

Einsichten

Nachrichten für traditionelle Augenoptiker 3/08

Kinderoptometrie

Vernachlässigen Sie nicht
Ihre Kunden von morgen

Seite 3

Geld verdienen mit Gleitsichtgläsern

Die richtige Strategie und Preispolitik
entscheidet über Ihren Erfolg

Seite 3 - 4

Werbevorschläge

Juli - September 2008

Seite 6 - 9

ErfolgReich in Rente

So veräußern Sie Ihr
Unternehmen richtig

Seite 10

IBU Unternehmerakademie 2008

3-Tages-Intensivseminar für Augenoptiker

Seite 11

IBU

Institut für Betriebswirtschaft
und Unternehmensführung

Einsichten...

... für bessere Aussichten!

Generationenwechsel, Verkauf, Übergabe an einen Mitarbeiter – es gibt verschiedene Varianten, sein Geschäft „an den Mann“ zu bringen, bevor man selber in Rente geht. Doch welche ist am sinnvollsten für mich? Und wie setze ich diese am besten um?

Es ist heute leider nicht mehr so einfach, sein Unternehmen zu veräußern und in den nächsten Jahren wird dies sicherlich nicht leichter.

In dieser Ausgabe von „Einsichten“ möchten wir Ihnen einige Anregungen und Denkanstöße geben, die Sie im Falle eines Verkaufes berücksichtigen sollten.

Ein weiteres Thema, das Sie vielleicht überdenken könnten, ist die Kinderoptometrie. Ein Marktsegment in der Augenoptik, das gerne vernachlässigt wird. Denken Sie hier langfristig. Unser Artikel soll Ihnen hier helfen, einen Anstoß zu erhalten.

Auch der Glasverkauf – speziell Gleitsichtgläser – gestaltet sich zunehmend schwieriger. Die Angst, „zu teuer“ zu sein führt häufig dazu, dass dem Kunden das bessere oder gar das beste Produkt gar nicht mehr angeboten wird. Daher spielt mehr denn je die richtige Strategie und Preispolitik eine wichtige Rolle. Zur Verdeutlichung

haben wir ein praxisnahes Rechenbeispiel aufgeführt.

Wie Sie mit Gleitsichtgläsern bessere Umsätze erzielen können – auch darüber hinaus haben wir einige wertvolle Tipps für Sie zusammengestellt.

Es gibt viele Aspekte, die für die Zukunft Ihres Unternehmens entscheidend sein können; lassen Sie uns darüber reden!

In diesem Sinne, herzlichst,
Ihr Team der IBU



Impressum

Herausgeber: IBU Consulting GmbH, Rheinweg 24, 53113 Bonn, Tel. (0228) 32 30 17 - 0, Fax (0228) 323017 -30
Geschäftsführer: Wolfgang Krista · **Redakteurin:** Tanja Müller · **Art Director:** Marc Hirschfeld

Alle Angaben wurden nach bestem Wissen und Gewissen zusammengestellt. Nachdruck und sonstige Wiedergabe, auch auszugsweise, sind nur mit schriftlicher Genehmigung der IBU Consulting GmbH gestattet.
Copyright 2008, IBU Consulting GmbH, Bonn

Kinderoptometrie

*Vernachlässigen Sie nicht
Ihre Kunden von morgen*

Scharfes Sehen und scharfes Denken gehen Hand in Hand

Wenn vor den Sommerferien die Zeugnisse verteilt werden, gibt es auch wieder viele enttäuschte Gesichter. Doch nicht immer sind Faulheit oder mangelnde Intelligenz der Grund für schlechte Noten. Denn immer mehr Kids sehen zwar die Fünfen auf dem Zeugnis, nicht aber das, was der Lehrer an die Tafel schreibt.

Nach einer jüngst veröffentlichten repräsentativen Studie leiden 18 Prozent der deutschen Kinder schon im Kindergartenalter an unentdeckten Sehschwächen.

