DEUTSCHE OPTIKERZEITUNG

DOZ

Optometrie & Fashion

04 | 2015

EXTRA: Brille&Mode

1. April 2015 • Jahrgang 70 D 3509 • ISSN 0344-7103

www.doz-verlag.de

MEHR BRILLE MEHR ERFOLG

Jetzt teilnehmen und Erfolg sichern!

Hotline 0180 6 212140*

VARILUX®

Deutschlands große Endverbraucherkampagne

*0,20 €/Anruf, Mobilfunk abweichend

Spezial:
Sportbrillengläser im Marktüberblick

Fachthemen:
Der Einstell-astigmatismus

Fortbildung:
Augenoptik als Selbstverwirklichung oder als Broterwerb?

Schneller, höher, weiter

Judith Kern
DOZ Chefredakteurin

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

Wie viel Wucht hält die Sportoptik für den Augenoptiker bereit? Das fragte ich mich bei der Beschäftigung mit dem Schwerpunkt Sportoptik zu dieser Ausgabe. Sport treiben hat gesellschaftliche Bedeutung, stärkt die Gesundheit und schafft Kontakte – so meine spontane Einschätzung des Themas. Ein Blick in die Outdoor-Sport-Studie 2014 der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) bestätigte: Regelmäßig sporteln tut in der Freizeit gut die Hälfte der Deutschen. Dennoch haben die stationären Augenoptiker die Sportoptik als Umsatztreiber noch nicht so recht für sich entdeckt. Bundesweit gibt es laut Zentralverband der Augenoptiker (ZVA) lediglich 13 Augenoptiker mit dem Zusatz Sportoptik – mit sinkender Tendenz. Seltsam dies, möchte man meinen, da das gute Sehen doch eine zentrale Rolle beim Sporttreiben spielt.

Sogar die jüngste Allensbach-Brillenstudie 2014/2015 des Kuratorium Gutes Sehen e.V. (KGS) greift das Thema auf. Für die Erhebung wurden insgesamt mehr als 25.000 Endverbraucher zum Thema Brille befragt. Danach treiben 62 der insgesamt 63,5 Prozent der erwachsenen Brillenträger in Deutschland nur mit Brille Sport. Allerdings greift die Hälfte der befragten Menschen dabei zu ihrer Alltagsbrille, neun Prozent wählen die Sonnenbrille und lediglich drei Prozent trainieren mit einer speziellen Sportbrille auf der Nase. Hinzu kommt, dass die meisten der Befragten Sportarten bevorzugen, die keine Hightech-Fassungen erfordern. Darunter fallen beispielsweise Radfahren, Wandern, Joggen, Walken und Inlinern. „Das Aus für die Sportoptik“, folgern die einen. „Nicht doch“, antworten die anderen.

Bei genauerem Hinsehen steckt die Chance, bzw. die Wucht gerade in der Heterogenität der Zielgruppen der sporttreibenden Brillen- und Kontaktlinsenträger. Der Athlet, der für sein gutes Sehen eine Hightech-Sportbrille braucht, stellt lediglich ein Kundentypus von vielen dar. Hinzu kommen die Kunden, die beim Sport ihre Alltagsbrille, Kontaktlinsen und/oder eine normale Sonnenbrille tragen. Der Augenoptiker kann bei der Beratung also aus dem gesamten Brillen- und Kontaktlinsenkanon schöpfen und einen größeren Endverbraucherkreis adressieren. Mehr über die Möglichkeiten in der Kundenberatung in der Sportoptik finden Sie, liebe Leserinnen und Leser, im Spezial dieser Ausgabe. In derselben Rubrik erwartet Sie zudem eine Aufstellung der aktuellen Sportbrillengläser.

Ein weiteres Plus in der Kundenberatung sind die eigenen Erfahrungen im Sport, die Kontakte zu Gleichgesinnten und ein Spezialwissen über einzelne Sportarten. Ein reglementierter Themenschwerpunkt „Sportoptik“ lässt bislang in Aus- und Weiterbildung auf sich warten. Auch der auf der ZVA-Mitgliederversammlung in Düsseldorf verabschiedete neue Rahmenlehrplan gewährt der Sportoptik keinen eigenen Platz. Wissen zum Thema Sportoptik können Augenoptiker bislang in den Theorie- und Praxis-Workshops erwerben, die u.a. die WVAO, der ZVA und auch die Industrie anbieten.

