DEUTSCHE OPTIKERZEITUNG

DOZ

Optometrie & Fashion

05 | 2015

Extra großer Kontaktlinsen-Teil

Fachthemen:
Besser 2D oder 3D?

"3D-Refraktion"?
Ja, aber...

Historie:
Die Scherenbrille

www.doz-verlag.de 30. April 2015 • Jahrgang 70 D 3509 • ISSN 0344-7103

DOZ VERLAG

Jetzt neu!
Das digitale DOZ-Abonnement

DOZ Digital als E-Paper

Als PDF für alle mobilen Endgeräte und als Variante für Windows-PC und MAC.

Über unseren e-paper-Shop können nun folgende Varianten bezogen werden:

E-DOZ:
Jahres-Abonnement für **74,99 €**

E-DOZ:
3-Monats-Abonnement für **19,99 €**

DOZ Digital für iPad/iPhone

Die DOZ-App ist ab sofort im Zeitungskiosk des iTunes Store zu finden!

E-DOZ:
Jahres-Abonnement für **74,99 €**

E-DOZ:
3-Monats-Abonnement für **19,99 €**

Ab jetzt die DOZ überall dabei auf Ihrem Tablet oder Smartphone!
Sie sparen gegenüber dem Printabo.

www.doz-verlag.de

Zu viel des Guten

Marcel Zischler

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

Dicke Luft herrscht in der augenoptischen Branche in der Schweiz. Die Berufspolitiker des Schweizer Optikerverbands (SOV) haben eine Reaktion der „big five“ (Fielmann, Visilab, McOptik, Koch Optik, Marc Etienne Berdoz) provoziert, die nicht hätte sein müssen. Die „big five“ haben einen eigenen Berufsverband, den Augenoptik Verband Schweiz (AOVS) gegründet, der eine massive Veränderung der Ausbildungs- und Arbeitsmarktsituation im Fokus hat. Zur Klarstellung: Ich befürworte eine hochentwickelte Optometrie, allerdings nur bei gleichzeitigem Bemühen um die berufliche Basis. In der Schweiz dreht sich die Debatte seit geraumer Zeit nur um Optometrie. Man spricht zwar schon länger über Weiterbildungsprogramme für Augenoptiker-Gesellen um den Beruf attraktiver zu machen, doch passiert ist per dato nicht viel. Böse Zungen behaupten, die SOV-Verbandsspitze wolle sich lieber mit der „High-End-Optometrie“ profilieren und sich möglicherweise gegen ausländische „Nicht-Optometristen“ abschotten. Das ist in Deutschland zum Glück nicht der Fall!

Spätestens nach dem Entscheid des schweizerischen Verwaltungsgerichts vom 25. Februar ist klar, dass das Vorgehen des SOV ein Schuss in den Ofen war. Deutsche Augenoptikermeister dürfen nun wieder uneingeschränkt in der Schweiz arbeiten. Das gilt auch für diejenigen, die ein Professor einer Berliner Fachhochschule zuweilen „Scheunenmeister“ (die mit Kurzzeit–Studium) schimpft. Ein Schlag ins Kontor für den SOV und für die Kollegen, die Energie, Geld und Herzblut in ihre höhere Ausbildung (Bachelor nach ECOO-Standard) gesteckt haben, um eine Refraktion oder eine Kontaktlinsenanpassung ausüben zu dürfen. Es geht also in Zukunft auch ohne den „schwarzen Gürtel“ ECOO-Diplom. Hätten die Schweizer Berufspolitiker den Benchmark zur Zulassung zum Arbeitsmarkt in ihrem Land nicht auf ECOO-Standard gesetzt, wäre der AOVS nicht geboren worden. Die bis Ende 2012 geltenden Bestimmungen hätten gereicht, um die Ziele des SOV, wie die Sicherung der Augen-Volksgesundheit zu verwirklichen. Was jetzt passiert ist, ist ein „down grading“, das nicht einmal die Filialisten anstrebten. Der SOV war mit seinem Streben über das Ziel hinaus geschossen. Der ZVA verfolgt andere Ziele, wobei auch in Deutschland der Ruf nach dem Gold-Standard ECOO immer lauter wird. Gold-Standard ist begrüßenswert, doch braucht die Branche auch einen soliden Silber- und Bronze Standard. Die berufspolitischen Entscheider arbeiten in Deutschland an einer Höherpositionierung des Augenoptikermeisters und einer landesweiten Harmonisierung der Ausbildungsprogramme und Abschlussprüfungen. Das Augenmerk fällt dabei nicht nur auf die Optometrie, sondern auch auf betriebswirtschaftliche Aspekte. Schließlich sollen die Absolventen der Meister- /Fach- / Fachhochschulen auch ein Geschäft führen und in der Industrie eine verantwortungsvolle Position einnehmen können.

