

DOZ

OPTOMETRIE & FASHION

12 | 2014



Wohlbehalten durch
den Winter mit **blink**[®]
Augenpflege



Spezial:
Made in ...

Aktuell:
Hall of Frames

Fashion:
opti-Newcomer
to watch

Kontaktlinse:
SBAO-Tagungs-
bericht

- Der Wechsel von Kälte und Wärme bedeutet Stress für die Augen
- Trockene Heizungsluft strengt die Augen zusätzlich an

blink[®] Augenpflege hilft bei gereizten
und sich trocken anfühlenden Augen



blink ist ein Markenzeichen von oder lizenziert für Abbott Laboratories, deren Tochtergesellschaften oder angeschlossenen Firmen.

AMO Germany GmbH • Rudolf-Plank-Straße 31 • 76275 Ettlingen • Germany
AMO Switzerland GmbH • Neuhofstrasse 23 • 6341 Baar • Switzerland

© 2014 Abbott Medical Optics Inc. PP2014CN0076 www.amo-eyecare.com www.AbbottMedicalOptics.com

Abbott
A Promise for Life

Rückblicke



Dr. Andreas Berke

Vorsitzender des Wissenschaftlichen Beirates der DOZ und Dozent an der Höheren Fachschule in Köln.

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

Das Jahr 2014 neigt sich seinem Ende zu; es kommt die Zeit der Rückblicke. Kaum ein Fernsehsender, kaum eine Zeitschrift wird sich der Tradition des Rückblicks entziehen können. Sportrückblicke werden in diesem Jahr aus (Fußball-)deutscher Sicht äußerst positiv ausfallen; Rückblicke auf das an weltpolitischen Ereignissen brisante Jahr 2014 könnten hingegen eher nachdenkliche Stimmungen auslösen. Der 25. Jahrestag des Mauerfalls und seine Bedeutung nicht nur für Deutschland wurden in vielen Rückblicken gewürdigt; selbst das Spectaris Trendforum vom 10. November widmete sich diesem Ereignis.

Rückblicke sind nicht nur zum Jahresende aktuell; man trifft auf sie allerorten. Im Musikgeschäft heißen Rückblicke „Greatest Hits“, wobei sich die Frage aufdrängen könnte, ob von den Künstlern nichts Großes mehr zu erwarten ist. Die Filmindustrie vergibt einen Oskar für das Lebenswerk; die bildende Kunst veranstaltet Retrospektiven zur Würdigung des Werkes eines Künstlers. Die Wahl der Sportler des Jahres ist auch eine Form des Rückblicks. Die Anamnese ist ein Rückblick, der sich auf die Entwicklung des gegenwärtigen Gesundheitszustands des Patienten bezieht. Die klinische Medizin kennt retrospektive Studien, im Rahmen derer man auf Ereignisse (z. B. bestimmte Therapien), die bereits stattgefunden haben, zurückblickt. Retrospektive Studien und Greatest Hits Kompilationen haben eines gemeinsam; sie sind billig, da keine Therapie- bzw. Produktionskosten anfallen.

Im Idealfall wären die Rückblicke von heute die guten Vorsätze oder Prognosen von gestern; sie könnten als Gradmesser für die Nachhaltigkeit der Vorsätze und Prognosen dienen. Doch hier gibt es – wie sicherlich jeder spätestens in der Silvesternacht bestätigen wird – eine große Kluft. Wahrscheinlich dürfte die Kluft bei den zahlreichen Experten an den Börsen und den Wirtschaftsweisen am größten sein. Mehr als einmal mussten die Erwartungen an die tatsächlichen Ereignisse angepasst werden.

Friedrich Nietzsche formulierte einmal: „Definierbar ist nur, was keine Geschichte hat.“ Dem wirken Rückblicke entgegen, sie liefern eine historische Fundierung für das Gegenwärtige und ermöglichen neue Erkenntnisse für die Zukunft jenseits der Beliebigkeit einer Definition.

Zum Abschluss dieser Zeilen erwarten Sie sicherlich einen Rückblick auf die Augenoptik. Spektakuläre Ereignisse waren aus Sicht des Verfassers dieser Zeilen in dem sich nun dem Ende zuneigenden Jahr 2014 nicht zu verzeichnen, stattdessen soll aber eine Pressemitteilung des ZVA in Erinnerung gebracht werden: „Seit Jahren belegen die deutschen Augenoptiker einen der Spitzenplätze beim Kundenmonitor Deutschland. In diesem Jahr haben sie sich sogar [...] auf Platz eins bei der Kundenzufriedenheit gesetzt und sich damit gegenüber dem Vorjahr noch einmal um einen Platz verbessert.“ Und für die Zukunft bedeutet dies nach Aussage von Thomas Truckenbrod „durch qualifizierte Weiterbildungsmaßnahmen unsere Leistungen marktgerecht auszubauen.“

Dr. Andreas Berke



Spannendes Design und neue Ideen gab es auf der Hall of Frames in Stuttgart zu sehen.