Mit elastischen Grüßen

INHALT DOZ 04 | 2015

Brille hat gutes Image.

3D-Refraktion mit Blick auf Frankfurt/M.

Webinar als Alternative zum Präsenz-Seminar.

Flotte Brillen für den Sport.

1 ..... **Editorial: Schneller, höher, weiter**
5 ..... **Express**
8 ..... **News & Names**
28 ..... **Schaufenster AUGENOPTIK**
58 ..... **Leserreise**
73 ..... **Checkpoint Ausbildung**
81 ..... **Termine**
89 ..... **Schaufenster KONTAKTLINSE**
90 ..... **Oppicker/Impressum**
91 ..... **Kleinanzeiger**

AKTUELL

12 ..... KGS-Allensbach-Studie 2014/15 zeigt: Brille genießt positives Image
16 ..... Mit großen Schritten voran
18 ..... Südwestdeutsche WVAO Fachtagung 2015
20 ..... Mido legt bei Besuchern und Ausstellern zu
22 ..... Es lebe der Sport
25 ..... i'Synchro – die 3D-Refraktion powered by PasKal
27 ..... Glosse: Irrglauben der aktuellen Optometrie

SPEZIAL SPORTBRILLEN

30 ..... Wenn Augenoptiker in die Pedalen steigen
34 ..... Optimaler Durchblick beim Sport
36 ..... Auf die individuelle Beratung kommt es an
38 ..... Sportbrillengläser im Marktüberblick – beste Sicht und bester Schutz nicht nur für den Sport
54 ..... „Sport" – Das Thema der Brille des Monats im April

BETRIEBSPRAXIS

60 ..... Handlungsansätze für eine bessere Marktausschöpfung
63 ..... Firmenübernahme: Die Hürde der Finanzierung kann überwunden werden
66 ..... Die Augenoptiker als Glücksbringer
69 ..... Von der Schublade ins Schaufenster – Trends und Entwicklungen im Bereich Easy und Low Vision

FACHTHEMEN

71 ..... Der Einstellastigmatismus

FORTBILDUNG

76 ..... Augenoptik als Selbstverwirklichung oder als Broterwerb?
77 ..... Beuth Hochschule für Technik Berlin, University of Applied Sciences
78 ..... Bildungs- und Technologiezentrum für Augenoptik und Optometrie Rathenow
79 ..... Höhere Fachschule für Augenoptik Köln (HFAK)
80 ..... Hochschule Aalen

KONTAKTLINSE

83 ..... Kommentar: Visualisierungen
84 ..... Kontaktlinse Aktuell
86 ..... Einfach und effektiv
88 ..... Kleiner Schritt – große Wirkung!

Augenoptiker- und Optometristenverband NRW mit neuem Vorstand

Im Rahmen der Delegiertenversammlung am 11. Februar 2015 in Dortmund wurde turnusmäßig der neue Vorstand des Augenoptiker- und Optometristenverbands NRW (AOV NRW) gewählt. Dabei bestätigten die Delegierten Thomas Heimbach und Christian Müller einstimmig in ihren Ämtern. Gerd-Kurt Schwierens Platz, der für keine weitere Wahlperiode zur Verfügung stand, nahm Kai Jaeger ein. Des Weiteren wurden Elfriede Cäsar, Dieter Großewinkelmann, Friedhelm Hannig, Michael Odo Hauck, Dirk Wölpert, Diethard Pankatz und Ulrich Schüttler gewählt. Außerdem wurde das Thema Nachwuchsgewinnung und Sicherung der Zukunft des Berufsstandes heiß diskutiert.

Der am 11.2.2015 gewählte Vorstand (v.l.n.r. ohne Christian Müller, der krankheitsbedingt fehlte): Kai Jaeger, Dieter Großewinkelmann, Dirk Wölpert, Elfriede Cäsar, Thomas Heimbach (Vorsitzender), Friedhelm Hannig, Michael Odo Hauck, Diethard Pankatz, Ulrich Schüttler

Eschenbach unterzeichnet „Bonner Erklärung“

Eschenbach Optik hat im Februar 2015 die „Bonner Erklärung“ unterzeichnet. Diese wurde im Sommer letzten Jahres vom Deutschen Blinden- und Sehbehindertenverband (DBSV) und der Bundesgemeinschaft der Seniorenorganisationen (BAGSO) auf der Fachtagung „Sehen im Alter“ verabschiedet. Zudem gründeten die Beteiligten ein Aktionsbündnis, um durch die Bündelung sämtlicher Kräfte sehbehinderte Menschen zu unterstützen und vermeidbaren Sehverlust zu verhindern.

