



Pressemitteilung, 27. Oktober 2009

Favoptic fordert die Konkurrenz auf dem deutschen Brillenmarkt mit niedrigeren und transparenteren Preisen heraus

Favoptic drängt auf den deutschen Brillenmarkt. Der Internet-Anbieter steht für niedrigere und transparentere Preise, hohe Produktqualität und das Gespür für modische Trends. Im Gegensatz zu vielen anderen Brillenanbietern gibt es hier keine bösen Überraschungen, denn auf Favoptics Homepage sieht man gleich, wie viel die Brille genau kostet.

Seit dem Start vor neun Jahren hat der schwedische Internet-Optiker Favoptic seine Verkäufe ständig steigern können. Aktuell hat das Unternehmen mehrere hunderttausend Kunden in Schweden, Norwegen, Finnland und Dänemark. Jetzt startet Favoptic den Verkauf von Brillen in Deutschland. Das Geschäftsmodell: Die Kunden können sich bis zu sechs Brillenrahmen gratis ausleihen und nach Hause schicken lassen, um diese in aller Ruhe auszuprobieren. Danach erfolgt die Bestellung der Wunsch-Brille über das Internet. Anschließend wird die fertige Brille mit den individuell geschliffenen Gläsern per Post zugesandt. Bezahlen muss der Kunde nur, wenn er mit dem Produkt wirklich zufrieden ist.

Im Sommer 2009 geriet das Unternehmen in Konflikt mit Fielmann, nachdem es Vergleiche mit dem Brillenriesen angestellt hatte. Fielmann drohte darauf hin in einer Abmahnung mit rechtlichen Schritten. Favoptic ist der Meinung, dass einige Brillenanbieter die Konsumenten mit Lockpreisen in die Irre führen. Favoptic ist fest davon überzeugt, sich auch auf dem deutschen Markt mit günstigen Preisen und absoluter Preistransparenz durchsetzen zu können. Im Schnitt kostet eine Brille mit individuell geschliffenen Gläsern bei Favoptic nur 39 Euro. Die Hälfte der Kunden kauft eine Gleitsichtbrille, die durchschnittlich 89 Euro kostet.

Michael Horvath, Favoptic Deutschland, sagt: *„Der Großteil unserer deutschen Konkurrenz wirbt unbekümmert mit günstigen Preisen. Aber wenn die Kunden das Geschäft verlassen, zeigt sich: Der Kauf war ganz schön teuer. Bei Favoptic gibt es keine bösen Überraschungen.“*

Die unkomplizierte Bestellung via Internet und die günstigen Preise bilden das Fundament für den Erfolg von Favoptic. Aber auch die hohe Produktqualität, der Einsatz innovativer Technik bei der Herstellung und das Gespür für modische Trends sind für Favoptic von großer Bedeutung.

Michael Horvath: *„Unser Ziel ist es, frühzeitig Modetrends zu erkennen und neue Vertriebskonzepte und Herstellungstechniken einzusetzen. Wir sind ein bisschen wie H & M – auch hier gibt es Mode in bester Qualität und zu günstigen Preisen sowie ein abwechslungsreiches Sortiment. Und genau wie bei IKEA arbeiten wir hart daran, die Preise niedrig zu halten, indem wir unsere Prozesse immer wieder optimieren und vereinfachen.“*



Im Herbst dieses Jahres hat Favoptic in Zusammenarbeit mit einer Organisation ein Logistikzentrum in Deutschland eingerichtet. Die Kunden geben ihre Bestellung auf der Homepage favoptic.de auf. Diese wird dann direkt an die Herstellung weitergeleitet, und schon nach wenigen Tagen bekommt der Kunde die fertige Brille per Post. Da Favoptic ohne Groß- und Zwischenhändler arbeitet und keine personalintensiven Optikergeschäfte unterhält, kann Favoptic seinen Kunden Brillen zu günstigen Preisen anbieten.

Michael Horvath: *"Wir freuen uns darauf, unsere Konkurrenten in Deutschland herauszufordern. Fest steht: Von der erhöhten Konkurrenz auf dem deutschen Brillenmarkt werden vor allem die Konsumenten profitieren."*

Möchten Sie mehr Informationen? Dann kontaktieren Sie:

Michael Horvath, Favoptic Deutschland

Telefon: 0800 181 38 55

E-Mail: support@favoptic.de

www.favoptic.com

Über Favoptic:

Favoptic wurde im Jahr 2000 von Carl Erik Eriksson in Schweden gegründet – ein echter Unternehmergeist, der von Haus aus Kinderchirurg ist. Die Geschäftsidee: der Vertrieb von preisgünstigen Brillen über das Internet ohne Zwischenhändler, Großhändler und Optikergeschäfte. Die Kunden können sich Brillengestelle gratis nach Hause schicken lassen. Danach erfolgt die Bestellung via Internet. Bezahlen muss der Kunde nur, wenn er sich dazu entschließt, die fertige Brille zu behalten. Aktuell hat Favoptic mehrere hunderttausend Kunden in Schweden, Norwegen, Finnland und Dänemark und steht nun vor dem Markteintritt in Deutschland.