Handlungsempfehlungen für den Augenoptiker.



Trendig, leicht, bunt und überaus tragbar – die Neuen auf der opti 2015.



64

- 1 **Editorial: Rückblicke**
- 5 **Express**
- 8 **News & Names**
- 10 **Leserbriefe**
- 33 **Schaufenster AUGENOPTIK**
- 52 **Termine**
- 53 **Checkpoint Ausbildung**
- 89 **Schaufenster KONTAKTLINSE**
- 90 **Oppicker/Impressum**
- 91 **Kleinanzeiger**

AKTUELL

- 12 HOF: Kleine und junge Labels kommen ganz groß raus
- 15 monVedere: Neues Marketing-Unternehmen für unabhängige Augenoptiker
- 16 Zweiter „RUB-Schulsportbrillentest“ liefert Anfang 2015 Ergebnisse
- 19 Einordnung und Bewertung aktueller Branchenzahlen
- 22 Rundumblick – Verbandstag der Augenoptiker und Optometristen in NRW
- 25 Achtung! Gefährlich!
- 28 Rezension: Checkliste Augenheilkunde
- 29 Rezension: Ja, ich möchte die Umsätze steigern – aber richtig!
- 29 Irrglauben der aktuellen Optometrie
- 30 DOZ-Leserreise 2014 nach Ost-Kanada

BETRIEBSPRAXIS

- 36 Eine Analyse des deutschen augenoptischen Marktes und die Ableitung von Handlungsempfehlungen für mittelständische Augenoptiker
- 40 Das Verhältnis zwischen dem Augenoptiker und der gesetzlichen Krankenkasse in der Low-Vision-Rehabilitation
- 43 Vernetzung in der Low-Vision-Versorgung
- 46 Erfolg mit Low Vision – Handelsvertretung Walter Hurraß

FACHTHEMEN

- 48 Makulapigment und Sehen

FASHION

- 60 Labels to watch

SPEZIAL MADE IN...

- 64 „Made in... Germany, Austria und Switzerland“

KONTAKTLINSE

- 71 Kommentar: Weihnachtswünsche für 2015
- 72 Kontaktlinse Aktuell
- 74 SBAO-Tagung: Prädikat lohnenswert
- 78 Sieg und Niederlage bei der Keratoplastikversorgung mit einer Minisklerallinse
- 85 Wie im richtigen Leben: Torische Kontaktlinsen erfolgreich anpassen

Die Qualitätsversprechen – Made in Germany, Austria und Switzerland.

kurz und knapp

■ Ende Oktober und damit ungefähr einen Monat später als ursprünglich angekündigt hat der FassungsHersteller **Luxottica** seinen Ray-Ban-Online-shop nun doch eröffnet. Die Website zum Shop leitet den Endkunden mithilfe der Rubriken Sonnenbrillen, Sehbrillen, Remix, Gläser, the Lab und Never hide stories durch das Ray-Ban-Sortiment.

■ **LensWista AG:** Thomas Kordick scheidet nach Abschluss der Restrukturierung aus dem Vorstand aus.

■ Auf **www.zva.de** können eingeloggte Nutzer jetzt einen Online-Pressespiegel zum Thema Augenoptik einsehen. Berücksichtigt werden Meldungen aus der Publikumspresse.

■ Das Unternehmen **BoDe Design** aus Frammersbach übernimmt zum Anfang kommenden Jahres die Marke Converse für Deutschland und Österreich. Die neue Kollektion wird auf der opti 2015 präsentiert.

■ **Bader & Kupermann**, das Unternehmen für den Vertrieb von Fassungen, ist innerhalb Nürnbergs umgezogen. Seit Anfang Dezember residiert die Firma nun im City Park Center Nürnberg, in der Zeltnerstraße 19.

Luxottica beendet Führungschaos

Nach dem Rücktritt zweier Vorstandschefs innerhalb eines Monats steht die künftige Leitung des Brillenkonzerns fest. Ende Oktober ernannte der Luxottica Aufsichtsrat den Manager Adil Mehboob-Khan im Einverständnis mit Firmengründer Leonardo Del Vecchio zum Co-Vorstandschef. Ab Januar kommenden Jahres soll Mehboob-Khan die neue Position besetzen und zusammen mit dem Manager Massimo Vian das börsennotierte Unternehmen leiten. Zu seinen Aufgaben wird die strategische Ausrichtung zählen. Der Brite hatte zuvor für den US-Konsumgüterhersteller Procter & Gamble gearbeitet.

Vorstandswechsel bei der VDCO

Am 12. Oktober 2014 fand die diesjährige Jahreshauptversammlung der VDCO statt. Die Mitglieder befanden einstimmig über die Besetzung des VDCO-Vorstandes für die kommenden drei Jahre. Maarten Hobé wurde zum 1. Vorsitzenden der VDCO gewählt. Das Team um Maarten Hobé bilden: Esther Adam und Stephan Hirschfeld als stellvertretende Vorsitzende, Roger Anhalm als Schatzmeister, Reinhard Fröhlich als Schriftführer und Marieh Esmaelpour und Judith Seidel als Beisitzerinnen. Prof. Dr. Manuel Fraatz und Hans-Jörg Etzler traten nicht mehr zur Wahl an.



