



Es gibt kaum etwas auf dieser Welt,
das nicht irgend jemand ein wenig schlechter
machen und etwas billiger verkaufen könnte
und die Menschen, die sich am Preis orientieren,
werden die gerechte Beute solcher Machenschaften.

Es ist unklug, zu viel zu bezahlen, aber
es ist noch schlechter, zu wenig zu bezahlen. Wenn
Sie zu viel bezahlen, verlieren Sie
etwas Geld, das ist alles.
Wenn Sie dagegen zu wenig bezahlen, verlieren Sie manchmal
alles, da der gekaufte Gegenstand die ihm zgedachte
Aufgabe nicht erfüllen kann.

Das Gesetz der Wirtschaft verbietet es,
für wenig Geld viel Wert zu erhalten. Nehmen
Sie das niedrigste Angebot an, müssen Sie für
das Risiko, das Sie eingehen, etwas hinzurechnen.

Und wenn Sie das tun,
dann haben Sie auch genug Geld,
um für etwas Besseres zu bezahlen.

John Ruskin
Englischer Sozialreformer (1819-1900)



QUALITÄT UND PREIS

Wer Qualität kauft, handelt schlau
und akzeptiert auch willig
den Preis, dieweil er weiß genau:
Was gut ist, ist nicht billig.

Für gute Ware, guter Preis,
da gibt's kein Untertreiben.
Wer Qualität zu schätzen weiß,
wird gern auch dabei bleiben.

Ein „Schäppchenpreis“ ist wunderbar,
rein äußerlich betrachtet,
doch manchmal wird dem Käufer klar,
nachträglich, daß ein Reinfall war,
was „billig“ er erachtet,
denn wirklich gute Qualität
die läßt sich nicht verschenken,
hat ihren Preis, der sich versteht
und Minderleistung übergeht –
das sollte man bedenken!



"Gewähren Sie Rabatt bei mehreren Brillen mit demselben Glasstärken?"

"Gibt es bei Ihnen auch den "Zweitbrillenrabatt von 50% für die zweite, ähnliche Brille mit ähnlichen Stärken?"

Lesen Sie im folgenden die Gedanken, die uns leiteten bei der Entscheidung für Ablehnung:

1. Da wir „im Gegenzug“ ja auch keinen Steuerrabatt, Stromrabatt, Gasrabatt, Putzfrauenrabatt, Wasserrabatt, Mitarbeitergehälterrabatt bekommen, auch keinen ZEIT-Rabatt, - machen wir nicht mit bei solcherlei fragwürdigen „Rabatt-Aktionen“. Im Gegenteil: WIR fragen und stehen dazu:

2. Wir sind HANDWERKER; das sind DIENSTLEISTER – da ist nichts rabattierbar, - es sei denn, es wird eines Tages möglich, Arbeitszeit, Muskelkraft, Handwerker-Risiko rabattierbar zu gestalten. Zur Zeit ist ja auch unsere, von uns investierte Lebenszeit in beste Ausbildung im nachhinein noch nicht rabattierbar. Wenn alle Preise nach unten gingen, also nicht nur die Spritpreise wie zu gewissen Tages- oder Nachtzeiten, sondern auch Preise für... Brötchen, Gemüse, Obst, für die Arbeit von etlichen Gewerken, die WIR ja auch in Anspruch nehmen müssen, wie Heizungsanlagenbaumeister, Küchenhersteller... oder wenn Autoreifenauswuchtungspreise, Fahrradreifenpreise rabattiert werden – dann können auch Brillenpreise sinken. Sonst eher nicht.....

3. Wir sind nicht HÄNDLER, die in Massen einkaufen, dann einen „Mengenrabatt“ bekommen, und daher Preise senken können. DENN: Der Gesamtpreis setzt sich zusammen aus
 - a) Einkaufspreis für das Brillenglas
 - b) Stromkosten für die Verarbeitung
 - c) Gaskosten für warmen Raum zum Bearbeiten und Abholen