Der Konsument soll entscheiden, welchen Fachmann mit welcher Qualifikation er aufsuchen möchte. Die Wahl der optometrischen Leistung und damit verbundenen Kosten, kann allein er treffen. Alles andere wäre Bevormundung. Ich hoffe, die Berufspolitiker der D-A-CH-Region halten sich diesen Umstand vor Augen. Auch der AOVS ist gefordert, einen Beitrag zur Förderung der Branche und der Augen-Volksgesundheit zu leisten.

Hoffnungsvolle Grüße

INHALT DOZ 05 | 2015

„Alles Brille“ eröffnet in Heidelberg.

Tragekomfort – Menicon Comfort sei Dank.

Kontaktlinsen aus Meisterhand.

Sonnenbrillen – wir steuern dem Sommer entgegen.

1 ..... Editorial: Zu viel des Guten
5 ..... Express
8 ..... News & Names
20 ..... Schaufenster AUGENOPTIK
37 ..... Checkpoint Ausbildung
50 ..... Leserreise
59 ..... Termine
69 ..... DOZ Quiz
77 ..... Schaufenster KONTAKTLINSE
90 ..... Oppicker/Impressum
91 ..... Kleinanzeiger

Mitmachen beim DOZ-Quiz in dieser Ausgabe und gewinnen!

AKTUELL

12 ..... Irrglauben der Optometrie
14 ..... Neueröffnung der ersten Brillenmanufaktur Deutschlands
16 ..... Herausforderung insbesondere für inhabergeführte Augenoptikbetriebe

BETRIEBSPRAXIS

22 ..... Bichromatischer sphäro-zylindrischer Test
24 ..... Einstellungsgespräche: Personalmarketing für Augenoptiker
26 ..... Miteinander reden

FACHTHEMEN

28 ..... „3D-Refraktion“? Ja, aber…
30 ..... Besser 2D oder 3D?

FORTBILDUNG

42 ..... Akademische Grade in der Optometrie
47 ..... ZVA-Bildungszentrum Akademie der Augenoptik
48 ..... Städtische Fachschule für Augenoptik München
49 ..... Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW

FASHION

52 ..... „Sonnenbrillen“ - das Thema der Brille des Monats im Mai

HISTORIE

56 ..... Die Scherenbrille – das Resultat einer verrückten Zeitspannel

KONTAKTLINSE

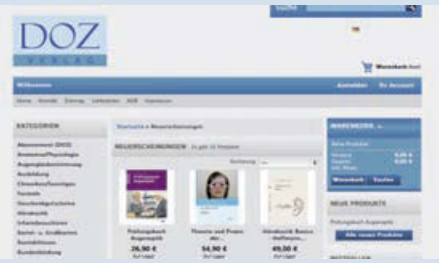
61 ..... Wo stehen wir heute mit der Kontaktlinse in Deutschland?
62 ..... Kontaktlinse Aktuell
66 ..... Neue Studie: Ein-Tages-Kontaktlinsen senken das Risiko kontaktlinseninduzierter Augenbeschwerden
70 ..... Und welches Korrektionsmittel verwenden Sie?
74 ..... Profit-Center Kontaktlinse: Chance für Mittelständische Augenoptiker
80 ..... Der Weg ist das Ziel – Trockene Augen müssen nicht sein
82 ..... Klinische Relevanz der Lubrizität von Kontaktlinsen
86 ..... Menicon Comfort – das Original für höchsten Tragekomfort und Seherfolg

kurz und knapp

■ Die Mitglieder der Innung Thüringen haben am 21. März in Erfurt den Landesinnungsmeister Detlef Micheli in seinem Amt bestätigt. Auch der gesamte Innungsvorstand wurde wiedergewählt.

■ 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.

