

Kontaktlinsen-Drop-Outs

Weshalb geben Kontaktlinsenträger auf und wie beugt man „Drop-Outs“ vor?

Britta Rauscher¹, Anna Nagl², Verena Rath

Die einen wollen nicht mehr darauf verzichten, sehr viele haben bereits nach dem ersten Mal Tragen schon wieder genug: Die Kontaktlinse bedeutet für so manchen „Einsteiger“ mehr Leid als Freud. Die Bachelorarbeit von Britta Rauscher an der Hochschule Aalen beschäftigte sich mit der Fragestellung, weshalb viele Kontaktlinsenträgerinnen und -träger schon früh wieder das Tragen von Kontaktlinsen aufgeben und was der Augenoptiker dagegen unternehmen kann.

Die „Drop-Out-Quote“ in Deutschland lag im Jahr 2008 bei ca. 14 % und war somit 2 Prozentpunkte höher als der europäische Durchschnitt.¹ Mit der Durchführung einer Online-Kundenbefragung bei 87 Fehlsichtigen, die nicht mehr zur Kontaktlinse greifen, war es Ziel dieser Bachelorarbeit auf breiter Basis die Gründe für den Ausstieg vom Kontaktlinsentragen zu erforschen. Die Datenerhebung erfolgte im Frühjahr 2010

mittels eines auf Hypothesen basierenden Online-Fragebogens. Es wurde eine Pressemitteilung in diversen Zeitungen und Internetportalen geschaltet, die auf den Link der Onlineumfrage hinwies. Dieser Fragebogen wurde von 87 Kontaktlinsenaussteigern beantwortet. Anhand der Ergebnisse dieser Umfrage können nun fundiert Aussagen über die Ursachen von Drop-Outs gemacht werden.

67,8 % der Umfrageteilnehmer waren weiblich, 32,2 % männlich. Dies spiegelt die Grundgesamtheit der Kontaktlinsenträger in Deutschland wider, da zwei Drittel der Träger weiblich und ein Drittel der Kontaktlinsenträger männlich sind.² Der Anteil der formstabilen bzw. hartflexiblen Kontaktlinsen der Befragten lag bei fast einem Viertel (21,8%). Die am häufigsten getragenen Linsen der Umfrageteilnehmer



Abbildung 1
© Hochschule Aalen 2010:
Online-Befragung von 87 Drop-Outs,
Bachelorarbeit Britta Rauscher



Abbildung 2



Abbildung 3
(Mehrfachnennungen waren möglich)

Die Studie im Rahmen der Bachelorarbeit von Britta Rauscher gab Aufschluss über die folgenden Aspekte:

- die Ursachen für Drop-Outs,
- die Häufigkeit der Nachkontrolle,
- den zuletzt gewählten Vertriebsweg der Aussteiger, sowie
- einen möglichen Wiedereinstieg und die zukünftige Kundenbindung.

mer waren mit 44,8 % die standardisierten Monatslinsen, gefolgt von den formstabilen/flexiblen Kontaktlinsen (21,8 %) und den Kontaktlinsen für verlängertes Tragen (16,1 %). Tageslinsen kamen mit einem Anteil in Höhe von 13,8 % zum Einsatz. Abbildung 1 zeigt die Verteilung der verschiedenen Kontaktlinsenarten bei den Umfrageteilnehmern.

¹ BSc Augenoptik

² Prof. Dr.

Durchführung der Erstanpassung

Abbildung 2 zeigt, dass der größte Anteil (68,0 %) der befragten „Kontaktlinsenaussteiger“ die erste gründliche Untersuchung der Augen und die Auswahl der Kontaktlinsen von einem Augenoptiker hat durchführen lassen. Bei sieben „Kontaktlinsenaussteigern“ (8,0 %) wurde überhaupt keine Erstanpassung vorgenommen.

Die Empfehlung für eine Kontaktlinse kam in 31,1 % der Fälle durch einen Augenoptiker und in 29,5 % der Fälle durch Verwandte/Bekannte.

