

OPTIEK

Samenvatting en conclusies

De belangrijkste bevindingen uit recent onderzoek¹ zijn als volgt samen te vatten.

- De omzet in de optiekbranche is de laatste jaren gestegen. Het is nog niet geheel duidelijk wat de invloed van de economische crisis op de branche zal zijn. Verwacht wordt dat de branche conjunctuurgevoelig is.
- De marktpositie van de grote ketenbedrijven in de optiek is nog steeds erg sterk. Kleinere zelfstandige bedrijven gaan de concurrentie aan door zich op specifieke service naar de consument te richten.
- Er zijn meer optometristen werkzaam in het optiekbedrijf.
- Internet speelt een steeds grotere rol bij de verkoop van contactlenzen. Omdat bij deze vorm van verkoop geen meting/controle wordt uitgevoerd, wordt het kopen via internet meestal afgeraden.
- Mode is niet meer weg te denken uit de optiekzaak en voor veel bedrijven is mode de manier om zich te onderscheiden van anderen.
- Vergeleken met andere bedrijven in de detailhandel werken er relatief veel fulltimers in de optiek.
- Het aantal vacatures in de optiek is afgenomen, mogelijk als gevolg van de economische crisis.
- Het aantal leerlingen in de optiek is wat toegenomen; de leerlingen hebben nog altijd voldoende leerbedrijven tot hun beschikking.
- De meeste optiekleerlingen hebben vmbo als vooropleiding en volgen een bbl-traject op mbo-niveau 4.

Branche

Omzet branche

In 2006 was de totale omzet in de branche 885 miljoen euro exclusief btw². Vóór 2006 was er sprake van een stijgende trend in de omzet. In het laatste EIM-onderzoek gaf 70% van de bedrijven aan dat de omzet tussen 2005 en 2006 is gegroeid. In datzelfde onderzoek gaf 83% aan een omzetsijging te verwachten in 2007 ten opzichte van 2006.

Voor 2008 is nog geen exact omzetcijfer van optiekbedrijven bekend. De verwachting is dat er sprake is van een omzettoename. Vooral in het laatste kwartaal was er een run op brillen, vanwege de afschaffing van de fiscale regeling per 1 januari 2009. In het laatste kwartaal van 2008 was de omzet tot bijna twee keer zo groot als een jaar eerder³.

De verwachting is dat de optiekbranche conjunctuurgevoelig is. Als het economisch minder goed gaat, kunnen mensen bijvoorbeeld beslissen een jaar langer met hun huidige bril te doen. Gekeken naar het conjunctuurbeeld van 2009, kan er momenteel gesproken worden over een conjuncturele neergang⁴. Uit recentere cijfers zal nog moeten blijken welk effect de economische crisis heeft op de optiekbranche.

De omzet wordt voor een kleine 60% gerealiseerd uit de verkoop van brillen. Ruim 20% van de omzet is het gevolg van verkoop van contactlenzen.

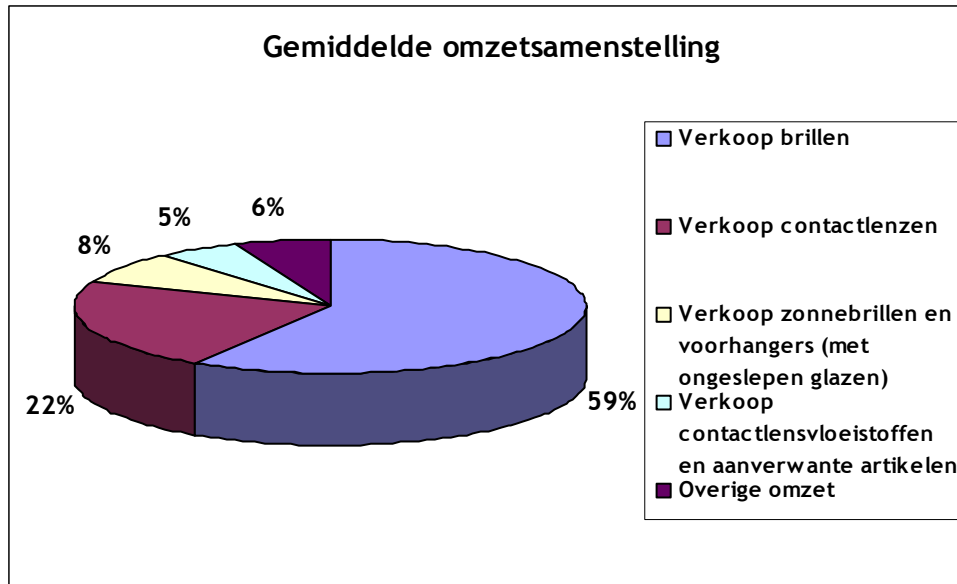
¹ De branchegegevens in dit hoofdstuk zijn afkomstig uit onderzoek van EIM van 2008.

