

## Soziale Innovation

So sehr auch die Digitalisierung unseren Alltag durchdringt, die Kraft des Analogen wird gerade jetzt unterschätzt.

Text von Christoph Engelberg

**N**eben den fortschreitenden Technologien und dem digitalen Wandel ist das Bewusstsein der Kunden für Nachhaltigkeit in den letzten Jahren deutlich gestiegen. Der Fachhandel hat mehr zu bieten als Marken, Produkte und Messmethoden. Hier liegen die Chancen für den traditionellen Einzelhandel, denn es geht um mehr als nur Produkt-, Preis- und Leistungstransparenz.

**«Platzhirsch sein ist keine Garantie mehr.»**

### Digitaler Darwinismus

Marktführer, die sich nicht anpassen, verschwinden. Digitaler Darwinismus macht vor niemandem halt. Grösse und Platzhirsch sein ist keine Garantie mehr. Nokia, Kodak, Neckermann sind diesem Fakt zum Opfer gefallen.

Unser Verhalten hat sich grundlegend verändert. Dazu einige Tatsachen:

- Unzählige virtuelle Geschäfte und Onlineshops werden aus aller Welt in unsere Wohnzimmer projiziert.
- Das Interesse an Beratungsgesprächen sinkt.

- Wir vertrauen Rezensionen und Onlinebewertungen Fremder mehr als dem Rat des Fachmanns.
- Die Industrie wiederum bedient das Eigenengagement der Kunden, bietet Plattformen und Tools an, die es ihnen ermöglichen, diese neue Freiheit auszuleben.
- Onlineshops machen Direktbestellungen ab Werk möglich. So bauen die Hersteller ihre Brücken zum Endverbraucher aus und erhalten sein direktes Feedback zu Erfahrungen und Wünschen.
- Mehr und mehr Produkte werden zu Apps.

Neue Player brechen mit innovativen Geschäftsmodellen in traditionelle Branchen ein und hebeln etablierte Marken und Unternehmen aus. Und dies ist erst der Anfang. Der nächste spürbare Schritt ist die Dematerialisierung. Immer mehr Produkte werden zur App.

### Der Gegentrend

Doch es gibt Hoffnung. Denn jeder Trend zieht einen Gegentrend nach sich, das ist schon jetzt spürbar. Im gleichen Zuge, wie sich die Digitalisierung ausbreitet, entwickelt sich ein Trend hin zum Analogen:

Schallplatte, Barbiershops, Handwerkskurse, Holz selber schlagen, hochwertige Schreibgeräte, Uhrenmanufakturen.

**«Jeder Trend zieht einen Gegentrend nach sich.»**

Es macht einen Unterschied, ob ich einen persönlich adressierten Brief in der Hand halte oder eine gesichtslose Mail. Es ist auch etwas anderes, ob man Musik über einen Streamingdienst abspielt oder eine Schallplatte aus dem Cover nimmt, sie auf den Plattenteller auflegt und den Tonarm mit seiner Diamantnadel langsam absenkt.

Ein neues Werteverständnis entwickelt sich: Anstand, Ehrlichkeit, Rechtschaffenheit, Vertrauen.

Unser Verlangen nach menschlicher Nähe, nach persönlichen Kontakten wächst. Solange es keine App gibt, welche die Gefühle beim Anprobieren der Brille wiedergeben kann, wird es Menschen geben, die eine fachkundige Meinung wertschätzen. Dienstleistung, Erfahrung und Kenntnis werden zu einem bedeutenden Gut. Ebenso die Zeit, die der Optiker einem Kunden widmet.

Menschen wollen frei sein. Einkaufen wann und wo sie wollen. Der Internethandel boomt. Bis die Menschen merken, welche Wirkung das hat. Viele Produkte benötigen nach wie vor Fachleute. Der Gang zum stationären Geschäft wird wichtig. Dies erklärt auch, weshalb Onlinehändler Shops aufmachen. Amazone, erst online, jetzt stationär, Mister Spex jetzt mit mehreren Filialen. Wir müssen umdenken und uns nicht nur daran klammern, was alles gewesen ist und dem hinterhertrauern.



### Christoph Engelberg

ist staatl. gepr. Augenoptiker und AO-Meister, seit 2001 Unternehmensberater, Impulsgeber, Autor, Coach, Heilpraktiker, systemischer Organisationsberater und Trainer.

[www.christoph-engelberg.de](http://www.christoph-engelberg.de)

Viele Berufsbilder werden sich grundlegend verändern. Waren wir früher Handwerker und Verkäufer in einem, sind Optiker heute schon mehr Dienstleister.

### Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit ist ein grosses Thema. Herkunft und Herstellung von Produkten ist für viele wichtig geworden. Ebenso der Wunsch hin zum regionalen Handel, was diverse Lebensmittelketten bereits aufgreifen, wie etwa Migros, Edeka, Rewe, Metro. Auch hier steckt eine grosse Chance für die Optik drin.

### Transparenz

Ich möchte das neue/alte Bewusstsein der Menschen kurz aufzeigen in der Hoffnung, dass Sie hier Tätigkeitsfelder und Interessen erkennen, in die Sie Ihre Kraft setzen können, ohne immer wieder über Brillen und deren Fähigkeiten zu reden. Wobei dies der erste Schritt in die richtige Richtung wäre. Ehrlichkeit und Transparenz dem Kunden gegenüber.