■ Am Sonntag, 21. Juni findet der nächste Infotag am Institut für Berufsbildung (ifb) in Karlsruhe statt. Ab 14 Uhr können sich Interessierte über die Seminare sowie Meisterlehrgänge für Augenoptiker und Hörgeräteakustiker informieren.



http://www.doz-verlag.de/shop/249-prufungsbuch-augenoptik.html

DOZ: Prüfungsbuch Augenoptik

Das „Prüfungsbuch Augenoptik" können Interessenten ab sofort auch online im Buchshop des DOZ-Verlags bestellen. Das Buch für angehende Augenoptiker erleichtert die Vorbereitung auf die gestreckte Gesellenprüfung und auf Klassenarbeiten. Es ist fachsystematisch aufgebaut und leitet die Aufgaben und Fragen aus dem Rahmenlehrplan ab. Schwerpunktmäßig orientiert sich der Inhalt an technischen Problemstellungen, deren Lösungen fachliche Kompetenzen erfordern.
Prüfungsbuch Augenoptik, J. Kommnick, S. Schal und V. Fricke, Verlag Handwerk und Technik, 366 Seiten, Artikel-Nr: 139, ISBN: 978-3-7782-1530-2, 26,90 Euro inkl. MwSt..

Masterthesen auf "Optika" in Slowenien präsentiert

v. l. n. re: Matjaž Mihelcic, Präsident des slowenischen Augenoptikerverbands, Kristina Mihić und Daniela Sroka, Masterabsolventinnen der Hochschule Aalen; Prof. Dietmar Kümmel, berufsbegleitender Masterstudiengang M.Sc. Vision Science and Business (Optometry) Hochschule Aalen.

Auf Einladung des Präsidenten des Verbands der slowenischen Augenoptiker, Matjaž Mihelčič, haben die Masterstudentinnen der Hochschule Aalen, Daniela Sroka (Deutschland) und Kristina Mihić (Kroatien), die Ergebnisse ihrer länderübergreifenden gemeinsamen Masterthesis am 21. März in Slowenien vorgestellt. Die Studie ergab unter anderem, dass alle Korrektionsmethoden die Blendempfindlichkeit steigern und die Kontrastempfindlichkeit senken. In ihrer Erhebung verglichen die Studentinnen die Blend- und Kontrastempfindlichkeit sowie den Visus der Probanden nach unterschiedlichen Korrektionsmethoden. In Deutschland wurden die Tests an den Patienten nach Lasik und IOL-Implantaten und in Kroatien an Probanden, die weiche bzw. harte Kontaktlinsen tragen, durchgeführt. Die Masterstudierenden verwendeten in beiden Durchläufen die gleichen Instrumente und die gleichen Protokolle. Zwischen den angewendeten Korrektionsmethoden konnte kein signifikanter Unterschied identifiziert werden.

TH Deggendorf plant Studienschwerpunkt „Augenoptik"

Die Technische Hochschule Deggendorf (THD) plant im Herbst im Studiengang Technologiemanagement, einen Studienschwerpunkt „Augenoptik" anzubieten. Ein „größerer Augenoptiker" sei als Kooperationspartner gewonnen. Die Genehmigung des Studiengangs durch das bayerische Kultusministerium steht laut der Hochschule noch aus.

Hochschule Aalen erhält großzügige Unterstützung für innovative Forschung und attraktive Studienbedingungen

Irmgard Detzel, Witwe des ehemaligen technischen Geschäftsführers und Gesellschafters der Alfing Kessler Werke Hermann Detzel, hat der Hochschule Aalen 300.000 Euro gespendet. Die Hochschule erhielt die Spende anlässlich des 110. Geburtstages von Hermann Detzel. 200.000 Euro der Spende werden für Forschungsprojekte im Bereich „gutes Sehen" eingesetzt. Weitere 100.000 Euro stünden für den Ausbau der Forschungsinfrastruktur sowie der Studienbedingungen zur Verfügung, so Rektor Professor Dr. Gerhard Schneider im Rahmen der Dankesfeierlichkeiten im Gebäude der Augenoptik und Hörakustik.