² EIM, 2008

³ www.hbd.nl

⁴ www.cbs.nl; conjuncturele klok, juni 2009

Figuur 1

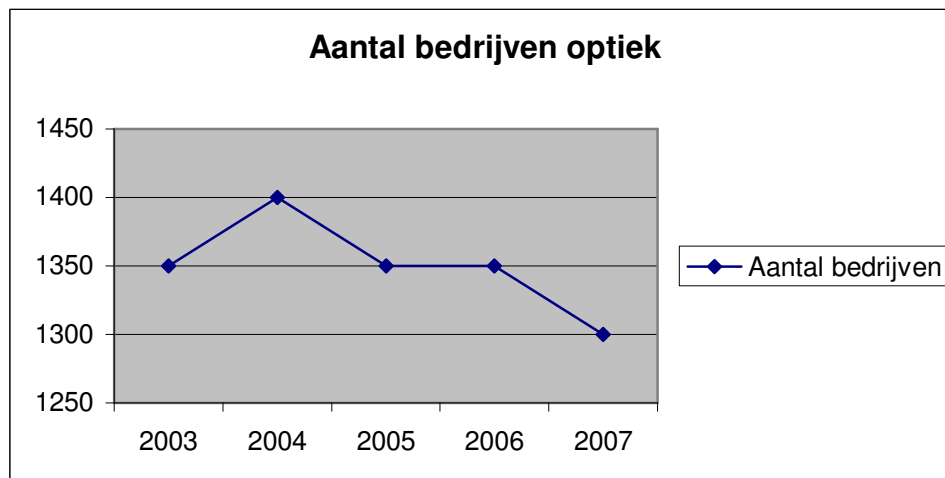


Bron: EIM, 2008

Aantal ondernemingen

In 2007 telt de optiekbranche zo'n 1300 ondernemingen met ongeveer 2000 vestigingen. Deze aantallen fluctueren sinds 2003, waarbij een licht dalende trend in het aantal bedrijven waarneembaar is. Het aantal vestigingen van de ketens is de afgelopen jaren toegenomen. Tevens is de omzet van de totale branche toegenomen. Er kan geconcludeerd worden dat de grote optiekondernemingen een sterkere marktpositie hebben gekregen.

Figuur 2

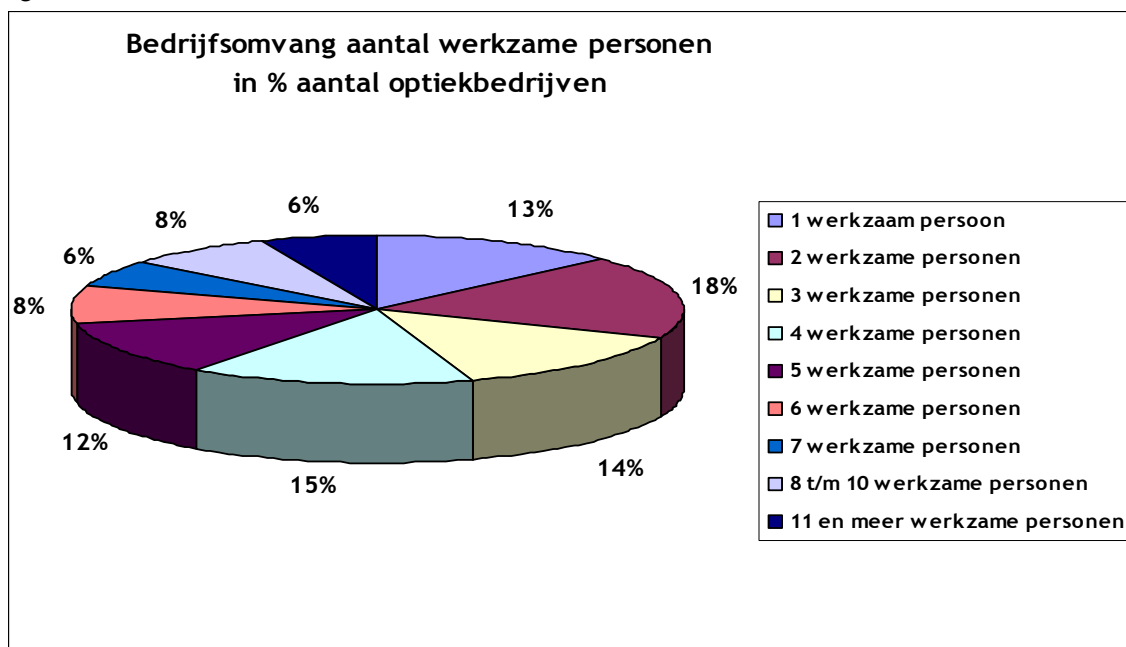


Bron: EIM, 2008

Bedrijfs grootte

Er zijn relatief veel kleinschalige bedrijven in de optiekbranche: rond 70% van de bedrijven heeft een omvang van 5 of minder werkzame personen. Door de opkomst van de grotere ketens is de marktpositie van de kleinschalige bedrijven niet zeer sterk.

Figuur 3



Bron: EIM, 2008

Naast de kleinschalige bedrijven is er een aantal optiekketens in Nederland met eigen vestigingen en franchisevestigingen, die in totaal zo'n 40% van de optiekbedrijven in Nederland bezitten. Deze grootwinkelketens groeien nog steeds. Hans Anders is hierin de grootste speler, gevolgd door Pearle en Het Huis.⁵ Naast de hier genoemde vestigingen zijn er op dit moment ongeveer 100 zelfstandige opticiens in Nederland die zijn aangesloten bij Oogmerk opticiens.

