



EDITORIAL

Transparenz ist die Grundlage jedes vertrauensvollen Miteinanders und eines gemeinsamen Erfolgs, denn sie schafft Nachvollziehbarkeit. Bei Team 93 ist Transparenz gelebte Philosophie. Und weil es Zeit wurde, dass unser Newsletter endlich auch einen Namen trägt, lag kaum etwas näher, als ihn «Transparent» zu nennen. Denn er soll als Instrument dienen, unsere gemeinsamen Projekte, Themen und Herausforderungen offen miteinander zu teilen und nach aussen zu kommunizieren.

In diesem Sinne gibt es dieses Frühjahr viel Gutes zu berichten. Mit unserer strategischen Ausrichtung und unseren innovativen Konzepten befinden wir uns auf gutem Kurs. Das bestätigte nicht nur das deutliche Abstimmungsergebnis an der diesjährigen Generalversammlung. Mit Stolz können wir zudem bereits auf zwei aktive Jahre mit unserem Qualitätslabel «Gesundheitsoptik» zurückblicken. Grund genug, diesen April erste Erfahrungsberichte zu präsentieren. Wir wünschen viel Freude am neuen Newsletter.

Andreas Frey
Geschäftsführer Team 93



Dr. Castelberg Optometry Gesunde Augen

Seite 2

AUF EIN WORT

Warum Guido Meier schon seit zwanzig Jahren Stammkunde bei Dr. Castelberg Optometry in Landquart ist.

Seite 5

GESUNDHEITSOPTIK

Mit Qualitäts-Dienstleistungen zu mehr Erfolg – Das zukunftsorientierte Gütesiegel von Team 93.

Seite 6

KURZ UND BÜNDIG

Die 24. Generalversammlung am 14. März stand ganz im Zeichen der Zukunft von Team 93.

Seite 8

Die Optik der Zukunft



Dr. Christoph Castelberg ist kein traditioneller Augenoptiker. Das verrät schon das Kürzel im Namen. 2003 promovierte der engagierte Unternehmer aus Landquart zum ersten Optometristen Graubündens. Seither setzt er sich aktiv für die Augengesundheit seiner PatientInnen sowie für die Etablierung des Fachbereiches Optometrie in der Schweiz ein und ist mit dem Qualitätslabel «Gesundheitsoptik» von Team 93 zertifiziert.

Text und Fotos: Carina Scheuringer

Im angelsächsischen Raum gelten Optometristen schon längst als verantwortungsvolle erste Ansprechpersonen für die Augengesundheit. In ihrer Funktion als Schnittstelle zwischen technischen und medizinischen Experten sind sie darauf spezialisiert, Anomalien im Auge frühzeitig zu erkennen und richtig zu interpretieren. Eine Überweisung an den zuständigen Facharzt erfolgt nur dann, wenn dies auch wirklich erforderlich ist. Damit wird nicht nur ein wichtiger Beitrag zur medizinischen Frühdiagnostik und

Prävention geleistet, sondern auch das Gesundheitssystem entlastet.

Es ist eine Rollenaufteilung, die sich Castelberg auch für die Schweiz wünscht und die er mit «Dr. Castelberg Optometry» seit dreizehn Jahren als erster Optometrist Graubündens aktiv vorlebt. «Es ist wichtig, langfristig und nachhaltig zu denken», bringt der Unternehmer seine Betriebsphilosophie auf den Punkt. «Wir haben den PatientInnen gegenüber eine Verantwortung. Ich könnte nicht schlafen, wenn ich die medizinischen Kontrollen nicht machen würde.»

Nachhaltig aus Tradition

In seiner Denkweise ist Castelberg sozusagen «vorbelastet», denn er führt auf diesem Fachgebiet der Optik eine Fami-

lientradition fort. «Mein Grossonkel und mein Cousin zweiten Grades waren die Pioniere der Schweizer Optometrie. Vor dreissig Jahren sprach noch niemand von diesem Fachgebiet», erinnert er sich. «Als Mentoren und Lehrmeister haben sie mich geprägt, sodass ich mir heute eine Optik ohne einen gesundheitlichen Ansatz gar nicht vorstellen könnte.»