**Produkttransparenz:** Was erhält der Kunde eigentlich und das in seinen Worten verständlich ausgedrückt.

**Preistransparenz:** Was erhalte ich wofür. Fassung, Gläser, fertigt? Was ist mit den Leistungen?

**Leistungstransparenz:** Was kann der Kunde bei Ihnen alles bekommen?

Überall werden besondere Leistung oder Diagnose/Messmethoden bezahlt. Wenn also eine Röntgenaufnahme beim Zahnarzt ansteht, wird diese bezahlt. Wird eine Achsvermessung in der Autowerkstatt nötig, wird diese bezahlt. Warum also nicht auch das exakte Vermessen und Untersuchen des Auges. Somit könnte eine Impressionist/Vinzenz-Messung zur genauen Bestimmung der Zentrierparameter in der Rechnung aufgeführt werden. Ebenso die Vermessung des Auges. Sei es nun eine Phorieprüfung, 3D-Refraktion oder Screening.

**Beziehungsqualität** ist das Element, das ich unter sozialer Innovation verstehe. Beziehungsqualität herausstellen. Nicht soviel über Dinge reden, die beschlossene Sache sind. Ich nehme übrigens immer wieder wahr, dass Kollegen über Dinge diskutieren, die nicht zu ändern sind – und dabei nicht merken, dass sie sich mehr mit dem anderen beschäftigen als mit sich selbst. Jeder Vergleich mit anderen lähmt

vor allem die eigene Energie und die eigene Kreativität. Investieren Sie diese Zeit und Energie, um an sich selbst zu arbeiten und neue Ideen für Ihr eigenes Unternehmen zu entwickeln.

Viele Probleme des 21. Jahrhunderts sind nicht allein durch High-Tech-Innovationen zu lösen, sondern benötigen ein umfassendes Innovationsverständnis. Soziale Innovationen zielen auf eine Veränderung von Handlungspraktiken und Nutzungskonzepten. Bekannte Beispiele sozialer Innovationen sind Fair Trade, Car Sharing, Mikrokredite, flexible Arbeitszeitkonten oder Crowdsourcing.

Ein wichtiger Schritt, wenn man auf soziale Innovation baut, ist, bei sich selbst zu beginnen. Wie gehen Sie mit sich selbst, mit Ihren Mitarbeitern und mit Ihren Kunden um?

Richten Sie Ihre Aufmerksamkeit voll und ganz auf Ihr Unternehmen; analysieren Sie Ihre Stärken, Ihre Schwächen und Ihre Besonderheiten. Dass Sie einen Meisterbrief haben, ist dabei noch keine Besonderheit; den haben Tausende andere auch. Aber welchen Mehrwert können Sie Ihren Kunden bieten?

## «Welchen Mehrwert können Sie Ihren Kunden bieten?»

Stellen Sie Marketingideen heraus, die nicht nur Produkte und Preise in den Vordergrund stellen, sondern Sie selbst! Entwickeln und schärfen Sie ein eigenes Unternehmensprofil! Sie verkaufen schliesslich mehr als nur Brillen; Sie sind auch Handwerker, Menschenkenner, Stilberater, Mode-Experte, Psychologe – und manchmal sogar ein Freund.

Aber was jetzt und in Zukunft keine zusätzlichen Umsätze generiert, brauchen Sie auch nicht. Als Augenoptiker sind Sie Fachhändler und Dienstleister. Damit haben nicht nur Ihre Brillen einen Wert, sondern auch Ihre Leistungen, Ihre Erfahrung und Ihre Zeit.

# Flash

## Nachrichten

### Mark'envoy erweitert das Sortiment!

Ob drinnen oder draussen, Blu:ssentials ist die perfekte Kontaktlinse für die Augen. Die Blu-easy fit Familie ist aus hochwertigem SiHy Material mit einem Klasse 1 UV-Filter und selektivem Blaulichtblocker. Der UV-Schutz schützt optimal die Hornhaut der Augen und den Auginnenraum. Der selektive Blaulichtfilter schützt vor schädlichem blau-violettem Licht und steigert erheblich den Kontrast. Diese Kontaktlinse wird empfohlen bei Menschen, die einem hohen Anteil künstlichen Lichts und UV-Licht ausgesetzt sind und ihre Augen zusätzlich schützen möchten.

[www.myenvoy.com](http://www.myenvoy.com)

### Neueste Innovation von mark'envoy

Die EDOF (Presbyopielinse, arbeitet über die erweiterte Tiefenschärfe) ist eine speziell für Presbyopie entwickelte individuelle Monatskontaktlinse. EDOF nutzt die EDOF Technologie des Brien Holden Vision Institutes. Dieses patentierte Design ermöglicht ein klares Sehen in allen Entfernungen. Zudem erleichtert das Design eine komfortable Anpassung der Linse und verbessert das Tragegefühl. EDOF arbeitet unabhängig von Pupillengrössen und funktioniert auch bei dezentrierten Pupillen.

Zur Verbesserung des Tragekomforts kombiniert das Silikon-Hydrogel-Material einen hohen Wassergehalt mit niedrigen Reibungskoeffizienten. Die Vielzahl der Parameter und der geringe Modulus bieten eine präzise Passform und ein einfaches Handling.

Dank der Parametervielfalt gibt es keine Kompromisse mehr für die Träger.