Geschäftsleitung des Schweizer Optikerverbands offen

Die Position des Geschäftsführers des Schweizer Optikerverbandes (SOV) ist nach wie vor vakant. Das teilte der SOV der DOZ-Redaktion in einem Schreiben mit. Nach Beschluss des SOV-Zentralvorstands sollen für die Zeit des Übergangs Christian Stebler, SOV-Zentralpräsident und Delegierter des Zentralvorstandes, und Corinne Lachat, administrative Leiterin der Geschäftsstelle, die operative Führung der Verbandsgeschäfte und der Geschäftsleitung übernehmen. Doris Cuccu wird ihr Engagement auf die Rechnungsführung und die Stiftung des SOV beschränken. Lachat und Stebler sind zu erreichen unter: c.lachat@sov.ch, ch.stebler@sov.ch oder telefonisch unter 0041 (0)62 212 80 33.

Schweizer Optikverband (SOV), Geschäftsleitung, Baslerstrasse 32, Postfach, 4601 Olten, Schweiz

kurz und knapp

■ iF Award für ROLF Spectacles die Fassung „Foursome102“ der Kollektion evolved collection aus dem Hause **ROLF Spectacles** wurde 2015 mit dem iF Award ausgezeichnet.

Die Brillenglashersteller Hoya Lens Deutschland GmbH stellt dem Bildungszentrum Augenoptik in Dortmund ein mobiles Zentriersystem visuReal portable plus inkl. iPad und eine Beratungsapp HVC Viewer für die praktische Ausbildung der Augenoptikergesellen zur Verfügung.

■ Die Fassungskollektion des Pariser Brillendesigners **Lafont** wird in der Schweiz ab sofort von Evgenia Bedenig vertreten. Sie ist bereits seit einigen Jahren erfolgreich im Fassungsvertrieb in der Schweiz tätig und freut sich, mit Lafont eine sehr kreative und ausdruckstarke Kollektion anzubieten.

■ Salvatore Ferragamo S.p.A. gab die Verlängerung ihres globalen Lizenzvertrags mit **Marchon Eyewear** bis 2021 bekannt. Der Vertrag umfasst Design, Vertrieb, Vermarktung und Verkauf von Korrektionsfassungen und Sonnenbrillen der Marke Salvatore Ferragamo.

■ Ermenegildo Zegna hat im März 2015 eine exquisite Fassungskollektion vorgestellt. Das Label wird seit Jahresbeginn durch die **Marcolin Eyewear**-Gruppe produziert und vertrieben

■ Puma Eyewear, aus dem Hause **Charmant GmbH Europe**, ist mit der Vorstellung der neuen Korrektionsbrillen in den Frühling gestartet. Die Fassungen aus dem leichten Kunstsoff Ultem zeichnen sich durch hohe Flexibilität und gute thermoplastische Eigenschaften aus.

■ Zum zehnten Mal lädt das **Sight City Forum** vom 20. bis 22. Mai 2015 zu Europas größter Hilfsmittelmesse für Sehbehinderte und Blinde nach Frankfurt ein. Zum Jubiläum gibt es Podiumsdiskussionen, Vorträge zur beruflichen Aus-, Fort- und Weiterbildung und mehr. Die Messe richtet sich sowohl an Fachpublikum als auch an Betroffene und deren Angehörige. Der Eintritt zur Messe und zum Forum ist frei.

Gewinner bekannt gegeben

Visall: Zur Opti 2015 gab es bei Visall ein Gewinnspiel, an dem sich insgesamt über 300 Besucher beteiligt haben. Die Gewinner stehen jetzt fest und die Preise wurden überreicht! Visall bedankt sich für die Teilnahme und gratuliert den Champions.

1. Preis: Carsten Piontek von Augenoptik Piontek in Schwerin gewinnt ein Wochenende im Schlosshotel Chastè im schweizerischen Engadin für zwei Personen.

2. Preis: Der Gewinner des 2. Platzes, des Choc o'Rolles mit Hobel und Original Schweizer Schokolade möchte nicht genannt werden. Visall wünscht dennoch guten Appetit!

3. Preis: Bernd Jungkamp von Axt IGA Optic Akustik in Bocholt gewinnt das Schwarzwald Genießer-Paket.

evil eye evo

Adidas: Die Sportbrille evil eye evo ist seit Februar dieses Jahres in den Varianten evil eye evo und evil eye evo pro – mit Stirnpolster und hydrophober Gläserbeschichtung – in verschiedenen Farben erhältlich. Evil eye evo steht für Hightech-Features gepaart mit einem vergrößerten Sichtfeld, einer vierfach verstellbaren Nasenauflage sowie einem dreifach einstellbaren Bügel. Das Modell gibt es in zwei Rahmengrößen.