Nach der Berufslehre bei Cousin Rémy Comminot in Neuchâtel und der damaligen Höheren Fachschule absolvierte der gelernte Augenoptiker berufsbegleitend die akademischen Studien Bachelor und Master of Science am Pennsylvania College of Optometry und erlangte anschliessend an der University of Cardiff, Grossbritannien, seinen Dokortitel. Für seine Dissertation testete er Algorithmen, welche für die Perimetrie benötigt werden.

«Es war ein langer Ausbildungsweg, doch habe ich diesen aus Freude zum Beruf gewählt», erklärt Castelberg heute. «Meine Faszination ist auch nach all diesen Jahren ungebrochen.»

Interdisziplinäres Zusammenwirken

Heute ist der Betrieb «Dr. Castelberg Optometry» längst über die Kantonsgrenzen bekannt. «Es kommen PatientInnen aus ganz Graubünden und zum Teil aus dem St. Galler Rheintal und dem Fürstentum Liechtenstein zu uns nach Landquart», bestätigt der Optometrist, der die interdisziplinäre Zusammenarbeit und den Respekt der Fachärzteschaft schätzt, die ihn besonders in Spezialfällen gerne weiterempfehlen.

«Es ist wichtig, dass wir uns gemeinsam durch unser Dienstleistungsangebot differenzieren und die PatientInnen mit unserem exzellenten Service und unserer Qualität überzeugen. Nur so können wir uns weiterhin am Markt behaupten; nur so haben wir eine Existenzberechtigung. Sind die Menschen erst einmal bei uns, dann können wir ihnen auch etwas verkaufen. Und davon leben wir schlussendlich.»

«Man kann sich heute nur noch über Gesundheitsdienstleistungen differenzieren.»



FORTSETZUNG: IM GESPRÄCH



Castelberg kritisiert die Discounter, die seiner Meinung nach bei den sogenannten 'Screenings' viel zu häufig «falsche Positive» generieren und PatientInnen zum Facharzt schicken, welche eigentlich kerngesund sind, nur «weil sie unsicher sind und nicht über das nötige Wissen verfügen.» «Sie delegieren eigentlich nur weiter, belasten die Fachärzte und verursachen damit auch Kosten für die Allgemeinheit. So sind Discounter in Wirklichkeit gar nicht billiger, auch wenn sie dies vielleicht anfangs zu sein scheinen.»

Lotsenfunktion Optometrie

Der Unternehmer ist davon überzeugt, dass sich die Optikerbranche zukünftig vom Schwerpunkt Verkauf in Richtung ganzheitliche Fachberatung entwickeln muss und sieht das individuelle Merkmal Optometrie als Schlüssel zum Erfolg. «Meiner Meinung nach kann man sich heute nur noch über Gesundheitsdienstleistungen differenzieren, denn schöne, modische Brillen verkauft ja jeder.»

Castelberg möchte seine Kollegen dabei unterstützen, «auf diese Schiene aufzuspringen und sich den nötigen medizinischen Background anzueignen» und engagiert sich daher aktiv im wissenschaftlichen und beratenden Gremium des Schweizerischen Optiker Verband (SOV). Seit 2014 ist er zudem mit dem Qualitätslabel «Gesundheitsoptik» von Team 93 zertifiziert.

Gütesiegel Gesundheitsoptik

«Ich war begeistert, als ich von den Plänen von Team 93 hörte, die Gesundheitsoptik als Gütesiegel regionaler, un-

abhängiger Augenoptik-Fachgeschäfte einzuführen, weil ich es wichtig finde, dass die Optometrie in der Schweiz an Stellenwert gewinnt. Gleichzeitig ist das Label für mich ein fantastisches Marketingtool, denn meine Schwäche liegt in der Vermarktung», erklärt Castelberg.

Als besonders wertvoll stuft er die Kampagnen der Kommunikationsagentur ein, die er nun seit der offiziellen Zertifizierung durch Team 93 zu Werbezwecken nutzen kann. «Wir befinden uns ja heute sozusagen in einem Haifischbecken und da ist es wichtig, dass wir den Mehrwert, den wir erbringen, auch kommunizieren und uns über unsere Dienstleistung positionieren. Um das auch richtig zu machen, braucht es Experten, die sich hierbei auskennen.

