

Der Contactlinsenmarkt und das Internet

Die neuesten GfK Zahlen beweisen es: Contactlinsenträger mit Standardlinsen wandern ab ins Internet. Gemäss einer Veröffentlichung von Elke Dobisch von der Marktforschung München wächst der Versandhandel im Internet im Marktsegment Contactlinsen und Pflegemittel signifikant.¹

Das Internet

Vor ziemlich genau 20 Jahren legte der Brite Tim Berners-Lee den Grundstein für das Internet. Ein Meilenstein in der Geschichte der modernen Kommunikation und im Zugang zu Informationen. In den Anfängen musste jedoch der Internet-Benutzer genau wissen, auf welchem Server Informationen, die für ihn interessant sein könnten, abgelegt sind. Heute erleichtern uns Suchmaschinen den Zugang zu Informationen.

Gibt man in eine bekannt Suchmaschine das Wort „Kontaktlinse“ und Sprache „deutsch“ ein so erhält man in 0.12 Sekunden 6'780'000 Ergebnisse zu diesem Suchbegriff. Auf 3'190'000 Seiten wird dem Suchenden ein Kontaktlinsen-Preisvergleich angeboten. Faszinierend und erschreckend zugleich.

Der Contactlinsenmarkt

Das Internet und der uneingeschränkte Informationszugang hat das Produkt Kontaktlinse mit Sicherheit populärer gemacht. Waren Contactlinsen früher noch ein elitäres und kostenintensives Mittel zur Korrektur von Fehlsichtigkeiten ist es heute – durch das Internet – zum Handelsartikel mutiert. Die Beschaffung der Produkte im Internet ist einfach und für jeden zugänglich. Dadurch gerät in Vergessenheit, dass die Kontaktlinse immer noch ein Medizinprodukt ist.

Einige Zahlen der GfK

Die neuesten Zahlen für den Contactlinsenmarkt in Deutschland sind von einem Rückwärtstrend gekennzeichnet was den Erwerb im Fachhandel betrifft. Internetversandhandel haben jedoch im selben Zeitraum einen Zuwachs von 6% erfahren. Dieser Zuwachs entspricht einem Contactlinsenumsatz von 19% im Internet. In Zahlen bedeutet dies

für Deutschland: Für 18.8 Mio Euro wurden in der letzten Periode der Auswertung (Mai 2010 bis April 2011) Contactlinsen im Internet bestellt. Der Umsatz mit Pflegemitteln stieg gegenüber dem Vorjahr um 4% (34 Mio Euro)

Am stärksten ist die Zuwachsrate bei Käufen im Internet bei Silikonhydrogelen sowie bei Standardprodukten (Austauschsystemen wie Monats- und Tageslinsen). Sind sämtliche Contactlinsenumsätze rückläufig, so konnte man in der Periode der Auswertung eine Umsatzsteigerung im Segment der Silikonhydrogele verzeichnen – aber nur im Internet.

Konventionelle formstabile und weiche Contactlinsen werden weiterhin fast einschliesslich im Fachhandel gekauft.

Medilens gibt es nicht im Internet

Wir von Medilens beobachten diese Trends schon lange und schliesslich ist auch aus dieser Entwicklung unsere Geschäftsstrategie entstanden: **Medilens Produkte gibt es nur exklusiv beim Augenarzt UND Medilens Produkte gibt es nicht im Internet.**

PS: Und auch wir führen eine Linie mit Silikonhydrogelen Monatslinsen, die es nur beim Augenarzt – und nur dort – gibt.

¹ Elke Dobisch, Marktforschung, München, „Standard-Kontaktlinsen-Käufer wandern ins Netz“, DOZ 08/2011, S. 78-80