Wie wichtig aber gutes Sehen in jungen Jahren ist und was man tun kann, damit der Nachwuchs den Durchblick hat, sollte der Augenoptiker den Eltern anschaulich vermitteln und verdeutlichen, dass Sehfehler so früh wie möglich erkannt und behandelt werden müssen. Geschieht das nicht, kann eine normale Sehentwicklung nicht mehr erfolgen und eine lebenslange Fehlsichtigkeit bleibt.

Häufig fallen z.B. winkelfehlsichtige Kinder schon oft vor dem Schuleintritt auf. Eines der frühesten und deutlichsten Merkmale ist die Unlust bzw. Unfähigkeit zum Ausmalen und Ausschneiden. Nachfolgend während der Schulzeit können sie mit recht hoher Sicherheit an der Art ihrer Auffälligkeiten erkannt werden. Da Winkelfehlsichtigkeiten oft vererbt werden, kann eine Befragung der Eltern über bei ihnen bestehende Auffälligkeiten zusätzliche Hinweise geben.

Cooler Brillen und gute Beratung für die „Kunden von morgen“

Leider fällt die Suche nach schönen Brillen für Kinder und Jugendliche bei vielen Augenoptikern eher enttäuschend aus. Zu große Fassungen oder zu dicke Brillengläser machen es dem jungen Brillenträger im wahrsten Sinne des Wortes schwer, sich mit seiner neuen Brille anzufreunden.

Die Beschäftigung mit diesem Produktsortiment scheint offenbar nicht lohnend genug. Zudem erfordert es einigen Aufwand, als



Augenoptiker kindgerecht zu agieren. Darüber hinaus darf eine Kinderbrille nicht zu teuer sein, da die Eltern verständlicherweise davon ausgehen, dass die Brille ohnehin nicht sehr lange hält. Doch wer als Augenoptiker unternehmerisch denkt, weiß auch, dass jede ersetzte Brille eine neue und somit eine „gute“ Brille ist.

Gute Kinderbrillen-Betreuung zahlt sich auch an anderer Stelle aus, denn sind die Eltern zufrieden, zählen auch sie wahrscheinlich schon bald zu Ihren Kunden.

Achten Sie daher auf eine kindgerechte Beratungseinrichtung in Ihrem Geschäft sowie über eine entsprechende Ausstattung, um Kinder optimal bedienen zu können. Auch ein großes Angebot an kind- und jugendgerechten Fassungen sowie freundliche und ausführliche Beratung der kleinen Kunden sollte selbstverständlich sein. Halten Sie auch weiteres Infomaterial für die Eltern bereit und bieten Sie Finanzierungshilfen an.

Die „Generation von morgen“, die nicht selten schon ein Marken- und Qualitätsbewusstsein entwickelt hat, verlangt daher nach schönen und „coolen“ Brillen vom Fachmann – und nicht nach 08/15-Modellen vom Wühltisch.



Geld verdienen mit Gleitsichtgläsern

Die richtige Strategie und Preispolitik entscheidet über Ihren Erfolg

Der Glasverkauf ist nicht mehr so einfach, wie in den 90'er Jahren, als viele Trainer noch den Top-Down-Verkauf lehrten und Mitarbeiter anleiteten, dem Kunden immer das „optimale“ Brillenglas anzubieten.

Viele Unternehmer/-innen, wie auch Mitarbeiter, trauen sich nicht mehr, dem Kunden das beste Produkt zu offerieren. Die Angst „zu teuer“ zu erscheinen führt nicht selten dazu, dass Mitarbeiter direkt zur „Aktionspreisliste“ greifen und dem Kunden nicht mehr mitteilen, dass es auch Qualitätsprodukte gibt.

Der „schnelle“ Verkauf über preiswerte Gläser führt aber auch zu einem Kompetenzverlust, da im Verkaufsgespräch die Preisattraktivität immer mehr dominiert.