Zuwachs für den Wissenschaftlichen Beirat der DOZ

Zum 1. Januar 2015 wird Peter Gumpelmayer (Foto) aus Linz (Österreich) den Wissenschaftlichen Beirat der DOZ erweitern. Gumpelmayer ist Optometrist, Hörgeräteakustiker, Bachelor of Optometry, Geschäftsführer der Dr. Gumpelmayer Augenoptik GmbH in Linz (Österreich), Bundesinnungsmeister der Gesundheitsberufe in Österreich und designierter ECOO-Präsident (president-elect).

r+h Wissenschaftspreis verliehen

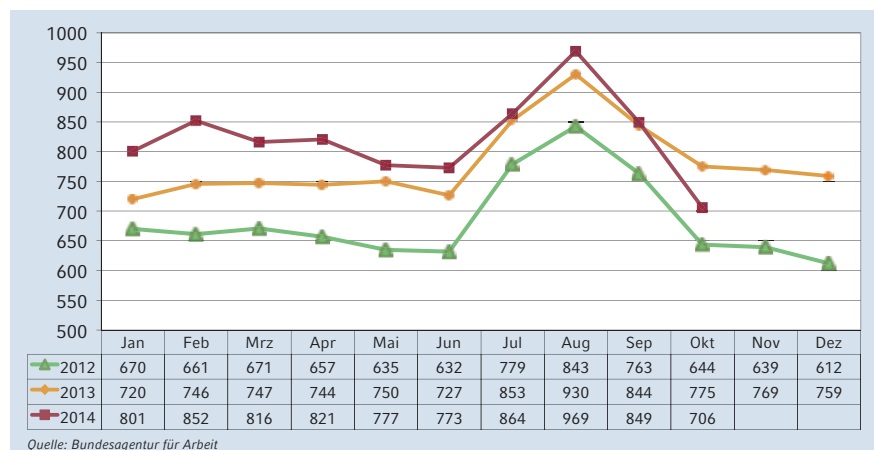
Der r+h Wissenschaftspreis wurde in diesem Jahr während eines Festakts auf dem Campus der Ernst Abbe Hochschule in Jena an drei Absolventen verliehen: An Markus Leicht, der sich in seiner Masterarbeit mit dem Titel „Humane Faktoren der visuellen Verarbeitung von stereoskopischen und holographischen 3D-Technologien“ wissenschaftlich mit der visuellen Verarbeitung von 3D-Bildern beschäftigte. Jeweils einen Sonderpreis erhielten die Bachelor-Absolventinnen Stefanie Arendt und Linda Hantsch von der Beuth Hochschule Berlin.

Marcolin will Made-in-Italy-Produktion verdoppeln

Der italienische Brillenhersteller Marcolin hat eine 3.500-Quadratmeter große Produktionsstätte im Herzen des Brillenhersteller-Region Longarone (Region Venetien/Italien) erworben. Der neue Standort wird den Betrieb voraussichtlich im Sommer 2015 aufnehmen. Mit dem Schritt will das Unternehmen langfristig seine Gewinne maximieren, die Beschäftigungssituation verbessern und seine eigene Made-in-Italy-Produktion verdoppeln.

BRANCHENZAHLEN

Arbeitslosigkeit auf Tiefststand gesunken



Quelle: Bundesagentur für Arbeit

Die Arbeitslosigkeit in der Augenoptik ist seit Januar 2013 im Monat Oktober auf den niedrigsten Stand gesunken: So fanden 706 arbeitssuchende Augenoptiker keine Stelle. Dies sind 143 Personen weniger als im Vormonat September.

kurz und knapp

■ Der Mutlichannel-Optiker **Edel-Optics** (Hamburg) ist neuer Sponsorpartner der Hamburg Towers. Der On- und Offline Markenbrillen-Discounter wird das Basketballteam für die laufende Saison 2014/15 unterstützen.

■ In seinem neuen Film „20.000 Days on Earth“ trägt der australische Schauspieler und Musiker die Sonnenbrille „No1 Sun Rolf“ von **Mykita** (Berlin). Das Filmprojekt porträtiert die 24 Stunden des 20.000sten Tages im Leben von Cave und vermischt dabei fiktive Begebenheiten mit dokumentarischen Aufnahmen. Die goldfarbene Edelstahl-Fassung ist mit braunen Verlaufsgläsern der Marke Zeiss ausgestattet.

■ Die neue Website des Schweizer Brillenlabels **götti** (Wädenswil, Schweiz) ist Anfang November online gegangen. Die Homepage bietet News rund um das Unternehmen, Presseartikel, Persönliches von Designer Sven Götti und Infos zur Produktion der Fassungen.

