



Der rasende

Optiker

WARUM SIND ANDERE AUGENOPTIKER ERFOLGREICH? WAS MACHEN SIE ANDERS UND VIELLEICHT BESSER ALS MAN SELBST? DIESER UND ANDEREN FRAGEN FOLGT EYECOM MIT DER RUBRIK PORTRAIT, IN DER BESONDERE UNTERNEHMERPERSÖNLICHKEITEN VORGESTELLT WERDEN. DIESES MAL IST ES **MARKUS JÖRISSEN, KÖLN**



Markus Jörisen aus Köln ist ein ganz besonderer Kollege: Seine Kunden kommen nicht zu ihm, sondern er zu ihnen: Als mobiler Augenoptiker.

Das war er allerdings nicht immer: Nach einer ziemlich „normalen“ Augenoptiker-Karriere hatte der begeisterte Handwerker seinem damaligen Chef 1995 sein Geschäft abgekauft, um sich selbständig zu machen. Die Selbständigkeit gefiel ihm auch gut – aber immer wieder stellte er

fest, dass er gar nicht wirklich selbständig im Sinne von „selbstbestimmt“ und „unabhängig“ war: „Der Zeitdruck war oft ein großes Problem“, erinnert sich der Augenoptik-Unternehmer, „erst kommt zwei Stunden lang keiner – und dann klingelt das Telefon, ein Kunde braucht eine schnelle Brillenreparatur, daneben kommt eine Anfrage, eine Beratung, ein Vertreterbesuch – und das alles gleichzeitig!“ Immer öfter hatte er das Gefühl, das alles würde ihm nicht die nötige Zeit für seine „wirkliche“ Ar-



beit lassen: Eine gute, ausführliche Beratung, Zeit für die Refraktion und die anschließende Auswahl von Fassung und Gläsern.

Irgendwann lernte er seine Frau kennen, eine Kölnerin. Das war der Anlass für einen Orts- und Systemwechsel: 2008 verkaufte Markus Jörisen sein Geschäft und zog nach Köln. Dort traf er Prof. Konen von der Augenklinik, der die Idee hatte, Augenoptikermeister

Ziele kann man nicht raten; man muss sie sehen.

für Voruntersuchungen, Visusbestimmungen und Anamnese einzusetzen. Von der Spaltlampenfotografie über Fundus-Fotografie, OCT, Fluoreszin-Angiographien und Einsatz der neuesten Gerätegenerationen wie Anterior traf Jörisen an der Augenklinik auf ein spannendes Berufsfeld, das mittlerweile ein echtes Erfolgsmodell ist: Inzwischen gibt es in verschiedenen Abteilungen mehrere Augenoptikermeister.

Parallel zu dieser Vollzeitstelle entwickelte Markus Jörisen sein mobiles Augenoptik-Geschäft: „easy-look“. Die Einzelteile baute er zum größten Teil selbst: Ein transportabler Monitor auf einem

„Meine Kunden sind vor allem Berufstätige, die keinen Bock haben, abends noch in die Stadt zu fahren.“

Boxenständer stellt die Optotypen dar; für den Phoropter baute er aus Bühnentechnik, Installateurbedarf und Teilen eines Wandarms eine transportable „Refraktionsbrücke“. Das gesamte Equipment passt in zwei Taschen, lässt sich in wenigen Minuten aufbauen und ist im Gegensatz den meisten „normalen“ Refraktionsräumen sogar rollstuhlkompatibel. 



Der gesamte mobile Optikerladen findet Platz in einem auffällig lackierten Mini – inklusive einem Sortiment von weit über 300 Brillenfassungen in einem rollbaren Tray, wie ihn auch Repräsentanten verwenden. Damit lassen sich nahezu alle Kundenwünsche erfüllen. Alles Administrative wird auf einem kleinen Notebook erledigt, und um die Verglasung der Brillen kümmert sich eine Einschleifwerkstatt.

„Schön, wenn die Orientierung klappt und die Noten gut zu lesen sind – notfalls eben mit *Bifo* umgekehrt.“

„Mit Terminen arbeiten ist etwas Wunderbares“, sagt Markus Jörisen. „Die Kunden sind zuhause, haben manchmal sogar gekocht oder gebacken („Sie essen doch sicherlich ein Stückchen Kuchen mit?“); alles ist locker und familiär.“ Neben Refraktion und Brillenberatung ist ihm auch der Gedankenaustausch wichtig. Ein Zeitlimit gibt es dabei nicht; außer, wenn der nächste Termin wartet. Dass er seine Arbeitskraft damit nicht maximal effektiv verkauft, weiß der Unternehmer - und nimmt es gerne in Kauf. Er will ja nicht in erster Linie möglichst viel Geld verdienen, sondern Freude an seiner Arbeit haben.