Preise wie „98,- € für Gleitsichtgläser“ sind in der Werbung von Filialisten keine Seltenheit mehr. Aber auch viele traditionelle Augenoptiker lassen sich verleiten, diese Preisaktionen zu kopieren und haben subjektiv den Eindruck, Geld zu verdienen.

Haben Sie sich schon einmal gefragt, was sich im Kaufverhalten Ihrer Stammkunden verändert, wenn Sie in Ihrer Werbung „aggressiv“ Handelsprodukte zu Tiefpreisen offerieren?

Zuerst einmal haben Sie eine Menge Kunden im Laden! Das ist unstrittig. Wenn Sie etwas verschenken, haben Sie „sprichwörtlich“ immer die Hütte voll. Aber hat dieses Vorgehen auch etwas mit Geld verdienen zu tun, bzw. entspricht diese Preispolitik mittel- oder langfristig Ihrer Philosophie?



Stellen Sie sich folgendes Szenario vor!

Optik Muster verkauft 100 Markengleitsichtgläser in einem Beispielmonat mit einem durchschnittlichen Auftragswert in Höhe 293,- € je Markenglas (Der durchschnittliche Auftragswert ergibt sich aus der Verteilung über die verschiedenen Gleitsichtglaskategorien bzw. Glasdesigns)

Ausgangssituation

| Beispielgläser | VK-Preis Brutto Ø | EK-Preis Netto* Ø | Rohertrag | Verteilung Gläser | Anzahl VK Gläser | Umsatz Brutto | Rohertrag |
|----------------------------------|----------------------|----------------------|-----------|----------------------|---------------------|--------------------|--------------------|
| Marke Premium individuell | 405,00 € | 85,00 € | 255,34 € | 2% | 2 Stk. | 810,00 € | 510,67 € |
| Marke Premium 1.6 SET/hart | 364,00 € | 76,00 € | 229,88 € | 5% | 5 Stk. | 1.820,00 € | 1.149,41 € |
| Marke Komfort 1.6 SET/hart | 359,00 € | 75,00 € | 226,68 € | 13% | 13 Stk. | 4.667,00 € | 2.946,85 € |
| Marke Komfort 1.5 SET/hart | 332,00 € | 70,00 € | 208,99 € | 40% | 40 Stk. | 13.280,00 € | 8.359,66 € |
| Marke Standard 1.6 ET | 243,00 € | 51,00 € | 153,20 € | 20% | 20 Stk. | 4.860,00 € | 3.064,03 € |
| Marke Standard 1.5 | 195,00 € | 41,00 € | 122,87 € | 20% | 20 Stk. | 3.900,00 € | 2.457,31 € |
| Aktionsgleitsichtgläser Standard | 49,50 € | 13,00 € | 28,60 € | — | — | — | — |
| Summe | | | | 100% | 100 Stk. | 29.337,00 € | 18.487,94 € |

Angaben pro Stück, *EK-Preise nach Abzug Ihres Rabattes

Situation mit Aktionsgläsern

| Beispielgläser | VK-Preis Brutto Ø | EK-Preis Netto* Ø | Rohertrag | Verteilung Gläser | Anzahl VK Gläser | Umsatz Brutto | Rohertrag |
|----------------------------------|----------------------|----------------------|-----------|----------------------|---------------------|------------------|--------------------|
| Marke Premium individuell | 405,00 € | 85,00 € | 255,34 € | 1% | 1 Stk. | 405,00 € | 255,34 € |
| Marke Premium 1.6 SET/hart | 364,00 € | 76,00 € | 229,88 € | 3% | 3 Stk. | 1.092,00 € | 689,65 € |
| Marke Komfort 1.6 SET/hart | 359,00 € | 75,00 € | 226,68 € | 10% | 10 Stk. | 3.590,00 € | 2.266,81 € |
| Marke Komfort 1.5 SET/hart | 332,00 € | 70,00 € | 208,99 € | 20% | 20 Stk. | 6.640,00 € | 4.179,83 € |
| Marke Standard 1.6 ET | 243,00 € | 51,00 € | 153,20 € | 30% | 30 Stk. | 7.290,00 € | 4.596,05 € |
| Marke Standard 1.5 | 195,00 € | 41,00 € | 122,87 € | 36% | 36 Stk. | 7.020,00 € | 4.423,16 € |
| Aktionsgleitsichtgläser Standard | 49,50 € | 13,00 € | 28,60 € | +100% | +100 Stk. | 4.950,00 € | 2.859,66 € |
| Summe | | | | 200% | 200 Stk. | 30.987,00 € | 19.270,50 € |