Tabel 1 Overzicht ketens en vestigingen

Omschrijving	Aantal vestigingen
Hans Anders, eigen vestigingen	210
Hans Anders, franchisevestigingen	40
Het Huis, eigen vestigingen	85
Het Huis, franchisevestigingen	40
Pearle, eigen vestigingen	70
Pearle, franchisevestigingen	155
Eye Wish Groeneveld, eigen vestigingen	95
Eye Wish Groeneveld, franchisevestigingen	15
Specsavers	80
Vestigingen van 'niet gebonden' optiekbedrijven	1.210
Totaal	2.000

Bron: EIM, 2008

⁵ Hans Anders en Het Huis maken deel uit van Optichains. Pearl en Eyewish Groeneveld zijn onderdeel van de Brilmijgroep.

Er vindt steeds meer samenwerking plaats in grote inkooporganisaties. Na een aantal fusies is het aantal 'grote spelers' geslonken tot twee: OptiTrade en Centrop⁶. Het is niet bekend hoeveel optiekbedrijven bij deze organisaties zijn aangesloten; brancheorganisatie NUVO schat het aantal aangesloten vestigingen op 1.000⁷.

Locatie van de onderneming

Naar verhouding bevinden de meeste optiekbedrijven zich in Limburg en Noord-Brabant. De kleinste gemeenten (minder dan 10.000 inwoners) tellen verhoudingsgewijs de meeste optiekbedrijven⁸.

Het grootste deel van de optiekbedrijven (64%) is gevestigd binnen het belangrijkste winkelgebied van de plaats. Een op de tien bedrijven is gevestigd in een straat met overwegend woningen en bijna een kwart zit in een winkelgebied op wijkniveau⁹.

Wijzigingen zorgverzekeringsstelsel

In 2009 zijn enkele wijzigingen aangebracht in de vergoedingen die mensen op grond van de basisverzekering kunnen krijgen voor brillen en lenzen. Uitgangspunt is dat meer wordt gekeken naar het opheffen of verminderen van de beperking van consumenten¹⁰.

Brillen en contactlenzen op internet

Bij de verkoop van brillen en met name contactlenzen speelt internet een steeds grotere rol. Binnen het optiekbedrijf is dit te merken aan het groeiend aantal verzoeken om contactlenscontroles voor contactlenzen die op het internet gekocht zijn.

In maart 2007 heeft het Europees parlement zich gebogen over deze kwestie. Plannen om de vrije verkoop van contactlenzen via internet te verbieden hebben echter geen meerderheid gehaald¹¹.

De meningen over de verkoop van contactlenzen via internet zijn sterk verdeeld. Opticiens zijn grotendeels tegen de verkoop van contactlenzen via internet. Zowel de NOG als de ANVC wijzen op de gevaren van het kopen van contactlenzen via dit medium. Aankopen van contactlenzen via internet worden dan ook vaak niet door zorgverzekeraars gedekt.

Brillenmode

Veel optiekkzaken spelen sterk in op het modeaspect van brillen. Een aantal optiekkzaken profileert zich zelfs als 'modewinkel die brillen verkoopt'. Mensen zouden, net als in andere modezaken, gewoon even binnen moeten kunnen lopen om even te kijken. Nog altijd komen voornamelijk alleen de mensen de optiekkzaak binnen die echt een bril nodig hebben. Door als optiekkzaak mode uit te stralen, kan hier verandering in gebracht worden¹².

Modetrends worden sterk uitgelicht in de vakbladen, maar ook in de zogenaamde glossy's wordt de consument geïnformeerd over de laatste trends op brillengebied. Al een aantal jaren is de bril een modeartikel dat mag opvallen. Het hebben van meer dan één montuur is geen uitzondering meer. Voor 2009 biedt de brilmode bijvoorbeeld strakke, sterk afgelijnde monturen. Brede veren en felle kleuren zijn hip. Ook ronde vormen komen stilaan terug de optiekkzaak; de bekende ronde John Lennon-bril mag weer gezien worden.

⁶ Oculus, Vakblad voor de Optiekbranche, jaargang 71, mei 2009

⁷ NUVO

⁸ HBD 'Branches in detail 2006, optiekbedrijven'

⁹ EIM, 2008

¹⁰ NUVO

¹¹ www.elseviergezondheidszorg.nl

¹² Oculus, Vakblad voor de Optiekbranche, jaargang 71, mei 2009

Duidelijk is dat de bril moet passen bij het imago en de merkbeleving van de klant. De ene keer moet een bril zakelijkheid en intelligentie uitstralen, de andere keer zelfbewustzijn en kracht. Naast gevoel en beleving van de klant zijn uiteraard ook prijs, kwaliteit en service belangrijke motieven voor de klant. De meer op mode gerichte optiekzaken zien graag dat mensen gaan 'shoppen' voor brillen.