Gebietswechsel im Außendienstteam bei Flair

Flair: Seit April 2015 betreut Henning Schmidt den Vertriebsbereich Süddeutschland. Schmidt übernimmt auch den Vertrieb der bx.-Kollektion aus dem Hause bexx GmbH & Co. KG. Er ist kein neues Gesicht im Hause Flair, bis April hat er als Ansprechpartner für die Kunden aus Norddeutschland agiert. Schmidts Nachfolge in Norddeutschland übernimmt Gerhard Behrens. Er ist bereits seit 14 Jahren im Außendienst der augenoptischen Industrie tätig. Behrens ist Ansprechpartner für den Vertrieb der bx.-Kollektion aus dem Hause bexx GmbH & Co. KG.

Henning Schmidt

Gerhard Behrens

Neues für die Frau

ic! Berlin: Designer Dawid Tomaszewski hat zusammen mit dem Fassungshersteller ic! Berlin eine neue Sonnenbrillenkollektion für das Frühjahr 2015 auf den Markt gebracht. Entstanden ist eine Serie luxuriöser und avantgardistischer Sonnenbrillen für die Frau: Lucja, Katarzyna und Małgorzata.

IGA OPTIC unterstützt örtliches Gymnasium

Der Marketingverbund Iga Optic aus Datteln hat das örtliche Comenius-Gymnasium mit einer technischen Spende unterstützt. Der Geschäftsführer des Verbunds, Carsten Schünemann, überreichte an die Vertreter der Schulleitung und des Fördervereins der Schule zehn Desktop-Rechner, vier LCD-Monitore sowie zwei Laptops. Mit den gespendeten Computern ist das Gymnasium unter anderem in der Lage in den drei Inklusions-Klassen Rechner mit besonderer Software für die Slow-Learner aufzustellen. Bislang stand pro Klasse nur ein PC zur Verfügung.

Personalwechsel bei Charmant

Charmant: Masao Miyachi ist der neue CEO/Präsident der drei europäischen Niederlassungen (Charmant GmbH Europe, Charmant France sarl und Charmant UK Co. Ltd.). Er ist seit 2009 CEO der Charmant Group und löst Taketoshi Mizukami ab, der das Unternehmen zum 31. März 2015 verlassen hatte.

Jun Takahisa übernimmt indes das Amt des General Managers der Charmant GmbH Europe, der von 2010 bis 2013 als Administrativ-Direktor für die Charmant GmbH Europe in Deutschland arbeitete. Sein Vorgänger, Taketoshi Mizukami, hatte die Charmant Group Ende März 2015 verlassen.

Westenhöfer wechselt die Position

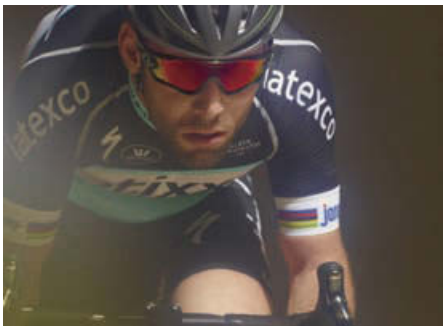
Hoya: Wolfgang Westenhöfer ist seit Anfang April Sales Manager School and Education im Hause Hoya. Auf der neuen Position bildet Westenhöfer unter anderem die Hauptschnittstelle zu den augenoptischen Bildungseinrichtungen. Zuvor war er 28 Jahren im Unternehmen beschäftigt, zuletzt verantwortete er als regionaler Vertriebsleiter mit seinem Team die Region West. „Wir freuen uns sehr über die Möglichkeit, augenoptische Fachkräfte in der Ausbildung zu unterstützen“ kommentierte Westenhöfer..