Der Rohertrag steigt nach der Aktion von 18.487,- € auf 19.270,- €. Das entspricht einer Steigerung der Liquidität in Höhe ca. 800,- € bei Erhöhung der Stückzahlen um 100%.

Jeder Augenoptiker kann hier sein eigenes Szenario erstellen! Optik Muster steht für einen Qualitätsanbieter, der Markengläser favorisiert. Aber achten Sie bei Ihrer Planung darauf, dass eine „Billig-Werbeaktion“ Menschen nicht automatisch dazu motiviert, hochwertig zu kaufen. Im Gegenteil. Stammkunden könnten auch motiviert werden, ein Preissegment preiswerter kaufen zu wollen. Tauschen Sie hier auch Erfahrungen unter Kollegen aus.

Wenn nun Optik Muster seine Frequenz um 100% steigert, in dem er in ein Billig-Segment einsteigt, so ergeben sich folgende Änderungen:

1. Optik Muster hat 100% Frequenzsteigerung. Primär ausgelöst durch die preisaggressive Werbung für Gleitsichtgläser 49,50 €.
2. Stammkunden kaufen zum Teil preiswertere Gleitsichtgläser, da diese jetzt aktiv angeboten werden. Andere Neukunden kaufen wiederum auch höherwertiger, so dass der Anteil der Markengläser nicht sinkt (Annahme).
3. Die Verteilung im Verkauf der Markengläser verändert sich jedoch, da die preisaktive Werbung Verbraucher motiviert, preiswerter einzukaufen. Die Stückzahl bleibt erhalten, aber das Niveau sinkt.
4. Der Umsatz steigt. In unserem Beispiel um 9%.
5. Der Rohertrag steigt.
6. Die Mitarbeiter können sich aufgrund der hohen Frequenz nicht mehr richtig um ihre „guten“ Kunden kümmern. Erste Kunden gehen „fremd“.
7. Im Einzelfall kann eine aggressive Preisstrategie das Image langfristig beschädigen.

8. Kurzfristig sinkt die Liquidität. In unserem Beispiel führt die Aktion sogar zu einem Liquiditätsverlust, da der „Mehr-Ertrag“ nicht ausreicht, die Werbekosten zu tragen.

9. Mitarbeiter verkaufen auch nach der Aktion preisaktiv und führen dem Unternehmen so einen nur schwer messbaren Schaden zu.

10. Kunden von Optik Muster werden nicht mehr durch Qualitätsargumente gewonnen, sondern der Preis steht im Mittelpunkt der Argumentation. Optik Muster ist austauschbar.



Fazit: Wenn Sie mit Gleitsichtgläsern Geld verdienen wollen, überlegen Sie sich gut, welche Preispolitik Sie verfolgen und rechnen Sie ein denkbares Szenario durch. Viele Augenoptiker haben daraufhin schon oft Ihre Werbekonzepte verändert und sind am Ende, mit der richtigen Preisstrategie, als Gewinner vom Platz gegangen.

