

DOZ

OPTOMETRIE & FASHION

02 | 2016

Aktuell:
opti 2016: Style
und Themen

Betriebspraxis:
Das Internet ist
keine Konkurrenz

Fachthemen:
Warnhinweis für
Gleitsichtbrillen



Silhouette[®]
AUTHENTIC EYEWEAR. SINCE 1964.

Titan Accent Mod. 4497

Silhouette lässt Sie strahlen.
WEIL SIE EINZIGARTIG SIND

www.silhouette.com

Unser digitales Morgen – die vierte industrielle Revolution



Judith Kern
DOZ-Chefredakteurin

Eine smarte, individuelle und exklusive Brille, flexibel gefertigt, möglicherweise sogar vom Endkunden selbst – spinnt man die aktuellen Entwicklungen in der augenoptischen Branche weiter, könnte so oder ähnlich ein künftiges Setting aussehen. Der Endkunde könnte sich beispielsweise online per Mausklick selbst refraktionieren, die Daten in die Servicecloud des Designers seiner Wahl, oder in den eigenen 3D-Drucker einspeisen und erst danach seine Komplettbrille selber drucken, oder extern produzieren lassen. Hinter vergleichbaren Szenarien wittern Denker die vierte industrielle oder auch digitale Revolution.

Bislang jedoch sind lediglich einzelne Elemente dieser Transformation in der augenoptischen Branche angekommen, weitere kündigen sich an. Die revolutionären Merkmale Individualität, Exklusivität, Flexibilität in enger Verbindung mit Smart Data konnte man zuletzt während der opti, vom 15. bis 17. Januar in München in unterschiedlichen Bereichen der Augenoptik wiederfinden. Ein großes Thema der Messe war die digitale Optometrie, die in mehreren Vorträgen im opti-Forum diskutiert wurde und sich auch auf Produktebene niederschlug. Beispiele dafür sind der Wellenfront-Phoropter Visionix VX 160, die unterschiedlichen Softwares zum Shop-Management, die neuen Versionen der 3D-Refraktion sowie das Thema 3D-Druck. Vor allem Letzteres erlebten die Fachbesucher unmittelbar im Fassungsbereich.

Einen farbenfrohen Überblick über die Styles und Trends, die die Brille in 2016 ausmachen, gibt diese Ausgabe im Ressort Aktuell; gefolgt von einem opti-Überblicksartikel, der einen ersten Eindruck der Messe vermittelt. Die tiefere Berichterstattung über das Branchenereignis in der bayerischen Landeshauptstadt folgt in der DOZ-Märzausgabe.

Wie zentral präzise und umfassend erhobene Daten – gerade im Zeitalter von Big Data - für eine gute Sehversorgung sind, bestätigen auch die Fachartikel „Zur visuellen Leistungsfähigkeit von Spitzensportler(inne)n in Deutschland – Aktuelle Zahlen“ und „Wann gilt der Warnhinweis für Gleitsichtbrillen?“ im Ressort Fachthemen. Der historische Beitrag „Once upon a time ...“ lässt unterdessen das augenoptische Lebensgefühl der vor-digitalen Zeit auf erfrischende Weise wieder aufstehen.

Ihre

Judith Kern

Schreiben Sie uns
Ihre Meinung!
kern@doz-verlag.de



INHALT DOZ 02 | 2016

- 1 Editorial: Unser digitales Morgen – die vierte industrielle Revolution
- 5 News & Names
- 19 Glosse
- 23 Termine
- 27 Wettbewerbsrecht
- 57 Checkpoint Ausbildung
- 66 Schaufenster AUGENOPTIK
- 74 Inserentenverzeichnis
- 84 Oppicker/Impressum
- 85 Kleinanzeiger

AKTUELL

- 10 Retro ist Kult!
- 16 opti mit viel Ausland und guter Stimmung
- 18 Das Personalkarussell bei Fielmann dreht sich weiter
- 20 Neuer dualer Studiengang Augenoptik/Optische Gerätetechnik
- 22 6. Beiratsmeeting des berufsbegleitenden Masterstudiengangs der Hochschule Aalen