Schweizerisches Bundesverwaltungsgericht erkennt deutschen Meisterbrief als gleichwertig an

Nach dem Urteil des schweizerischen Bundesverwaltungsgerichts vom 25. Februar 2015, das jetzt erst bekannt geworden ist, ist der deutsche Meisterbrief im Augenoptiker-Handwerk automatisch mit dem schweizerischen Titel „diplomierter Augenoptiker“ als gleichwertig anzuerkennen. Dieser berechtigt zur selbständigen Ausübung der Augenoptik in der Schweiz. Das Urteil ist noch nicht rechtskräftig.

Hochschulinformationstag an der HTW Aalen

Am Sonntag, 17. Mai 2015 findet der Hochschulinformationstag für den Studiengang Bachelor of Science in Augenoptik/Augenoptik und Hörakustik an der Hochschule Aalen – Technik und Wirtschaft statt. Die Interessenten können sich an dem Tag umfassend über das Studium informieren. Professoren und Studierende stehen zur Beantwortung offener Fragen zur Verfügung.

Infotag am ifb Karlsruhe

Am Sonntag, 19. April 2015 findet der nächste Infotag am Institut für Berufsbildung (ifb) in Karlsruhe statt. Ab 14 Uhr haben Interessierte die Möglichkeit, sich umfassend über die angebotenen Seminare sowie Meisterlehrgänge für Augenoptiker und Hörgeräteakustiker zu informieren. Zudem stehen die Unterrichts- und Laborräume während des ganzen Tages für Besichtigungen offen.

Umbenennung in Mecklenburg-Vorpommern

Am 17. Februar hat die Handwerkskammer Schwerin die Umbenennung der „Landesinnung des Augenoptikerhandwerks Mecklenburg-Vorpommern“ in „Landesinnung der Augenoptiker und Optometristen Mecklenburg-Vorpommern“ genehmigt. Die Innung ist damit – neben den Innungen Bremen/Niedersachsen und Nordrhein-Westfahlen – die dritte, die den „Optometrist“ im Namen führt.

Wüsten-Challenge in Namibia mit Brillen von Swisseye

Swisseye: Joey Kelly hat beim 441-Kilometer-Wüstenlauf quer durch Namibias Wildnis die Swisseye-Sportbrille C-Shield getragen. Die Scheiben des Modells passten sich automatisch der Lichtintensität an; Kelly ging als erster in Ziel. Sein Kontrahent, Andreas Ewald, lief bis zum Ende der Wüsten-Challenge mit dem Swisseye-Modell Constance und wurde Zweiter.

Joey Kelly

iF Design Award 2015 vergeben

Silhouette/Zeiss: Mehr als 50 Experten aus der ganzen Welt haben jeweils ein Produkt der Unternehmen Silhouette und Zeiss mit dem iF Design Award 2015 ausgezeichnet. Die unabhängige Fachjury ehrte die „Urban Lite" von Silhouette für die herausragende Gestaltung und die Designleistungen. „Die schönste Auszeichnung für uns sind viele zufriedene Brillenträgerinnen und -träger. Als Krönung freuen wir uns sehr, mit einem renommierten Designpreis wie dem iF Design Award ausgezeichnet zu werden", so Daniel Rogger, Silhouette CEO. Zeiss erhielt die Ehrung für das Virtual Reality Headset Zeiss VR One. Das Headset konnte in der Produktkategorie „Audio/ Video" überzeugen. Insgesamt wurden fast 5.000 Produkte aus 53 Nationen eingereicht. Die Preise wurden am 27. Februar in München übergeben.

Lieblingsbrille nachbauen

Unikat Brillenmanufaktur: Der Brillenhersteller baut seit Dezember 2014 Brillen nach. „Manche Kunden können sich von Ihrer Lieblingsbrille einfach nicht trennen", erklärte Dr. Frank Schlemmer, Geschäftsführer der Unikat Brillenmanufaktur.