Sie haben noch Fragen zu diesem Thema? Weitere Auskünfte erteilt Ihnen auch gerne Dipl.-Betriebswirt Wolfgang Krista unter unserer kostenlosen Service-Nr. **(0800) 42 82 666**. Als erfahrener Berater unterstützt Wolfgang Krista traditionelle Augenoptiker bei der Erstellung geeigneter Preis- und Marketingkonzepte.

Werbevorschläge

Juli - September 2008

Die IBU Marketingservice hat sich darauf spezialisiert, Augentoptiker mit ihren Kernkompetenzen authentisch im Markt zu positionieren.

Für das Jahr 2008 haben wir zahlreiche Werbevorschläge erarbeitet, die Sie einzeln oder im Rahmen einer Jahresplanung buchen können. Alle Werbeaktionen sind beliebig im Jahr wählbar. Auf den nachfolgenden Seiten haben wir Ihnen einige unserer Vorschläge für das dritte Quartal 2008 zusammengestellt. Bei den von uns angegebenen Aktionszeiträumen handelt es sich lediglich um Empfehlungen.

Bitte beachten Sie, dass zu allen Aktionen auch Plakate und Anzeigenvorlagen erhältlich sind, ebenso wie Briefpapier passend zu den Prospekten. In unserem Katalog finden Sie darüber hinaus ein vielfältiges Angebot an Werbevorschlägen.

Stammkundenmailing

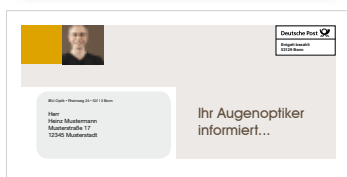
Komplettmailing für
47,- Cent / Stück¹

Werbethema: Gleitsichtbrille I



Artikel-Nr.:
AIS-30100-5

Komplettmailing
inkl. Briefpapier,
Gutschein, Texte,
Briefkuvert, Brief-
druck, Lettershop
und individuelle
Absprache

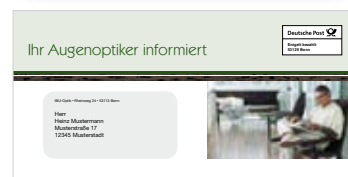


Werbethema: Gleitsichtbrille II



Artikel-Nr.:
AIS-30300-3

Komplettmailing
inkl. Briefpapier,
Gutschein, Texte,
Briefkuvert, Brief-
druck, Lettershop
und individuelle
Absprache



¹bei einer Beispielaufgabe von 4.000 Stk.; zzgl. MwSt., Porto / Versand

Werbelinie „augenblick“

8-seitige Broschüre ab
14,9 Cent / Stück²

Die Werbelinie „augenblick“ steht ganz im Zeichen des IBU-Leitsatzes „Weniger Werbung – mehr Information“.

Wir haben hier ein Werbemittel für Sie geschaffen, das Ihr Unternehmen interessant, kompetent sowie preisattraktiv in Szene setzt, denn qualitätsbewusste Augenoptiker werben besser mit ihrer Kompetenz, als sich auf einen Preiskampf einzulassen.

Die Werbemittel der augenblick-Linie bestehen jeweils aus einer **achtseitigen Broschüre** DIN A5, die als Beilage in Zeitungen oder als Prospekt an Haushalte eingesetzt wird. Die Broschüre ist so aufgebaut, dass jeweils ein übergeordnetes Thema (z.B. Gleitsicht) behandelt wird; jedoch nicht durch aggressive Werbung, sondern vielmehr durch Information und anspruchsvolle Präsentation.

augenblick III Themenschwerpunkt Gleitsichtgläser Empfohlener Aktionszeitraum: Juli- September

Broschüre-Titel



Artikel-Nr.: NK-92300-3
Endformat: 210 x 148 mm (A5)
Format offen: 210 x 297 mm

Themenvorschläge:

- Gleitsichtgläser
- Brille Light
- Sehberatung

Seite 2



Seite 3

Seite 4



Seite 5

Seite 6



Seite 7



Rückseite

Titel

Weitere Titel der augenblick-Linie



augenblick I

- Brillentrends '08
- Abverkauf Brillenfassungen
- Sehberatung

Januar - März



augenblick II

- Sonnenbrillen
- Sportbrillen
- Contactlinsen
- Sehberatung

April - Juni



augenblick IV

- Sehberatung
- Lesebrillen
- Autofahrer-Brillen
- Arbeitsplatzbrillen

Oktober - Dezember

Neukundenprospekte

Prospekte für
8,9 Cent / Stück³

Werbethema: Gleitsicht

Empfohlener Aktionszeitraum: Juli / August / November

Prospektvorschlag I



Prospekt-Titel

Artikel-Nr.: NK-30100-5 · Endformat: 148 x 210 mm (A5 quer) · Format offen: 148 x 420 mm

Prospektvorschlag II



Prospekt-Titel

Artikel-Nr.:
NK-38900-3

Endformat:
210 x 99 mm
(DIN-Lang hoch)

Format offen:
210 x 297 mm

Prospektvorschlag III



Prospekt-Titel

Artikel-Nr.: NK-36700-1 · Endformat: 148 x 210 mm (A5 quer) · Format offen: 148 x 420 mm

Prospektvorschlag IV



Prospekt-Titel

Artikel-Nr.: NK-37800-2 · Endformat: 148 x 148 mm · Format offen: 148 x 440 mm

³bei einer Beispielaufgabe von 30.000 Stk.; zzgl. MwSt., Porto / Versand

Prospektvorschlag V



aussen
Prospekt-Titel

Artikel-Nr.: NK-39000-4 · Endformat: 148 x 210 mm (A5 quer) · Format offen: 148 x 420 mm

Werbethema: Sehberatung

Empfohlener Aktionszeitraum: September/ Oktober



aussen

innen



aussen

innen

Artikel-Nr.: NK-36700-5 · A5 quer

Artikel-Nr.: NK-35600-4 · DIN-Lang hoch



aussen

innen



aussen

innen

Artikel-Nr.: NK-33400-2 · A5 quer

Artikel-Nr.: NK-32300-1 · DIN-Lang hoch

Werbethema: Last Minute - Sonnenbrillenschnäppchen

Empfohlener Aktionszeitraum: Juli / August



Sie haben noch zahlreiche Sonnenbrillen in den Regalen?
Dann nutzen Sie doch unsere Sonnenbrillenprospekte für eine Abverkaufsaktion.

ErfolgReich in Rente

So veräußern Sie Ihr Unternehmen richtig

Haben Sie auch schon einmal darüber nachgedacht, wie es Ihnen möglich ist, Ihr Augenoptikgeschäft in den nächsten Jahren zu verkaufen, an einen Mitarbeiter zu übergeben oder den Generationswechsel reibungsfrei zu gestalten?

Erfolgreich sein Unternehmen zu veräußern ist heute und in den nächsten Jahren gar nicht so einfach. Wurden früher noch hohe Beträge für den „Firmenwert“ eines Unternehmens gezahlt, so verlieren hier Augenoptikunternehmen mehr und mehr an Substanz. Häufig gibt es bei Unternehmern bezüglich der Kaufpreismittlung noch große Wissenslücken, die dazu führen, dass der Marktpreis für ein Unternehmen falsch eingeschätzt wird. Dies kann bedeuten, dass Sie nach Veräußerung Ihres Unternehmens eine Finanzlücke in Ihrer Rentenplanung haben. Lassen sie es nicht so weit kommen und planen Sie hier frühzeitig.

Die Zeiten ändern sich. Geringes Eigenkapital bei den Käufern, restriktive Banken und Ängste bei der Beurteilung der Zukunftsaussichten führen nicht selten zu schwierigen Verkaufsverhandlungen. Häufig geht es bei der Veräußerung eines Unternehmens nicht um einen realistischen Kaufpreis, sondern darum, wie viel der Unternehmer zum Leben braucht.