BETRIEBSPRAXIS

- 24 Das Internet ist keine Konkurrenz... wenn es der Tradi richtig einfädelt
- 28 Wie man die Dynamik des Geschehens bändigen kann
- 30 Erfolgreiche Nachfolge: Krönung des unternehmerischen Lebenswerkes
- 35 Rezension: Wie regele ich meine Nachfolge?
- 36 Klick und weg?
- 39 Anatomische Brillenanpassung



30 Mit zeitlichem Vorlauf und einer passenden Strategie lässt sich die Unternehmensnachfolge gut regeln.



42 Gutes Sehen ist eine Voraussetzung für das sichere und erfolgreiche Sporttreiben.



39 Nach der Ausrichtung kommt die anatomische Brillenanpassung.

70 Rolf Spectacle auf erstem Platz im Tipp des Monats.



FACHTHEMEN

- 42 Zur visuellen Leistungsfähigkeit von Spitzensportler(inne)n in Deutschland – Aktuelle Zahlen
- 50 Wann gilt der Warnhinweis für Gleitsichtbrillen?

OPTOMETRIE

- Opto 55 Der Praxisfall: Optometrische Augenglasbestimmung bei einem Aderhautmelanom

HISTORIE

- 68 Once upon a time ...

TIPP DES MONATS

- 70 Marketingmaßnahmen im Februar

KONTAKTLINSE

- 73 Kommentar: Kids
- 74 Kontaktlinse Aktuell
- 75 Mehr Umsatz dank Kontaktlinsen
- 76 Leitfaden für Kostenvoranschläge für Kontaktlinsen bei Keratokonus/Keratoplastik
- 82 Tiroler Qualität

75 DCC: Das Branchen-Highlight in Sachen Kontaktlinsen steigt am 17. und 18. April in Frankfurt a.M.



DER KLEINE BÄR BEKOMMT EINE BRILLE

VON L. KEXEL, L. PETER,
S. ROCKENBACH



0,95 €

ISBN 978-3-942873-34-5

Als Doktor Elch dem kleinen Bären sagt, dass er eine Brille braucht, freut er sich. Aber der kleine Adler lacht den kleinen Bären aus. Ob der kleine Bär sich was daraus macht, seht Ihr in diesem Buch...

Dieses kleine Kinderbüchlein, verfasst von drei Schülerinnen aus der Augenoptik für die kleinen Kunden von morgen, eignet sich ideal als give-away für die jüngsten Besucher und/oder deren Eltern im Fachgeschäft. Eine kleine Aufmerksamkeit, mit welcher Sie sich regelmäßig in Erinnerung bringen können und vielleicht nicht nur im Kinderzimmer immer wieder präsent bleiben.

1. Auflage 2015, Format 190 x 150 mm,
28 Seiten, gezeichnete Illustrationen

NEU

Bestellschein | Fax +49 62 21 90 51 71 | Telefon +49 62 21 90 51 70 | doz@doz-verlag.de

Ich bestelle Exemplar(e) des Fachbuches: „Der kleine Bär bekommt eine Brille“
(ISBN 978-3-942873-34-5) zum Preis von 0,95 € inkl. 7 % MwSt., zzgl. Porto & Verpackung

Bestellformular einfach **faxen** an die Nummer **+49 62 21 90 51 71** oder in einen Umschlag stecken und abschicken,
oder bestellen Sie in unserem Onlineshop unter www.doz-verlag.de

DOZ-Verlag
Optische Fachveröffentlichung GmbH
Postfach 12 02 01

69065 Heidelberg

Absender:

Vor- und Zuname, Firma

Straße, Hausnummer

PLZ, Ort, Land

Datum, Unterschrift

kurz und knapp

■ Das jüngst lancierte Brillenlabel Found eröffnet seinen ersten Temporary Store in Deutschland. Auf einer Fläche von etwa 20 Quadratmetern können Interessierte in der Weinmeisterstraße 8 in Berlin das gesamte Sortiment an Korrektur- und Sonnenbrillen der Marke sehen.

■ Fleye's Carbon Wood Modell Ena hat die Auszeichnung „Eyewear of the Year 2016“ in der Kategorie Damenbrillen der IOFT (International Optical Fair Tokyo) Messe in Japan erhalten.

