

PRESSEINFORMATION

Interview mit Bernd Behrens, Vorstand der 4CARE AG

Die 4CARE AG, bislang bekannt unter dem Namen Lenscare AG, ist bereits seit 1995 Spezialversender für Kontaktlinsen und Pflegemittel und damit einer der am längsten in Deutschland aktiven Kontaktlinsen-Versandhändler. In Deutschland gilt die 4CARE AG mittlerweile als größter Kontaktlinsen-Fachversand. Neben dem Business-to-Consumer Geschäft ist das in Kiel ansässige Unternehmen auch im Bereich Business-to-Business auf Erfolgskurs. Im Jahr 2008 stehen nun allerdings einige Veränderungen an. Im Interview gewährt Herr Bernd Behrens einen Einblick in die Branche und seine Vision einer strategischen Neuausrichtung.

Herr Behrens, zunächst eine persönliche Frage. Wie sind Sie zum Handel mit Kontaktlinsen gekommen?

Das war reiner Zufall! Ich habe mich beruflich zwar immer in der Mailorderbranche bewegt, aber die Arbeit mit Medizinprodukten war für mich zunächst ein neues und unbekanntes Feld. Ich habe die Herausforderung aber gerne angenommen und bereue diesen Schritt nicht, im Gegenteil.

Worin liegt die besondere Schwierigkeit beim Verkauf von Kontaktlinsen?

Das Problem oder die Herausforderung liegt zum einen in der Mehrstufigkeit des Verkaufsprozesses. Sprich: Die Beratung der Kunden vor dem Kauf von Kontaktlinsen ist in den meisten Fällen nicht mit einem einfachen Verkaufsgespräch mit unseren Mitarbeitern abgeschlossen. Bei Erstverwendung muss der Kunde zunächst zu einem Augenoptikermeister oder -arzt gehen und sich individuelle Kontaktlinsen anpassen lassen. Erst dann kann er bei uns bestellen. Aber auch bei einem Produktwechsel eines erfahrenen Anwenders oder vormals schlecht angepassten Produkten können Schwierigkeiten auftauchen. Ggf. muss der Kunde erst mehrere Produkte testen, bis er das für sich richtige findet. Insgesamt ist somit eine kompetente, umfassende und sehr individuelle Beratung des Kunden unerlässlich. Hinzu kommt, dass man leider noch oft mit hartnäckigen alten Vorurteilen hinsichtlich Kontaktlinsen im Allgemeinen kämpfen muss.

Der Vertrieb von Produkten über das Internet boomt ja im Allgemeinen. Immer neue Anbieter eröffnen diverse Online-Shops. Wie groß ist der Wettbewerbsdruck im Bereich des Kontaktlinsenvertriebs?

Im Prinzip ist dieser genauso gross oder klein wie in anderen Bereichen auch. Allerdings muss man sagen, dass gerade in den letzten Jahren viele kleine Anbieter im Bereich des Endkundengeschäfts auf den Markt drängen und mit niedrigen Preisen die Kunden locken wollen.

Wie begegnen Sie diesem ständig wachsenden Wettbewerb?

Die 4CARE AG bietet ihren Kunden sehr gute Qualität zu günstigen Preisen. Das ist jedoch heutzutage kein USP mehr. Im Gegensatz zu unseren Wettbewerbern sind wir vor allem schneller, innovativer und - ganz wichtig - näher am Kunden. Sowohl im Business-to-Consumer als auch im Business-to-Business erhalten unsere Kunden ein "Rundum-Sorglos-Paket" und alles aus einer Hand.

Aus der Lenscare AG ist die 4CARE AG geworden, in Kürze wird auch der Onlineshop unter der neuen URL „www.lensbest.de“ zu finden sein. Welche Strategie steht hinter diesen Neuerungen?

Die Idee hinter dieser Strategie ist es vor allem, unsere Kernkompetenzen klarer hervorzuheben, indem wir sie voneinander abgrenzen. Auf diese Weise können wir sie effizienter nutzen. Die Neupositionierung besteht dabei aus mehreren Schritten, die aufeinander aufbauen. Grundlegend wurde die Firma Lenscare AG in 4CARE AG umbenannt. Auf diese Weise wird zum einen klar, dass wir nicht nur unsere eigene Produktmarke, Lenscare, verkaufen, son-

dern auch Marken fremder Hersteller. Folglich greift auch die URL www.lenscare.de als Shop-Name zu kurz. Daher der Relaunch des Shops unter dem Namen www.lensbest.de. Zum anderen soll der Namenswechsel der Tatsache Rechnung tragen, dass wir nicht nur im Bereich B2C aktiv sind, sondern auch im Bereich B2B. Wir verkaufen z.B. einige unserer Produkte auch in Apotheken und Drogeriemärkten.

Welche Ziele haben Sie für Ihr Unternehmen im Jahr 2008 gesetzt?

Das Jahresziel 2008 wird vor allem die erfolgreiche Umsetzung der neuen Strategie sein. Daneben wird es aber auch noch weitere Veränderungen geben, wie z.B. ein neues Verpackungsdesign. Und am Ende des Jahres kommt auch noch eine Überraschung auf unsere Kunden zu. Davon darf ich aber noch nicht zu viel verraten!

Dann dürfen wir wohl gespannt sein! Und wo möchten Sie mit Ihrem Unternehmen in 10 Jahren sein?

Ich stelle mir vor, dass in 10 Jahren alle unsere Kunden immer und überall "Lenscare" Produkte bekommen können: im Internet, per Katalog, im Stationärhandel und im Ausland, rund um die Uhr!

Herr Behrens, tragen Sie eigentlich selbst auch Kontaktlinsen?

Ja, manchmal! Aber nur zu Testzwecken, damit ich weiß, worüber geredet wird. Fehlsichtig bin ich nicht.

Vielen Dank für das Interview!

Das Interview führte Anna Rathje.

Über die 4CARE AG:

Die in Kiel ansässige 4CARE AG (ehemals Lenscare AG) ist Deutschlands führender Anbieter von Kontaktlinsen und Pflegemitteln. Als zertifizierter Medizinprodukte-Hersteller und etablierter Versandhändler legt das 1995 gegründete Unternehmen größten Wert auf qualitativ hochwertige Produkte zu günstigen Preisen, professionelle Beratung und einen sicheren und schnellen Service. Bestellt werden kann über das Internet unter www.lenscare.de (ab 1. Oktober 08 unter www.lensbest.de) sowie z.B. über den halbjährlich versendeten Katalog oder den kostenlosen Telefonservice unter 0800/53672273. Unabhängige Tests (z.B. Ökotest: „Sehr gut“) und Awards (Online-Shop des Jahres 2006) sowie eine starke Kundenbindung unterstreichen den Erfolg der 4CARE AG im Endkundengeschäft.



Übrigens: Zusammen mit dem Relaunch von www.lenscare.de im Oktober 2008 wird der Name des Webshops in www.lensbest.de geändert – mit vielen neuen Features, die den Einkauf im Internet noch bequemer und einfacher machen.

Pressekontakt:

Ziegfeld Enterprise GmbH
Anna Rathje
Friedensallee 38, 22765 Hamburg
Tel: 040 – 38 68 74 62
anna.rathje@ziegfeld-enterprise.de