Haben Sie schon berechnet, welchen Verkaufserlös Sie bei der Veräußerung Ihres Unternehmens erzielen müssen, damit Sie „erfolgReich“ in Rente gehen?

Die veränderte Situation beim Unternehmensverkauf führt dazu, dass viele Unternehmer nicht mehr die Erträge bei einer Veräußerung erwirtschaften, die sie für ein entspanntes Leben als Rentner brauchen.



Aus diesem Grund bietet die IBU Unternehmerakademie ein Seminar, das sich speziell an Augenoptik-Unternehmer richtet, die ihr Unternehmen in den nächsten 3-5 Jahren veräußern oder an die nächste Generation weitergeben möchten.

In dem vierstündigen **Kurz-Seminar „ErfolgReich in Rente“** gibt Ihnen Dipl.-Betriebswirt Wolfgang Krista wertvolle Tipps zu den Themen:

1. **Wie berechnen Sie einen realistischen Kaufpreis für Ihr Unternehmen?**
2. **Welche Faktoren können eine Veräußerung positiv beeinflussen?**
3. **Wie können Sie Ihren Firmenwert in den nächsten Jahren erhöhen, um einen angemessenen Kaufpreis zu erzielen?**
4. **Generationswechsel richtig vorbereiten. Wie übergeben Sie Ihr Unternehmen richtig an Ihre Kinder?**
5. **Unternehmensverkäufe an Mitarbeiter. Vor- und Nachteile bzw. Probleme, die Sie vermeiden sollten.**
6. **Tipps für Marketingaktivitäten vor, während und nach der Veräußerung Ihres Unternehmens.**

Termine

- Köln/Bonn 15.09.08
- Berlin 16.09.08
- München 17.09.08
- Stuttgart 18.09.08
- Hannover 19.09.08

Das Kurz-Seminar beginnt jeweils um 10:00 Uhr und endet um 14:00 Uhr.

Kosten

Der Preis beträgt **75 Euro** zuzüglich Mehrwertsteuer, inklusive Tagungsgetränke.

Hinweis

Anmeldeformular und weitere Informationen auf **www.ibu-optik.de** oder unter unserer kostenlosen Service-Nr. **(0800) 42 82 666**.

IBU Unternehmerakademie 2008

3-Tages-Intensivseminar für Augenoptiker

Wegen der großen Nachfrage bietet die IBU engagierten Unternehmern jetzt auch im Herbst die Möglichkeit, an drei Tagen Praxis- Know-how und Wissen zu vertiefen. Unter der Leitung von Dipl.-Betriebswirt Wolfgang Krista lernen Sie die wichtigsten Techniken zum Thema Betriebswirtschaft, Marketing / Marktpositionierung und Konzepte in der Augenoptik.

Dipl.-Betriebswirt Wolfgang Krista, einer der erfahrensten Berater und Trainer in der Augenoptik, erarbeitet mit den Teilnehmern in diesem Intensivseminar alle wichtigen Praxisthemen zur Marktbearbeitung und gibt wertvolle Praxistipps. In kleinen Arbeitsgruppen haben die Teilnehmer die Möglichkeit, ihr Wissen auszutauschen und zu festigen.