Vertriebsweg

Durch die Standardisierung der Kontaktlinsen und die immer größer werdende Transparenz des Kontaktlinsenmarktes wird es für Kontaktlinsenträger zunehmend einfacher, die Kontaktlinsen über unterschiedliche Vertriebswege zu beziehen. Abbildung 3 zeigt, dass insgesamt 68,0 % der Kontaktlinsenaussteiger ihre zuletzt getragenen Kontaktlinsen bei einem Augenoptiker gekauft haben. Der stärkste Konkurrent der Augenoptiker ist das Internet. Diesen Vertriebsweg haben 18,3 % der früheren Kontaktlinsenträger für den letzten Linsenkauf gewählt.

Die Beratung bzw. die Kompetenz war für die früheren Kontaktlinsenträger mit 39,5 % einer der wichtigsten Gründe für die Wahl der Einkaufsstätte. Gefolgt von der Bequemlichkeit der „Ex-Kontaktlinsenträger“

die Möglichkeit, dass sich der Tragekomfort zu einem späteren Zeitpunkt verschlechtert und dass sich die Sehstärke verändert. Die volle Zufriedenheit des Kunden ist somit nicht mehr gewährleistet und es ist möglich, dass der Kontaktlinsenträger zu einem Aussteiger wird. Wie auch schon aus anderen Umfragen bekannt, bestätigt diese fundierte Studie der Hochschule Aalen, dass der häufigste Grund der früheren Kontaktlinsenträger für den Drop-Out der schlechte Tragekomfort (23,9 %) ist, gefolgt von trockenen Augen (16,5 %) und Problemen mit der Verträglichkeit der Kontaktlinsen (13,3 %) (Abbildung 5). Um dies zu verhindern, sollte jeder Kontaktlinsenträger regelmäßig zur halbjährlichen Nachuntersuchung von Augen und Kontaktlinsen zum Kontaktlinsen-anpasser gehen.

Zusätzlich können Drop Outs mit ausreichend Kommunikation zwischen Kontaktlinsen-anpasser und Träger deutlich reduziert werden. Denn weniger als die Hälfte (47,1 %) der „Kontaktlinsenaussteiger“ haben das Problem, welches zum Drop-Out geführt hat, mit dem Kontaktlinsen-anpasser besprechen können.

Nachkontrolle

Abbildung 6 zeigt, dass bei 29,9 % der früheren Kontaktlinsenträger, die keine Nachbetreuung haben durchführen lassen, diese Nachkontrolle auch nicht intensiv vom Kontaktlinsen-anpasser eingefordert wurde. Nur 11,5 % der „Kontaktlinsenaussteiger“ wurden von einem Kontaktlinsen-

Tragedauer vor dem Ausstieg

In diese Studie wurde auch nach der Tragedauer vor dem Ausstieg gefragt. Mehr als ein Viertel (26,5 %) der „Kontaktlinsenaussteiger“ haben innerhalb des ersten halben Jahres aufgehört Kontaktlinsen zu tragen. Weitere 23,0 % der „Kontaktlinsenaussteiger“ haben sich innerhalb des Zeitraums von einem halben und eineinhalb Jahren von der Kontaktlinse verabschiedet, knapp gefolgt von 20,6 %, die sich nach zwei bis vier Jahren keine Kontaktlinsen mehr eingesetzt haben. Ein vergleichsweise geringer Anteil (3,5 %) der „Aussteiger“ hat länger als zehn Jahre Kontaktlinsen getragen.