«Das Label ist für mich ein fantastisches Marketing Tool, denn meine Schwäche liegt in der Vermarktung.»

Durch das Label ist dies nun möglich und auch leistbar.» Gemeinsam mit anderen zertifizierten Mitgliedern ist der Optometrist Teil einer Erfahrungsgruppe, die es allen Beteiligten ermöglicht, sich regelmässig auszutauschen. «Ich schätze es, dass wir voneinander lernen und miteinander debattieren können», sagt Castelberg. Die Diskussionsrunden hätten vor allem gezeigt, dass es bei der Gesundheitsoptik primär um Inhalte anstatt um die Etikette gehe. Eine Tatsache, die der Unternehmer durchaus als positiv empfindet, denn, so betont er: «bringt die ganze Übung schliesslich nur dann etwas, wenn das Niveau kontinuierlich steigt und wir damit positive Akzente für unsere Branche setzen. Nur so können wir auch in der Zukunft prosperieren. Und das liegt in unser aller Sinne!»

www.dr-castelberg.ch

HINTER DEN KULISSEN

Klare Verantwortlichkeiten

Bei «Dr. Castelberg Optometry» sind Verkauf und ganzheitliche Fachberatung klar getrennt. Während sich Castelberg und eine Optometristin um die gesamtgesundheitliche Betreuung der PatientInnen kümmern, ist ein Team aus OptikerInnen für die technischen und modischen Aspekte zuständig.

Effiziente Behandlung

Es ist Teil der Philosophie von «Dr. Castelberg Optometry» nur dann weiterführende Untersuchungen durchzuführen, wenn es nötig ist. «Wir testen nicht um des Testens Willen und belasten damit unnötig unsere PatientInnen und das Gesundheitssystem», erklärt der Optometrist.

Ausbildung Optometrist

Der Weg zum Optometristen führt in der Schweiz nach einer Ausbildung zum Augenoptiker über ein Studium an der Fachhochschule Nordwestschweiz.

KAMPAGNE 2016 Exklusiv für Essilor Partnerkunden!



Essilor ist wieder mit einer grossen **Mehrbrillenaktion** im Mai und Juni präsent. Seien Sie **aktiv** mit dabei und steigern Sie Ihre Varilux Mehrbrillenverkäufe. Essilor unterstützt Sie mit **personalisierten Werbeoptionen** und einer gesteigerten Online-Präsenz.

Sie sind noch nicht Partner?

Nehmen Sie einfach mit Ihrem Glasberater Kontakt auf, um mehr über das Essilor Partnerprogramm zu erfahren.

 **ESSILOR (SUISSE) SA**
Route des Avouillons 30 - PF 110 - CH-1196 Gland

WORKSHOP – JETZT ANMELDEN!
«NACHFOLGEPLANUNG KMU»

Sich selbst professionell vorbereiten spart Beratungskosten!

Wer für seine eigene Nachfolge oder eine Übernahme professionell gerüstet sein möchte, um Geld und Zeit zu sparen, wenn es soweit ist, dem bietet der interdisziplinäre Workshop «Nachfolgeplanung KMU» eine praxisorientierte Weiterbildung. Im interaktiven Austausch mit erfahrenen Experten lernen die Teilnehmer dabei die eigene Situation zu analysieren und erhalten konkrete, individuelle Lösungsansätze.

Datum: 6. Juni 2016
Dauer: 9.00 bis 12.00 Uhr
Ort: Hotel des Balances, Luzern
Experten: Arthur Buck (lic.iur.),
Fredri Zwahlen
Zielgruppe: Übergeber, Unternehmer
Kosten: Keine

Anmeldung und weitere Informationen finden Sie im Intranet unter www.team93.ch – Weiterbildung



Silhouette
AUTHENTIC EYEWEAR. SINCE 1964.

© Silhouette Eyewear, Inc. 2016

Silhouette lässt Sie strahlen.
WEIL SIE EINZIGARTIG SIND

www.silhouette.com

AUF EIN WORT: PD DR. MED. ZULAUF

Respektvolles Miteinander

Der Augenarzt Mario Zulauf arbeitet seit über 10 Jahren mit dem Optometristen Christoph Castelberg zusammen. Er findet, beide Seiten können voneinander lernen.