■ Der Rapper der deutschen Hip-Hop-Band „Die Fanstastischen Vier“ Smudo alias Micheal Bernd Schmidt trägt in dem Video zur Single „Und los“ die markante Casal-Sonnenbrille 627 der **op Couture Brillen GmbH** (München). Die Vorreiter des deutschen Hip-Hops feiern in diesem Jahr ihr 25-jähriges Bestehen.

■ Zu den Designer-Brillenfassungen der schwedischen Brillenmarke **Staffan Preutz Design** (Boden, Schweden) sind jetzt mehrere Videos mit Anleitungen online zu finden. Die kurzen Filme, die durch die **New Line Optik GmbH** (Berlin) zur Verfügung gestellt werden, bieten eine Hilfestellung bei der Montage der Brillenfassungen.

Neue Vertriebsdirektorin für Deutschland und Österreich

mark'envoy: Zur Unterstützung und zum Ausbau des Vertriebes in Europa und weiteren Regionen hat mark'envoy Personalized Care Nadine Ohletz zur neuen Vertriebsdirektorin für Deutschland und Österreich ernannt. Die qualifizierte Augenoptikerin mit umfangreichen Vertriebserfahrungen ist bereits seit Jahren in der Augenoptik-Branche sowohl im Verkauf als auch im Vertrieb tätig. Zuletzt war sie als Verkaufsleiterin bei mark'envoy zuständig für den erfolgreichen Aufbau neuer Geschäftskontakte. Seit über sieben Jahre ist sie für das Unternehmen tätig, 2012 trat sie dem Team in Vollzeit bei. Ohletz hat wesentlich zum Wachstum des spanischen Kontaktlinsen-Herstellers in Deutschland beigetragen und ihr Aufstieg sei eine natürliche Folge ihrer ausgezeichneten Arbeit und ihres Engagements, heißt es in einer Pressemitteilung des Unternehmens.



Nadine Ohletz



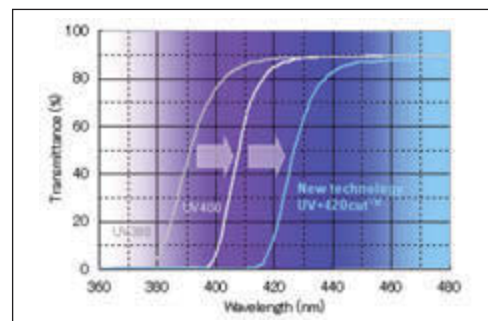
Bastian Riebold

Neuer Vertriebs- und Marketingleiter

Menicon: Bastian Riebold ist seit Mitte Oktober neuer Vertriebs- und Marketingleiter der Menicon GmbH. Der 34-jährige Augenoptikermeister und Kontaktlinsenspezialist kam im Juli 2010 ins Unternehmen und war bisher als Regionalleiter Süd und stellvertretender Vertriebsleiter tätig. Die Position des stellvertretenden Vertriebsleiters wurde von Jens Klappoth übernommen, ehemals Regionalleiter Nord. „Im Fokus steht eine zielgerichtete Beratung für unsere Kunden, um mit bestehenden und kommenden Innovationen aus dem Hause Menicon ‚die Kontaktlinse‘ noch stärker und erfolgreicher im Markt zu etablieren“, freut sich Bastian Riebold auf seine neue Herausforderung.

Neues Brillenglas-Material „UV+420cut“

Mitsui Chemicals: Das japanische Chemieunternehmen hat Ende Oktober mit dem Verkauf seines neuen Brillenglas-Materials „UV+420cut“ begonnen, das die Augen nicht nur vor UV-Strahlung, sondern auch vor Licht im Wellenlängenbereich von 400 bis 420 Nanometer schützen soll. Aktuelle Studien haben gezeigt, dass das kurzwellige Licht zur Entstehung von Altersbedingter Makuladegeneration (AMD) und Katarakt beitragen, heißt es in der Pressemitteilung des Unternehmens. Während konventionelle Sonnenbrillen bereits über diesen zusätzlichen Schutz verfügen, ist das bei Korrektionsgläsern bisher nicht der Fall, heißt es weiter. Das neue Material ist vorerst für die Brechungsindizes 1,67 und 1,74 verfügbar.



„UV+420cut“ absorbiert zusätzlich zur UV-Strahlung Licht im Wellenlängenbereich 400 bis 420 nm.



Drahtlose Verbindung zwischen Skibrille und Action-Cam

Oakley: Der Sportbrillen-Hersteller hat Ende Oktober die Zusammenarbeit mit Garmin bekannt gegeben. Die Partnerschaft sei eingegangen worden, um den nächsten Schritt in der Weiterentwicklung der Oakley Airwave Skibrillen-Technologie auf den Weg zu bringen. Die Oakley Airwave Snow Goggle mit Heads-Up-Display wird in Kürze als Wireless-Video-Display und Fernbedienung für die Garmin VIRB Elite Action-Cam fungieren. Wireless-Technologie und eine speziell entwickelte App ermöglichen eine Verbindung zwischen dem Heads-Up-Display der Skibrille und der Action-Cam. „Es ist uns eine Ehre, mit Garmin zusammenzuarbeiten, und wir freuen uns, das bereits jetzt überwältigende Funktionsspektrum der Airwave-Schutzbrillen nochmals zu erweitern“, so Chris Donnelly, Senior Vice President of R&D & Optics von Oakley.