Wiedereinstieg

Über die Hälfte der befragten Kontaktlinsenaussteiger (fast 60 %) hat Interesse daran wieder Kontaktlinsen zu tragen (Abbildung 7). Voraussetzung dafür ist, dass der Kontaktlinsen-anpasser die Wünsche der Kontaktlinsenträger erfüllen kann. Bei nur 20,7 % der Befragten ist kein Interesse an einem Wiedereinstieg vorhanden. 13,8 % der ehemaligen Kontaktlinsenträger würden bei Gelegenheit eventuell noch einmal auf die Kontaktlinse zurückgreifen. Es wird deutlich, dass der wichtigste Faktor des Wiedereinstiegs auch der meistgenannte Grund des Ausstiegs ist. Für 38,6 % der „Ex-Kontaktlinsenträger“ ist ein angenehmes Tragegefühl ein Muss, um wieder

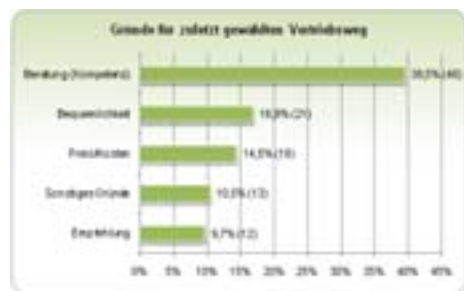


Abbildung 4

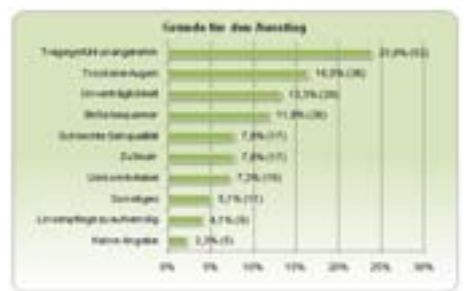


Abbildung 5

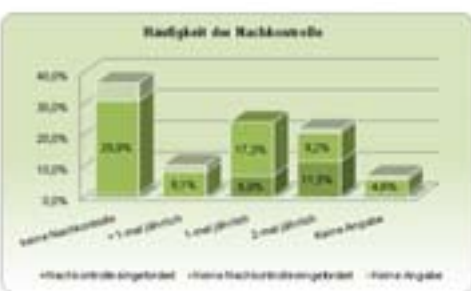


Abbildung 6

(16,9 %) und einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis (14,5 %).

Gründe für einen Drop-Out

Gerade Kontaktlinsenträger, die ihre Kontaktlinsen im Internet kaufen und nicht zu regelmäßigen Nachkontrollen der Augen zum Kontaktlinsen-anpasser gehen, laufen Gefahr zu Drop Outs zu werden. Es besteht

spezialisten auf die nötigen halbjährlichen Untersuchungen angesprochen und haben dann diese auch wahrgenommen, d. h. es ist unerlässlich, dass die Kontaktlinsen-anpasser die Kontaktlinsenträger beim Nachkauf der Kontaktlinsen aktiv auf die Nachbetreuung ansprechen.

mit Kontaktlinsen einzusteigen.

Kundenbindungssysteme

- Die Kundenbindungssysteme
- Kontaktlinsenabonnement,
- Kundenkarte und
- Coupon

stellen eine Möglichkeit dar, Kunden dauerhaft zum Kontaktlinsentragen zu motivieren.



Abbildung 7



Abbildung 8

Vergleicht man die drei Kundenbindungsinstrumente miteinander, so wird deutlich, dass 25,3 % der Befragten den Coupon als sehr interessantes Kundenbindungsinstrument bezeichnen. Dagegen sind 43,6 % der „Kontaktlinsenaussteiger“ überhaupt nicht an einer Bindung auf Basis eines Kontaktlinsenabonnements interessiert (Abbildung 8).

Handlungsempfehlungen

Nachkontrolle

Der Kontaktlinsen-anpasser sollte jedem Kontaktlinsenträger bewusst machen, dass er gewisse Hornhautveränderungen nicht spüren kann, da sich der Tragekomfort der Linse zunächst nicht verändern wird. Um mögliche Veränderungen aufzudecken, ist daher eine regelmäßige, professionelle