eLearning Award 2015 für „Sales Adventure“

Zeiss: Auf der diesjährigen didakta in Hannover hat der Zeiss-Unternehmensbereich Vision Care den eLearning Award 2015 für „Sales Adventure“, ein interaktives Verkaufstraining für Augenoptiker, erhalten. Das Projekt wurde in der Kategorie „Best Story Based Learning“ ausgezeichnet. Mit diesem Training will ZEISS einen einheitlichen Beratungsstandard bei dem Verkauf von ZEISS Brillengläsern setzen und die Beratung für die Konsumenten verbessern. Umgesetzt wurde das interaktive Training in Zusammenarbeit mit CoreCompetence, einem Spezialisten für digitale Lern-Erlebniswelten, und der Hochschule Aalen. Das Training soll einen einheitlichen Beratungsstandard beim Verkauf von Zeiss-Brillengläsern setzen und die Beratung für die Konsumenten verbessern. Umgesetzt wurde das interaktive Training in Zusammenarbeit mit CoreCompetence, einem Spezialisten für digitale Lern-Erlebniswelten, und der Hochschule Aalen.

Jawbreaker – das neue Sportbrillendesign aus dem Hause Oakley

Oakley: Nach zwei Jahren Entwicklungsarbeit hat Oakley im April 2015 sein neues Sportbrillendesign Jawbreaker präsentiert. Das Design wurde für die Ansprüche des Radrennsports optimiert. Die Fassungsscheiben sind im Vergleich zu normalen Sonnenbrillen im oberen Durchblicksbereich um etwa 40 Prozent vergrößert, die Prizm Road Scheibentechnologie verstärkt die Farbwahrnehmung, so dass Radfahrer plötzliche Änderungen in der Fahrbahnstruktur besser erkennen können. Um die Kompatibilität mit verschiedenen Helmen zu gewährleisten, können die Bügel in drei verschiedene Längen eingestellt werden. Die Entwicklungsarbeit erfolgte in enger Zusammenarbeit mit dem Rennradprofi Marc Cavendish.



Unternehmen erweitert Fassungsangebot

BoDe Design: Mit der opti kommenden Jahres wird das Unternehmen 14 Sonnenbrillen- und 16 Korrektionsfassungen jeweils in drei Farben der s.Oliver-Tochtermarke ‚Comma' im Programm haben. Die Lizenz beinhaltet Design und Vertrieb der Damenkollektion in Europa für die nächsten fünf Jahre.

Kaschke als Aufsichtsrat vorgeschlagen

Carl Zeiss AG: Der Vorstandsvorsitzende der Carl Zeiss AG, Dr. Michael Kaschke, ist als Mitglied des Aufsichtsrats der Deutschen Telekom vorgeschlagen worden. Wie das Unternehmen mitteilte, ist der promovierte Physiker bis zur Hauptversammlung am 21. Mai dieses Jahres gerichtlich bestellt. Die Aktionäre stimmen auf der Versammlung über die Personalie ab.

Dr. Michael Kaschke

trainyoureyes.com Seminar erstmals in deutscher Sprache

Vom 20.03.-22.03.2015 fand in Göttingen ein trainyoureyes.com Basis-Intensivseminar statt. Das Seminar wurde erstmals in deutscher Sprache angeboten.
Das Seminar umfasst die Vermittlung theoretischer und praktischer Grundlagen zu den Themenkomplexen ganzkörperliches Bewegungstraining und Computeraufgaben.
Das nächste trainyoureyes.com Intensivseminar findet vom 18.09. bis 20.09. im Raum Würzburg statt.

Messeankündigung

Silmo: Die nächste Silmo findet vom 25. bis 28. September 2015 auf dem Messegelände Paris Nord Villepinte statt. Die diesjährige Silmo steht unter dem Motto „Flagship Store – mehr als eine Messe". Dieses Motto bekräftigt der Veranstalter mit einem modernen Ansatz der Produktpräsentation und einer Werbekampagne, inspiriert vom Einzelhandel.

Brille mit Blättern der Bergblume

WooDone: „Ulmus" heißt das Projekt des Südtiroler Holzbrillenherstellers. Hierbei handelt es sich nicht um ein neues Modell, sondern eine „Veredelung", die für alle Brillen des Herstellers erhältlich ist. Die Brillen werden mit Blättern der Bergblume überzogen. Über zwölf Monate haben die Designer experimentiert, um die Idee des ausgefallenen Designs umzusetzen.Das Blatt der Bergblume wird auf das Holz aufgeleimt und mit einem natürlichen Lack versiegelt. Dieser verhindert das Austrocknen und Verfärben der Blätter.

