

Optiekbranche 2015

Kernbevindingen

Colofon

De kernbevindingen Optiekbranche 2015 is een uitgave van de Nederlandse Unie van Optiekbedrijven (NUVO), Nederlandse Associatie van leveranciers van Brillenglazen (Nab), Nederlandse Associatie van Contactlensleveranciers (NAC), BoBo's eyewear, Marcolin, Marchon, Safilo, Silhouette en Luxottica. Het zijn een aantal kernbevindingen van het optiekonderzoek. Het optiekonderzoek is verricht door GfK en Q&A Research & Consultancy. Voor vragen over dit onderzoek kunt u contact opnemen met de NUVO, e-mail info@nuvo.nl, telefoonnummer 088-077 11 00.

Auteurs

Q&A Research & Consultancy
John Terra
Francella Barmantloo

Copyright © 2015

De NUVO, Nab, NAC en samenwerkende monturenleveranciers hechten veel waarde aan de verspreiding van kennis over de detailhandel en de optiekbranche in het bijzonder. U mag dan ook gedeelten uit deze publicatie overnemen, mits met bronvermelding. Het integraal reproduceren van de inhoud van deze publicatie is echter alleen toegestaan met schriftelijke toestemming van de NUVO en haar partners.

Aan de totstandkoming van deze publicatie is de grootst mogelijke zorg besteed.

NUVO

Postbus 13
3990 DA Houten

NAC Nederlandse Associatie van Contactlensleveranciers

Postbus 80523
2508 GM 's-Gravenhage

Nab Nederlandse Associatie van Leveranciers van Brillenglazen

Postbus 80523
2508 GM 's-Gravenhage

Namens monturenleveranciers

Luxottica Group
Postbus 506
2100 AM Heemstede



Inhoudsopgave

1	Inleiding.....	4
1.1	Achtergrond	4
1.2	Kernbevindingen.....	4
2	De optiekbranche	5
2.1	Aantal optiekbedrijven, -franchisers en winkels.....	5
2.2	Aantal starters en faillissementen	5
2.3	Vloeroppervlakte van optiekwinkel.....	6
2.4	Waar is de optiekwinkel gevestigd	6
3	Omzet optiekbranche	7
3.1	Omzet optiekbranche.....	7
3.2	Omzet naar type optiekbedrijf	7
3.4	Online omzet.....	8
3.5	Omzetverdeling productgroepen	8
3.6	Zonnebril	9
4	Optiekondernemer	10
4.1	Aantal eigenaren en sinds wanneer eigenaar.....	10
4.2	Achtergrondkenmerken optiekondernemer	10
4.3	Ondernemersuitdagingen	11
5	Personeel en werkzame personen	12
5.1	Personeel in dienst	12
5.2	Werkzame personen	12
5.3	Aanwezige functies.....	13
5.4	Werkzame personen in opleiding	13
5.5	Vacatures.....	14
6	Bedrijfsvoering	15
6.1	Aangesloten bij een organisatievorm	15
6.2	Gevoerde productgroepen en diensten in het assortiment.....	15
6.3	Online declaratiesysteem zorgvergoedingen	16
6.4	Optieksoftware.....	16
6.5	Video centreer apparatuur	17
6.6	Slijpen van glazen	17
6.7	Dienstverlening aan huis	17
6.8	Ontwikkelingen voor de toekomstige optiekbranche.....	17
6.9	Website en webshop, nu en in de toekomst	18
6.10	Social media.....	19
7	Online kopen	20
7.1	Consumentenonderzoek.....	20
7.2	Online aankopen	20
7.3	Verwachting online kopen bril- en contactlensdrager	20
7.4	Verwachting niet on-line kopen bril- en contactlensdrager.....	21
	Bijlage 1	22

1 Inleiding

1.1 Achtergrond

De retail is volop in ontwikkeling en de veranderende marktomstandigheden gaan aan geen branche voorbij, ook niet aan de dynamische optiekbranche. Voor de NUVO, de aangesloten ondernemers en andere belanghebbenden in de optiekbranche is het belangrijk inzicht te hebben in de structuur- en aanbodzijde van de optiekbranche en de ontwikkelingen daarin. Zo kunnen de ondernemers en anderen (leveranciers) inspelen op de ontwikkelingen voor de komende jaren. Daarom heeft de NUVO aan GfK en Q&A Research & Consultancy de opdracht gegeven om de structuurzijde van de optiekbranche 2014 en de ontwikkelingen van consumentengedrag binnen de optiekbranche in kaart te brengen. Het onderzoek vindt plaats in samenspraak met andere belanghebbenden in de optiek zoals een leverancier van brillenglazen, contactlenzen en monturen. Dit onderzoek is mede gefinancierd door:

- Nederlandse Unie van Optiekbedrijven (NUVO)
- Nederlandse Associatie van Leveranciers van Brillenglazen (NAB)
- Nederlandse Associatie van Contactlensleveranciers (NAC)
- BoBo's eyewear
- Marcolin
- Marchon
- Safilo
- Silhouette
- Luxottica

1.2 Kernbevindingen

In deze rapportage wordt de optiekmarkt in kaart gebracht aan de hand van een aantal tabellen uit het optiekonderzoek. Het complete optiekonderzoek is beschikbaar voor de NUVO-leden en degene die (financiële) bijdragen hebben geleverd aan dit onderzoek.