ZVA präsentiert neuen PR-Film

Angekündigt hatte Giovanni Di Noto „das Experiment“ des Zentralverbandes der Augenoptiker und Optometristen schon vor geraumer Zeit. Bei der opt stellte der ZVA-Ausschussvorsitzende für Öffentlichkeitsarbeit & Marketing nun die neue PR-Maßnahme des Verbandes für seine Innungsmitglieder vor. Der knapp dreiminütige Film über die Eindrücke, die schlecht sehende Menschen bei ihrem Gegenüber hinterlassen, ist eingebettet in die „Einmal im Jahr zum Optiker“-Kampagne der Innungsbetriebe, kann aber auch unabhängig davon online genutzt und geteilt werden. Mehr zur Produktion, Intention und Verwendung des „stimmungsvollen und aufwändigen Kurzfilms“ (Di Noto) gibt es in der März-Ausgabe der DOZ und in allen Onlinemedien des ZVA, wo der Film auch schon jetzt zur eigenen Verwendung heruntergeladen werden kann.

Anzeige

EINSCHLEIFSERVICE
BAHR
 BOHRBRILLEN-ANFERTIGUNG HÖCHST RATIONELL
 Brillenanfertigung zu moderaten Preisen
 in kürzester Zeit. Telefon: 0202 9760545
www.einschleifservice.de

WCO ernennt neuen Geschäftsführer

Das World Council of Optometry (WCO) hat Ende Dezember vergangenen Jahres Mark A. Bullimore MCOptom, PhD, FAAO zum Geschäftsführer bestellt. Dr. Bullimore wird den Direktoren, dem Vorstand und dem Verwaltungsrat zuarbeiten. Er ist ein erfahrener Optometrist und Wissenschaftler. Er arbeitete u. a. als Präsident der American Optometric Foundation (AOF) sowie als Herausgeber der „Optometry and Vision Science“ der American Academy of Optometry (AAO).

Brillen-Profi schickte Augenoptiker auf die Piste

Die Tiroler Skiregion Obergurgl war Ende November 2015 Weiterbildungsstätte für rund 25 Augenoptiker, die am offenen Sportoptik-Seminar im Rahmen der Brillen-Profi-Akademie teilgenommen hatten. Auf den theoretischen Seminarteil mit den Schwerpunkten Direktverglasung und Kontaktlinsen folgte der Praxistest bei unterschiedlichen Sichtbedingungen auf der Piste – mit anschließendem Einkehrschwung.



Die Teilnehmer am Sportoptikseminar 2015 im Rahmen der Brillen-Profi-Akademie.

De Rigo Vision expandiert nach Deutschland

Seit Januar setzt die De Rigo Vision Spa ihre internationale Expansionsstrategie in Deutschland um. Das Eyewear-Unternehmen eröffnete folgerichtig seine erste Niederlassung in Deutschland, De Rigo Vision D.A.CH. Mit der neuen Filiale in Großostheim will der Konzern seine Präsenz in den Märkten Deutschland, Österreich und Schweiz weiterhin ausbauen und stärken. Das neue Team verantwortet unterdessen das Produkt- und Brandmanagement, das Marketing sowie den Verkauf – immer mit Blick auf den traditionellen Augenoptiker. Schwerpunkte dabei sind der Customer-Service und die Abverkaufsunterstützung der Optikpartner am POS. „Deutsche Optiker kaufen nicht nur Brillenmarken, sie kaufen bei einem Unternehmen, dem sie vertrauen“, erklärte Geschäftsführer Peter Schwind. Derzeit ist De Rigo in der DACH-Region mit den eigenen Marken Police, Sting und Lozza sowie mit den lizenzierten Marken Carolina Herrera, Chopard, Escada, Furla und Nina Ricci vertreten.



Jared Leto

Leto für Carrera

Jared Leto, Oscar-Preisträger und Sänger der Band „30 Seconds to Mars“, ist das neue Gesicht der Carrera-Eyewear Kampagne 2016. Anlässlich des 60. Markenjubiläums wird Leto ab Februar dieses Jahres weltweit in der Carrera „Maverick“ Kampagne zu sehen sein.