Deutsche Markenkompetenz für japanische Brillen

KMS/JINS: Jins, Japans führender Brillenhersteller mit über 300 Stores in Japan, China und den USA hat KMS Team und KMS Blackspace mit der internationalen Markenstrategie und dem Markendesign betraut. Neben der strategischen Neupositionierung verantwortet KMS Team die Optimierung der Markenführung. Die Leitidee »Magnify Life« ist dabei der Kern der Markenpositionierung. KMS Blackspace befasst sich mit der Umsetzung der Markenidentität im Raum, so machen die neuen Büroräume im JINS Hauptquartier in Tokio die Marke für jeden Mitarbeiter erlebbar. JINS wurde von Hitoshi Tanaka gegründet. 2001 eröffnete er den ersten JINS-Store in Japan. 2010 wurde Tanaka mit dem »World Entrepreneur of the Year«-Award von Ernst & Young ausgezeichnet. KMS TEAM ist ein international agierendes Unternehmen für Markenstrategie, Markendesign und Markenkommunikation. Die Markenagentur wurde 1984 durch Knut Maierhofer gegründet.

Neueröffnung der ersten Brillenmanufaktur Deutschlands

„Alles Brille“ in Heidelberg ist Deutschlands erster Augenoptiker mit hauseigener Brillenglasfertigung. Die Brillenmanufaktur eröffnete am 19. März ihre Türen in der Heidelberger Weststadt. Die Idee ist nicht neu, in den USA, der Schweiz und Italien versorgen bereits seit einigen Jahren ausgewählte Augenoptiker ihre Kunden mit hauseigenen Brillengläsern. Lediglich in Deutschland hat dieses Modell bisher keinen Anklang gefunden.

Außenansicht „Alles Brille“, Heidelberg

Die Philosophie von „Alles Brille“ ist einfach: Transparenz ohne Schnörkel. Dies beginnt bereits bei der Ladenansicht. Große Schaufenster sollen den Kunden in das Geschäft locken. Auch im Innenbereich finden sich klare Linien sowie ein großer Anpasstisch, anstelle der üblichen Einzelberatungsplätze. Transparent ist auch das Preissystem hinter „Alles Brille“. Die Fassungen sind sowohl nach Marke als auch nach Preis sortiert. Brillengläser werden in drei Preiskategorien angeboten: standard, dünn und superdünn – Zusatzkosten gibt es keine. „Unser Preissystem soll so einfach wie möglich gestaltet sein. Dies betrifft sowohl die Fassungen als auch die Gläser. Allerdings sind wir kein „Billigheimer“. Alle unsere Gläser sind Vorder- und Rückflächen entspiegelt, mit Hartschicht, Antistatikbeschichtung und Schmutzblocker versiegelt. Außerdem ist im Preissystem eine Zufriedenheitsgarantie enthalten, wie man sie schon lange in der Augenoptik kennt. Die Gläser sind „Alles Brille“-Designs und werden im Geschäft hergestellt. Nur weil es sich nicht um Markenprodukte handelt, heißt das nicht, dass es bei „Alles Brille“ schlechte Ware gibt. Es handelt sich um hochwertige Glasdesigns“, stellte Tomas Mandler, Filialleiter von „Alles Brille“ Heidelberg, das Geschäftsmodell vor.

Kurze Wartezeiten bis nur neuen Brille sind das Ziel. Ebenfalls schnörkellos soll die Brille gefertigt werden. „Unser Ziel ist es, den Fertigungsprozess zu optimieren und die Brillen in wenigen Stunden abholbereit vorliegen zu haben“, beschrieb Mandler seine Vision„. Um uns etwas Luft zu verschaffen haben wir derzeit Lieferzeiten von zwei bis drei Tagen kalkuliert“, erklärte der Filialleiter weiter. Außerdem liegt ihm das Thema Nachhaltigkeit am Herzen. Die Fertigung der Brillengläser erfolgt ohne den Einsatz von Schwermetallen. „Das wird gerade für die Zukunft immer wichtiger. 99 Prozent der Rezeptgläser weltweit werden unter Einsatz von Schwermetallen produziert, die dann irgendwo im Grundwasser versickern. Wir arbeiten mit Vakuum“.