2 De optiekbranche

In dit deel van de rapportage zijn de belangrijkste kerncijfers die betrekking hebben op de optiekbranche samengevat. De resultaten in dit hoofdstuk zijn afkomstig uit het structuuronderzoek dat door GfK in het kader van dit project is uitgevoerd.

In deze rapportage wordt er gesproken over zelfstandigen en optiekketens. Met optiekketens worden de volgende spelers bedoeld: Pearle Opticiens, Eye Wish Opticiens, Hans Anders, Specsavers, Brilservice en Eyes and More. Daarnaast wordt er in de resultaten regelmatig onderscheid gemaakt tussen optiekbedrijven en optiekwinkels. Een optiekbedrijf kan bestaan uit meerdere winkels.

2.1 Aantal optiekbedrijven, -franchisers en winkels

In 2014 waren er 2.213 optiekwinkels. 44% van alle optiekbedrijven is een keten, de overige 56% is een zelfstandige winkel. Ruim één op de vijf winkels van de optiekketens is franchise.

Tabel 1: Aantal optiekwinkels

Universum	Totaal 2014
Aantal optiekketens	978
<i>Waarvan franchise</i>	209
Aantal zelfstandige optiekwinkels	1.235
Totaal aantal optiekwinkels	2.213

Bron: GfK 2015 en Locatus 2015

Tabel 2: winkels van zelfstandige optiekbedrijven

Zelfstandigen	Totaal 2014
Aantal zelfstandige optiekwinkels	1.235
Aantal zelfstandige optiekbedrijven	1.080
Gemiddeld aantal filialen per bedrijf	1,14

Bron: GfK 2015

2.2 Aantal starters en faillissementen

In 2014 zijn er dertien optiekbedrijven opgestart. Dit zijn er minder dan in de drie jaren ervoor. In 2014 waren er binnen de optiekbranche vier faillissementen.

Tabel 3: gestarte optiekbedrijven en faillissementen

Totaal zelfstandigen en ketens	Totaal 2014	Totaal 2013	Totaal 2012	Totaal 2011
Aantal gestarte optiekbedrijven	13	24	20	30
Aantal faillissementen	4	6	3	3

Bron: AdHoc data en faillissementen.com

2.3 Vloeroppervlakte van optiekwinkel

De winkelvloeroppervlakte is bij de optiekketens gemiddeld groter dan bij de zelfstandige opticien. Een optiekketen heeft een gemiddelde winkelvloeroppervlakte van 76 vierkante meter, bij de zelfstandige is dit 71. Eén op de vier zelfstandige optiekbedrijven heeft een winkelvloeroppervlakte van minder dan 50 vierkante meter. Bij de optiekketens komt dit slechts bij 4% van de winkels voor.

Tabel 4: verdeling winkelvloeroppervlakte in m2

Verdeling WVO in m ²	Zelfstandigen	Optiekketens
< 50	25%	4%
Van 50 tot 100	60%	83%
van 100 tot 150	12%	12%
van 150 tot 200	2%	1%
> 200	1%	0%

Bron: GfK 2015

2.4 Waar is de optiekwinkel gevestigd

Er kan ook gekeken worden in welke gebiedstypering de zelfstandigen en optiekketens zich gevestigd hebben. Het grootste verschil tussen de optiekketens en zelfstandigen is dat optiekketens met name in hoofdwinkelgebieden gevestigd zijn en zelfstandigen vaker gevestigd zijn in kleine, kern verzorgende centra en kleine winkelcentra.

Tabel 5: winkelgebiedstypering*

Winkelgebiedstypering	Zelfstandigen	Optiekketens
Binnenstad	9%	9%
Binnenstedelijke winkelstraat	5%	6%
Buurtcentrum	2%	0%
Grootschalige concentratie	0%	0%
Hoofdwinkelgebied groot	9%	18%
Hoofdwinkelgebied klein	14%	26%
Kern verzorgend centrum groot	22%	20%
Kern verzorgend centrum klein	19%	3%
Speciaal winkelgebied	0%	0%
Stadsdeelcentrum	1%	8%
Supermarktcentrum	0%	0%
Verspreide bewinkeling	3%	0%
Wijkcentrum groot	6%	6%
Wijkcentrum klein	10%	3%

Bron: Locatus 2015

*Zie bijlage 1 voor een omschrijving van de definities.

3 Omzet optiekbranche¹

3.1 Omzet optiekbranche

De omzet van de Nederlandse optiekbranche, exclusief hoortoestellen, bedraagt in 2014 inclusief btw €1.222.000.000. Hiervan komt nog geen 2% uit enkel het pure online kanaal.

Tabel 6: omzet optiekbranche 2014 incl. btw

Omzet optiekbranche 2014 (incl. BTW)	Incl. hoortoestellen	Excl. hoortoestellen
Zelfstandige optiekbedrijven	568.000.000	€ 559.000.000
Keten optiekbedrijven	668.000.000	€ 643.000.000
Puur online (contactlenzen + vloeistof)	20.000.000	€ 20.000.000
Totaal	1.256.000.000	€ 1.222.000.000

Bron: GfK 2015

3.2 Omzet naar type optiekbedrijf

De gemiddelde omzet per zelfstandige optiekwinkel bedraagt in 2014, exclusief hoortoestellen, €453.000 inclusief btw. De gemiddelde omzet per ketenfiliaal betrof in 2014, exclusief hoortoestellen, €657.000 inclusief btw.