The Green Collection für Golfsportler

ic! berlin: Mit der neuen „The Green Collection“ vereint das Berliner Brillen-Label Mode, Design und Funktionalität für das Golfspiel. Nach dem Motto „form follows function“ sind die Brillen federleicht und dennoch unkaputtbar. Mit OptiSwiss, einer Tochtergesellschaft der Carl Zeiss AG, hat ic! berlin einen Partner für die Kollektion gefunden, dessen Gläser für eine kontrastreiche und blendfreie Sicht sorgen.



Die Brillengläser in den Farben „Photo Copper“ und „Photo Orange“ wurden speziell für den Golfsport entwickelt, um den Kontrast der Farbe Grün und Weiß zu stärken. Um optimal für das Licht- und Schattenspiel auf dem Platz gewappnet zu sein, verdunkeln sich die leichten und bruchsicheren Trivex-Brillengläser durch phototrope Moleküle je nach Intensität der UV-Einstrahlung. Jedes der sechs Modelle ist in den Farben black, pearl und electric green erhältlich und durch den grünen Clip am Brillengelenk zu erkennen – ab Anfang 2015 verfügbar.

Neuer Mehrheitsgesellschaftler

Top Look: Der Hersteller und Fassungs-großhändler aus Kissing ist zum 1. Oktober 2014 mehrheitlich vom norwegischen Familienunternehmen HTS Hans Torgersen & Sønn AS übernommen worden. Der weiterhin für Top Look tätige Geschäftsführer Christoph Ellwein verspricht sich vor allem aus der künftig engen Kooperation mit der Sportbrillenmarke Swiss Eye positive Synergieeffekte und wertvolle Ergänzungen zum eigenen Portfolio, bestehend aus den Korrektionsbrillen-Marken Top Look, maxey, ICU und TAO. HTS blickt auf eine über einhundertjährige Tätigkeit als Hersteller von Sicherheitsausrüstung im Bereich Sport und Freizeit sowie von Kindersitzen, Fahrrad- und Skihelmen und Autotransportsystemen zurück. Zusätzlich ist das Unternehmen bereits seit vielen Jahren mit der Sportbrillenmarke Swiss Eye in der europäischen Augenoptik-Branche aktiv.

Anzeige

ATG Lens GmbH



Gleitsichtgläser
Made in Stuttgart

1+1
Kostenlos !





www.atglens.de

Verabschiedung von Gerd-Kurt Schwieren

AOI Köln: Nach über 33 Jahren Engagements für den Berufsstand und für die Kölner Augenoptikerinnung (AOI) ist Gerd-Kurt Schwieren am 22. Oktober feierlich aus seinem Amt als Obermeister der AOI Köln verabschiedet worden. Kai Jäger, staatlich geprüfter Augenoptiker und Augenoptikermeister sowie Optometrist (ZVA) und bisheriger Stellvertreter von Schwieren, wurde im Rahmen der Innungsversammlung zum neuen Obermeister der Innung Köln gewählt. Neuer stellvertretender Obermeister ist



Verleihung des Ehrenzeichens des Augenoptiker- und Optometristenverbandes NRW an Gerd-Kurt Schwieren (links) durch Thomas Heimbach, Vorsitzender des AOV NRW.

Heinz-Peter Faßbender. Thomas Heimbach, Vorsitzender des Augenoptiker- und Optometristenverbandes NRW, verlieh während der Versammlung dem scheidenden Obermeister das Ehrenzeichen des Verbandes. Er würdigte damit unter anderem das große Engagement Schwierens im Zusammenhang mit der Fusion des nordrheinischen und westfälischen Landesverbandes zum Augenoptikerverband NRW im Jahr 2009.

Individualisiertes Marketing für Augenoptiker

Zeiss: Um den Vertrieb der Produkte über die Augenoptiker zu optimieren und sie bei der Umsetzung eigenständiger Marketingmaßnahmen zu unterstützen, setzt der Brillenglashersteller aus Aalen auf ein Marketing Management System des Essener Unternehmens Mehrkanal. Im Fokus steht dabei die individuelle Ansprache potenzieller und bestehender Kunden. Die bisher allgemeingültig gehaltenen Werbemittel können nun von den Augenoptikern speziell auf ihre Bedürfnisse angepasst werden. So bekommen sie beispielsweise die Möglichkeit, klassische Printwerbemittel nicht nur mit unterschiedlichen Bildern oder Textblöcken zu gestalten, sondern diese auch mit ihrem Händlereindruck zu versehen. Neue Wege geht die Carl Zeiss Vision GmbH auch mit dem E-Mail-Newsletter. Mit diesem Modul können die Augenoptiker hilfreiche Tipps rund um Brillengläser an ihre Bestandskunden versenden. Ein weiteres Tool des Marketing Management Systems ist der zentrale Mediapool, in dem alle angeschlossenen Partner jederzeit Zugriff auf Motive und Marketingelemente von Zeiss haben.