10,4 % der „Aussteiger“ wussten nicht mehr, wann ihre letzte Nachkontrolle war. Um dies zu umgehen, könnte der Augenoptiker dem Kontaktlinsenträger bei der Erstanpassung einen sogenannten Nachkontrollpass (Abbildung 9) aushändigen. Abbildung 9 – Kontaktlinsenpass zur Erinnerung an die Nachkontrolle³ Der Pass beinhaltet alle wichtigen Informationen des Kontaktlinsenträgers wie z.B. Sehstärke, Stärke der Linse, Material, Basiskurve, Pflegemittel, Datum der Erstanpassung, Datum der letzten Nachkontrolle und Informationen zu den möglichen Folgen bei falschem Tragen oder Missachten der Nachkontrollen. Der Kontaktlinsenträger könnte so selbst kontrollieren, wann er das letzte Mal bei seinem Kontaktlinsen-anpasser war und wann er neue Kontaktlinsen bekommen hat.

fe des halbjährlich zugeschickten Coupons kann in Verbindung mit einer Einladung zur Nachkontrolle eine optimale Betreuung des Kunden vorgenommen werden. Kommt der so an das Unternehmen gebundene Kunde regelmäßig zur Nachkontrolle, kann der Kontaktlinsen-anpasser Probleme frühzeitig erkennen und dementsprechend reagieren.

Ausblick

Durch ein stärker auf Kundenbindung abzielendes Kontaktlinsenmarketing könnten Augenoptiker und Kontaktlinsen-anpasser die sicherlich viel zu hohe Drop-Out-Quote in Deutschland reduzieren. Die von Britta Rauscher durchgeführte Studie zeigt, dass die Kommunikation zwischen dem Kontaktlinsen-anpasser und dem Kontaktlinsenträger ein sehr entscheidender Punkt zur Verringerung der Drop-Out-Quote ist. Ziel der Kontaktlinsen-anpasser sollte es sein, mit Hilfe von Handlungsempfehlungen an den Kunden die Kundenzufriedenheit zu steigern und somit die Abwanderungsbereitschaft der Kontaktlinsenträger erheblich zu reduzieren. Dies würde zu einer besseren und effektiveren Kundenbindung führen und beide Seiten, sowohl Kontaktlinsen-anpasser als auch Kontaktlinsenträger, könnten davon profitieren.

Literatur

- [1] Ciba Vision (2008): Drop-Out-Studie von Ciba Vision. Großwallstadt 2008.
- [2] Allensbach, Institut für Demoskopie (2008): Die Brillenstudie: Untersuchung zum Selbstbewusstsein der Deutschen im Auftrag des Kuratoriums gutes Sehen KGS. Allensbacher Archiv, IfD-Umfragen 7081, 10029. Allensbach, 2008.
- [3] DAK: Bonusheft: Nachweis von Zahngesundheitsuntersuchungen, [online 25.05.2010], verfügbar im Internet: <http://www.presse.dak.de/ps.nsf/allLevel2KatForm?Open&GoTo=Service02&Cat=Zahnarzt>.

Die Autorin:

Britta Rauscher
Baumgartenweg 18
72793 Pfullingen



Nachkontrolle beim Kontaktlinsen-anpasser unerlässlich, d. h. dem Kunden ist zu erläutern, dass ein kurzer Check von lediglich 15 Minuten in sechs Monaten beim Kontaktlinsenspezialist ausreichend ist, um das Auge vor Verletzungen zu schützen. Ein Ansprechen des Kunden beim Nachkauf seiner Kontaktlinsen wäre ein Punkt, um ihn auf die notwendige Kontrolle aufmerksam zu machen und um ihn von einem Augen-Check zu überzeugen.

Kundenbindungsinstrument

Der Vorteil eines Coupons für den Kunden besteht darin, dass er nicht vertraglich, wie z. B. bei einem Kundenabonnement an einen Augenoptiker oder ein Kontaktlinsen-institut gebunden ist und dadurch der Kontaktlinsenträger eine freiwillige Kundenbindung eingehen kann. Der Kunde erhält den Coupon per Post oder online zugesandt und bekommt so ausgewählte Kontaktlinsenprodukte vergünstigt oder gratis. Mithil-