Tabel 7: gemiddelde omzet per zelfstandige optiekwinkel incl. btw

Omzet per zelfstandige optiekwinkel incl. btw	Totaal 2014 (incl. hoortoestellen)	Totaal 2014 (excl. hoortoestellen)
Gemiddelde omzet	€460.000	€ 453.000
Mediaan	€350.000	€345.000

Bron: GfK 2015

Tabel 8: gemiddelde omzet per ketenfiliaal incl. btw

Gemiddelde omzet per ketenfiliaal incl. btw	Totaal 2014 (incl. hoortoestellen)	Totaal 2014 (excl. hoortoestellen)
Gemiddelde omzet	€ 683.000	€ 657.000

Bron: GfK 2015

38% van de zelfstandige optiekwinkels heeft in 2014 een omzet minder dan €300.000. 8% had in 2014 één miljoen euro of meer aan omzet.

¹ Deze cijfers zijn voor de zelfstandige optiekbedrijven gebaseerd op de onderzoeksresultaten van het structuuronderzoek. De cijfers van de ketens zijn gebaseerd op het GfK retail panel onderzoek (GfK Optiscan).

3.4 Online omzet

15% van de zelfstandige optiekwinkels heeft een webshop. Bij 65% van de zelfstandige optiekwinkels met een webshop is de omzet die zij uit online halen minder dan 1% van de totale omzet. Bij 6% bedraagt het online omzetaandeel meer dan 10%.

Tabel 9: zelfstandige optiekwinkels met webshop

Zelfstandige optiekwinkels met webshop	Totaal 2014
Zelfstandige optiekwinkels met webshop	15%
Aantal zelfstandige optiekwinkels met webshop	187

Bron: GfK 2015

Tabel 10: omzetaandeel webshopverkopen van zelfstandige optiekbedrijven

Omzetaandeel webshopverkopen van zelfstandige optiekbedrijven	% van retailers met webshop*
< 1%	65%
1 – 10%	29%
Meer dan 10%	6%

Bron: GfK 2015

**Deze resultaten zijn indicatief.*

3.5 Omzetverdeling productgroepen

In 2014 heeft de zelfstandige optiekbedrijven de meeste omzet (39%) gehaald uit de productgroep glazen. 23% van de totale omzet kwam uit de productgroep monturen. De minste omzet, slechts 1%, kwam uit de optometrie.

Tabel 11: omzetverdeling productengroepen bij zelfstandigen

Omzetverdeling productgroepen bij zelfstandigen	% van de totale omzet	Omzet 2014 incl. btw
Monturen	23%	€ 131.857.143
Glazen	39%	€ 222.169.143
Zonnebrillen	7%	€ 41.707.429
Contactlenzen	17%	€ 94.288.000
Contactlens onderhoudsproducten	4%	€ 22.679.429
Oogmeting	2%	€ 12.617.714
Optometrie	1%	€ 8.073.714
Hoortoestellen	2%	€ 8.885.143
Contactlenscontrole	2%	€ 13.956.571
Overig assortiment en diensten	2%	€ 11.765.714
Totaal	100%	€ 568.000.000
Totaal excl. hoortoestellen	98%	€ 559.114.857

Bron: GfK 2015

Evenals bij de zelfstandige optiekbedrijven hebben de glazen het grootste aandeel in de omzet van de optiekketens. Bij de optiekketens ligt het aandeel echter wel hoger namelijk 48% ten opzichte van 39%. Uit de resultaten blijkt dat de omzetverdeling van de zelfstandigen en optiekketens afwijkt. Zelfstandigen halen ten opzichte van ketens meer omzet uit zonnebrillen, contactlenzen en ook uit de oogmeting.

Tabel 12: omzetverdeling productgroepen bij optiekketens

Omzetverdeling productgroepen bij keten optiekbedrijven	% van de totale omzet	Incl. hoortoestellen	Excl. hoortoestellen
Monturen	22%	€ 145.542.695	€ 145.542.695
Glazen	48%	€ 318.690.513	€ 318.690.513
Zonnebrillen	4%	€ 29.513.594	€ 29.513.594
Contactlenzen	15%	€ 99.812.164	€ 99.812.164
Contactlens onderhoudsproducten	2%	€ 11.669.072	€ 11.669.072
Overig	9%	€ 62.413.253	€ 37.801.211
Totaal	100%	€ 667.641.291	€ 643.029.249

Bron: GfK 2015

3.6 Zonnebril

In 2014 zijn er binnen de optiekbranche in totaal 715.749, exclusief online, plano zonnebrillen verkocht. Hierbij zijn het aantal verkochte zonnebrillen in branchevreemde kanalen als modewinkels, tankstations en het buitenland niet meegenomen.

Tabel 13: totaal aantal verkochte zonnebrillen (niet op sterkte) in stuks

Totaal aantal verkochte zonnebrillen (niet op sterkte) in stuks	Totaal 2014
Zelfstandigen	239.893
Optiekketens	475.856
Totaal (excl. online)	715.749

Bron: GfK 2015

4 Optiekondernemer

In de enquête die GfK heeft gehouden zijn een aantal vragen gesteld aan de zelfstandige optiekondernemer over het ondernemerschap.

61% van de zelfstandige optiekbedrijven heeft één eigenaar. 35% heeft twee eigenaren en 3% heeft drie eigenaren.

4.1 Aantal eigenaren en sinds wanneer eigenaar

Tabel 14: aantal eigenaren zelfstandigen

Aantal eigenaren zelfstandige optiekbedrijven	2015
Eén eigenaar	61%
Twee eigenaren	35%
Drie eigenaren	3%

Bron: GfK 2015

21% van de ondernemers van zelfstandige optiekbedrijven is eigenaar geworden tussen 1990 en 2000. Bijna 60% van de ondernemers is minder dan vijftien jaar eigenaar.

