

Den Beruf des Augenoptikers kann man auf unterschiedliche Weise ausüben. Viele machen vieles gleich oder ähnlich, doch manche gehen erstaunlich andere Wege, mit Mut zum Risiko und aufgeschlossen für Innovationen. Solche Unternehmerpersönlichkeiten porträtiert eyebizz in jeder Ausgabe. Diesmal stellen wir zwei Augenoptiker vor, die für ihr Geschäftsmodell die Chancen des Digitalen mit besonderem Erfolg nutzen.

WALTER MEIER

Der Zweipreis-Erfinder



■ Sein Screen ist übersät mit Apps. Walter Meier liebt Apps, das fällt beim ersten Blick auf den Bildschirm seines Smartphones auf: vom Online-Banking bis zum Zeitungsangebot ein farbenfrohes Durcheinander. Er bezeichnet sein Handy liebevoll als sein „elektronisches Gehirn“, das er eher selten tatsächlich zum Telefonieren braucht. Ursprünglich Automechaniker gehört er zu den Quereinsteigern der Branche. Allerdings unterscheidet den 65-Jährigen vom Gros der augenoptischen Spezialisten seine Wertschätzung fürs Digitale: „Wir traditionellen Augenoptiker können nicht nur mit den wirklich schwierigen Seh-Problemen überleben. Wir müssen digital sichtbar sein und einfallsreich!“

Digitale Vordenker gesucht?

„Da habe ich ein brandheißes Exemplar für Sie!“, so meldete sich Tochter Svea Meier bei eyebizz. Die 30-Jährige hat vor knapp zwei Jahren die Geschäftsführung des Familienunternehmens Federer Augenoptik im Schweizer Buchs in dritter Generation übernommen. Auch als Quereinsteigerin. Sie selbst kommt aus dem Ökotop von Innovationen, hat Startups gescoutet, digitale Produkte für Großkonzerne lanciert. „Niemals hätte ich mir vorstellen können, in ein altes, verstaubtes Traditionsgeschäft einzusteigen, wo die Preislisten noch auf den Knien gehalten werden und jeder Kunde eher einen individuellen Preis bekommt, um das Meistmögliche aus ihm zu quetschen, statt ein individualisiertes Brillenglas.“

Tatendrang und Talent

Aber so ist der Papa ja auch nicht geartet, der in einer bescheidenen Bauernfamilie aufgewachsen ist. Die Tochter bewundert seine hohe Einsatzbereitschaft, seinen Ta-



tendrang und das Talent, das ihn auch schon bald in eine führende Position bei einem Schweiz-weit bekannten Autohaus brachte. Als der Großvater, der eigentliche Gründer von Federer Augenoptik, bei ihm mit seiner Tochter Jasmin ein Auto kaufte, war es um Meier geschehen. Er stieg als Lehrling in das augenoptische Fachgeschäft ein, bildete sich weiter und löst noch heute jedes optometrische Problem, das ihm im Refraktionsraum begegnet. Svea: „Nebenher entwickelt er visionäre Ideen, digitale und weniger digitale, und setzt sie um. Wobei meine Mutter Jasmin viel Last und Arbeit mittragen muss. Aber er ist schlicht großartig. Und sie auch!“

Das Zweipreis-Modell

Seit vier Jahren gibt es bei Federers das Zweipreis-Modell. Jeder Kunde wählt zwischen dem Modell Lifetime und Economy. Bei Lifetime ist alles inklusive: Service ein Brillenleben lang. Gültig für das komplette Brillen-Sortiment. Individuelle und umfassende Beratung rund um die Brillenfassung. 24 Monate Versicherung gegen Bruch, Beschädigung und Diebstahl oder Verlust. Über die gesamte Lebensdauer kostenloser Anpassungs- und Richtservice sowie Ersatz von Verschleißteilen. Anders das simple Economy-Modell, hier werden Produktpreis und Dienstleistungen strikt getrennt. Eine detaillierte Preisliste gibt Auskunft (<https://bit.ly/2z1ApCh>). Als Richtwert gelten 24 Schweizer Franken für 15 Minuten Dienstleistung. Von der Fassungsberatung bis zum Löten. Eine Mehrheit von rund 60 Prozent der Kunden entscheidet sich für die Premium-Variante Lifetime. Meier: „Immer wieder waren wir gefragt worden, warum ein und dieselbe Brillenfassung im Internet günstiger ist als bei uns. Jetzt können wir als Fachgeschäft mitziehen und gelten nicht mehr als überteuert.“

Digital first!

Es ist dem Senior eine Genugtuung, wenn Neukunden sie im Internet aufgestöbert haben. SEO ist hier kein Fremdwort, es läuft gut! Menschen, die auf der Suche nach ganz bestimmten Fassungsstücken sind, landen auf federerbuchs.ch und entdecken Liebhaberstücke, die bei Meier schon länger keinen Abnehmer fanden. Eine Win-Win-Situation, ältere Stücke haben einen glücklichen Besitzer und das Lager Platz für Neues.

Obwohl der Shop grundsätzlich zur Vorinformation der eigenen Kundschaft entwickelt wurde, werden heute zwei bis drei Päckchen pro Woche verschickt. Svea Meier: „Wir liefern regelmäßig nach Deutschland, in die USA und nach Osteuropa.“

Aber auch die First-Class-Kundin aus der vergangenen Woche freut Meier Senior. Eine Dame, die allein für ihre neue Fassung 2.500 CHF bei ihm springen ließ. Auch sie hatte ihr Modell schon bei ihm im Internet gefunden. Über 2.000 Fassungen locken auf der Federerschen Website: Das gesamte Sortiment von Brillenfassungen, Sonnenbrillen, Kontaktlinsen und Pflegemittel ist im haus-eigenen Online-Shop eingestellt. Meier hat ein kleines Fotostudio eingerichtet, sämtliche Brillenfassungen werden bei Eingang fotografiert. Bevor eine Brillenfassung in die Regale kommt, lockt sie schon im Netz. Online first! Und dann gibt es noch ein weiteres Motto bei der in Liechtenstein gebürtigen Familie: Get shit done!

Meier wünscht sich, dass mehr seiner Kollegen bei dem Zweipreis-Modell mitziehen: „Ganz einfach, um das Vorurteil, Fachgeschäfte sind zu teuer, auf breiter Basis zu revidieren!“ III CHRISTINE HÖCKMANN

BU zu den Bildern das Eyewear-Label gegründet. Den ersten Store gibt es seit gut drei Jahren in Mitte.



FEDERER AUGENOPTIK AG
Grünastrasse 25, 9470 Buchs
Inhaber: Jasmin Meier-Federer Walter Meier
Geschäftsführung: Svea Meier, stellv. Philipp Meier
Standort: Buch (Schweiz)
Gegründet: XXXX
Mitarbeiter: 15
www.federerbuchs.ch