Interview: Jacqueline Vinzelberg

Herr Dr. Zulauf, wie sieht ihre Zusammenarbeit mit Christoph Castelberg aus?

Anfangs überwies Christoph Castelberg mir Patienten und bekam von mir eine entsprechende Antwort auf seine Frage, seine Vermutungsd Diagnose. Dann folgte eine intensive Zusammenarbeit, während er bei Prof. John Millington Wild an der Optometry School der University of Cardiff dissertierte. In dieser Zeit war ich eine Art Stief-Doktorvater. Nach Abschluss seiner Doktorarbeit bestand unsere klinische Zusammenarbeit darin, dass Dr. Castelberg Patienten bei sich untersuchte, ein Fundusfoto machte, dass ich beurteilte und mit dem Patienten besprach. Der Jurist der SOG stellte diese Zusammenarbeit ab, weil die juristischen Grundlagen für diese Telemedizin nicht gegeben sind. Seit zirka 2 Jahren ist es wie früher: Dr. Castelberg schickt mir Patienten und bekommt ein Feedback.

Wie stehen Sie als Augenarzt zum Optiker-Fachbereich der Optometrie?

Unverkrampt! Schon 1993 habe ich in Luzern für Optiker und Optometristen einen Vortrag über das Glaukom gehalten. Inzwischen hat sich viel verändert. Dennoch, mir scheint, die Schweizer Optometrie ist nicht dort, wo sie in den USA, England und Australien ist.

Wissenschaftlich bin ich im Wesentlichen ein Perimetrie-Forscher. Seit 1982, als ich begann, hat die Forschung ganz klar von der Ophthalmologie zur Optometrie gewechselt. Die neueste Software für mein Heidelberg SPECTRALIS OCT wurde von einem Professor der Optometrie in Halifax entwickelt. Also, als Forscher: Hut ab. Als Kliniker: Die Optometristen können



sich noch verbessern, aber auch wir Augenärzte können von Optikern und Optometristen lernen.

Sind Sie der Ansicht, dass Optiker und Optometristen in der Schweiz generell enger mit Augenärzten zusammen arbeiten sollten?

Besser zusammen arbeiten ist immer gut und mit den seit 10 Jahren möglichen Makulabehandlungen ist es für uns Augenärzte schwierig, die anfallende Arbeit allein zu bewältigen. Darum ist eine bessere Zusammenarbeit unumgänglich.

Wie können alle Beteiligten profitieren?

Für Optiker und Optometristen ist eine gute Zusammenarbeit sicher eine interessante Erweiterung der eigenen Tätigkeit. Wir Augenärzte sollten mehr Respekt vor der Brille haben, vom Rezept über das Brillengestell bis zum Glas. Dass der Kunde, aber auch der Patient, ein König ist, müssen wir Augenärzte erst noch lernen. Aber die Kunden respektive Patienten profitieren am meisten.

Welche Herausforderung sehen Sie in dieser Zusammenarbeit?

Sicher gibt es ein gewisses merkantiles Überlappen der beiden Berufsbereiche. Wer mit dem Sehen nicht zufrieden ist, kann zuerst den Augenarzt oder zuerst den Optiker/Optometristen konsultieren. Die Optometristen müssen sich aber bewusst sein, dass die Diagnose «gesund», also die Abwesenheit einer Krankheit sehr anspruchsvoll ist. Kurz, alle Beteiligten müssen aus den Schützengräben steigen, aufeinander zugehen und Respekt vor der Tätigkeit des anderen haben.

Wer leistet, wird belohnt

Seit zwanzig Jahren ist Guido Meier aus Malans Stammkunde bei «Dr. Castelberg Optometry.» Was er besonders schätzt und wie er den Mehrwert einer ganzheitlichen Fachberatung einstuft, erklärt er im Interview.

Interview und Foto: Carina Scheuringer

Warum wurden Sie Kunde bei «Dr. Castelberg Optometry»?

