshop als auch im stationären Ladengeschäft Zugriff auf das gesamte Sortiment haben und ihren Einkauf mit Hilfe von unterschiedlichen digitalen Angeboten selbstständig und intuitiv steuern. Doch damit nicht genug: Die Entwickler des Berliner Unternehmens arbeiten kontinuierlich an weiteren Features wie einer optimierten 3D-Anprobe oder den Einsatz eines Online-Sehtests. Auch in Bezug auf Schnelligkeit optimiert Mister Spex das Angebot – „same day delivery“ wird bereits erfolgreich getestet. „Unser oberstes Ziel ist, den Kunden über intelligenteren, kanalübergreifenden Services zu befähigen, seine Bestellung so selbstbestimmt und unabhängig wie möglich zu tätigen – von der Auswahl der Fassung bis hin zur Art des Glases. Mit Zugriff auf qualifizierte Beratung, wann immer er danach verlangt“, ergänzt Caspar. „Der Brillenkauf darf Spaß machen und muss sich nicht wie ein Behördengang anfühlen.“

Der Kunde von morgen hat die Macht – nicht der Optiker

Mit dieser kundenorientierten Arbeitsweise mischte Mister Spex die Branche im vergangenen Jahrzehnt immer wieder auf. Der traditionelle stationäre Optiker hatte bisher die Rolle eines „Gatekeepers“ inne, der für den Kunden Fassungen und Gläser aussucht und entsprechend gefilterte Angebote macht. „Für mich grenzt das an Entmündigung“, sagt Mister Spex-Gründer Dirk Graber. „Der informierte Kunde kann das selbst.“ Ihm fehlt außerdem eine transparente Preiskommunikation bei Gläsern. „Der Kunde musste lange auf das Vertrauen, was der Optiker ihm anbot. Davon profitierte der Optiker, nicht aber der Kunde. Mit steigender Transparenz geht diese Macht zunehmend vom Optiker auf den Kunden über.“ Das hat gravierende Folgen – insbesondere für das Berufsbild des Optikers. In Zeiten von Automatisierung und Technisierung verliert das traditionelle augenoptische Handwerk an Bedeutung. Datengestützte Beratungsangebote hingegen rücken stärker in den Fokus. Für Graber setzt die Berufsausbildung heute allerdings noch die falschen Schwerpunkte: „Die aktuelle Ausbildungsverordnung für Augenoptiker und Optometristen ist überholt, es fehlt an grundlegendem digitalen



MISTER SPEX

So kauft man Brillen heute

Verständnis.“ Der Online-Experte will das ändern. Seit 2015 ist Mister Spex Ausbildungsbetrieb mit aktuell 17 Azubis. Nicht nur Berufseinsteiger, sondern auch erfahrene Optiker werden im Unternehmen intensiv im Umgang mit digitalen Technologien und datengetriebenen Prozesse geschult. Und nicht nur das Berufsbild ändert sich, auch das Produkt selbst wird in Zukunft zusätzlichen Ansprüchen genügen müssen. „Schon heute werden Brillengläser in höchster Qualität, einfach und kostengünstig in 3D-Druckern produziert“, sagt Dirk Graber. Technische Features und so genannte *Smart Glasses* werden weiterentwickelt – die Brille wird zum Träger von High-Tech-Komponenten wie beispielsweise integrierten Kameras.

Eine Branche auf dem Weg in die Unabhängigkeit

Ging es in der Vergangenheit in der Augenoptik wie auch in vielen anderen Branchen vor allem darum, unternehmerische Gewinne über Größenvorteile beim Einkauf und kostengünstigere Produktion im Ausland zu skalieren, ermöglicht die fortschreitende Digitalisierung und Automatisierung auch vergleichsweise kleinen Unternehmen die Wertschöpfungskette zu optimieren. Mit automatisierten Eigenleistungen wie dem Einschleifen von Brillengläsern mittels neuester Edging-Technologie in der hauseigenen Berliner Meisterwerkstatt reduziert Mister Spex Abhängigkeiten von externen Lieferanten. „Diese zunehmende Unabhängigkeit wird zwangsläufig dazu führen, dass Produktionshöhen fallen. Unternehmensgröße alleine ist in zehn Jahren kein Erfolgskriterium mehr, der smarte Umgang mit automatisierten und datenbasierten Lösungen wird den Wettbewerb in Zukunft entscheiden“, so Dirk Graber.