Folgende Themen werden behandelt:

- **Unternehmensplanung in der Augenoptik**
 - Wie kann ich meinen Unternehmenserfolg richtig planen und die Liquidität im Unternehmen richtig steuern?
 - Übungen zum Verständnis der Unternehmenszahlen (DATEV)
 - Übungen zu verschiedenen betriebswirtschaftlichen Planungstechniken
- **Marktpositionierung**
 - Wie kann ich mein Unternehmen erfolgreich am Markt positionieren?
 - Übungen und Diskussionen zur Marktpositionierung
 - Übungen zur Erarbeitung des richtigen Marketing-Mix in den Bereichen Werbung, Preispolitik, Kompetenz und Produktpolitik
 - Erarbeitung von Werbekonzepten
- **Konzepte in der Augenoptik**
 - Wie kann ich meine Leistungen noch professioneller am Markt darstellen?
 - Übungen und Diskussionen zu verschiedenen Marktkonzepten in den Bereichen Sehberatung, Contactlinse und Generation 50+
- **Weitere Themen nach Absprache in den Arbeitsgruppen**

Wegen der großen Nachfrage jetzt auch im Herbst

17. - 19. Okt. 2008
Raum München



Kosten

Der Preis beträgt **750 Euro** zuzüglich Mehrwertsteuer und Übernachtung inklusive Tagungsgetränke und Seminarverpflegung.

Als Frühbucher zahlen Sie 525 Euro bei Buchungseingang bis 26. September 2008. Sie sparen 30 Prozent.

Hinweis: Die Teilnehmerzahl ist begrenzt!

Hinweis

Anmeldeformular und weitere Informationen auf **www.ibu-optik.de** oder unter unserer kostenlosen Service-Nr. **(0800) 42 82 666**.



Was bewegt die Branche?

Natürlich wollen wir Ihnen als Ihr kompetenter Berater rund ums Thema Augenoptik stets mit Rat und Tat zur Seite stehen.

Wenn Sie also spezielle Fragen haben oder Sie vielleicht ein besonderes Problem im Bereich Augenoptik beschäftigt, freuen wir uns über Ihren Anruf oder Ihre eMail. Gerne helfen wir Ihnen weiter. Auch wenn Sie Anregungen haben, welche Themen Ihrer Meinung nach in einer der nächsten Ausgaben von „Einsichten“ behandelt werden sollten, zögern Sie nicht, uns zu kontaktieren. Wir freuen uns über Ihr Feedback.

Marktplatz für Augenoptiker/-innen

Verpachte

Augenoptik-Filiale in PLZ-Gebiet 67...

Moderne, schön renovierte Geschäftsräume in zentraler Lage

Ihre Angebote bitte an IBU Consulting GmbH
Chiffre: 708001

Verkaufe

Etabliertes Augenoptikgeschäft

inklusive Wohnhaus mit 4 Wohneinheiten

- modernisiertes Jugendstilhaus
- 45 Jahre am Markt
- Vorort von Köln
- Mieteinnahmen jährlich 26.000 € (netto)
- Verkaufspreis mind. 512.000 €

Ihre Angebote bitte an IBU Consulting GmbH
Chiffre: 708002

Suche

Augenoptik-Fachgeschäft zur Übernahme

- im Raum Köln/Bonn und Rhein-Sieg-Kreis
- Umsatzgröße mind. EUR 250.000,- €

Ihre Angebote bitte an IBU Consulting GmbH
Chiffre: 708003

Suche

Augenoptik-Fachgeschäft zur Übernahme

- gerne mit Hörakustik-Abteilung
- im Raum Köln/Bonn und Rhein-Sieg-Kreis
- ab 2010 (flexible Übernahmekonditionen)
- Umsatzgröße mind. EUR 400.000,- €

Bewerbung und Kontakt über IBU Consulting GmbH
Chiffre: 708004

Stellenangebot

Augenoptiker/in

Moderne Fachgeschäft für Augenoptik in PLZ-Gebiet 03... sucht engagierte/n und zuverlässige/n Augenoptiker/in für Beratung und Atelier.

Ihre Angebote bitte an IBU Consulting GmbH
Chiffre: 708005

Hinweis

Möchten auch Sie Ihre Anzeige **kostenlos** in unserer nächsten Ausgabe platzieren?

Kontaktieren Sie uns unter **info@ibu-optik.de** oder rufen Sie uns an unter unserer kostenfreien Rufnummer **0800-4282666!**