- d) Gehaltskosten für die Putzfrau, die für einen sauberen Laden sorgt
- e) Gehaltskosten für die Mitarbeiter, die aus den Rohgläsern und der unverglasten Brillenfassung erst mal eine Brille machen
- f) Zeit für die Anpassung der Brillenfassung
- g) Zeit für Wartung, Instandsetzung, Pflege
- h) Gehaltskosten für die führenden Mitarbeiter, - damit die mit Grips und Segen für einen florierenden Laden sorgen können
- i) Maschinenwartungskosten, wie zum Beispiel für die Visucam von Carl Zeiss Meditec – pro Stunde 163 Euro – selbst auf der Anfahrt im Zug!
- j) Auto-Werterhaltungs-Kosten, um auf Fortbildungen fahren zu können: TÜV kostete 87,45 € für 25 Minuten Arbeitszeit, -- und das war lediglich ein A u t o , - wie selten benutzen wir das schon – im Vergleich mit unseren Augen!
- k) Computer-Anschaffungskosten
- l) Lebenszeit-Geldersatz für Computerbedienung, um möglichst nah am Kunden sein zu können – von wo aus auch immer, und möglichst noch wann immer...
- m) Computerwartungskosten
- n) Kaffee-Einkaufspreis
- o) Lebenszeit-Geldersatz für jahrelange Ausbildung (über 3 Jahre Lehre, 2 Jahre Gesellenzeit, 4 Jahre Studium an der Fachhochschule)
- p) Lebenszeit-Geldersatz für jahrelange Weiterbildungsmaßnahmen (IVBS, WVAO, Kongresse, Seminare, workshops, Fachveröffentlichungen....)
- q) Weil der von einigen Brillenglaserherstellern beworbene „Preisnachlass bei Zweitbrille“ in Wirklichkeit nur 8,7% des Gesamtpreises beträgt, darf man ja fragen, wieso manche „Optiker“ (die offensichtlich in „Betriebswirtschaft“ nicht richtig aufgepaßt haben in der Schule, an der Meisterschule oder in was auch immer für einer „Ausbildungsstätte“) diese 8% dann plötzlich als „nur noch die Hälfte“ – also mit 50% „Rabatt“ weitergeben.
- q)1.: Was bei "anderen" plötzlich nur noch 50% kostet, - obwohl nur 8,7% von der Industrie-Seite kommen - wirft doch die Frage auf, was dann die Brille "auch noch für Papa, Mama, Brüder, Schwester....."



kostet, - denn der herstellenden Maschine sind die produzierten Werte ja SOWAS von egal.....

q)2.: Gegenfrage: "Bloß weil noch Fliesen über sind von den bestellten und auch noch Mörtel im Eimer ist - kostet deshalb des Fliesen des Gaste-WCs nur noch die Hälfte wie vom Hauptbadezimmer?"

q)3.: Wenn vom Wohnzimmer-Teppich noch Verschnitt-Reste über sind - kostet deshalb das Verlegen des Teppichs im Flur quadratmeterweise plötzlich nur noch die Hälfte?

q)4.: Und was kostet der "auch noch" zu ersetzende zweite Zahn, - neben dem, der eh saniert werden muß? "Wo wir doch schon mal dabei sind...."?

q)5.: Könnte es sein, daß irgend e i n Hersteller mit dieser "Schnapsidee" anfing, und alle anderen - in Sorge, sie könnten Umsatzeinbußen erleben - den BWL-ignoranten Optikern ähnliche Angebote machten?

q)6.: Könnte es sein, daß daher von Industrieseite seit Jahren JÄHRLICH die Preise erhöht werden - und zwar um deutlich MEHR als die Steigerung der Lebenshaltungskosten? Denn WOHER stünde sonst der Industrie so viel Geld zur Verfügung, - aus Lottogewinnen wohl kaum!

q)7.: Wenn Sie denn nun partout auf so einem Zweitbrillen-50%-Rabatt-Nachlaß-Sonderpreis-Schnäppchen bestehen, dann suchen Sie sich doch dafür einen DER Optiker aus, die diese Aktionen bewerben. (Denn dem HERSTELLER, von dem ja die Gläser bezogen werden, dürfte es komplett egal sein, an welche ADRESSE er die liefert....)

q)8.: Wenn Sie dann solch einem "Rabatt-Schnäppchenjäger-Optiker" begegnen, fragen Sie ihn doch auch gleich, wieviel Sie ihm "obendrein" zum ERSTEN Paar Brillengläser geben müssen, damit er auch bei der ERSTEN Brille die 41,3% aus eigener Tasche dazubezahlt. Verstehen Sie meinen Vorschlag? Wenn das bei der zweiten Brille (angeblich) betriebswirtschaftlich und ethisch-moralisch "ok" ist, dann möchten Sie für die erste auch nur 50% bezahlen, und ihm "extra" nur die 8,7% geben, die er ja bei der zweiten vonseiten der Industrie günstiger fährt. Um es mathematisch einfach zu machen für Sie: Wenn die zweite Brille aufgrund von 8,7%



niedrigerem Einkaufspreis durch Zuschuß des Optikers schon zu 50% über den Ladentisch geht. möchten Sie dann bitte auch für die ERSTE nur 58,7% des "normalen Preises" bezahlen müssen.

q)9: Und Ihr Nachbar, der nur EINE kauft, natürlich AUCH nur die 58,7% vom "normalen Preis".....