Opticiens en audiciens

Optiekbedrijven springen op verschillende manieren in op de ontwikkelingen in de markt om zich te kunnen onderscheiden van hun concurrent. Zo combineren steeds meer optiekbedrijven de verkoop van brillen met de verkoop van hoortoestellen. Uit EIM-onderzoek blijkt dat 16% van de optiekzaken een aparte verkoopruimte heeft voor hoortoestellen. In 2008 is al bijna 30% van alle hoortoestelaankopen door de consument gedaan in een optiekzaak. De markt voor hoortoestellen is dan ook groot en groeiend, met name door de vergrijzing en toenemende lawaai-belasting onder jongeren. Volop kansen voor optiekzaken dus.

De Stichting Audicienregister (StAr) registreert audiciens en kwalificeert audicienbedrijven. Om ingeschreven te zijn bij deze stichting, moet de audicien onder andere het diploma vakbekwaam audicien volgens de laatste kwalificatie-eisen hebben. Steeds meer zorgverzekeraars kijken naar StAr-certificering. Naast de StAr bestaat het keurmerk Trinitie, als lid van de audioafdeling van de UFON. Hier worden (nog) geen specifieke eisen gesteld aan opleidingen voor audiciens¹³.

¹³ Oculus Vakblad voor de Optiekbranche, jaargang 71, juni 2009

Arbeidsmarktsituatie

Aantal werkzame personen

In 2007 waren circa 8.500 personen werkzaam in de branche. Dit is inclusief de werkgelegenheid in de eigen vestigingen van de ketens¹⁴. Het HBD geeft aan dat in 2008 zo'n 8000 personen werkzaam waren in de branche, alleen is dit cijfer exclusief ondernemers¹⁵. De verwachting is dan ook dat er geen groot verschil is waar te nemen in het aantal werkzame personen in de branche tussen 2007 en 2008. Door invloed van de huidige recessie is het aannemelijk dat in 2009 het aantal arbeidsplaatsen zal verminderen. Dit zal echter uit recentere cijfers nog moeten blijken.

Meer optometristen

Binnen de optiekbranche zijn de meeste mensen in de functie van 'verkoopmedewerker optiekbedrijf' (25%) en 'opticien' (19%) werkzaam. Andere functies zijn: Contactlensspecialist, opticien/ondernemer of bedrijfsleider, assistent-opticien en optometrist. Er zijn steeds meer optometristen werkzaam binnen optiekbedrijven, ongeveer 17% is optometrist (vaak in combinatie met functies als contactlensspecialist en ondernemer/bedrijfsleider). Tevens vindt er meer georganiseerde samenwerking plaats tussen optiekbedrijven en oogartsen.

Instream/uitstroom/doorstroom

Tot voor kort was de instroom in de optiekbranche groter dan de uitstroom. Het is aannemelijk dat de komende tijd de situatie omgekeerd zal zijn.

Doorstroom vindt voornamelijk plaats naar de functies opticien en verkoopmedewerker. De doorstroom naar andere functies zoals assistent opticien en contactlensspecialist is kleiner¹⁶.

Fulltime/parttime

Relatief veel banen in de optiekbranche (45%) betreffen fulltime arbeidsplaatsen. Dat is beduidend meer dan in andere branches in de detailhandel, waar gemiddeld 26% fulltime werkt¹⁷. Onderstaande tabel geeft de verdeling van fulltime- en parttimemedewerkers in de optiekbranche weer, exclusief de eigen vestigingen van de ketens.

Tabel 2 Overzicht fulltime/parttime medewerkers (2007)

Aantal uur werkzaam per week	% medewerkers
38 uur of meer	45%
32 tot 38 uur	14%
24 tot 32 uur	15%
16 tot 24 uur	15%
Minder dan 16 uur	11%
Totaal	100%

Bron: EIM, 2008

¹⁴ EIM, 2008

¹⁵ www.hbd.nl

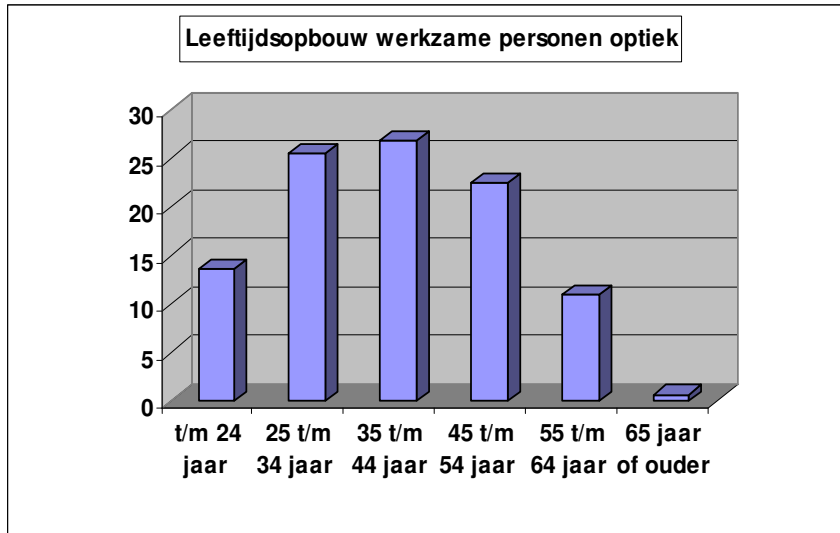
¹⁶ EIM, 2008

¹⁷ www.hbd.nl

Personeelskenmerken

Vergeleken met het landelijk gemiddelde zijn er binnen de optiekbranche tamelijk jonge personen werkzaam. Van de werkzame personen in de branche is 40% jonger dan 35 jaar. Ongeveer 12% is ouder dan 55 jaar.