LESERBRIEFE

Antwort auf den Leserbrief von Helmut Goersch in DOZ 11-2014, Seite 11, zum Artikel „Irrglauben der aktuellen Optometrie“ von Clavus Vistix, DOZ 10-2014, Seite 24.

Guten Tag Herr Dr. Goersch, das mit dem Titel tut mir sehr leid! Das zeigt nur meine Hochachtung.

Ich konnte mir nicht vorstellen, dass Sie den Titel Professor nicht führen! Benennungen zeigen halt oft nicht die echte Bedeutung von Menschen und Dingen.

Zu meinem Namen: „Clavus Vistix“ soll in Asterix-Latein „das sehende Hühnerauge“ bedeuten. Die Idee dahinter: Wenn man von unten hinauf schaut, ändert das die Perspektive.

Ihre Ausführungen lassen sich nicht widerlegen! Sie nennen Quellen von

1927, 1961, 1986 und aus dem Internet von „Textlog“ und aus „Wikipedia“. Textlog ist eine Sammlung historischer Wörterbücher und Wikipedia gibt bei „Korrektion“ auch „Korrektur“ als Synonym an. Sie bestätigen, dass Duden den Begriff „Korrektion“ als veraltet bezeichnet. Das finden Sie schade, was ich durchaus verstehen kann.

Aber die Sprache schleift sich ab. Es kommen neue Begriffe dazu und andere verschwinden. Was meinen Sie, wie viele junge Fachleute heute noch wissen, was eine Bröckelzange ist? Ich habe mich bisher immer bemüht, in Ihrem Sinne zwischen den beiden Begriffen „Korrektion“ und „Korrektur“ zu unterscheiden. Nun hat sich die deutsche Sprache aber verändert. Meiner Ansicht nach sollte Duden für uns der Maßstab sein. Es wäre des-

halb sicher sinnvoll, in Zukunft auf den Begriff „Korrektion“ zu verzichten. Das würde auch Übersetzungen vereinfachen, denn ich kenne keine Sprache, die diese beiden Begriffe so benutzt und versteht, wie es bisher bei uns der Fall war.

Es gibt eine Alternative: Sie stellen den Antrag, dass Duden das Wort „Korrektion“ als Fachwort der Optometrie aufnimmt. Es gibt ja auch heute schon eine zweite Anwendung des Begriffes bei Duden. In der Schweiz wird als „Korrektion“ die Regulierung eines Baches oder eines Flusses bezeichnet.

Wäre das aber Ihrer Ansicht nach nicht eher eine Korrektur?

Mit freundlichen Grüßen
Clavus Vistix

„Newcomer of the Year Award“ 2014



werden die beiden Veranstaltungen in Deutschland künftig unter dem Namen „die Brillenmesse“ auftreten. Die Zürich Edition wird ihren Namen behalten.

Die Hall of Frames findet nächstes Jahr am 4. und 5. Oktober wieder im Kongresshaus in Zürich statt. Auch in Stuttgart wird die Brillenmesse wieder im Herbst in der Motorworld am 17. und 18. Oktober durchgeführt.

Stimmen zur HALL OF FRAMES in Stuttgart

Die Veranstalter



Das „Hall of Frames“-Organisations-Team: Dirk Geissmann, Nathanaël Wenger und Steffen Keil.

Nathanaël Wenger, Hall of Frames: Wie ist die Hall of Frames Stuttgart gelaufen?

Wir ziehen ein positives Fazit. Vor allem der Samstag war gut besucht, der Sonntag war unter unseren Erwartungen, das lag sicher auch an dem schönen Wetter an diesem Wochenende. Die Stimmung

war sehr entspannt und wir haben das Gefühl, dass wir mit diesem Format in Süddeutschland angekommen sind. Wir haben punktuell die Besucher und die Aussteller befragt und beide Gruppen haben uns gute Noten gegeben.

Wo liegt der Schwerpunkt der HOF?

Die Brille ist klar im Zentrum unserer Messe. Die Fakten liegen wortwörtlich auf dem Tisch und alles, was von der Brille ablenkt, wird auf ein Minimum reduziert. Natürlich wollen wir möglichst viele Originale haben. Das heißt Kollektionen, die entweder Trends in der Branche setzen oder zukünftige Zugpferde sein könnten. Darum geben wir den Newcomern auch so viel Raum und Aufmerksamkeit.

Wie entstand die Idee für die Messe?

Das hat sich so ergeben. Vor etwa sieben Jahren haben drei Kollektionen einen Raum in einem Hotel in Zürich gemietet und ihre Kunden eingeladen. Die Hall of Frames ist sukzessiv gewachsen. In der Anfangszeit waren wir in verschiedenen Schweizer Städten unterwegs sowohl im Frühling als auch im Herbst. Bald war klar, dass die meisten Besucher nach Zürich kamen und der Herbst ideal ist.