Mit 43 Jahren bemerkte ich die erste Beeinträchtigung meines Sehvermögens. Damals – im Jahre 1996 – entschied ich mich für die «Dr. Castelberg Optometry», da ich das Ehepaar Castelberg privat kannte und natürlich lieber zu einem Bekannten, als zu einem Fremden ging.

Warum sind Sie der «Dr. Castelberg Optometry» danach 20 Jahre treu geblieben?

Ich bin mit dem Service äusserst zufrieden. Ich schätze die kompetente Beratung; die kundenfreundliche und auf-

merksame Bedienung; den speditiven Service. Ich weiss, dass bei «Dr. Castelberg Optometry» meine Augen gründlich untersucht werden. Dr. Castelberg macht wichtige Tests, misst zum Beispiel den Augendruck und beurteilt den Augenhintergrund. Somit ist er – im gewissen Sinne – auch ein Diagnostiker.

Ist Dr. Castelberg in Landquart als Optometrist bekannt?

Ich denke schon, dass man in Landquart weiss, welche Arbeit Dr. Castelberg leistet. Er ist ja der einzige Optometrist hier und hat eine fundierte akademische Aus-



bildung im Ausland gemacht. Wenn Menschen begeistert sind, spricht sich das auch herum. Mund-zu-Mund-Propaganda ist immer noch am wichtigsten und Dr. Castelberg betreibt zudem noch Reklame.

Haben Sie das Gefühl, dass die Allgemeinheit den Unterschied zwischen Augenoptiker und Optometrist versteht?

Ich glaube schon, dass die Kunden – wenn sie einen Vergleich haben – merken, dass bei «Dr. Castelberg Optometry» das Auge viel genauer untersucht wird. Optometrie ist natürlich ein Spezialgebiet, das noch sehr jung und wenig bekannt ist.

PUBLIREPORTAGE

Modernes Design trifft auf urbanen Lifestyle



Individualität, Kreativität und ein inspirierendes urbanes Umfeld wie es in pulsierenden Trendbezirken vieler Metropolen erlebbar ist – all das ist typisch für Neubau, den 7. Bezirk der österreichischen Landeshauptstadt Wien. Es ist ein Nährboden für innovative Ideen und Trend definierende Strömungen von Mode bis Musik und zeitgenössischer Kunst aller Genres. Genau dieses Lebensgefühl wurde nun zur namensgebenden Inspiration für eine weltweit neue Brillenmarke: neubau eyewear, die im Juni lanciert wird.

neubau eyewear ist eine Hommage an Kreativität, Innovation und den Zeitgeist der Millennials-Generation und wurde im Januar erstmals auf der OPTI Messe in München, dem Fachpublikum präsentiert.

Weltweiter Launch der optischen Brillenkollektion mit 12 Modellen in je sechs Farbgebungen erfolgt im Juni 2016, die erste neubau Sonnenbrillenkollektion folgt im Oktober 2016.



neubau eyewear verknüpft urbanes Lebensgefühl und innovatives Design mit langjährigem Know-how & Erfahrung. Denn die Marke kann in puncto Produktqualität auf die Geschichte des dahinter stehenden österreichischen Traditionsunternehmens bauen: Die Silhouette International Schmied AG, ein Unternehmen das seit jeher für schlichte Eleganz, hochwertige Materialien und stets höchste Qualität steht.

Mit Qualitäts-Dienstleistungen zu mehr Erfolg



Konkurrenz, Preisdruck und verändertes Kundenverhalten machen ein Umdenken akut, um zukunftsfähig zu bleiben. Es braucht innovative Strategien, die Kundenbindung und Neukundengewinnung fördern und das eigene Image und damit die Positionierung am Markt stärken. Das von Team 93 lancierte Qualitätslabel «Gesundheitsoptik» setzt genau da an. Andreas Frey, Geschäftsführer von Team 93, erklärt die Hintergründe und wie zertifizierte Mitglieder davon profitieren können.

Interview: Jacqueline Vinzelberg, Foto: Carina Scheuringer

Andreas Frey, wie kam es zur Entwicklung der «Gesundheitsoptik»?

Ausgangspunkt war eine professionelle Mitglieder-Umfrage durch ein Marktforschungsinstitut in 2012. Dabei ging es unter anderem um eine Abklärung von Erfolgsfaktoren wie Positionierung und Differenzierung im Markt und individuelle Probleme und Herausforderungen sowie die Erwartungen an Team 93.