Figuur 4



Bron: EIM, 2008

Vrouwen zijn met ongeveer 56% iets meer vertegenwoordigd dan mannen binnen de optiekbranche. Opvallend is wel dat slechts 16% van de ondernemers/bedrijfsleiders vrouw is. Ook hier wordt, zoals veel beschreven in de media, nog eens bevestigd dat er verhoudingsgewijs maar weinig vrouwen in de top van bedrijven werkzaam zijn.

Vacatureaanbod

In mei 2009 zijn voor de optiekbranche 139 openstaande vacatures geteld. In oktober 2007 bedroeg het totaal aantal vacatures 380. Hoewel deze twee perioden niet direct vergelijkbaar zijn, is het verschil erg groot. Het is aannemelijk dat ook optiekbedrijven in deze onzekere economische tijden voorzichtiger zijn met het uitzetten van nieuwe vacatures. De verhouding van het aanbod van verschillende functies is echter wel enigszins gelijk aan de openstaande vacatures in oktober 2007. Toen betroffen de openstaande functies voornamelijk die van opticiens (30%), verkoopmedewerker (21%) en assistent opticiens (17%). In mei 2009 is er tevens behoefte aan contactlensspecialisten, vaak ook in combinatie met andere specialisaties.

Tabel 3 Overzicht openstaande vacatures optiekbedrijven, mei 2009

Functie	% vacatures (n=139)
Opticiens	29%
Verkoopmedewerker optiekbedrijf	20%
Combinatie opticiens/contactlensspecialist	14%
Assistent-opticiens	13%
Contactlensspecialist	9%
Combinatie opticiens/contactlensspecialist/optometrist	9%
Bedrijfsleider	4%
Optometrist	1%
Combinatie contactlensspecialist/optometrist	1%
Totaal	100%

Bron: SVGB, 2009

Salaris

Een assistent-opticien verdient bruto per maand tussen de 1.170 en 1.725 euro. Voor een gediplomeerd contactlensspecialist ligt het bruto salaris ongeveer tussen de 1.550 en 2.010 euro per maand. Dit geldt voor mensen in loondienst met een werkweek van 38 uur. Bij mensen met een eigen zaak is het salaris afhankelijk van de omzet en de kosten die gemaakt worden¹⁸.

Toekomstverwachting

Vanwege de vergrijzing zal de basisvraag naar optische artikelen blijven groeien. Daar tegenover staat dat consumenten tegenwoordig meer keus hebben wanneer het gaat om 'beter zien'. Ooglaserbehandelingen en contactlensaankopen via internet gaan allemaal buiten het optiekbedrijf om. Toch zijn de meeste producten nog altijd adviesgevoelig en weet men de weg naar de opticien te vinden.

De optiekbranche kan zich niet onttrekken aan conjunctuurbewegingen. In deze tijd van economische onzekerheden zal ook de optiekbranche een stapje terug moeten doen. Ketenbedrijven blijven zich uitbreiden en de zelfstandige ondernemers zullen zich van deze ketens moeten zien te onderscheiden met bijvoorbeeld een persoonlijkere benadering of specialismen. Het is dan ook te verwachten dat wanneer men blijft ontwikkelen in optische artikelen, ook de arbeidsmarkt weer wat zal aantrekken.

¹⁸ www.gobnet.nl

Onderwijsinformatie

Zes regionale opleidingen

Er zijn zes roc's in verschillende regio's die de optiekopleidingen verzorgen:

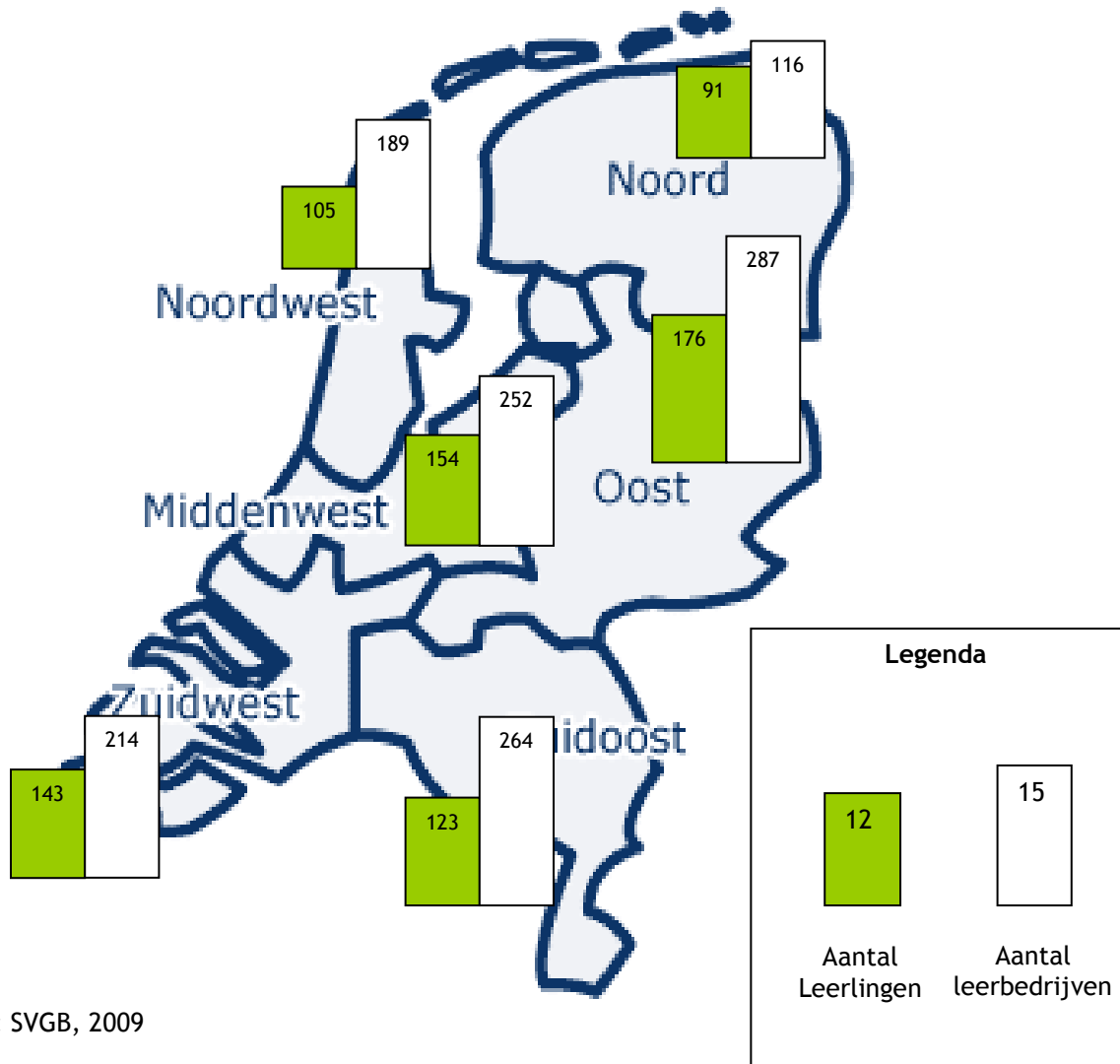
- ROC Zadkine in Rotterdam
- ROC ASA/SBBO in Amersfoort
- ROC Deltion College in Zwolle
- ROC Gilde Opleidingen in Roermond
- ROC Regio College (Zaanstreek-Waterland) in Zaandam
- ROC Da Vinci College in Dordrecht.

Aansluitende hbo-opleidingen zijn Optometrie en Orthoptie bij de Hogeschool van Utrecht.

Overzicht leerlingen/leerbedrijven

In onderstaand schema ziet u een overzicht van het aantal leerlingen en het aantal leerbedrijven, weergegeven per CWI-regio.

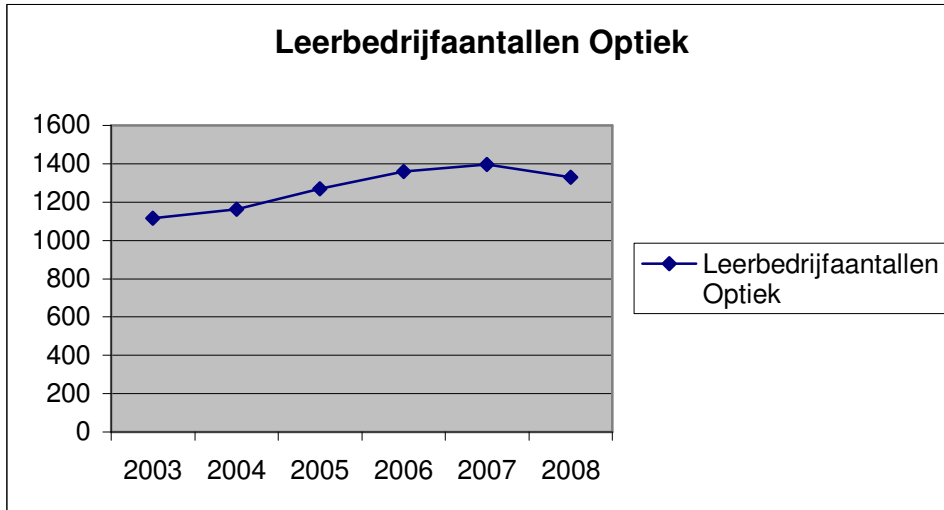
Figuur 5



Bron: SVGB, 2009

Uit het schema komt naar voren dat er in iedere regio voldoende leerbedrijven zijn voor de leerlingen optiek. Na een stijgende trend in het aantal erkende leerbedrijven de afgelopen 5 jaar is in 2008 is het aantal iets teruggezakt van 1395 in 2007 naar 1328 (inclusief 6 leerbedrijven in het buitenland).

