

Abstract zur Bachelorarbeit

Fachgebiet: Marketing
Name: Scheele, Andreas
Thema: **Neupositionierung der Augenoptik in Deutschland - Darstellung des Meinungsbildes von inhabergeführten, traditionellen Augenoptik-Unternehmen mit Hilfe eines selbstentwickelten Fragebogens**
Jahr: 2016
Betreuer: Prof. Dr. med. habil. K. Kunert
MBA. T. Heyner

Ziel. Ziel ist es, die Bemühungen des ZVA im Hinblick auf die Neupositionierung aufzuzeigen. Da die deutsche Augenoptik zukünftig immer mehr Aufgaben der Primary Eye-Care übernehmen soll, wurde durch diese Untersuchung versucht herauszufinden, inwieweit sich die traditionellen Augenoptik-Unternehmen in Deutschland bereits mit diesem Themengebiet beschäftigt haben und wie sie diesem gegenüberstehen. Hier wurde insbesondere das Screening als Neupositionierungsmaßnahme untersucht.

Material und Methode. Ein an Geschäftsführer/ -inhaber von traditionellen augenoptischen Unternehmen versendeter Online-Fragebogen wurde 111 mal vollständig ausgefüllt. Zuvor wurde mit Hilfe von einem Pretest die Verständlichkeit der Fragen geprüft. Die ausschließlich geschlossenen Fragen wurden mit IBM SPSS Statistics 22 deskriptiv ausgewertet.

Ergebnisse. 93,7 % der Teilnehmer stehen dem Screening positiv gegenüber. 81 Unternehmen haben bereits Screening in ihrem Angebot, davon sprechen 41 Teilnehmer ihr Angebot auch aktiv gegenüber ihren Kunden an. Bei den befragten Unternehmen scheint der Meistertitel für 74 Teilnehmer eine ausreichende Qualifikation zu sein. Bei den Mitarbeitern zeichnet sich ein ähnliches Bild ab. In Regionen mit bis zu 50.000 Einwohnern ist die Anzahl an augenoptischen Fachgeschäften in direkter Nähe zu einer augenärztlichen Praxis mit 63,9 % hoch.

Schlussfolgerung. Das Screening als Teil der Neupositionierung wird bereits heute angenommen und in vielen Betrieben bereits umgesetzt. Ob die flächendeckende Versorgung der Primary Eye-Care in ländlichen Regionen durch die Augenoptik zu bewältigen ist, bleibt fraglich - an dieser Stelle müssen auch die demografischen Entwicklungen einbezogen werden.

Schlüsselwörter. Screening, Optometrist, Neupositionierung

Abstract Bachelor Thesis

Specific Field: Optometry
Name: Scheele, Andreas
Bachelor Thesis: **Repositioning of optometry in Germany – Depiction of the current opinion of owner managed, traditional optometry businesses based on a self-developed questionnaire**
Year: 2016
Supervising Tutor: Prof. Dr. med. habil. K. Kunert
MBA. T. Heyner

Purpose. The aim of this work is to display the efforts of the ZVA (central association of optometrists) concerning the repositioning. Due to the fact that the optometry in Germany shall acquire more and more tasks of the Primary Eye-Care, this survey was designed to estimate how far traditional optometrist businesses in Germany already address this topic and how they face it. In particular the Screening as action of repositioning was surveyed.

Methods. An online questionnaire, which was developed and sent to managers of traditional optometry businesses, was 111 times completely filled in. Previously a pre-test was used to evaluate the intelligibility of the questions. The questions were exclusively closed and evaluated descriptively using IBM SPSS Statistics 22.

Results. 93,7 % of all participants receive the screening favorably. 81 businesses already offer the Screening and out of these 41 participants actively approach their customers with these. According to 74 of the interviewed businesses the "Au-genoptikermeister" certificate is an adequate qualification. The employees seem to have a similar point of view. In regions with up to 50.000 citizens the amount of optometry businesses in immediate proximity to ophthalmologist is high (63,99 %).

Conclusion. The screening as part of the repositioning is already accepted and implemented in many businesses. Nevertheless it is still in dispute, if it is possibly to enable a complete supply of the Primary Eye-Care by optometry businesses in rural areas since the demographic progressions have to be considered as well.

Keywords. Screening, Optometry, Repositioning