Tabel 15: sinds wanneer eigenaar: zelfstandige optiekbedrijven

Sinds wanneer eigenaar?	2015
voor 1980	5%
1980 tot 1990	15%
1990 tot 2000	21%
2000 tot 2010	37%
na 2010	22%

Bron: GfK 2015

4.2 Achtergrondkenmerken optiekondernemer

87% van de zelfstandige optiekondernemers is een man. De gemiddelde leeftijd van de ondernemers van zelfstandige optiekbedrijven is 48 jaar. 3% van de ondernemers is 30 jaar of jonger.

Tabel 16: leeftijdsopbouw optiekondernemer

Leeftijdsopbouw optiekondernemer	2015
t/m 30 jaar	3%
31 t/m 50 jaar	56%
51 jaar en ouder	41%
Gemiddelde leeftijd	48 jaar
Mediaan	48 jaar

Bron: GfK 2015

94% van de ondernemers van zelfstandige optiekbedrijven heeft een optiekopleiding afgerond. 85% van de ondernemers is momenteel niet op zoek naar opvolging van het zelfstandige optiekbedrijf. 6% van de ondernemers is op zoek naar opvolging en ondervindt problemen met het vinden van opvolging².

² Deze cijfers zijn indicatief

4.3 Ondernemersuitdagingen

51% van de ondernemers ziet groeien, uitbreiden, verbeteren, innoveren en het aantrekken van meer klanten als uitdagingen voor de komende vijf jaar. Voor 30% van de ondernemers is de grootste uitdaging overleven, doorgaan en strijden. De ondernemersuitdagingen van de optieketens voor de komende vijf jaar zijn: uitbreiden naar andere landen, nog meer onderscheiden, omnichannel uitbouwen, gediplomeerd personeel en nieuwe klanten vinden.

Tabel 17: ondernemersuitdagingen zelfstandigen

Ondernemersuitdagingen zelfstandigen	2015
Groeien/uitbreiden/verbeteren/innoveren/meer klanten	51%
Overleven/doorgaan/strijden	30%
Opvolging/overdracht/verkoop	4%
Personeel (zorgen voor, training en werving)	5%
Overig	10%

Bron: GfK 2015

5 Personeel en werkzame personen

5.1 Personeel in dienst

In totaal zijn er 9.332 personen in dienst binnen de optiekbranche. Dit is exclusief de ondernemers. 52% van het personeel dat werkzaam is binnen de optiekbranche is in dienst bij een zelfstandige.

Tabel 18: totaal aantal personen in dienst binnen de optiekbranche

Totaal aantal personen in dienst binnen de optiekbranche (excl. ondernemer)	2015
Zelfstandigen	4.866
Optiekketens	4.466
Totaal	9.332

Bron: GfK 2015

78% van de zelfstandige optiekbedrijven heeft personeel in dienst. Dit komt neer op 842 zelfstandige optiekbedrijven.

Tabel 19: personeel in dienst zelfstandig optiekbedrijf

Personeel in dienst zelfstandig optiekbedrijf	2015	Aantal bedrijven
Geen personeel in dienst	22%	237
Wel personeel in dienst	78%	842

Bron: GfK 2015

Zelfstandige optiekbedrijven hebben gemiddeld 3,94 personen in dienst per winkel. Ketens hebben gemiddeld de meeste personen in dienst (4,48 per winkel).

Tabel 20: gemiddeld aantal personeelsleden in dienst (excl. ondernemer)

Gemiddeld aantal personeelsleden in dienst (excl. ondernemer)	2015
Per zelfstandige optiekwinkel	3,94
Per keten optiekwinkel	4,48

Bron: GfK 2015

5.2 Werkzame personen

In totaal zijn er 6.398 personen, inclusief ondernemers, werkzaam bij zelfstandige optiekbedrijven. Bij optiekketens zijn er 4.466 personen werkzaam.

Tabel 21: aantal personen werkzaam bij zelfstandige optiekbedrijven en optiekketens

Aantal personen werkzaam bij zelfstandige optiekbedrijven	2015
<i>Zelfstandigen:</i>	
Totaal aantal personeelsleden in dienst excl. ondernemer	4.866
Aantal ondernemers	1.530
Totaal aantal persoonsleden werkzaam bij zelfstandige optiekbedrijven	6.398
<i>Optiekketens:</i>	
Totaal aantal persoonsleden werkzaam bij optiekketens	4.466
Totaal	10.862

Bron: GfK 2015

73% van de zelfstandige optiekbedrijven heeft één tot vijf personen in dienst. 12% heeft tien of meer personen in dienst.

Tabel 22: aantal werkzame personen bij zelfstandige optiekbedrijven

Aantal werkzame personen bij zelfstandige optiekbedrijven*	2015	Aantal bedrijven
1	27%	291
2	8%	83
3	14%	149
4	16%	174
5	8%	91
6 tot 10	15%	158
10 en meer	12%	133
Totaal		1.080

Bron: GfK 2015

*Inclusief eigenaar/ondernemer, personeelsleden, meewerkende gezinsleden en stagiairs.

5.3 Aanwezige functies

Bij 81% van de zelfstandige optiekbedrijven is een gediplomeerd opticien en/of contactlensspecialist werkzaam. Bij 70% is een verkoopmedewerker werkzaam.