Dazu wird die Form der Fassung abgescannt und in eine CNC-Fräse transferiert. Dort wird aus hochwertigem Azetatmaterial die Fassung hergestellt – der Kunde kann aus einer Palette von 20 Farben wählen. Zusätzliche Farbvarianten sind geplant. Alle Fassungen verfügen über ein Federscharnier. Die gesamte Produktion findet in der Brillenmanufaktur in Nürnberg statt, die Fassung ist also „Made in Germany". Jeder Augenoptiker kann diesen Service für seine Kunden unter www.unikat-brillenmanufaktur.de nutzen. Der Nachbau einer Fassung dauert etwa zwei bis drei Wochen.

Anzeige

KGS-Allensbach-Studie 2014/15 zeigt: Brille genießt positives Image

Foto: Rupp + Hubrach

Der Kreis der Brillenträger in Deutschland ist seit Jahren konstant hoch. Insgesamt nutzen derzeit 40,1 Millionen Erwachsene (ab 16 Jahren) eine Brille zur Korrektion von Sehschwächen. Der Anteil der Brillenträger in der erwachsenen Bevölkerung beträgt damit nahezu unverändert 63,5 Prozent. Auffällig ist jedoch die Zunahme des Anteils der Brillenträger unter den 20- bis 29-Jährigen; dieser hat sich im Laufe der letzten 60 Jahren nahezu verdreifacht. Auch der Kreis der Kontaktlinsenträger hat sich langfristig deutlich ausgeweitet. Gleichzeitig hat die Zahl der Brillenträger in den Altersgruppen der 30- bis 44-Jährigen sowie bei den mehr als 60-Jährigen leicht abgenommen. Der Leiter der Studie, Michael Sommer, Institut für Demoskopie Allensbach, erklärte diesen Trend damit, dass es Personen gibt, die früher eine Brille getragen haben, heute hingegen nicht mehr. Fast sieben von zehn ehemaligen Brillenträgern nannten als Grund für diesen Schritt die Verbesserung des eigenen Sehens im Vergleich zu früher. 13 Prozent gaben an, sich einer Laser-OP unterzogen zu haben; neun Prozent sind auf Kontaktlinsen umgestiegen. Zu diesen Ergebnissen kommt die aktuelle Allensbach-Brillenstudie zum „Sehbewusstsein der Deutschen" im Auftrag des Kuratorium Gutes Sehen e.V. (KGS).

Die Zahl der Brillenträger in Deutschland setzt sich heute aus knapp 36 Prozent „ständigen Brillenträgern" und 28 Prozent „gelegentlichen Brillenträgern" zusammen. Hier hat sich im Vergleich zu den letzten Jahren kaum etwas verändert (Abb. 1). Gleiches gilt für die getrennte Analyse der Brillenträger in Ost- und Westdeutschland, auch wenn weiterhin ein Strukturunterschied existiert: In den alten Bundesländern gibt es vergleichsweise mehr ständige, in den neuen Bundesländern vergleichsweise mehr gelegentliche Brillenträger (Abb. 2).

Mehr Brillenträger bei den Unter-30-Jährigen – Brillen gelten inzwischen als Persönlichkeitsverstärker

Die Analyse der langfristigen Trendentwicklung macht deutlich, dass sich der Anteil der Brillenträger in den letzten gut 60 Jahren in allen Altersgruppen erheblich ausgeweitet hat, überdurchschnittlich stark jedoch bei den Unter-30-Jährigen. Diese Altersgruppe ist auch die einzige, in der auch weiterhin ein Zuwachs zu beobachten ist. So trugen 1952 in Westdeutschland erst 13 Prozent der 21- bis 29-Jährigen eine Brille; heute sind es bereits 32 Prozent der 20- bis 29-Jährigen, die ständig oder gelegentlich auf eine Brille (Abb. 3) angewiesen sind.

Die langfristige Ausweitung des Kreises der Brillenträger ist unter anderem darauf zurückzuführen, dass die Beteiligung der Bevölkerung an Augenuntersuchungen bzw. Sehtests lange Zeit zugenommen hat. Auch der Abbau von Vorurteilen gegenüber dem Brilletragen sowie das immer bessere, breitere Angebot an Fassungen und Brillengläsern haben eine wesentliche Rolle gespielt. So sind heute 88 Prozent der Bevölkerung überzeugt, dass es mittlerweile „für jeden eine zu ihm passende Brille gibt".