Markus Jörisens Fixkosten liegen deutlich unter denen der Kollegen mit Ladengeschäft; er schätzt sie auf etwas über 30 Prozent. Dafür ist sein Zeitaufwand pro Kunde deutlich höher: Für die Anfahrt mit Zeitreserve für Parkplatzsuche und mögliche Staus rechnet er im Durchschnitt 40 Minuten und für die Rückfahrt 30 Minuten. Auf- und Abbau der Geräte nehmen 15 Minuten in Anspruch; Messen, beraten und das obligatorische Zentrierfoto etwa 45 Minuten. Zur Brillenabgabe und -anpassung besucht er seine Kunden ein zweites Mal; das kalkuliert er mit 75 Minuten. Das macht pro Auftrag etwa dreieinhalb Stunden. Aber weil er keine Ladenmiete erwirtschaften und keine Mitarbeiter bezahlen muss, sondern nur seine eigene Arbeit und die Kosten für sein Auto, ist er trotzdem absolut konkurrenzfähig.

Die Kunden von „easy-look“ rekrutieren sich aus allen Gesellschafts- und Altersschichten: „Das sind vor allem Berufstätige, die keinen Bock haben, abends noch in die Stadt zu fahren. Leute, die die gleichen Arbeitszeiten haben wie der Optiker. Und viele Selbständige, die meinen Service zu schätzen wissen.“ Sollte das Befahren von Innenstädten demnächst aus falsch verstandenem Umweltschutz weiter erschwert werden, wird Jörisens Geschäftsmodell zusätzlichen Auftrieb bekommen: Den vollen Service eines inhabergeführten Meisterbetriebs in Kombination mit den Vorteilen eines Online-Shops, für den man sein Zuhause nicht verlassen muss.

Brillen für den Bildschirmarbeitsplatz sind mittlerweile eine tragende Säule des Geschäfts; sowohl als Zusatzverkauf als auch in der Betreuung kleiner Bürogemeinschaften. Ein nicht zu unterschätzender Vorteil ist dabei die Anpassung der Brillen an die individuellen Verhältnisse. Die individuelle Situation vor Ort kann man in einem Augenoptikergeschäft

MARKUS JÖRISSEN

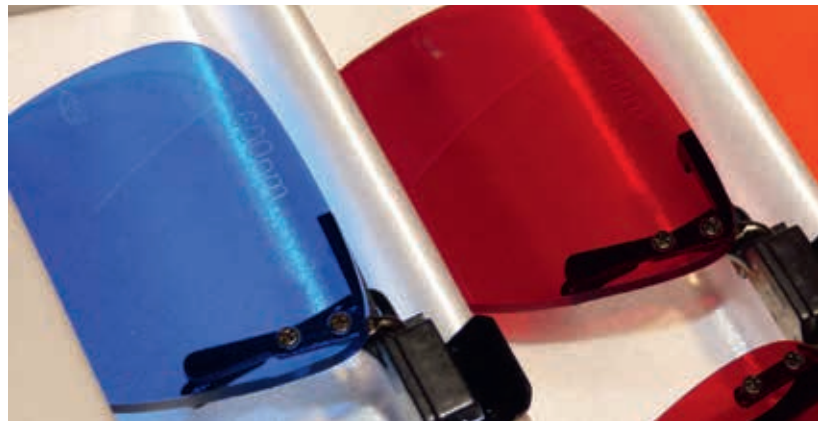
easy look
Luxemburger Str. 284, 50937 Köln
Tel. 0171 208 96 95

www.easy-look.de
markus.j@easy-look.de

Gegründet: 2008

Öffnungszeiten: Nach Bedarf und Terminvereinbarung

Kollektionen unter anderem: Shades Eyewear, Berlin Eyewear, Neostyle, Gloryfy Unbreakable, Eigensign, Jette, Vogue, BASE, Prague Eyewear, NIKA Braun, BO44, Sziols. Brillengläser von NIKA, Novacell und Visall



gar nicht beurteilen, wie der mobile Optiker inzwischen weiß; zum Beispiel, wenn presbyope Kunden drei Monitore in verschiedenen Abständen optimal sehen müssen. Dafür hat Jörisen Maßbänder dabei und mehrere Arten von Demogläsern, die seinen Messgläserkasten nun an