Figuur 6

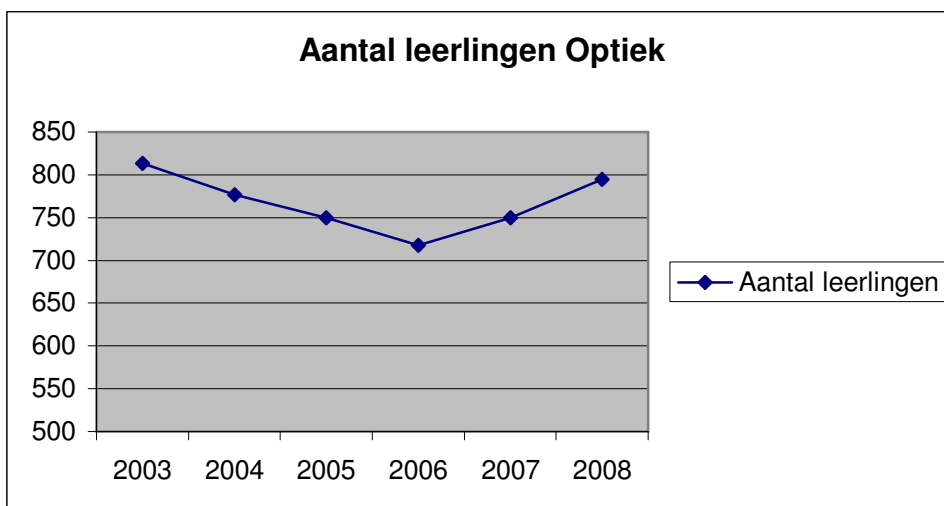


Bron: SVGB, 2003-2008

Leerlingaantallen

In het schooljaar 2008/2009 volgen in totaal 795 deelnemers een optiekopleiding. In onderstaande figuur is weergegeven hoe het aantal leerlingen van de optiekopleidingen zich de afgelopen jaren ontwikkeld heeft. Vanaf 2006 is er weer sprake van een stijging van het aantal leerlingen.

Figuur 7

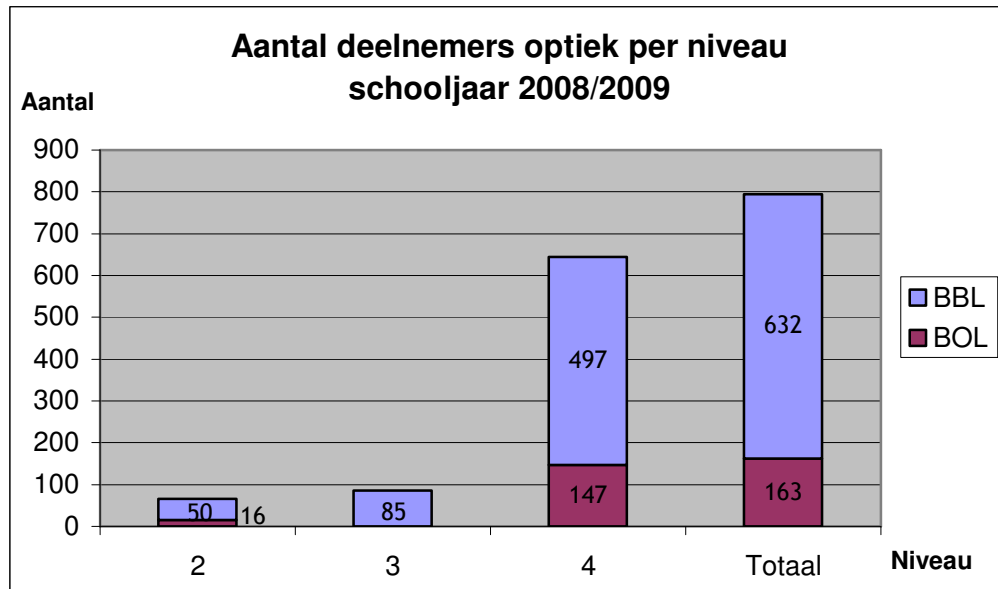


Bron: CFI 2004-2009

In figuur 8 komt duidelijk naar voren dat de meeste leerlingen een opleiding op mbo-niveau 4 volgen. Uitstromen in dit niveau zijn opticien en opticien/manager. De meeste deelnemers aan

de optiekopleiding volgen een bbl-traject en zijn dus 4 dagen per week werkzaam in een leerbedrijf.

Figuur 8



Bron: CFI, 2009

Uitstroom

Onderstaande tabel laat per niveau de uitstroom van het aantal gediplomeerden van de optiekopleidingen zien voor het schooljaar 2008/2009.