Aus den Ergebnissen entwickelten wir mit der Markenexpertin Nicole Wenger-Schubiger das Konzept des Qualitätslabels «Gesundheitsoptik», mit dem wir im Februar 2014 starten konnten.

Was bedeutet «Qualitätslabel» in diesem Kontext?

Es geht dabei nicht um eine Dachmarke oder den Namen an sich, sondern um die Werte, die hinter diesem Gütesiegel stehen. Unsere Mitglieder sind weitgehend mit ihrer eigenen Marke – teilweise seit Generationen – an ihrem Ort verankert. Hier bietet die Zertifizierung als Gesundheitsoptiker eine Möglichkeit, die indivi-

duelle Marke mit zusätzlichen Inhalten zu füllen ohne sie zu konkurrenzieren. Nach aussen hin sensibilisiert das Qualitätslabel den Kunden für die Thematik, signalisiert ihm, dass er hier geprüfte Qualität erwarten darf und gibt ihm die Gewissheit in guten Händen zu sein.

Worum geht es dabei?

Nur modische, hochwertige Brillen zu verkaufen reicht heute nicht mehr aus. Dabei geht es selbst bei der schönsten Brille am Ende auch nur um eines: um die Sehkraft und damit um die Augengesundheit. Das bietet dem Optiker die Möglichkeit, sich mit zusätzlichen Dienstleistungen auf qualitativer Ebene zu differenzieren und sich nicht mehr allein nur über die Brille, sondern über seine Fachausbildung zu positionieren. So kann er sich zusätzliches Kundenpotential erschliessen. Ein entsprechend ausgebildeter und ausgestatteter Optiker ist

in der Lage mit einem Screening Veränderungen am Auge zu erkennen und zu beurteilen. Auch wenn er nicht behandeln darf, trägt er so zur Früherkennung bei und überweist wenn nötig direkt zu einem Augenarzt, mit dem er zusammen arbeitet. Damit schenkt er seinem Kunden mehr Sicherheit, spart ihm unnötige Arztbesuche oder lange Wartezeiten auf einen Arzttermin. Das betrifft den Aspekt der Optometrie und Augengesundheit. Es geht aber auch bis hin zur individuellen Anpassung der Brille. Denn wenn diese nicht richtig sitzt oder die Gläser nicht zentriert sind, kann das über kurz oder lang gesundheitliche Folgen haben, wie Sehbeeinträchtigung, Kopfschmerzen oder andere asthenopische Beschwerden. Im Fokus steht die Rundumbetreuung des Kunden in Sachen Augengesundheit sowie höchste Qualität und bester Service. Dafür ist der Kunde bereit zu zahlen, wenn er spürt, dass er nicht Teil einer Massenabfertigung ist, sondern Vorzüge genießt und die aufmerksame Betreuung und Fürsorge erhält, die er woanders nicht bekommt.

Wer kann sich als Gesundheitsoptiker zertifizieren lassen?

Nur Optiker, die Mitglied bei Team 93 sind und eine höhere Fachausbildung nachweisen, können uns für eine Zertifizierung anfragen. Denn neben dem richtigen Instrumentarium braucht es vor allem Know-how und Routine, um verschiedene Messungen, deren Interpretation und die objektive Beurteilung des Auges vornehmen zu können.

Welche Rolle spielt der Augenarzt?

Der Augenarzt ist Schnittstelle in Sachen Augengesundheit, weil der Optiker weder Diagnosen stellen, noch Medikamente verschreiben darf. Der Fachoptiker arbeitet dem Augenarzt quasi zu, leistet mit seinem Screening Vorarbeit.

Hier kommt es darauf an, dass Optiker und Augenarzt möglichst gut zusammen

«Im Fokus steht die Rundumbetreuung des Kunden in Sachen Augengesundheit.»

arbeiten. Ein Grossteil der Augenärzte ist sich bewusst, dass ihrer Branche die Kapazitäten fehlen, um jede Person über 40 Jahre einmal im Jahr zur Vorsorge zu sehen, wie es nötig wäre. Es braucht also zusätzliche Fachpersonen, die das Screening übernehmen und Betroffene dann an den Arzt weiterreichen, wenn medizinischer Handlungsbedarf besteht. Andersherum soll der Arzt seine Patienten zum Optiker empfehlen, wenn es um Brillen und Linsen geht.