Tabel 23: functies aanwezig per zelfstandig optiekbedrijf*

Functies aanwezig per zelfstandig optiekbedrijf	%	Aantal winkels
Verkoopmedewerker	70%	759
Gediplomeerd opticien	81%	877
Gediplomeerd contactlensspecialist	81%	877
Gediplomeerd optometrist	56%	609
Optiek student	41%	438
Optometrie student	27%	289
Overig	25%	267

Bron: GfK 2015

*Inclusief eigenaar/ondernemer, personeelsleden, meewerkende gezinsleden en stagiairs.

De meest voorkomende functies bij optiekwinkels zijn verkoopmedewerkers en gediplomeerde opticiens.

5.4 Werkzame personen in opleiding

In totaal zijn er 750 werkzame personen in opleiding binnen zelfstandige optiekbedrijven en ketens. Onderstaande tabel laat de verdeling van het aantal werkzame personen in opleiding per zelfstandig optiekbedrijf en keten zien.

Tabel 24: aantal werkzame personen in opleiding

	Zelfstandigen	Optiekketens	Totaal
Werkzame personen in opleiding binnen zelfstandige optiekbedrijven en optiekketens	372	378	750

Bron: GfK 2015

50% van de zelfstandige optiekbedrijven heeft geen personen in opleiding in het optiekbedrijf werken. Een BBL medewerker is terug te vinden in 22% van de optiekbedrijven.

Tabel 25 zelfstandige optiekbedrijven waar personen in opleiding werken per type

Zelfstandige optiekbedrijven waar personen in opleiding rondlopen per type	2015
Geen personen in opleiding aanwezig	50%
BBL medewerker	22%
BOL stagiair	13%
HBO stagiair	22%
Contactlensspecialist in opleiding	4%
Overig	0%

Bron: GfK 2015

36% van de personen in opleiding bij zelfstandige optiekbedrijven is een BBL medewerker of HBO stagiair.

Tabel 26: werkzame personen in opleiding bij zelfstandige optiekbedrijven per type

Werkzame personen in opleiding bij zelfstandige optiekbedrijven per type	2015
BBL medewerker	36%
BOL stagiair	22%
HBO stagiair	36%
Contactlensspecialist in opleiding	6%
Overig	0%

Bron: GfK 2015

Voor de ketens is er geen filiaal informatie bekend. Op basis daarvan kan er alleen geconcludeerd worden dat er binnen alle optiekketens personen in opleiding werkzaam zijn.

5.5 Vacatures

Van alle openstaande vacatures betreft 26% een verkoopmedewerker bij de zelfstandigen en 46% een verkoopmedewerker bij de optiekketens.

Tabel 27: openstaande vacatures

Openstaande vacatures	Zelfstandigen*	Optiekketens
Verkoopmedewerker	26%	46%
Gediplomeerd opticien	30%	40%
Gediplomeerd contactlensspecialist	13%	5%
Gediplomeerd optometrist	26%	0%
Audicien	4%	5%
Overig	0%	5%

Bron: GfK 2015

*Resultaten zijn indicatief.

9,5% van de zelfstandige optiekbedrijven heeft openstaande vacatures. 6% van de optiekbedrijven zoekt een gediplomeerd opticien.

Tabel 28: zelfstandige optiekbedrijven met openstaande vacatures

Openstaande vacatures zelfstandige optiekbedrijven	Zelfstandigen
Verkoopmedewerker	5%
Gediplomeerd opticien	6%
Gediplomeerd contactlensspecialist	2%
Gediplomeerd optometrist	5%
Audicien	1%

Bron: GfK 2015

6 Bedrijfsvoering

6.1 Aangesloten bij een organisatievorm

96% van de zelfstandige optiekbedrijven is aangesloten bij een organisatievorm op het gebied van in- of verkoop, marketing- en/of brancheorganisatie. 49% van de zelfstandige optiekbedrijven is aangesloten bij de NUVO. Van de optiekketens zijn er vier aangesloten bij de NUVO. De andere twee optiekketens zijn aangesloten bij UFON.

Tabel 29: aantal zelfstandige optiekbedrijven dat is aangesloten bij een organisatievorm

Aantal zelfstandige optiekbedrijven dat is aangesloten bij een organisatievorm*	% aangesloten bedrijven
Nergens bij aangesloten	4%
NUVO	49%
Optitrade	39%
Centrop	37%
Club Brillant	6%
Zienrs	5%
Collectief zelfstandige optiekbedrijven	10%
OCR	2%
Anders	4%

Bron: GfK 2015

*Bedrijven kunnen aangesloten zijn bij meerdere organisaties.

6.2 Gevoerde productgroepen en diensten in het assortiment

In onderstaande tabel wordt de verdeling van de gevoerde productgroepen/diensten in het assortiment van de zelfstandige optiekbedrijven weergegeven. Er zijn ook zelfstandige optiekbedrijven die zich hebben gespecialiseerd in alleen contactlenzen.

Tabel 30: gevoerde productgroepen en diensten in het assortiment

Gevoerde productgroepen/diensten in het assortiment*	% zelfstandigen die het product voert
Monturen	99%
Glazen	99%
Zonnebrillen	98%
Contactlenzen	96%
Contactlens onderhoudsproducten	96%
Oogmeting	98%
Optometrie	55%
Hoortoestellen	18%
Contactlenscontrole	96%
Overig assortiment en diensten	64%

Bron: GfK 2015

*Met gevoerde productgroepen/diensten in het assortiment wordt bedoeld de producten/diensten die in de afgelopen zes maanden ingekocht, op voorraad, verkocht of aangeboden zijn.