q)10.: Das physikalische "Bruch-Risiko" beim manuellen Herstellen der "Zweitbrille" ist leider auch nicht "rabattierbar".

q)11.: Ist Ihnen klar, daß die Industrie diese Spezialpreise nur anbieten kann, weil auf allen anderen Gläsern etwas draufgeschlagen wurde? Wir schließen uns dieser "Kalkulationstechnik" nicht an, sondern kalkulieren alle Gläser gleich, so daß sich der Gesamt-Einkauf während eines Jahres auf alle Kunden g l e i c h e r m a ß e n verteilt. Das finden wir ethisch-moralisch gut, für alle Beteiligten nachvollziehbar und wir sehen dies als einzige wirklich faire Lösung an.

r) Es wäre UNFAIR allen anderen gegenüber, die NICHT danach fragten.

s) Daher gebietet uns schon die Fairness, wie bisher KEINE Rabatt-Schlachten (auch keine Tortenschlachten oder sonstige Schlacht-Aktionen) mitzumachen oder nachzuahmen.

t) Na klar gibt es „3.-Welt-Gläser“ für 8,70 – GLEITSICHT „gehärtet und superentspiegelt“, - aber es entspricht nicht unserer Berufsethik und auch nicht unseren moralischen Vorstellungen, die Dritte-Welt-Länder, die sowieso schon enorm und unvorstellbar unter Ausbeutung leiden, nur um unseres schnöden Profits willen NOCH mehr auszubeuten. Wir leben in Deutschland, zahlen hier unsere Steuern, kaufen auch HIER unsere Produkte ein (Fassungen auch europaweit, aber NIEMALS aus „Billig-Lohn-Ländern“, nur um die eigene Marge zu verbessern) und beziehen ausschließlich die Markenqualitätsbrillengläser von Carl Zeiss Vision, made in Germany, allerbeste Qualität. Das andere Verfahren lehnen wir prinzipiell ab.

u) Wenn es Brillengläser GÄBE von (zwangsläufig!) guten Herstellern, die dasselbe leisten können wir die besten Brillengläser der Welt von Carl Zeiss Vision – dann würden wir DIE ja anpassen und verkaufen! Aber es sind mir keine bekannt.



- v) Da von uns beste Ausstattung, bester Service, beste Qualität, beste Beratung (zurecht! – denn wir betreiben unseren Beruf aus Berufung und mit Leidenschaft, - und wir sagen oder schreiben das nicht nur – es entspricht den über- und nachprüfbaren Tatsachen) erwartet wird, müssen wir MEHR Geld verlangen, als uns das Erstellen der Brille „gekostet hat“, - damit wir vom „Profit“, „Gewinn“ unsere Investitionen bezahlen können.
- w) Die Brillenglashersteller leben vom Profit, müssen unbedingt Profit machen. Diesen Profit generiert die Herstellerindustrie über die Optiker, und die wiederum über die Endverbraucher.
- x) Damit die Hersteller alle Kosten decken können (ihren „break-even-point“ erreichen und darüber hinaus auch noch den benötigten Profit), ist Kalkulation nötig. Die Hersteller kalkulieren also ihre Gesamt-Kosten.
- y) Da die Brillenglashersteller nur ihre EIGENEN Kosten kalkulieren können, - weil sie die wahren Kosten der Optiker ja nur schätzen können, - sind sie nicht imstande, ein Produkt an unserer Stelle anzubieten, so wie „Zeiss bietet Endverbrauchern ja unter bestimmten Umständen bestimmte Konditionen an“. Denn WENN dem so wäre, müßte Zeiss solche dermaßen angebotenen Brillen ja schon selber herstellen, - damit würden sie aber ihren eigenen Kunden, nämlich den Optikern, Konkurrenz machen – eine Absurdität, ein Paradoxon.
- z) Wenn Optiker hingegen solche Behauptungen aufstellen, müssen sie dann auch bereit sein, ihrem Versprechen oder ihrer Zusage entsprechend allen Endverbrauchern weltweit, die bereits eine Zeiss-Brillenglas-bestückte Brille kauften, die zweite oder nächste oder übernächste zu den versprochenen Sonderkonditionen zu fertigen.
- aa) Ob die das dann auch wohl hinbekommen mit der notwendigen Präzision – weil ja mit derselben Präzision gearbeitet werden muß wie bei der ersten, an der „mehr verdient“ wurde, - oder ob das dann wohl betriebswirtschaftlicher Harakiri ist, - weil sie ja auf den gesamten anderen Kosten (siehe a) bis p)) sitzen blieben?