Nächstes Jahr findet die Messer zum ersten Mal in Köln statt. Ist die Veranstaltung für weitere Städte geplant?

Nein, unser Fokus liegt ganz auf Köln, Stuttgart und Zürich.

Welche Erwartungen habt ihr für die Messe in Köln?

Unsere Erwartungen sind sehr hoch, da es im Ballungsgebiet von Köln dreimal so viele Augenoptiker gibt, wie im Raum Stuttgart. Dazu kommt, dass Köln eine Messetradition hat und die Leute förmlich darauf gewartet haben, dass es wieder eine Brillenmesse gibt. Auf jeden Fall scheinen wir offene Türen einzurennen. Und so freuen wir uns sehr auf diesen Anlass Ende April.

Die Aussteller



Die „Onkel Ferdi“-Gründer Ulrich Bittlinger, Christiane Hetjens und Ingo Herrmann.

Christiane Hetjens, Geschäftsführerin Onkel Ferdi: Wie war für Sie die Hall of Frames in Stuttgart?

An der Hall of Frames haben wir zum ersten Mal teilgenommen und können eine positive Bilanz ziehen. Es waren zwar weniger Besucher da, als wir erwartet hatten, aber unter dem Strich war es erfolgreich für uns und wir konnten unsere gesteckten Ziele erreichen. Außerdem haben wir den dritten Platz beim „Best in Show“ Publikumsaward belegt, was uns sehr stolz macht. Denn wenn die Kunden ▶

Zweiter „RUB-Schulsportbrillentest“ liefert Anfang 2015 Ergebnisse

Es bedarf eines langen Atems, um auf die Notwendigkeit des optimalen Sehens im Sport aufmerksam zu machen. Die aktuelle Arbeit der ASiS AG zielt in die richtige Richtung.

Dass Augenoptiker und Augenärzte gut zusammen arbeiten können, ist nicht so ungewöhnlich – und das weiß auch so ziemlich jeder Augenoptiker. Wenn aber Vertreter der beiden Gesundheitsberufe außerhalb des beruflichen Alltags an einem Tisch sitzen und gemeinsam an einem Projekt arbeiten, noch dazu unterstützt durch BVA (Berufsverband der Augenärzte) und ZVA (Zentralverband der Augenoptiker), dann ist das schon einer gesonderten Erwähnung wert. Die beiden Verbände verfolgen oft dieselben Ziele, aber im Rahmen des „RUB-Schulsportbrillentest“ auf der Grundlage des ASiS-Anforderungskataloges an „Schulsportbrillen“ und „schulsporttaugliche Kinderbrillen“ funktioniert die Zusammenarbeit perfekt und vorbildlich für andere Themen.

Das sogenannte Experten-Rating, zu dem sich die Ärzte und Optiker Anfang November in den Räumen der Ruhr-Universität Bochum zusammengefunden hatten, bildete den Abschluss des zweiten wissenschaftlichen Tests von Kinderbrillen, der nicht zuletzt durch die Aufnahme der zertifizierten Brillen in das Bonusprogramm der größten deutschen gesetzlichen Krankenkasse an Bedeutung gewonnen hat. Die Kooperation mit der Barmer/GEK und deren Angebot an die rund 8,7 Mio. Versicherten ist ein passender Anlass, die Ziele der ASiS AG noch einmal zu hinterfragen, den erwähnten Test und dessen Relevanz für die Augenoptiker zu erläutern und den Nutzen der gemeinsamen Aktion der verschiedenen Verbände und Organisationen herauszustellen – ehe das erweiterte Bonusprogramm der Krankenkasse Anfang 2015 greift und die aktuellen Testergebnisse und zertifizierten Brillen ebenfalls zu Beginn des neuen Jahres kommuniziert werden.

Aktion „Sehen und Sicherheit im Sport“

Die Arbeitsgemeinschaft Sicherheit im Sport – kurz: ASiS – hat bereits vor einigen Jahren eine Arbeitsgemeinschaft „Sehen und Sicherheit im Sport“ (die ASiS AG) und einen runden Tisch ins Leben gerufen. Unter der Leitung von Dr. Gernot Jendrusch (Ruhr-Universität Bochum, RUB) und dem Mitwirken von Experten der Berufs- und Sportverbände, Versicherer, der Wissenschaft, der Industrie und nicht zuletzt der Elternschaft hat dieser runde Tisch die Aktion „Gutes Sehen in Schule und Schulsport“ gestartet. Sie hat sich in erster Linie zum



Die Informationsbroschüre für Eltern, Lehrer und auch Augenoptiker muss im neuen Jahr nach Abschluss des zweiten RUB-Schulsportbrillentest aktualisiert werden.

Ziel gesetzt, dass alle fehsichtigen Schüler und Schülerinnen mit einer sporttauglichen Brille oder mit Kontaktlinsen am Sportunterricht teilnehmen (können).