6.3 Online declaratiesysteem zorgvergoedingen

Vier op de vijf zelfstandige optiekbedrijven maakt gebruik van een online declaratiesysteem voor zorgvergoedingen. Van de optiekketens maakt 96% gebruik van een online declaratiesysteem.

Tabel 31: verdeling gebruik online declaratiesysteem zorgverzekeraars zelfstandige optiekbedrijven

Online declaratiesysteem zorgverzekeraars zelfstandige optiekbedrijven	2015
Ja, ik gebruik een online declaratiesysteem	80%
Nee, gebruik ik niet	20%

Bron: GfK 2015

6.4 Optieksoftware

91% van de optiekbedrijven maakt gebruik van speciale optieksoftware. Bij de optiekketens gebruikten vier van de zes keten speciale optieksoftware. De meest gebruikte optieksoftwarepakketten binnen de optiekbedrijven zijn Optifile, Apollo (B&F) en OS Optiek.

Tabel 32: gebruik van merk optieksoftwarepakket

Gebruik van optieksoftwarepakket	% gebruikt
Optifile	24%
Apollo (B&F)	21%
OS Optiek	20%
EyeStore	8%
Optiektotaal	3%
Ipro	3%
Velo (Bait)	3%
Helder	2%
Eigen software	2%
Overig	5%
Geen optieksoftwarepakket	9%

Bron: GfK 2015

De tevredenheid van de optiekbedrijven over het gebruik van de optieksoftware is niet erg goed. 62% van de gebruikers is namelijk matig tevreden. 28% is zelfs ontevreden over het optieksoftwarepakket. De optiekketens die gebruikmaken van optieksoftware pakketten zijn over het algemeen matig tevreden tot tevreden.

Tabel 33: Tevredenheid over optieksoftwarepakket

Tevredenheid over optieksoftwarepakket	2015
Ontevreden	28%
Matig tevreden	62%
Niet tevreden/niet ontevreden	7%
Tevreden	3%
Heel tevreden	0%

Bron: GfK 2015

6.5 Video centreer apparatuur

79% van de zelfstandige optiekbedrijven gebruikt en/of is in het bezit van video centreer apparatuur. In 32 ketenfilialen wordt er gebruikgemaakt van video centreer apparatuur.

Tabel 34: gebruik of bezit van video centreer apparatuur optiekbedrijven

Gebruik en/of bezit van video centreer apparatuur	
Gebruik en/of bezit bij zelfstandige optiekbedrijven	79%
Gebruik en/of bezit bij aantal ketenfilialen	32

Bron: GfK 2015

6.6 Slijpen van glazen

89% van de zelfstandige optiekbedrijven slijpt de glazen in de winkel. Van de optiekketens doen dit er vijf van de zes. In totaal gebeurt het slijpen van de glazen in 578 van de 978 ketenfilialen (59%).

Tabel 35: slijpen van glazen in de winkel

Slijpen van glazen in de winkel	
Bij zelfstandige optiekbedrijven	89%
Bij ketenfilialen	59%

Bron: GfK 2015

6.7 Dienstverlening aan huis

71% van de zelfstandige optiekbedrijven doet aan dienstverlening aan huis. Bij de optiekketens is dit beduidend minder, slechts enkele ketenfilialen bieden dienstverlening aan huis aan.

Tabel 36: dienstverlening aan huis

Dienstverlening aan huis		2015
Zelfstandige optiekbedrijven		71%
Optiekketens		1%

Bron: GfK 2015

6.8 Ontwikkelingen voor de toekomstige optiekbranche

13% van de zelfstandige ondernemers vindt online, omnichannel, social media en multi media de belangrijkste ontwikkelingen voor de toekomstige optiekbranche. Onderstaande tabel geeft inzicht in de belangrijkste ontwikkelingen voor de toekomstige optiekbranche volgens de zelfstandigen.

Voor de optiekketens zijn online, omnichannel, social media en multi media tevens de belangrijkste ontwikkelingen voor de toekomstige optiekbranche. Daarnaast vinden optiekketens veranderingen in het winkelgebied en het consumentengedrag, en de prijsdruk de belangrijkste ontwikkelingen voor de toekomstige optiekbranche.

Tabel 37: de belangrijkste ontwikkelingen voor de toekomstige optiekbranche volgens de zelfstandigen

De belangrijkste ontwikkelingen voor de toekomstige optiekbranche volgens de zelfstandigen	
Online/omnichannel/social media/multi media	13%
Beleving/winkelomgeving/verleiding/klantgericht/concurrentie	12%
Specialisatie/maatwerk/profilering/segmentatie	12%
Kwaliteit/service/zorg/kennis	12%
Verandering optiekbranche en markt algemeen	11%
Innovatie/productontwikkeling (bijv. 3D print/online paskamer)	11%
Strijd en aanpak keten/behoud zelfstandigen	8%
Optometrie (meer/verzelfstandiging/specialisatie)	6%
Prijsdruk/prijsvechters	4%
Personeel/diploma's	4%
Vergrijzing/opvolging	3%
Branchevereniging aanpassen	1%
Samenwerking	1%
Zorgverzekeraars	1%

Bron: GfK 2015

6.9 Website en webshop, nu en in de toekomst

96% van de zelfstandige optiekbedrijven heeft een eigen website. 15% van de zelfstandige optiekbedrijven met een website heeft ook een webshop. Alle optiekketens hebben een eigen website. Drie van de zes ketens hebben ook een webshop.