Strukturzahlen Kontaktlinsenträger 2014

	Bundesrepublik insgesamt		Alte Bundesländer		Neue Bundesländer	
	%	(abs. in Mio.)	%	(abs. in Mio.)	%	(abs. in Mio.)
Es tragen Kontaktlinsen	5,2	(3,3)	5,8	(3,0)	2,8	(0,3)
darunter:						
regelmäßig	2,8	(1,8)	3,0	(1,5)	2,3	(0,3)
nicht regelmäßig	2,4	(1,5)	2,8	(1,4)	0,5	(0,1)
Es haben nur früher mal Kontaktlinsen getragen	5,0	(3,2)	5,2	(2,7)	3,8	(0,5)
Es haben noch nie Kontaktlinsen getragen	89,5	(56,5)	88,7	(45,4)	92,8	(11,0)
	99,7	(63,0)	99,8	(51,1)	99,5	(11,8)

Abb. 5: Basis: Deutsche Wohnbevölkerung ab 16 Jahre (insgesamt: 63,10 Mio.; West: 51,22 Mio.; Ost: 11,88 Mio.) Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfragen 11031 und 11032. © IfD-Allensbach

Der Kreis der Kontaktlinsenträger bleibt stabil

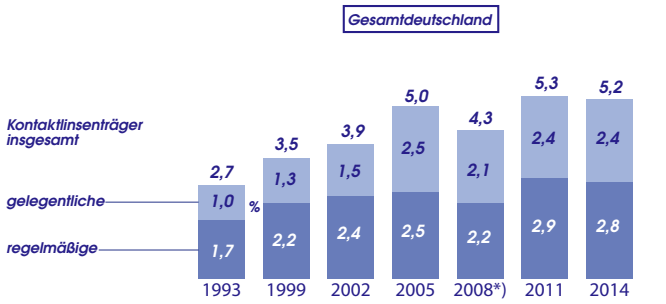

Abb. 6: *) Der 2008 ermittelte niedrigere Wert stellt keine signifikante Abweichung dar, er liegt innerhalb der mathematisch-statistischen Fehlerspanne bei Stichprobenerhebungen dieser Größenordnung. Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfragen, zuletzt 11031 und 11032. © IfD-Allensbach

Stabile Beteiligung an Sehtests

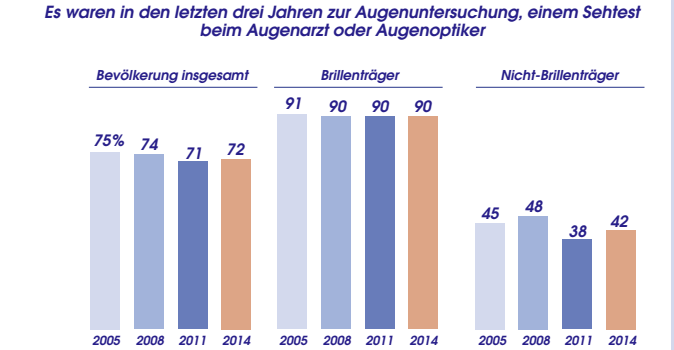

Abb. 7: Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre. Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfragen, zuletzt 11031. © IfD-Allensbach

Weiterhin nur schwache Beteiligung an Sehtests von Kraftfahrern ohne Brille – gerade im Alter von 40 bis 59 Jahren

Die letzte Augenuntersuchung/der letzte Sehtest bei einem Augenarzt oder Augenoptiker war –	Kraftfahrer ohne Brille – insgesamt %		Unter-40-Jährige %		40- bis 44-Jährige %		45- bis 49-Jährige %		50- bis 59-Jährige %	
in diesem Jahr, 2014	7		6		7		5		10	
2013	11	42	9	39	7	45	11	33	14	58
2012	12		12		12		10		19	
vor etwa 3 Jahren	12		12		19		7		15	
vor etwa 4 Jahren	6		7		5		5		6	
vor etwa 5 Jahren	7		5		15		6		5	
vor etwa 6 – 10 Jahren	9		11		4		9		2	
Länger her	16	45	16	49	15	35	26	56	15	31
Nur als Kind	6		8		4		4		x	
Noch nie	14		14		12		17		14	
	100		100		100		100		100	

x = unter 0,5 Prozent

Abb. 8: Basis: Bundesrepublik Deutschland, Kraftfahrer ohne Brille. Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 11031. © IfD-Allensbach

Weiterhin klares Mehrheitsvotum für obligatorische Wiederholungssehtests

Frage: "Es ist ja heute so, dass jeder, der eine Führerscheinprüfung machen will, vorher zu einem Sehtest muss. Da sich aber die Sehschärfe mit den Jahren häufig verschlechtert, ist nun vorgeschlagen worden, dass so ein Sehtest regelmäßig wiederholt werden muss. Würden Sie eine solche Regelung begrüßen oder nicht begrüßen?"