Ein weiteres Risiko auf dem Weg in die digitale Zukunft sehen beide Mister Spex-Geschäftsführer in bundes- und verbandspolitischen Rahmenbedingungen. Deutschland und Europa stehen demnach vor großen wirtschaftlichen Herausforderungen durch internationale Monopole und Plattformen, denen hierzulande vor allem mit Protektionismus traditioneller Strukturen begegnet wird. „Solche Strategien bremsen Innovationen in allen Branchen aus und führen langfristig dazu, dass Deutschland und Europa wirtschaftlich abgehängt werden“, erklärt Mirko Caspar. Die Grundvoraussetzungen für Digitalisierung müssen politisch verankert werden. Das gilt auch für die Belange der Augenoptik. „Heute bestimmen Politik, Verbände und Krankenkassen, wie mit dem Thema Brille als Medizinprodukt umgegangen wird. Die Digitalisierung und veränderte Kundenbedürfnisse spiegeln sich in der heutigen Gesundheitspolitik nicht wider“, ergänzt Dirk Graber. Als Beispiele nennt er unter anderem die Vorschläge zur Regulierung von rezeptpflichtigen Arzneimitteln oder das neue Heil- und Hilfsmittelversorgungsgesetz zur Erstattung von Brillengläsern. Seine Forderung: „Wenn sich die Branche nachhaltig aufstellen will, um auch in Zukunft zur Entlastung des Gesundheitssystems beizutragen, muss die Online-Optik als elementarer Bestandteil dessen integriert werden.“ Dass die Digitalisierung nicht aufzuhalten ist, steht außer Frage.** Die Frage ist vielmehr, wie sich Unternehmen und Politik positionieren. Dirk Graber dazu: „Die Politik sollte sich für ihre Entscheidungen Vertreter zukunftsorientierter Unternehmen in den Beraterpool holen, wenn Deutschland nicht zurückfallen soll.“

Unternehmenskontakt Mister Spex:

Katharina Berlet | presse@misterspex.de
Mister Spex GmbH | Greifswalder Straße 156 | D-10409 Berlin
Tel. +49 (0)30 / 4431 230 - 206 | Fax +49 (0)30 / 4431 230 - 25 206
www.misterspex.de

* Quelle: Bitkom 2017 / <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Shopping-rund-um-die-Uhr-ist-wichtigster-Trumpf-des-Online-Handels.html>

** Quelle: Bitkom 2017 / <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Digitalisierung-sorgt-fuer-mehr-Wohlstand-und-Wachstum.html>



MISTER SPEX

So kauft man Brillen heute

Über Mister Spex:

Die [Mister Spex](#) GmbH ist Europas führender Online-Optiker. Über seine Website bietet das Berliner Unternehmen neben Kontaktlinsen europaweit das umfangreichste Sortiment an direkt verfügbaren Markenbrillen und -sonnenbrillen zu attraktiven Konditionen an. Zusätzlich zur Preistransparenz und der Preisersparnis bei Brillen mit Sehstärke profitieren Kunden auch von kostenlosen Services wie Sehtests und Brillenanpassungen, denn Mister Spex kooperiert in Deutschland, Österreich, der Schweiz und den Niederlanden bereits mit über 500 lokalen Augenoptikern in einem Partnernetzwerk. Im Service-Team von Mister Spex beraten ausgebildete Augenoptiker die Kunden telefonisch oder per E-Mail. Das Unternehmen verfügt über eine eigene Optikerwerkstatt in Berlin, in der die Endfertigung und Qualitätskontrolle der Brillen erfolgt. Die gute Qualität der Brillen wurde im Dezember 2014 von der Stiftung Warentest bestätigt, die Mister Spex als einen der besten getesteten Optiker auszeichnete (test 1/2015, S.86 ff.).

Europaweit zählt Mister Spex mehr als drei Millionen zufriedene Kunden. Derzeit beschäftigt das Unternehmen über 450 Mitarbeiter und ist seit 2015 Ausbildungsbetrieb. Mister Spex ist mit eigenen Websites neben Deutschland auch in Österreich, Frankreich, Spanien, der Schweiz, in Großbritannien und in den Niederlanden aktiv und übernahm im Juli 2013 zudem das schwedische Online-Eyewear-Unternehmen Lensstore, das mittlerweile in Norwegen, Finnland und Schweden unter der Marke Mister Spex operiert, sowie im Januar 2015 den norwegischen Kontaktlinsenhändler Lensit. Im Februar 2016 hat Mister Spex seinen ersten eigenen Store in Berlin eröffnet und wurde im gleichen Jahr mit dem Red Dot Award für sein innovatives Ladenkonzept ausgezeichnet. 2017 folgten weitere Stores in Berlin-Steglitz, Oberhausen, Bremen, Bochum und Dortmund sowie die Prämierung mit dem iF Design Award und dem POPAI D-A-CH Award.