

Abstract zur Diplomarbeit

Fachgebiet: Marketing
Name: Roddewig, Isabelle
Thema: **Analyse des Kontaktlinsenpflegemittelmarktes in Deutschland unter besonderer Berücksichtigung des Perfect Care Konzepts (CIBA Vision ®)**
Jahr: 2005
Betreuer: Prof. Dipl.-Ing. (FH) M.S. Wolfgang Sickenberger
Fernanda Fantini(Produktmittel Produkt Managerin) CIBA Vision ®
Anton Scherer(Account Marketing Manager) CIBA Vision ®

Hintergrund

Im Jahr 2002 wurde von CIBA Vision® (Kontaktlinsenpflegemittel-hersteller) das Perfect Care Konzept mit Dispenser und Augentypfinder zur schnellen und komfortablen Bestimmung des geeigneten Kontaktlinsenpflegemittels für Kunden entwickelt.
Zwei Jahre nach Markteinführung, sollten Veränderungen im Einkaufsverhalten der Kunden und Beratungsverhalten der Augenoptiker, die Zufriedenheit mit dem Dispenser, ob der Dispenser eine Arbeitserleichterung darstellt etc. ermittelt werden. Weiteres Ziel war es für anschließende Projekte Verbesserungspotentiale aufzuzeigen.

Vorgehen

Es wurden 103 Augenoptiker, die entsprechend ihrem Potential und Umsatzvolumen für CIBA Vision® in drei Kategorien eingeteilt sind, mittels eines Fragebogens zu den Themen:

- Stellenwert der Pflegemittel
- Kauf und Verkauf von Pflegemitteln
- Beratungsverhalten
- Käuferverhalten
- Perfect Care

befragt. Der Schwerpunkt lag auf dem Themengebiet „Perfect Care“.

Ergebnisse

73,0% der an der Befragung teilgenommenen Augenoptiker nutzen den Dispenser. Das Beratungsverhalten hat sich seit Einführung des Dispensers laut 85,5% dieser Augenoptiker nicht geändert. Der Dispenser ist für 61,1% der nutzenden Augenoptiker keine Arbeitserleichterung oder -verbesserung. 55,6% der Augenoptiker mit Dispenser gaben an, dass (0-19)% der Kunden den Dispenser nutzen. Nach Meinung von 81,5% der nutzenden Augenoptiker hat sich das Einkaufsverhalten nicht geändert.

Schlussfolgerung

Für den Augenoptiker stellt der Dispenser keine Arbeitserleichterung oder -verbesserung dar. Veränderungen auf der Seite der Augen-optiker sind nicht erkennbar. Die Resonanz der Kunden auf den Dispenser ist gering.

Schlüsselwörter

Marktanalyse, Marktumfrage, Trend, Umsatzentwicklung, strategische Kundeneinteilung, Fragebogen, Perfect Care Konzept, Augentyp, Kontaktlinsenpflegemittel

Abstract zur Diplomarbeit

Specific Field: Marketing
Name: Roddewig, Isabelle
Diploma Thesis: **Analysis of the German market of Lense Care Products, particularly considering the Perfect Care Concept (CIBA Vision®)**
Year: 2005
Supervising Tutor: Prof. Dipl.-Ing. (FH) M.S. Wolfgang Sickenberger
Fernanda Fantini(Produktmittel Produkt Managerin) CIBA Vision ®
Anton Scherer(Account Marketing Manager) CIBA Vision ®

Background

In 2002 CIBA Vision® (producer of Lense Care Products) developed the Perfect Care Concept including a Dispenser and a method to determine one's Eye Care Type. The Perfect Care Concept offers a fast and comfortable way to find a proper Lense Care Product for each customer.

Two years after the launching, changes in the consumer's behaviour, customer's satisfaction with the Dispenser, changes in the optician's consulting behaviour, whether the Dispenser makes work easier etc. were to be determined. In addition to that it was aimed at showing potential for improvement that might be implemented in further projects.

Proceeding

103 opticians put into three categories were asked according to their potential and turnover for CIBA Vision®. The opticians were asked by means of a questionnaire:

- the status of Lense Care Products
- purchase and sales of Lense Care Products
- consulting behaviour
- customer behaviour
- Perfect Care

The main emphasis was put on the topic Perfect Care.

Results

73% of the opticians who took part in the questioning used the Dispenser. 85,5% say that the consulting behaviour has not changed after the introduction of the Dispenser. For 61,1% of the opticians the Dispenser does not represent an improvement or an easement of work. 55,6% of the opticians who offer the Dispenser state that 0-19% of the clients use it. According to 81,5% of the opticians using the Dispenser the consumer behaviour has not changed.

Conclusion

The Dispenser does not improve or make work easier for the optician. Changes on the opticians' side are not to be recognized and the clients rarely use it.

Keywords

market analysis, market survey, trend, sales trend, strategical customer classification, questionnaire, Perfect Care Concept, Eye Care Type, Lense Care Product