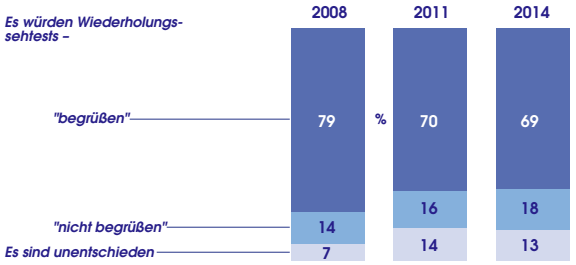

Abb. 9: Basis: Kraftfahrer in der Bundesrepublik Deutschland. Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfragen 10028, 10081 und 11031. © IfD-Allensbach

Verbreitet Zweifel am eigenen Sehvermögen

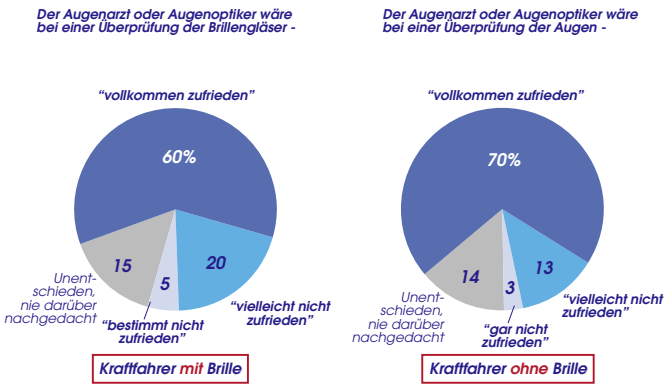

Abb. 10: Basis: Bundesrepublik Deutschland, Kraftfahrer. Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 11031. © IfD-Allensbach

Mit großen Schritten voran

Die Mitgliederversammlung des Zentralverbandes der Augenoptiker (ZVA) am 7. und 8. März in Düsseldorf hat unter dem Zeichen von Entscheidungen für die Verbands- und Berufspolitik, Vorträgen zu Fachthemen sowie Diskussionen gestanden.

Foto: Peter Magner

Torben Vahle, ZDH-Referatsleiter Gesundheitshandwerke, und Thomas Truckenbrod.

Der Präsident des ZVA, Thomas Truckenbrod, begrüßte die Gäste mit den Worten: „Wir können uns auf eine harmonische und prall gefüllte Tagung freuen“. Einen besonderen Dank sprach er den Organisatoren sowie Sponsoren der Tagung aus und ging anschließend zur Ehrung vier für die augenoptische Branche bedeutender Kandidaten über.

Dr. Wolfgang Wesemann, Direktor der Höheren Fachschule für Augenoptik in Köln (HFAK), und Georg Pawlowski, stellvertretender ZVA-Geschäftsführer, Leiter der Abteilung Aus- und Fortbildung und Geschäftsführer des ZVA-Bildungswerk e.V., wurden mit dem ZVA-Ehrenzeichen in Gold ausgezeichnet. „Dr. Wesemann steht für eine fachlich fundierte, dabei aber immer an den betrieblichen Bedürfnissen ausgerichtete, sehr praxisnahe Ausbildung. Die rund 1.850 Schüler der HFAK, die im vergangenen Vierteljahrhundert die staatliche Prüfung gemeistert haben, sind auf dem Arbeitsmarkt unverändert sehr begehrt“, hob Truckenbrod in seiner Laudatio hervor. Pawlowski hatte sich in seiner 37-jährigen Laufbahn im ZVA unter anderem federführend beim Praktischen Leistungswettbewerb, dem Tag der Optometrie, dem Fachwissenschaftlichen Ausschuss des ZVA sowie dem ZVA-Berufsbildungsausschuss eingebracht. Darüber hinaus brachte er die für die Augenoptik richtungsweisende Meisterprüfungsverordnung auf den Weg, die Truckenbrod als „Meilenstein für die Weiterentwicklung des Augenoptikerhandwerks“ einordnete. Anschließend verlieh Michael Odo Hauck, Sohn des Preisstifters Léon Hauck, den gleichnamigen Preis an Dr. Axel Fuhrmann, Hauptgeschäftsführer der Handwerkskammer Düsseldorf. Der ehemalige ZVA-Vizepräsident Gerd-Kurt Schwieren wurde nach knapp vier Jahrzehnten Ehrenamt in der Augenoptik gewürdigt und offiziell verabschiedet.