Letztlich geht es darum, dass fehsichtige Kinder und Jugendliche mit derselben Sicherheit Sport treiben können wie Gleichaltrige, die keine Sehhilfe benötigen. Dazu aber muss die Aktion zunächst einmal auf das Problem aufmerksam machen, was sie – stark vereinfacht ausgedrückt – wiederum durch den Schulsportbrillentest zu erreichen versucht, inklusive der Öffentlichkeitsarbeit dafür. Im vergangenen Jahr gab es nach dem ersten Test, bei dem insgesamt sieben Brillen zertifiziert wurden, eine Pressekonferenz, bei der Tischtennisstar Timo Boll nachdrücklich den Zusammenhang zwischen der Sehleistung und der motorischen wie körperlichen Entwicklung aufzeigte. Dass davon auch die schulische Leistung maßgeblich beeinflusst wird, mag manchem Fachmann, vielleicht auch einigen Lehrern noch bewusst sein – die meisten Eltern machen sich darüber leider weniger Gedanken. Um das zu ändern, legte die ASiS AG eine Informationsbroschüre auf und erstellte eine Internetseite (www.sicherheitim-sport.de), dort in der Navigation unter „Sehen im Sport“, die nicht nur die Voraussetzungen für ein freudiges und erfolgreiches Lernen und Sporttreiben nennen, sondern auch die zertifizierten und für den Schulsport als tauglich befundenen Brillen präsentiert.

Internetseite wird aktualisiert, neue Flyer werden gedruckt

Die Internetseite wird zu Beginn des neuen Jahres aktualisiert werden müssen, ebenso gehen dann neue Flyer in den Druck. Weitere Maßnahmen, um für die Notwendigkeit einer sporttauglichen Korrektur einer Fehlsichtigkeit zu werben, sind geplant, so dass an möglichst vielen Orten möglichst viele Leute die Gefahren und Folgen kennen lernen, die



Experten-Rating in Bochum: Maarten Hobé (links, Vorsitzender der VDCO) und Dr. Dieter Schnell (BVA) prüfen die Kinderbrillen für den Schulsportbrillentest eingehend aus der Sicht des Fachmannes.



Reinhard Fischbach (links, WVAO) und Dr. Thomas Katlun (BVA) werfen einen genauen Blick auf die zuvor schon auf „Herz und Nieren“ getesteten Brillen.

einreichen, um das Geld zu erhalten, die Service GmbH rechnet dann gesammelt mit der Krankenkasse ab. Im Gegenzug wird von Seiten der Barmer/GEK für diese Kooperation geworben und auf die Online-Optikersuche auf der Kampagnen-Webseite der Innungsmitglieder www.1xo.de verwiesen.

Ein großer Schritt für das gesamte Projekt: Die Aufnahme in das Bonusprogramm und die Kommunikation dieser Aktion an 8,7 Mio. Versicherte der Barmer/GEK bedeuten eine erhöhte Aufmerksamkeit und Sensibilisierung für das gemeinsame Anliegen. Seitens der Augenoptiker wird die Wahrnehmung

der ASiS-getesteten Brillen ebenfalls zunehmen, auch wenn nicht jeder Kollege sich damit anfreunden wird, sein Sortiment dahingehend anzupassen, um mit Bonus-Gutscheinen „bewaffnete“ Kunden „beglücken“ zu können. Letztlich steigt aber zumindest die Einsicht, für den Schulsport eine andere, eine zweite Sehhilfe anschaffen zu müssen – das können übrigens ebenso gut Kontaktlinsen sein. Geht es nach den Beteiligten der Aktionsgemeinschaft sind der zweite Test und die Gutscheinaktion nur eine Übergangsphase. Denn die Industrie zieht bereits jetzt mit und wird ihr Sortiment vermutlich auf lange Sicht den gestellten Anforderungen anpassen. Die werbliche Nutzung des erfolgreich absolvierten Tests ist bei einigen Herstellern jedenfalls schon angelaufen. Wer weiß, vielleicht wird sich der „RUB-Schulsportbrillentest“ nachhaltig in der Branche – und hoffentlich darüber hinaus – etablieren?

Man darf demnach gespannt sein auf die neuen Testergebnisse

Man darf demnach den neuen Testergebnisse im kommenden Jahr entgegen fiebern; die Barmer/GEK als auch und die Augenoptiker dürfen zudem auf das Echo der Gutschein-Idee gespannt sein. So oder so muss dem Anliegen der ASiS und allen Beteiligten großer Respekt gezollt werden für das bislang Erreichte in Sachen Sicherheit im (Schul-)Sport und hinsichtlich der Chancengleichheit der Entwicklung rechtsichtiger und fehlsichtiger Kinder. Denn die Sensibilisierung für die Notwendigkeit eines optimalen Sehens beim Sport kann erfolgsversprechend nur von der Seite der Fachleute aus angeschoben werden – und dazu bedarf es zusätzlich eines langen Atems! ■

Ingo Rütten, Pressesprecher des ZVA

Anzeige



Zur interaktiven Kommunikation finden Sie uns auf facebook

www.facebook.com/dozverlag

