

Qualität geht vor Style

Studie von ZEISS zum Thema Brillenkauf zeigt: Frauen und Männer sind sich einig – besser sehen ist wichtiger als besser aussehen

Aalen, 17. April 2013

Männer kaufen wie Frauen und Frauen wie Männer? Das geschlechtstypische Kaufverhalten gleicht sich immer mehr an. Männer legen zunehmend Wert auf ihr Äußeres und wenden sich zum Beispiel mehr und mehr der Männerkosmetik zu. Im Gegenzug übernehmen Frauen verstärkt Kaufentscheidungen in bisherigen Männerdomänen wie Technologie oder Finanzen. Eine aktuelle Studie im Auftrag von ZEISS zeigt nun: Auch beim Brillenkauf gilt zunächst für Frauen wie Männern dasselbe: besser sehen statt besser aussehen. Gute Brillengläser gehen vor einer schönen Brillenfassung. Funktionalität vor dem modischen Aspekt. Erst dann achten Frauen auf ihr Aussehen mit Brille – im Gegensatz zu Männern.

Qualität der Brillengläser wird zunehmend wichtiger

In Deutschland gibt es rund 40 Millionen Brillenträger. Alle 2,7 Jahre kaufen sie sich im Durchschnitt eine neue Brille¹. Wie eine repräsentative Umfrage im Auftrag des Optikexperten ZEISS jetzt offen legt, setzen die Geschlechter dabei auf dieselben Prioritäten. 72% der Männer und 69% der Frauen gaben an, dass sie mehr Geld für hochwertige Brillengläser als für eine hochwertige Brillenfassung ausgeben würden. Tendenz steigend. Denn dieser Aspekt hat sich seit ihrem letzten Brillenkauf verändert: Rund ein Drittel der Befragten (27% Frauen, 30% Männer) sagt, dass ihnen die Qualität der Brillengläser deutlich wichtiger geworden ist.

Maik Hartung, Leiter Marketing Deutschland des Unternehmensbereichs Vision Care (Augenoptik) bei ZEISS, interpretiert dieses Ergebnis so: „Brillengläser können exakt auf die individuellen Sehanforderungen des Brillenträgers in Beruf und Freizeit abgestimmt werden. Optimiert für Computerarbeit, Freizeitsport oder bestimmte Lichtverhältnisse verbessern sie maßgeblich das Seherlebnis und erhöhen die Lebensqualität. Damit bilden sie für viele die entscheidende Basis beim Brillenkauf.“

Kriterien für die Wahl eines Augenoptikers

Einigkeit unter den Geschlechtern zeigt sich auch bei der Wahl ihres Augenoptikers: Für 73% der Frauen sowie der Männer ist es wichtig, dass er modernste Augenprüf- und Messmethoden mit Technologien bewährter Optikmarken einsetzt. Erst dann ist es im zweiten Schritt entscheidend, dass er über eine große Vielfalt an Brillenfassungen verfügt und dass der Preis stimmt (je 61%). Jedenfalls bei den Frauen. Die Männer gewichten ihre Prioritäten anders – und lassen sich eher vom Preis (55%) überzeugen. Dass die Brillenfassungen dabei von einem namhaften Hersteller sind, hat für Frauen und Männer an Bedeutung verloren. Mehr als einem Drittel ist die Marke ihrer Brillenfassung heute weniger wichtig als noch bei ihrem letzten Brillenkauf. Was erstaunt: Beide Geschlechter stehen auf leichte und zeitlose Brillenfassungen. Erst dann achten Frauen auf den modischen Aspekt einer Fassung, Männer hingegen mögen sie lieber robust und unauffällig.

Jedoch ergeben sich altersbedingte Unterschiede. Je jünger der Verbraucher ist, desto wichtiger ist ihm das Design der Brille. Im Alter ab 35 Jahren sagen nur noch 33% der Befragten, dass sie auf den modischen Aspekt beim Brillenkauf großen Wert legen.

Steckbrief der repräsentativen Umfrage

Die in diesem Tabellenband enthaltenen Umfragedaten wurden vom Marktforschungsinstitut YouGov erhoben. Die Stichprobengröße ist 1.097. Die Umfrage wurde vom 20.02.2013 bis zum 22.02.2013 durchgeführt. Die Daten wurden mittels Online-Befragung erhoben. Die Ergebnisse sind gewichtet und repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 16 Jahren.

1) Allensbach Brillen-Studie, 2011

Pressekontakt

Miriam Kapsegger

Telefon: + 49 (0) 7361 591-1261

[✉ miriam.kapsegger@zeiss.com](mailto:miriam.kapsegger@zeiss.com)



Download & Share

[Download der Presseinformation](#)



Über ZEISS

ZEISS ist ein weltweit tätiger Technologiekonzern der optischen und optoelektronischen Industrie. Die ZEISS Gruppe entwickelt, produziert und vertreibt Messtechnik, Mikroskope, Medizintechnik, Brillengläser sowie Foto- und Filmobjektive, Ferngläser und Halbleiterfertigungs-Equipment. Mit seinen Lösungen bringt der Konzern die Welt der Optik weiter voran und gestaltet den technologischen Fortschritt mit.

ZEISS ist in die vier Sparten Industrial Quality & Research, Medical Technology, Consumer Markets und Semiconductor Manufacturing Technology gegliedert. Die ZEISS Gruppe ist in über 40 Ländern vertreten und hat weltweit mehr als 50 Vertriebs- und Servicestandorte, über 30 Produktionsstandorte sowie rund 25 Forschungs- und Entwicklungsstandorte.

[+ Mehr Informationen über ZEISS](#)

17.04.2013 | von ZEISS Vision Care



Weitere Artikel



Täglich gelebte Verantwortung

Verantwortung hat bei ZEISS als Stiftungsunternehmen Tradition.

Pressemitteilung

25.01.2019



ZEISS auf der opti 2019

Als Brillenglaslieferant und Partner für seine Kunden stellt ZEISS auf der opti 2019 vor, wie eine vernetzte Welt mit miteinander kommunizierenden Lösungen und Geräten den Augenoptiker unterstützt.

Pressemitteilung

25.01.2019



Ausgezeichnet in Form und Funktion

Architekt Kollektion von ZEISS EYEWEAR erhält German Design Award 2019

Pressemitteilung



23.01.2019



ZEISS Academy Vision Care

Drittes Rekordjahr in Folge

Pressemitteilung

26.11.2018



German Design Award 2019 für „Mein Sehprofil“

Bereits zweite Auszeichnung für die Online-Anwendung

Pressemitteilung

21.11.2018



ZEISS UVProtect Roadshow 2018

Mit Terminübersicht

Pressemitteilung

03.07.2018



Matthias Wehrle neuer Marketingleiter für D/A/CH

Pressemitteilung

11.04.2018



Ehrung für augenoptisches Forschungszentrum

Honorarprofessur für Dr. Siegfried Wahl

Pressemitteilung

14.02.2018



ZEISS Mitarbeiter engagieren sich für Kinder in Deutschland und Indien

Pressemitteilung

21.12.2017



ZEISS App Mein Sehprofil

App erhält Red Dot Award

Pressemitteilung

22.11.2017