Foto: Peter Magner

Gespräche am Rande der Mitgliederversammlung.

Die Zukunft fest im Blick

Wie praxisnah die Überlegungen für die Zukunft sein können, stellte der ZVA-Präsident in seinem Bericht zur aktuellen Situation dar. Dieser begann mit der Evaluierung der reglementierten Berufe durch die EU-Kommission. „Wir können für die Augenoptik ein positives Fazit ziehen. Die EU-Kommission hat in Brüssel festgestellt, dass die Augenoptik in nahezu allen Mitgliedsstaaten in irgendeiner Form reglementiert ist. Zudem hat die Kommission aus den Gesprächen mitgenommen, dass die Augenoptik kein Beruf ist, der dem Einzelhandel zugeordnet

Südwestdeutsche WVAO Fachtagung 2015

Die WVAO hat am 08. März dieses Jahres die Augenoptiker im saarländischen Kloster Hornbach zur 5. Südwestdeutschen Fachtagung begrüßt. Die Veranstaltung stand unter dem Motto „Mit Sehkompetenz am Puls der Zeit". In der Branche bekannte Vortragende aus den Bereichen Optometrie und Ophthalmologie lieferten einen Überblick über die aktuellen Entwicklungen.

Nach einer heiteren Begrüßung durch WVAO-Geschäftsführer Hartmut Glaser ging es gefühlvoll weiter im Programm. Markus Schott, Gebietsverkaufsleiter Hoya Lens Deutschland GmbH, stellte die Hoya Neuromarketing Studie vor. Die Erhebung ging unter anderem folgenden Fragen nach: Was passiert bei einer Kaufentscheidung im Kopf? Welches Für und Wider spielt sich im Unterbewusstsein ab und wie kann es positiv beeinflusst werden? Die Studie belegt, dass ein Kauf auf emotionaler Ebene entschieden wird. Rationale Entscheidungen seien dabei zweitrangig, so Schott. Eben diese Emotionen auf Kundenseite könne auch der Augenoptiker für sich und sein Geschäft nutzen, hieß es in dem Vortrag weiter.

Zwei Augen sehen besser

„Mit beiden Augen liest man besser" postulierte Stephanie Jainta vom Leibnitz Institut Dortmund. Seit vielen Jahren beschäftigt sich das Leibnitz Institut mit der Verarbeitung binokularer Seheindrücke im Gehirn. Leicht verständlich schaffte es Frau Jainta die Zuhörer auf ihre Reise der neuronalen binokularen Sehreizverarbeitung beim Lesen mitzunehmen.

Entgegen der Reizweiterleitung ging es im Programm der Fachtagung von „hinten" nach „vorne" zum Sehnervenkopf. Marena Löhr führte durch eine Zeitreise der Glaukomdiagnostik und zeigte die Entwicklung vom Glaukom als „erhöhter Augeninnendruck" bis hin zur „chronisch progredienten Optikusneuropathie".

Prof. Dr. med. Alireza Mirshahi bei seinem Vortrag zum Thema Myopie. (Foto: H. Glaser)

Ein Messvorgang – sechs Funktionen

Reinhard Wolf, Produktmanager Instrumente Buchmann Deutschland GmbH, stellte das System Visionix VX120 vor. Bei dem System handelt es sich um ein vollautomatisches wellenfrontbasiertes Diagnosegerät, welches neben den Funktionen Refraktometrie, Keratometrie und Topographie auch die Pupillometrie, Tonometrie und Pachymetrie in einem einzigen Messvorgang vereint.