Gern erweitert Visall-Kundenservice

Seit November vergangenen Jahres gibt es ein neues Gesicht im Visall-Kundenservice. Die gelernte Augenoptikerin Jasmin Gern ist zuständig für Anfragen, die Bearbeitung von Glasbestellungen, Rücksendungen und die Kundenberatung.



Jasmin Gern

Sportbrillen auf der ISPO in München

Vom 24. bis 27. Januar hat die Internationale Fachmesse für Sportartikel und Sportmode (ISPO) in München stattgefunden. Gezeigt wurden die Neuheiten und Trends in Sachen Sportartikel, Sportschuhe, Sportmode und natürlich auch Sportbrillen. Letzteres Segment vertraten unter anderem die Firmen adidas, Alpina, Julbo, Marchon, Oakley und Uvex. Die ISPO präsentiert seit 1970 jährlich in München die Neuigkeiten aus der Sportartikelbranche.

Luxottica steigt bei Luxair ein

Die Holding Delfin S.à.r.l. und Hauptaktionär des Brillenherstellers Luxottica wird neuer Investor bei Luxair. Wie der luxemburgische Infrastrukturminister François Bausch Mitte Dezember bei einer Pressekonferenz mitteilte, kaufte die Delfin S.à.r.l. dem Luxemburger Staat 13 Prozent der Anteile ab. Diese hatten zuvor der deutschen Lufthansa gehört. Die Delfin S.à.r.l. wird vom Vorstandsvorsitzenden der Luxottica Group, Leonardo Del Vecchio, kontrolliert.

Das Außendienstteam der pdm Germany

Seit Januar reist die fünfköpfige Vertriebsmannschaft des Brillendistributors und -herstellers pdm Germany deutschlandweit mit den Marken „TAG Heuer“ und „Wunderkind by Wolfgang Joop“. Hohe Qualität, innovatives Design und ein Marken-Lifestyle-Charakter sind die Grundsteine beider Luxusbrands. „Für unsere Marken haben wir einen professionellen und ganz besonderen Außendienst aufgebaut, der sich



leidenschaftlich mit der jeweiligen Markenidentität und den Produkten identifiziert“, waren sich die Geschäftsführer der pdm Germany einig.

V.l.n.r.: Frank Bieberich, Andrea Köhler, Jörg Nittke, Daniel Panning, Dirk Langer

OptiChange kommt im Frühjahr

Die Einkaufsgemeinschaft Brillen-Profi will im Frühjahr mit OptiChange an den Start gehen. Die bundesweite Online-Plattform soll die Vermittlung und den Übergabeprozess von Augenoptikfachgeschäften für Verkäufer und potenzielle Käufer vereinfachen. Zuzüglich zur Vermittlung über das Portal sollen ein Wertgutachten nach IDW-Standard sowie eine Fortführungsprognose allen Beteiligten eine fundierte Entscheidungsgrundlage geben. Die Vermittlung erfolgt unabhängig von einer Mitgliedschaft bei Brillen-Profi.

Das Konzept trainyoureyes.com

Das trainyoureyes.com Training ist 15 Jahre alt geworden. Die dänische Optometristin Maria Beadle gründete das Verfahren im Jahr 2000. Grundlage dafür waren Erfahrungen, die sie seit 1994 mit der Visual Therapie gemacht hatte. Im Konzept trainyoureyes.com vereinte Beadle Wissen aus der Visual Therapie, Kliniken, Schule sowie Elitesport. Seit 2000 bildete Beadle mehr als 1.200 Augenoptiker, Augenärzte und Optometristen in Dänemark, Norwegen, Deutschland und Österreich in mehr als 100 Seminaren aus.