- bb) Nun haben weder die Brillenglashersteller noch Optiker etwas zu verschenken (auch wenn die Werbung manchmal diesen Eindruck erwecken möchte – aber bei WEM erweckt sie diesen Eindruck?).
- cc) Daher geben die Brillenglashersteller, wenn Sonderkonditionen unter bestimmten Umständen angeboten werden, ihre Gesamtkosten an die Optiker weiter: Die klassischen, nicht sonderkonditionsgebundenen Brillengläser müssen HÖHER kalkuliert werden, also höherpreisig verkauft werden als die anderen.
- dd) Daher hat zum Beispiel Carl Zeiss Vision in den letzten sechs Jahren JEDES Jahr die Preise verändert – in welche Richtung, läßt sich denken.
- ee) Und da jeder Brillenglashersteller daran interessiert ist, seinen gesamt-geplanten Profit auch wirklich zu erhalten, wird mit dieser „Misch-Kalkulation“ gearbeitet.
- ff) Ist das nun fair denjenigen gegenüber, die solche „sonderkonditionierten“ Brillengläser NICHT verkaufen? Oder könnte es sein, daß dahinter steckt, den Optiker-Egoismus zu fördern, um eine win-win-Situation herbeizuführen: Je mehr von den sonderkonditionierten Brillengläsern verkauft werden, desto höher der eigene Profit? Daß diese Rechnung eben NICHT aufgeht, zeigen die obigen und die untenstehenden Überlegungen klar auf.
- gg) Nun scheint es aber trotzdem Optiker zu geben, die genau diese Preiskalkulation mit übernehmen: Die etwas höher kalkulierten Brillengläser werden „teurer“ weitergegeben als die „etwas billigeren“. Ist das faires Preisverhalten im Markt denen gegenüber, die „nur normal (in diesem Falle ja extra höher!) kalkulierte“ Brillengläser kaufen? Müssen diese Endverbraucher sich dann nicht als „die Dummen“ fühlen?
- hh) Ist das fair denjenigen gegenüber, die sich eben KEINE Zweit- oder Drittbrille leisten können? Entsteht hier nicht der Eindruck, daß gerade diejenigen, die sich eine zusätzliche Brille zu den Sonderkonditionen gönnen möchten, es auf Kosten der weniger Bemittelten zu tun gebracht werden sollen?
- ii) Wir finden diese Vorgehensweise und diese „Lock-Angebote“, die unfair kalkuliert sind, nicht in Ordnung. Wir lehnen das aus obenstehenden Gründen ab, und machen da nicht mit. Die Ware, die



wir anbieten, ist ihren Preis wert und unsere Dienstleistung ist es ebenso wert. Und die Dienstleistung bleibt bei Erst-, Zweit-, Dritt- und jeder Mehrfach-brille immer dieselbe.

jj) Um also eine allen gegenüber faire Preiskalkulation zu gewähren und garantiert keinem gegenüber unfair zu sein, machen wir KEINE Unterschiede zwischen Erst- oder Mehrfachbrille.

kk) Bei den sonderkonditionierten Brillengläsern, die Optikern vonseiten der Industrie angeboten werden, bleiben ja sämtliche anderen Kosten, die mit der Brillenherstellung verbunden sind, identisch. Daher ist dort keine Rabattierung in dem Maße, wie sie einigen Endverbrauchern vorschwebt, aus betriebswirtschaftlichen Gründen möglich.

ll) Uns ist bewußt, daß Mitbewerber am Markt agieren, die sich auf die Fahne geschrieben haben, durch den günstigsten Preis zu glänzen. Daß es dann sogar noch Optiker unter diesen gibt, die eine jederzeitige Geldrückgabe zusagen bei nichtigen Gründen, sollte Sie dazu bringen, meine Gedanken nachzuvollziehen: Kann es sein, daß dieses Angebot ja nur durchzuhalten ist, wenn genügend finanzielle Reserven im Hintergrund bereit stehen? Woher kommen diese Reserven, - wer hat die vorher einbezahlt, damit die überhaupt aufgebaut werden konnten? Da nicht alle Kunden dieser Unternehmen in gleicher Weise partizipieren an diesen Möglichkeiten – finden Sie das noch gerecht und fair und angebracht? - - Daher bieten auch WIR so etwas NICHT an.

mm) Unser Motto bleibt: Beste Beratung, beste Qualität, beste Geschäftsausstattung, beste Kundenbegeisterung.

Zum Schluß sei noch Wilhelm Busch bemüht:

Rabatt, Rabatt – das laßt Euch sagen – wird immer VORHER draufgeschlagen!

Wer nachdenkt, weiß es, handelt klüger: Rabatt – gewähren nur BETRÜGER!