Tabel 38: zelfstandige optiekbedrijven met een eigen website

Zelfstandige optiekbedrijven met een eigen website	2015
Ja	96%
Nee	4%

Bron: GfK 2015

Tabel 39: zelfstandige optiekbedrijven met een webshop

Zelfstandige optiekbedrijven met een webshop	2015
Zelfstandige optiekbedrijven met een webshop	15%
Aantal zelfstandige optiekbedrijven met een webshop	187

Bron: GfK 2015

Eén op de drie zelfstandigen weet nog niet of zij in de nabije toekomst meer online gaan ondernemen. 40% heeft daarentegen al plannen om in de nabije toekomst meer online te gaan doen. Vrijwel alle ketens zijn van plan meer online te gaan ondernemen.

Tabel 40: plannen om in de nabije toekomst meer online te gaan ondernemen

Plannen om in de nabije toekomst meer online te gaan ondernemen	2015
Ja	40%
Nee	27%
Weet nog niet	33%

Bron: GfK 2015

6.10 Social media

80% van de zelfstandigen gebruikt social media. Facebook is het sociale, online netwerk dat verreweg het meest wordt gebruikt door zowel zelfstandige optiekbedrijven als de optiekketens. Na Facebook gebruiken de ketens met name YouTube. Eén op de vijf zelfstandige optiekbedrijven maakt gebruik van LinkedIn en/of Twitter.

Tabel 41: het gebruik van social media door zelfstandigen

Het gebruik van social media door zelfstandigen	aantal %
Ik gebruik geen social media	20%
Facebook	80%
LinkedIn	20%
Twitter	20%
YouTube	10%
Pinterest	3%
Instagram	8%
Anders	4%

Bron: GfK 2015

7 Online kopen

7.1 Consumentenonderzoek

Om het aandeel online aankopen te kunnen bepalen heeft Q&A een online-enquête uitgezet onder een consumentenpanel. In totaal namen 2800 consumenten deel aan dit onderzoek in de leeftijd van 15 tot 75 jaar. Daarnaast zijn er vragen gesteld over de toekomstige ontwikkelingen. Hieraan hebben zo'n 1300 consumenten deel genomen.

7.2 Online aankopen

De consument heeft nog steeds de voorkeur om een bril op sterkte in de fysieke winkel te kopen. Op enkele uitzonderingen na heeft iedere consument zijn laatst gekochte bril op sterkte in de fysieke winkel gekocht.

De fysieke winkel heeft bij het kopen van contactlenzen ook de meeste voorkeur. Toch heeft ruim één op de tien consumenten zijn contactlenzen de laatste keer online gekocht.

Tabel 42: laatste aankoop contactlenzen fysiek of online

Aankoopkanaal contactlenzen	Totaal 2014	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
Fysieke winkel	88%	89%	100%	92%	85%	84%	100%
Online	12%	11%	0%	8%	15%	16%	0%

Bron: Q&A 2015

7.3 Verwachting online kopen bril- en contactlensdrager

Gaat de huidige brildrager in 2020 een bril op sterkte online kopen? Het percentage dat aangeeft dit zeker te gaan doen is slechts 3%. Het percentage dat het nog niet zeker weet, één op de vijf brildraggers, gaat de online omzetgroei van de optiekbranche de komende jaren bepalen.

Tabel 43: verwachting online kopen in de toekomst: bril op sterkte

Verwachting online kopen: bril op sterkte	Totaal 2014	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
Ja	3%	0%	4%	2%	2%	4%	3%
Nee	76%	75%	77%	74%	75%	75%	78%
Misschien	21%	25%	19%	23%	22%	22%	19%

Bron: Q&A 2015

Van de huidige contactlensdragers geeft 14% aan dat zij in de toekomst contactlenzen zeker online gaan kopen. Het percentage dat het nog niet zeker weet is 35%. Het aandeel contactlenzen dat online wordt gekocht zal naar verwachting in 2020 enorm zijn toegenomen.

Tabel 44: verwachting online kopen in de toekomst: contactlenzen

Online kopen: Contactlenzen	Totaal 2014	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
Ja	14%	20%	6%	20%	11%	9%	15%
Nee	52%	43%	54%	38%	57%	65%	79%
Misschien	35%	37%	40%	43%	32%	26%	6%

Bron: Q&A 2015

7.4 Verwachting niet on-line kopen bril- en contactlensdrager

De huidige bril- en contactlensdragers die aangegeven hebben in de toekomst een bril op sterkte of contactlenzen niet online te zullen kopen doen dit niet omdat zij het belangrijk vinden dat hun ogen gecontroleerd worden. Bij contactlensdragers is het ontbreken van professioneel advies online daarna de meest genoemde reden om niet online contactlenzen te kopen. 11% van de brildragers geeft aan dat hij de bril op sterkte wil zien voordat hij het koopt.