INFORM 35: PRAXISORIENTIERTES LOGBUCH

VON I. KORTH, G. SCHEUERER, A. NAGL



16,90 €

ISBN 978-3-942873-32-1

Bei der Anpassung von Kontaktlinsen ist eine angemessene Dokumentation von außerordentlicher Wichtigkeit. Sei es in rein elektronischer Gestalt, in schriftlicher Ausführung oder als Mischform – nur eine einheitliche Erfassung aller relevanten Daten ermöglicht es, den Kontaktlinsenträger über Jahre hinweg sicher zu begleiten. Somit trägt eine gute Dokumentation maßgeblich zum nachhaltigen Erfolg der Versorgung bei. Ein definiertes Dokumentationsschema garantiert einen homogenen Ablauf der Neuanpassung bzw. der Nachversorgung und sichert somit die Qualität der Kontaktlinsen-anpassung sowie der Nachbetreuung. Mögliche Abweichungen in der Dokumentationshistorie können umgehend identifiziert, bewertet und geeignete Abhilfemaßnahmen eingeleitet werden. Insbesondere wenn mehrere Kolleginnen und Kollegen eines Betriebes in der Anpassung von Kontaktlinsen tätig sind, ist eine einheitliche Dokumentation unerlässlich.

Die Arbeit von Isabel Korth liefert einen wertvollen Beitrag zur einheitlichen Dokumentation bei der Kontaktlinsenanpassung. Der entstandene Leitfaden wird Sie dabei unterstützen und darüber hinaus wertvolle Hinweise für das Verständnis liefern, welche Inhalte für eine zweckmäßige Dokumentation bedeutsam sind.

Format 160 x 197 mm, 92 Seiten, farbige Abbildungen,
1. Auflage 2015

NEU

Bestellschein | Fax +49 62 21 90 51 71 | Telefon +49 62 21 90 51 70 | doz@doz-verlag.de

Ich bestelle Exemplar(e) der inform-Broschüre: Praxisorientiertes Logbuch
(ISBN 978-3-942873-32-1) zum Preis von 16,90 € inkl. 7 % MwSt., zzgl. Porto & Verpackung

Bestellformular einfach **faxen** an die Nummer +49 62 21 90 51 71 oder in einen Umschlag stecken und abschicken,
oder bestellen Sie in unserem Onlineshop unter www.doz-verlag.de

DOZ-Verlag
Optische Fachveröffentlichung GmbH
Postfach 12 02 01

69065 Heidelberg

Absender:

Vor- und Zuname, Firma

Straße, Hausnummer

PLZ, Ort, Land

Datum, Unterschrift

Feine Fassungsränder

Auch dieses ein Trend, der nicht ganz neu, aber deutlich dominant ist: **Schmale Fassungen**, in Acetat und Metall, verleihen den Brillen eine neue Leichtigkeit. Sie geben auch Modellen mit großen Scheiben einen filigranen Rahmen und ein modernes Image. Jede Entwicklung verursacht eine Gegenbewegung: Wer gegen den Strom schwimmen möchte, findet tatsächlich ganz neue Fassungen mit mächtig dicken Rahmen. Ein Beitrag auch zum Individualismus, der das Konsumverhalten insgesamt prägt.

Modelle mit Unikatcharakter

Der Trend zur Individualisierung und **Personalisierung** macht natürlich auch vor der Brillenbranche nicht halt. Es gibt verschiedene Möglichkeiten, sich seine ganz persönliche Brille zu sichern. Zum Beispiel die Wahl eines Fassungssystems, das die Zusammenstellung einer eigenen Brille aus Elementen und Farben wie in einem Baukastensystem ermöglicht. Oder aber Brillenmodelle – wie aus dem wiederentdeckten Werkstoff Optyl – bei denen der Farbenverlauf einer jeden Fassung ein klein wenig anders aussieht, jedem Stück also Unikatcharakter verleiht.

