

Mehr als

Gleitsichtgläser bergen ein hohes Umsatzpotenzial, das ausgeschöpft werden sollte. Die FOCUS-Redaktion fand jemanden, der über 50% Gleitsichtgläser in seinem Laden verkauft. Benjamin Walther aus Leer spricht über die Besonderheiten, die zu beachten wären. Ein Event der besonderen Art umgab den Marktstart eines ebensolchen Glases, mehr dazu ab Seite 28.

50% Gleitsichtgläser

FOCUS
EXTRA

Charakter und Der Gleitsicht-Zauberer Benjamin Walther Kompetenz

„Provokant sagt dies' Gedicht, Schlechte Gleitsicht gibt es nicht. Es gibt nur Gläser, die verkehrt – Wie uns so manches Beispiel lehrt...“. Der Autor des Reimes kommt aus Leer. Bekanntlich liegt hier nicht unbedingt der Nabel der Welt. Aber hier verdient ein Augenoptiker von Kunden, die sogar aus dem Stuttgarter Raum anreisen. Sein absolutes Spezialgebiet: Gleitsichtgläser. 54% der Brillengläser, die Benjamin Walther verkauft, sind Gleitsichtgläser. Von Christine Höckmann



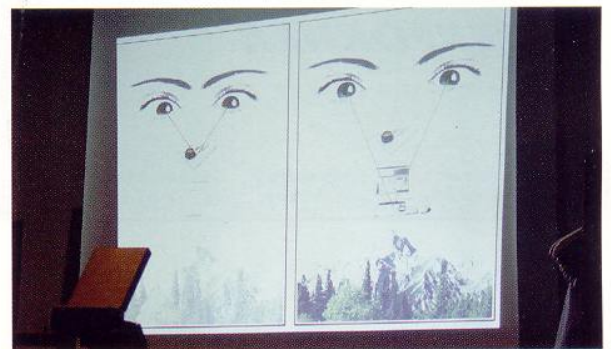
Benjamin Walther, Jahrgang 1958 hat in Aalen studiert, Mitentwickler des Video-Infral, hat sich vor sechs Jahren in Leer selbstständig gemacht. Sein Steckenpferd: den Verkauf von Gleitsichtgläsern auf die Spitze zu treiben

An der Mühlenstraße 27 ist geflaggt – wie zu Kaisers Zeiten. Die Flagge hängt draußen am Geschäft von Benjamin Walther. Mit geringem Aufwand Charakter und Kompetenz demonstrieren, gehört zu den Fähigkeiten des Ostfriesen Walther. Geht den Küstenmenschen das Vorurteil voran, zeitweise nicht hinterm Deich herzukommen, so straft der Mann dies Lügen. In einem amüsanten, temporeichen Vortrag der WVAO demonstrierte er einer kleinen Truppe von nordrhein-westfälischen Augenoptikern verschiedene Tricks und Kniffe, die den Mann in den Augen seiner Kunden zum „Zauberer“ werden lassen.

Dabei ist das konjunkturelle Drumherum natürlich auch für Walther alles andere als zauberhaft. Er weiß aber die Chancen zu erkennen. Sein Ziel ist dabei hoch gesteckt: Jeder Presbyope sollte mindestens eine Gleitsichtglasbrille haben.

Voraussetzungen

Zu den Voraussetzungen für einen erfolgreichen Verkauf von Gleitsichtgläsern gehört laut Walther: Zeit. Er vergibt seinen Kunden Termine für die Beratung. Er legt selbst Hand an bei der Bestimmung der Sehfähigkeit. Fehlrefraktionen bei Gleitsichtgläsern führen schließlich nur zu unzufriedenen Kunden (siehe Grafik 1). Das kann man sich nicht leisten. Da wird der Fachmann pingelig, aber das ist auch einer seiner Schlüssel zum Erfolg. Durch die zahlreichen Seh-Erlebnisse bei der Untersuchung wird dem Kunden klar: Der Mann versteht was von seinem Handwerk! Der Kunde wird erobert. Er wird zum Walther-Fan. Er glaubt „seinem Augenoptiker“. Wie wichtig gu-