Tabel 45: waarom naar verwachting niet online kopen

Waarom naar verwachting niet online kopen	Totaal 2014:	
	Bril op sterkte	Contactlenzen
Online kopen vind ik onveilig	1%	3%
Ik wil het product in mijn handen kunnen houden	5%	0%
Ontbreken van contact met personeel	2%	2%
Ontbreken van professioneel advies	7%	11%
Ontbreken van deskundig personeel	7%	9%
Ik wil het product direct mee naar huis kunnen nemen	1%	3%
Ik wil het product kunnen zien voordat ik het koop	11%	0%
Online kopen vind ik te ingewikkeld	1%	1%
Ik vind 'echt' winkelen gewoon leuker	3%	1%
Ik wil producten eenvoudig kunnen terugbrengen of ruilen	0%	0%
Ik vind het belangrijk mijn ogen te kunnen laten controleren	45%	58%
Voor het kopen van dit product heb ik de hulp van personeel echt nodig	9%	4%
Het assortiment in winkels is aantrekkelijker	1%	0%
Een andere motivatie	6%	7%

Bron: Q&A 2015

Bijlage 1

Definities winkelgebiedtyperingen Nederland

Centrale winkelgebieden

Het belangrijkste winkelgebied in een woonplaats wordt aangeduid als centraal winkelgebied. Binnen de database van Locatus worden zes centrale winkelgebieden onderscheiden:

Binnenstad meer dan 400 winkels

In feite gaat het hier om de top 17 winkelgebieden van Nederland, waarvan de binnensteden van Amsterdam, Rotterdam, Den Haag, Utrecht, Groningen en Maastricht een onderdeel zijn.

Hoofdwinkelgebied Groot 200-400 winkels

Een hoofdwinkelcentrum is het grootste winkelgebied in de woonplaats. Het aantal verkooppunten in de detailhandel bedraagt 200 tot 400 winkels. Voorbeelden zijn Bussum-centrum of Delft-centrum.

Hoofdwinkelgebied Klein 100-200 winkels

Een hoofdwinkelcentrum is het grootste winkelgebied in de woonplaats. Het aantal verkooppunten in de detailhandel bedraagt 100 tot 200 winkels. Voorbeelden zijn Franeker-centrum of Putten-centrum.

Kernverzorgend winkelgebied Groot 50-100 winkels

Het kernverzorgende centrum groot is het grootste winkelgebied in een woonplaats. Het gaat hier om centra met minder dan 100, maar meer dan 50 winkels in de detailhandel.

Kernverzorgend winkelgebied Klein 5-50 winkels

Het kernverzorgende centrum klein is het grootste winkelgebied in een woonplaats. In dit geval gaat het om centra met maximaal 50 verkooppunten in de detailhandel.

Kernverzorgend supermarktcentrum 3-4 winkels

Dit is een winkelconcentratie die het grootste winkelgebied in een woonplaats is en drie of vier winkels heeft waaronder in ieder geval één supermarkt van 500 m² wvo of meer.

Ondersteunende winkelgebieden

Naast één centraal winkelgebied kunnen in een woonplaats een of meerdere ondersteunende winkelgebieden worden onderscheiden. Binnen de categorie 'ondersteunende winkelgebieden' worden de volgende zes typen winkelgebieden onderscheiden:

Stadsdeelcentrum meer dan 50 winkels

Een stadsdeelcentrum is altijd een aanvulling op een binnenstad of een hoofdwinkelcentrum. Bovendien is hier het merendeel van het centrum planmatig ontwikkeld. Voorbeelden van stadsdeelcentra zijn Amsterdam-Osdorpplein of Nijmegen-Dukenburg.

Binnenstedelijke winkelstraat > 50 winkels

Ook hier gaat het om ondersteunende winkelgebieden met meer dan 50 winkels maar in tegenstelling tot de stadsdeelcentra zijn deze winkelgebieden niet planmatig ontwikkeld maar de winkelstraten in grote steden. Voorbeelden zijn de Steenstraat in Arnhem, Amsterdamsestraatweg Utrecht en de Overtoom in Amsterdam.

Wijkcentrum (groot) 25- 50 winkels

Een groot wijkcentrum bestaat uit een binnenstad of een hoofdwinkelcentrum en heeft minder winkels dan een stadsdeelcentrum.

Wijkcentrum (klein) minder dan 25 winkels

Deze centra hebben een specifieke ondersteunende functie. Tot een klein wijkcentrum worden enerzijds winkelconcentraties gerekend met vijf tot tien winkels en twee of meer supermarkten.

Anderzijds worden hiertoe winkelgebieden met tien tot vijftientig winkels in de detailhandel gerekend.

Buurtcentrum

Dit is een winkelconcentratie met minimaal vijf winkels en maximaal negen winkels in de detailhandel. Daarnaast is er een of geen supermarkt in dit type winkelgebied aanwezig.

Supermarktcentrum

Dit is een winkelconcentratie met drie of vier winkels waaronder in ieder geval één supermarkt van 500 m² wvo of meer.

Overig

Onder de categorie overig worden grootschalige concentraties en speciale winkelgebieden verstaan.

Grootschalige concentratie

Concentratie van vijf of meer verkooppunten in de detailhandel met een gemiddeld winkelverkoopvloeroppervlakte van minimaal 500 m² per winkel. Het aanbod moet minimaal voor 50% doelgericht zijn. Dit betekent dat minimaal de helft van het winkelverkoop- of vloeroppervlakte van het betreffende winkelgebied zich richt op de branches dier en plant, bruin- en witgoed, fietsen- en autoaccessoires, doe-het-zelf of wonen.

Speciaal winkelgebied

Winkelgebieden die niet tot een van de voorgaande categorieën behoren, worden aangemerkt als speciaal winkelgebied. Veelal zijn dit winkelgebieden rondom een station of winkelgebieden met een speciaal thema. Designer Outlet Center in Roermond, Stationsplein Breda en Luchthaven Schiphol zijn bijvoorbeeld in deze categorie opgenomen. Alle verkooppunten die buiten een van deze concentraties vallen, worden tot de verspreide bewinkeling gerekend.