Gibt es hier nicht ein gewisses Konkurrenzdenken?

Das ist eine Sache der Einstellung, des Vertrauens und der Kommunikation zwischen Optiker und Augenarzt. Es geht um ein Miteinander zum Wohle des Kunden. Viele unserer Optiker hatten teilweise gar kein oder kein gutes Verhältnis zu einem Augenarzt. Die Gesundheitsoptik hat ihnen geholfen, dieses aufzubauen. Für uns gilt hier ein klares Reglement. Zudem haben wir mit einem Augenarzt eine augenärztliche Empfehlung entwickelt, an die wir uns halten. Der Gesundheitsoptiker wird von uns entsprechend ausgestattet, damit er sich persönlich beim Augenarzt vorstellen und die Abläufe der Zusammenarbeit mit ihm aushandeln kann. Wenn der Augenarzt weiss, dass wir einen Qualitätsstandard etabliert haben, schafft das die nötige Vertrauensbasis.

Wieviele Team 93-Mitglieder sind bis jetzt als Gesundheitsoptiker zertifiziert?

Im Moment gehören 30 Geschäfte dazu. Das war eigentlich als Höchstgrenze gedacht. Aber wir haben gemerkt, wie wichtig ein weiterer Ausbau und die Entwicklung sind. Bis so ein Konzept richtig greift, sich erfolgreich am Markt etabliert und wahrgenommen wird, braucht es seine Zeit. So etwas geht nicht von heute auf morgen. Aber inzwischen kommen die regelmässigen Kampagnen und Erfa-Gruppen so richtig in Schwung.

Ab Mitte des Jahres können wir das Konzept nun auch für die Optiker in der Westschweiz öffnen. Dort wartet man schon darauf.

Wie begleitet Team 93 den Gesundheitsoptiker auf dem Weg zum Erfolg?

Der Optiker muss sich allem voran bewusst sein, dass das Wichtigste dabei Einstellungssache ist. Die Positionierung des eigenen Geschäfts muss klar sein. Fragen, wie er die Dienstleistung intern und extern kommunizieren, seine Mitarbeiter integrieren und sie im Umgang mit dem Kunden schulen will, müssen zudem geklärt sein. Denn es geht nicht darum, den Kunden gegenüber die Gesundheitsoptik als Begriff anzusprechen, sondern die Dienstleistung dahinter zu offerieren.

«Der Kunde muss wissen, dass neben der Brillenmode, genauso die Augengesundheit zählt.»

Es gilt den Kunden zu vermitteln, dass hier nicht allein die Brillenmode, sondern genauso die Augengesundheit im Vordergrund steht. Das muss man konsequent umsetzen.

Wir unterstützen den Optiker dabei mit diversen Tools und Weiterbildungen. Es gibt zum Beispiel jedes Jahr eine grosse Werbekampagne die wir speziell entwickeln und die jeder Optiker für sich individualisieren lassen kann – mit eigenem Logo, Schriftzug etc. Gerade haben wir ein Frühjahrsmailing zum

Thema erarbeitet, dass wir für den Versand zur Verfügung stellen. Dazu organisieren wir jährlich einen Wettbewerb zur Kundenzuführung. Letztes Jahr haben dabei 2'308 Leute mitgemacht.

Auf der Website von Gesundheitsoptik publizieren wir übrigens jeden Montag einen neuen Blog-Beitrag rund um das Thema Augen.

Wer will, kann diesen automatisch mit seiner eigenen Website verknüpfen, so dass er auch dort publiziert wird. Damit lässt sich also ganz bequem wöchentlich die eigene Website mit aktuellem Inhalt bespielen. Als besonders wertvoll haben sich auch die Erfa-Gruppen erwiesen.