Nach der Mittagspause stand die Myopie im Vordergrund der Betrachtung. Professor Dr. med. Alireza Mirshahi, Leiter des ophthalmologischen Segments der Gutenberg Health Study (GHS) der Universitätsklinik Mainz, stellte die jüngsten Erkenntnisse der Myopieentwicklung vor, die aus der GHS gewonnen werden konnten. So sind etwa mehr Männer kurzsichtig als Frauen. Ein weiteres signifikantes Ergebnis der Auswertung war, dass die Anzahl der Myopen bzw. das Ausmaß der Myopie mit steigender Schulbildung und Berufsqualifikation zunimmt. Über die Ursachen wird weiterhin spekuliert; möglicherweise spielt neben weiteren Gründen die vermehrte Zeit der Naharbeit in der Myopieentwicklung bei Kindern und Jugendlichen eine Rolle. Dr. Andreas Berke ergänzte den Vortrag mit der physiologischen Beantwortung der Frage „Was sieht der unkorrigierte Myope in der Nähe".

Live-Zentrierung aus dem Koffer

Unzufriedene Gleitsichtglaskunden – welcher Augenoptiker kennt das nicht. Herr Kluth, selbstständiger Augenoptikermeister, wollte das nicht länger hinnehmen. Er stellte fest, dass die Ursache der meisten Unverträglichkeiten darin lagen, dass seine Kunden sich das Sehen durch ein Gleitsichtglas nicht vorstellen konnten und eine andere Erwartungshaltung aufbauten, die das Gleitsichtglas jedoch nicht erfüllen konnte. Zusammen mit dem Brillenglasvertrieb Nika Optics GmbH entwickelte er das Nika ProFit System, worüber die DOZ in ihrer Märzausgabe berichtete. Dabei handelt es sich um eine Art „Messgläserkasten", basie-

Mido legt bei Besuchern und Ausstellern zu

Der Besucherandrang zur Mido, der Fachmesse für Augenoptiker in Mailand, hat im Vergleich zum Vorjahr zugelegt. Wie die Messeveranstalter mitteilten, kamen insgesamt mehr als 49.000 Fachbesucher (2014: rund 45.000 Messebesucher) in die norditalienische Modemetropole, um sich über die Neuheiten für die augenoptische Branche zu informieren und Produkte zu ordern. Insgesamt 1.100 Aussteller, und damit 100 mehr als im Vorjahr, präsentierten den Interessen zum 45. Mal ihre Neuigkeiten – auf einer um zehn Prozent vergrößerten Ausstellungsfläche.

Wieder zurück sind die Mido Themenbereiche, die dem Besucher eine schnellere und interessengerichtete Orientierung gewähren. Im Design Lab konnten sich die Messebesucher in konzentrierter Form über die Innovationen der Aussteller informieren. Die sogenannte Lab Academy innerhalb des Design Labs bot Jungdesignern Raum, ihre Ideen vorzustellen. Im Fashion District stellen die Fassungslieferanten die Modetrends der kommenden Saison vor. Vintage Style mit moderner Inspiration und der Finesse im Detail begegneten dem Besucher überall. Klassische Formen und warme Farben geben den Ton an, sowohl in Metall, als auch in hauchdünn gearbeitetem Actetat oder in einem Materialmix. Auch Glamour, Glitzer und Perlen, ein Trend, wie er auf den Modemessen in New York, Mailand, Paris und London in den 80er Jahren zu bestaunen war, taucht wieder auf. So zurückhaltend und edel sich die Korrektionsfassungen präsentierten, so wild und rebellisch stellten sich die Sonnenbrillen vor. Im Kontaktlinsen-Pavillon gab es den Gesamtüberblick über die internationale Produktpalette. Im Bereich Mido Tech konnten neue Maschinen, Rohstoffe und Werkzeuge bestaunt werden. Wie im vergangenen Jahr stammte auch in 2015 ein großer Teil der Aussteller aus Asien. Im Fair East Pavillon (Pavillion 5 und 7) stellen sie ihre Innovationen in den Bereichen, Blanks, Brillengläser und Fassungen vor.

Auch die Messe selbst zeigte sich in diesem Jahr im neuen Look: Mit einem neuen Logo, einem übersichtlicheren Messedesign sowie einer verbesserten Anbindung der Pavillons an die U-Bahn setzten die Veranstalter neue Akzente. ■

Fast-com srl/Löhr

Termin der nächsten Mido: 27.-29.2.2016

Mido 2015 in Mailand