„Die Leute werden zum Physiotherapeuten geschickt, obwohl sie oft nur die richtige Brille bräuchten.“

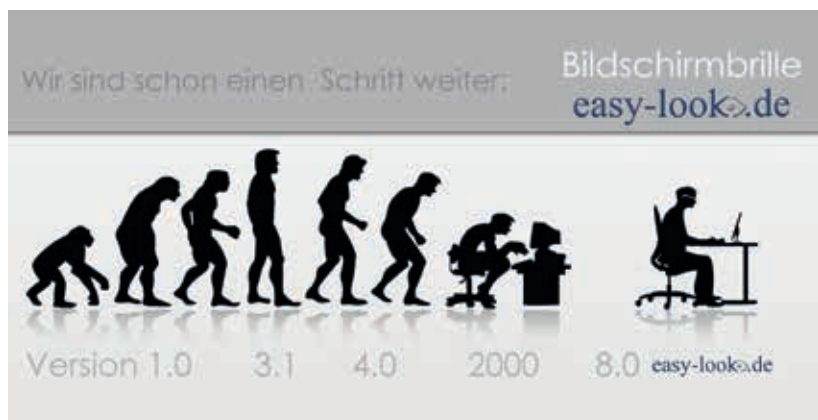
der ehemaligen Stelle der Plus-Zylinder-Gläser bevölkern: Dort finden sich jetzt beispielsweise Nahkomfort- und Bifokalgäser in verschiedenen Degressionen und Additionen; ebenso verblendete Bifokalgäser. „Viele Arbeitnehmer klagen über Rückenschmerzen, Nackenbeschwerden, die typischen Büroleiden eben. Dann werden die Leute zum Physiotherapeuten geschickt, obwohl sie oft nur die richtige Brille bräuchten“, stellt Jörisen immer wieder fest.

Eine weitere große Kundengruppe sind ambitionierte Sportschützen, für die maximale Sehschärfe unabdingbar ist und die der Optiker auf ihrem Schießstand besucht, vermisst und berät: „Ziele kann man nicht raten; man muss sie sehen.“ Deshalb weiß der „rasende Optiker“, dass man bei Sportschützen je nach Fehlsichtigkeit und Wettkampfdisziplin die richtige Wahl zwischen Schießbrille oder Dioptraufsatz treffen muss.

„Life is a journey, not a destination.“

Für Langwaffen stellt er mittlerweile einen solchen Aufsatz für die Zieloptik her, bei dem das Glas mit Hilfe eines Klemmmechanismus eingesetzt werden kann. Dieser „Luchs“ ist überaus flexibel und kann insbesondere beim Wechsel zwischen verschiedenen Sportwaffen verwendet werden.

Ein weiterer Schwerpunkt des mobilen Optikers sind Musiker; auch



die bedient man am besten in „freier Wildbahn“, wie Markus Jörisen inzwischen weiß: „Die Situationen im Orchester sind manchmal ziemlich schwierig. Hier muss man die Verhältnisse und Entfernungen zwischen Musiker, Noten, Licht, Instrument und Dirigent sorgfältig vermessen und fotografieren. Ein anderes Beispiel sind „Marching Bands‘: Hier sind die Noten oben und der Weg unten. Schön, wenn die Orientierung klappt und die Noten gut zu lesen sind - notfalls eben mit ‚Bifo umgekehrt‘.“

Im vergangenen Jahr bat ihn ein Kollege, ihn während seiner Abwesenheit in seinem Geschäft zu vertreten. „Das war nach vielen Jahren Abstinenz auch wieder einmal eine schöne Erfahrung; es ging leichter als ich selbst gedacht hatte“, erzählt Markus Jörisen. Aber in sein „altes“ Leben mit Laden, Mitarbeitern und Öffnungszeiten will er trotzdem nicht mehr zurück. Denn am Ende geht es auch bei Markus Jörisen nicht in erster Linie darum, wieviel Umsatz er macht oder ob er einen großen Laden mit vielen Mitarbeitern hat. Die schlichteste Frage für jeden Unternehmer lautet: Wieviel bleibt am Monatsende für mich selbst übrig? Kann ich davon gut und sorglos leben? Habe ich genug Zeit für andere Dinge abseits des Berufs, meine Familie, meine Hobbies, meine Freunde, meine Reisen? Deshalb hat der Kölner Unternehmer heute ein ganz einfaches Lebensmotto: „Life is a journey, not a destination.“