Mehr Information zum Thema auf www.gesundheitsoptik.ch

WETTBEWERB GESUNDHEITSOPTIK

Mit Gesundheitsoptik auf Weltreise

Anlässlich der Gesundheitsoptik-Kampagne 2015 lancierten wir einen Wettbewerb mit einem spannenden Hauptpreis. Zu gewinnen gab es ein Around-the-World-Flugticket für zwei Personen im Wert von CHF 4'000.

Das Interesse am Wettbewerb war gross. 2'308 Gesundheitsoptik-Kundinnen und -Kunden aus der ganzen Schweiz beantworteten die fünf Wettbewerbsfragen zum Thema «gesunde Augen» und wollten das Around-the-World-Ticket ergattern.

Das Los fiel am Ende auf Vreni Meier aus Zihlschlacht. Überreicht wurde ihr der Gutschein von Karl Svec, Geschäftsführer von Optiker Svec in Amriswil. Herzlichen Glückwunsch und viel Spass beim Entdecken der Welt!



Generalversammlung macht fit für die Zukunft



Die 24. Generalversammlung am 14. März stand ganz im Zeichen der Zukunft von Team 93. Zu den wichtigsten Themen, die der Versammlung vorgestellt wurden gehörten die strategische Ausrichtung und die Anpassung des Mitgliederbeitrages.

Text: Monique Hablützel, Fotos: Giuseppe Piazzitta

Der «Einkauf» – die ursprüngliche Motivation zur Gründung von Team 93 – bleibt zwar weiterhin wichtiges Basisfundament, rückt jedoch mehr und mehr in den Hintergrund, weil sich die Einkaufspreise für inhabergeführte Augenoptikergeschäft stark harmonisiert haben.

Die aktuellen Herausforderungen, die es gemeinsam zu meistern gilt, zeigen sich vor allem in den Bereichen Unternehmensführung, Personalmanagement, Strategie und Positionierung bis hin zur Preiskalkulation. Deshalb setzt Team 93 auf folgende Handlungsfelder:

- ▶ Mehrstufige Weiterbildung, inkl. Herbstforum ASPECT
- ▶ Positionierung/Markenführung/Mehrwert Qualitätslabel Gesundheitsoptik
- ▶ Vertriebs- & Marketingkonzept Frequentlens

Eine engere Zusammenarbeit mit den Mitgliedern ist für eine erfolgreiche Zukunft unabdingbar. Die optimale Betreuung der Mitglieder kann jedoch nur durch persönlichen Kontakt in den Geschäften vor Ort gewährleistet werden, um Projekte, Weiterbildungen sowie aktuelle Themen zu besprechen. Diese wichtige Dienstleistung übersteigt die Kapazität der Geschäftsstelle und macht die Schaffung einer neuen Stelle notwendig, die durch Erhöhung des Mitgliederbeitrages finanziert werden soll.

Die nötigen Anpassungen wurden der Generalversammlung zur Abstimmung vorgelegt und mit deutlicher Mehrheit angenommen. Sie werden – wo notwendig – noch im Detail ausgearbeitet und treten per 1. Januar 2017 in Kraft. Das Protokoll zur Generalversammlung steht Interessierten auf dem Intranet zur Verfügung.



NACHLESE ASPECT 2015

Eschenbach Optik gratuliert Glücksradgewinner

Eschenbach Optik prästenterte sich am Aspect 2015 erstmals als Aussteller. Der direkte Kontakt zu den Team 93-Mitgliedern war uns dabei wichtig. Neben einer kleinen Übersicht über unser Angebot an Brillenfassungen war unser Glücksrad ein absoluter Publikumsmagnet.

Der Hauptpreis – ein Wochenende zu Zweit – wurde durch die Auslosung des Talons ermittelt. Das Smartbox-Package bietet dafür Hotels im Inland- und Ausland an. Gewonnen hat Augenoptiker Michael Müller von Tschopp Optik in Uster. Wir gratulieren Herrn Müller herzlich und wünschen ihm und seiner Begleitung viel Spass mit dem Gewinn. An dieser Stelle möchten wir uns bei Team 93 nochmals für den tollen Anlass bedanken. Wir freuen uns bereits auf die nächste so gut organisierte und interessante Veranstaltung.

Patrick Koch, Geschäftsführer
Eschenbach Optik GmbH