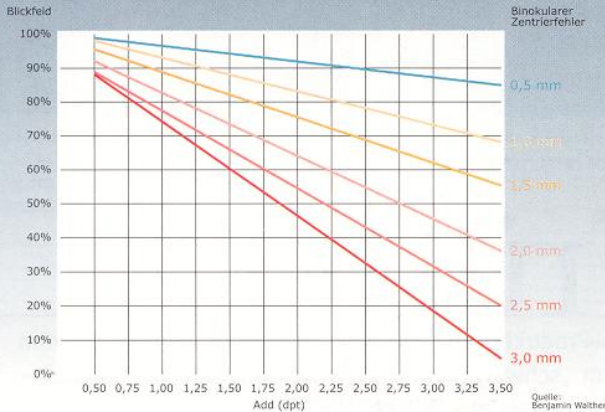
tes Sehen ist, macht er seinem Probanden an ein paar Zahlen klar: Schließlich nimmt der Mensch 78% seiner Umwelt über die Augen wahr – nur 16% übers Hören und 2% über die restlichen drei Sinne.

Mitarbeiter

Aus der Waltherschen Trick-Kiste: Die beste Brillenverkäuferin in Leer ist eine Frisöse, der beste Mann in der Werkstatt ein Zahntechniker. Das Wort „Refraktion“ ist beim gesamten Personal zum Unwort erklärt. Man spricht hier lieber von der „augenoptischen Beratung“. Die allerdings wird mit allem, was

AUSWIRKUNG VON ZENTRIERFEHLERN

Binokulares Blickfeld durch den Progressionsbereich in Abhängigkeit vom horizontalen Zentrierfehler und der Addition



Grafik 1: Das Blickfeld schrumpft beachtlich in Abhängigkeit vom horizontalen Zentrierfehler. Quelle: Benjamin Walther/D.Kalder

Verkaufen Sie 54% Gleitsichtgläser?
Warum nicht?

da medial möglich ist demonstriert: Vom Video-Infral bis zum Skiaskop. Die Brille wird bis auf den Zehntelmmillimeter ausgemessen. Es wird die Spaltlampe eingeschaltet, es wird dem Kunden



ein Film vorgeführt. Walther: „Dem hat noch niemand solche Einblicke ermöglicht!“ Selbst vor dem Ophthalmoskop schreckt der Friese nicht zurück: „Das dürfen nicht nur Augenärzte benutzen!“ Mit Amslertest und Zudeckscheibe, cover und uncover bereitet Walther sich langsam aber sicher den Weg zum Kunden: „Die merken, dass ich Ihnen was Gutes will!“ Die Augenglas-Bestimmung braucht ca. 1 Stunde, die Fassung ist hingegen in ca. 15 Minuten gefunden. Walther schwört dann auf die einfache Demonstration des Effektes von Gleitsichtgläsern durch den Vorhalter. „Wenn ein Presbyoper zu mir kommt und ich verkaufe ihm Bifokal-Gläser, dann ist das so – und das sag ich den Leuten – als wenn jemand in eine Mercedes-Niederlassung kommt, mit dem Wunsch einen solchen Wagen zu kaufen, aber ich zeige ihm nur Pferddekutschen!“

Die EDV – der Helfer

Der Mensch hört nichts so gern wie seinen Namen. Verwunderung darf geerntet werden, wenn selbst ein Mitarbeiter, der den Kunden noch nie vorher gesehen hat, ihn beim Betreten

des Geschäftes mit Namen anredet. Das Geheimnis: Der Termin stand fest – und auf der EDV-Karte ist ein Foto gespeichert. Das Leben kann so einfach sein. Ein weiterer schöner psychologischer Trick ist, den Kunden über die Unfähigkeiten der Gleiter lachen zu lassen: „Das einzige, was mit der Gleitsichtbrille nicht mehr funktioniert, ist das Abschreiben!“ Die Kundin lacht und damit hat sie ein Manko ihrer neuen Gläser schon akzeptiert. Denn Abschreiben muss sie ja glücklicherweise heute nicht mehr...

Der Mensch nimmt

78% seiner Umwelt über die Augen wahr.
Nur 16% übers Hören und 2% über die restlichen drei Sinne.