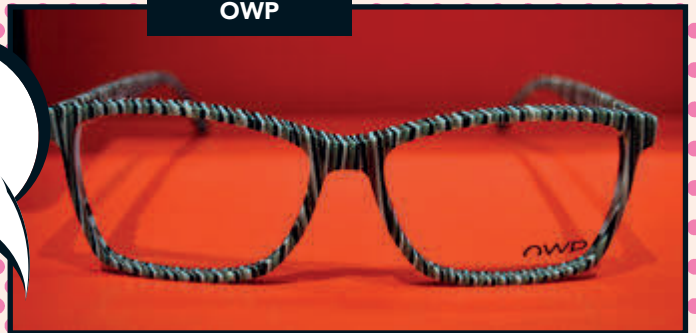
Durchschimmernde Fassungen

Der sinnliche Umgang mit Licht – so kann man den Begriff **transluzent** beschreiben, der derzeit so viele Kunststoff-Brillenfassungen prägt. Nicht ganz durchsichtig, eher durchschimmernd, schmeichelnd und weich. Sanfte Nude-Töne, fast weiße Fassungen, aber auch gemusterte Modelle bestätigen diesen Trend. Apropos Muster: Von den vielen interessanten Dekors der aktuellen Kollektionen möchten wir drei herausheben: **Camouflage**, **Streifen** und **Colour-Blocking**. Camouflage beschreibt das aus der Tarnkleidung des Militärs bekannte Fleckenmuster, das vor allem die Innenseiten von Brillenbügeln ziert, und das in vielen Nuancen. Streifenmuster sorgen für eine frisch-fröhliche Optik, zum Beispiel in Marine-Nuancen oder auch ganz bunt. Colour-Blocking meint das Zusammenstellen kontrastierender



CHLOE

filigran



OWP

Streifen



CELINE

transluzent



BRAUN CLASSICS



LUNOR

dezent



CONQUISTADOR

MARC JACOBS

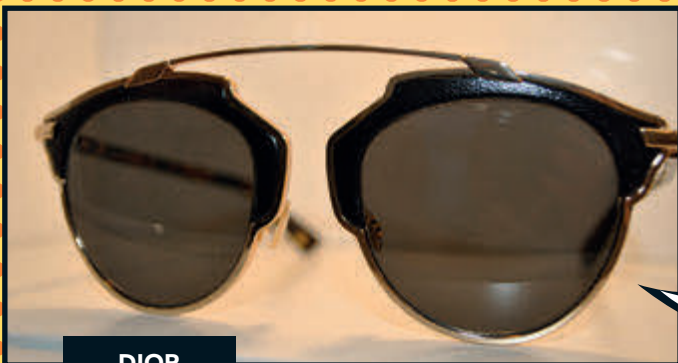


Mix



JIMMY CHOO

Leder



DIOR

CAZAL



Goldplättchen

Understatement und Minimalismus

Konnten die Labels noch vor ein paar Jahren gar nicht groß genug an den Brillen prangen, so bevorzugen die meisten Marken heute **dezent** **Signale**. Ein kleines Signet am Bügel, den Schriftzug auf der Innenseite gedruckt oder geprägt – das hat Stil und folgt dem Understatement-Trend. Ausnahmen bestätigen die Regel. Dazu passt ein gewisser Minimalismus, der sich bei vielen Designs bemerkbar macht. **Weniger ist mehr**, das bedeutet weniger Schnörkel, weniger Details, Reduktion aufs Wesentliche. Auf die Spitze getrieben: Ein Zwicker wie dereinst, der, auf die Nase geklemmt, als Lesehilfe fungiert. Dass ein solches Stück mit dem begehrten „Red Dot Award“ für Produkt Design ausgezeichnet wird, zeigt, dass dieser Trend als umfassend betrachtet werden kann.

Mix und Match der Materialien

Das sieht richtig gut aus: Die Kombination verschiedener Materialien bringt frischen Wind in die Kollektionen. Schon ein Klassiker ist die Verbindung von Metall und Acetat, mit der jedoch in diesem Jahr so einfallsreich und spielerisch umgegangen wird wie noch nie. Die ganze Fassung aus Acetat und nur der Steg aus Metall? Warum denn nicht? Die ganze Brille aus Metall und nur das Bügelende aus Acetat? Auch möglich. Doch das Spiel lässt sich erweitern – mit Holz, Horn, Leder, Kautschuk. Denn nach wie vor sind **Naturmaterialien** ein Trend, der sich jedoch inzwischen recht selbstverständlich in die Kollektionen einfügt und zu keinem Aufreger mehr wird. Vielmehr geht es darum, die besten Eigenschaften eines jeden Materials in ein Mehr an Tragekomfort oder ein Mehr an modischer Optik umzuwandeln. Meistens steht dabei das Thema **Leichtigkeit** im Vordergrund – ein Trend mit hohem Stellenwert. Vor allem, wenn er mit tollen Materialeigenschaften einhergeht, wie es zum Beispiel bei Titan der Fall ist.