Tabel 4 Gediplomeerden optiek

Optiek	Gediplomeerden
Niveau 2	15
Niveau 3	22
Niveau 4	124
Totaal	161

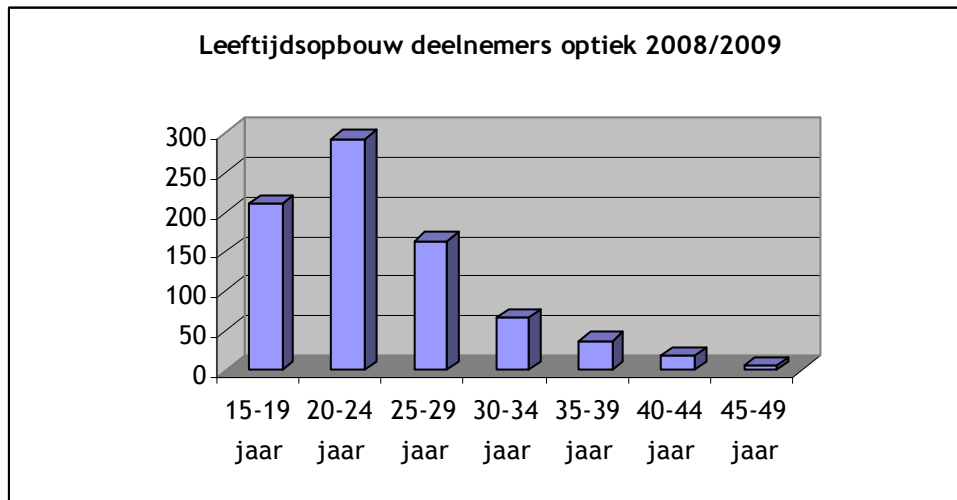
Bron: SVGB 2009

Kenmerken leerlingenpopulatie

De man-vrouwverhouding in de optiekopleiding is 42% - 58%. Dit percentage is de laatste jaren redelijk stabiel te noemen. Deze verhouding tussen mannen en vrouwen is ook terug te vinden bij de medewerkers in de branche, waarvan 56% man is.

De meeste leerlingen die een optiekopleiding volgen zijn onder de 25 jaar (zie figuur 9).

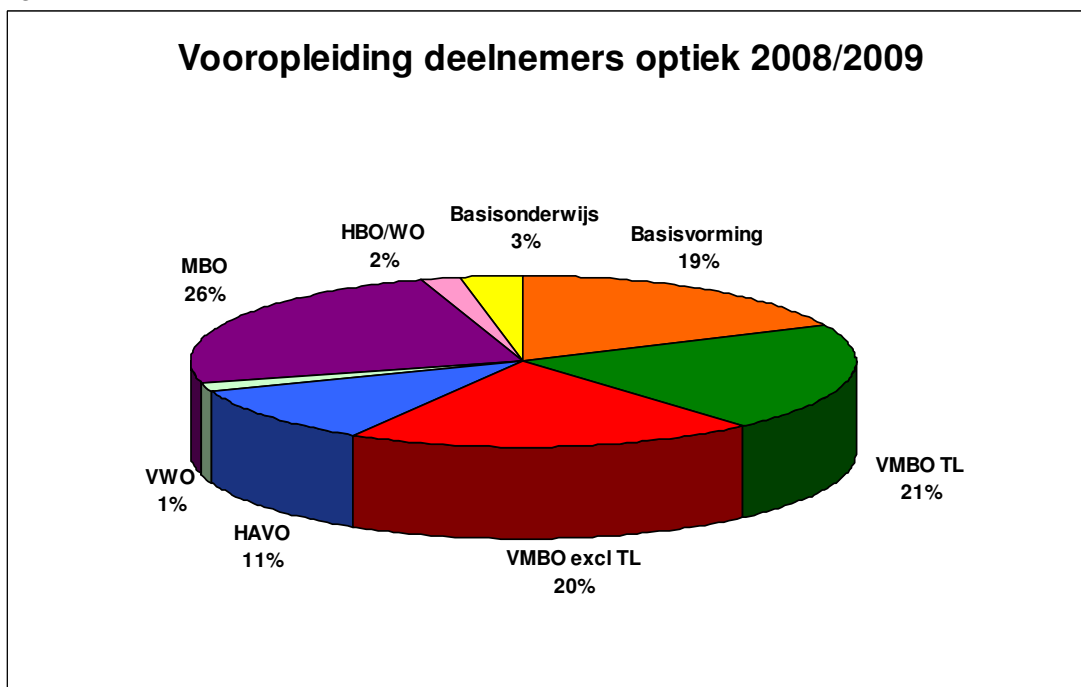
Figuur 9



Bron: CFI, 2009

Deze leeftijdsverdeling is ook terug te vinden in de vooropleiding van de leerlingen. De meeste leerlingen optiek komen van het vmbo (41%) en stromen van daaruit direct door naar de optiekopleiding op mbo-niveau. Van alle deelnemers aan de optiekopleiding heeft 26% een mbo-opleiding als vooropleiding genoten.

Figuur 10



Bron: CFI, 2009

Ontwikkelingen in opleiden en opleidingsbehoefte

Het beroep opticien is een zogenaamd vrij beroep. Sinds 1996 mag iedereen een optiekbedrijf beginnen. Het is voor consumenten nu echter niet te zien of een optiekzaak goede kwaliteit levert. De NUVO, de branchevereniging voor opticiens, streeft daarom naar wettelijke opleidingseisen voor opticiens. Op dit moment wordt samen met leden van de Tweede Kamer gekeken of er mogelijkheden zijn voor een dergelijke wettelijke maatregel¹⁹.

Als het inderdaad een wettelijke eis wordt dat medewerkers/ondernemers van optiekbedrijven gediplomeerd zijn, kan dat invloed gaan hebben op de instroom van leerlingen in de opleiding.

¹⁹ HBA, Gekwalificeerd Ambacht, maart 2009

Internetsites

- www.gobnet.nl
- www.hbd.nl
- www.nuvo.nl
- www.cbs.nl; cunjuncturele klok, juni 2009
- www.elseviergezondheidszorg.nl