Die Kundenberatung, die Refraktion und die Arbeiten in der Werkstatt liegen derzeit in Händen eines Augenoptikermeisters und eines Augenoptikergesellen. Zusätzlich unterstützen zwei Empfangsdamen das Team. Um die Brillenglasfertigung kümmert sich Filialleiter Mandler alleine: „Die Bestückung der Maschinen ist sehr anspruchsvoll, da sie viele Themen umfasst. Einerseits ist technisches Verständnis gefragt, andererseits eine Affinität zur Softwareprogrammierung. Ich kann mir allerdings vorstellen, dass ein Augenoptiker mit Freude an Technik die Tätigkeit lernen kann, sicher kämen auch Physiker, Maschinenbauingenieure, Fertigungstechniker oder Industriemechaniker in Frage.“

Doch nicht nur die Brillengläser sind „Made in Heidelberg“. Auch bei der Ladengestaltung legte Mandler großen Wert auf regionale „Produkte“. Das Ladenkonzept entwarf das Atelier Kontrast aus Heidelberg, das Mobiliar stammt von einer Schreinerei aus der Region. Selbst die Fassungen würde Mandler am liebsten nur von deutschen Herstellern einkaufen.

“Es ist unser Wunsch, Augenoptiker auf unser Konzept der eigenen Fertigung aufmerksam zu machen. Wir sind stolz auf unsere Fertigung und freuen uns, interessierten Kollegen diese zu präsentieren und unsere Erfahrungen zu teilen“ schließt Mandler die Führung durch sein Geschäft. ■ **Marena Löhr**

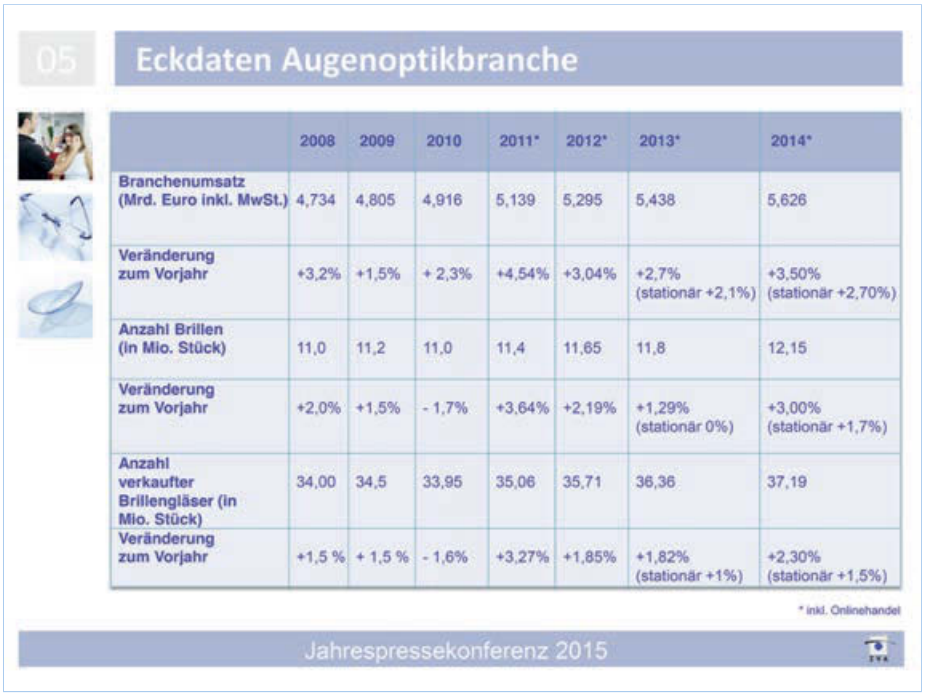
Interview mit Tomas Mandler, Filialleiter Alles Brille, Heidelberg

DOZ: Wer hatte die Idee zu diesem in Deutschland einzigartigen Geschäftsmodell?

Tomas Mandler: Das Konzept „Alles Brille“ mit Brillen „Made in Germany“ zu „fairen Preisen“ gibt es bereits seit anderthalb Jahren in Berlin. Die Idee zur Glasfertigung vor Ort hatten mein Vater und ich. Trotz sorgfältiger Auswahl aus dem vielfältigen Angebotsspektrum der Gleitsichtgläser und modernsten Messtechniken zur Zentrierung, kommt es immer wieder zu Unverträglichkeiten und Unzufriedenheit bei Gleitsichtkunden. Viele Endkunden können sich trotz der Erläuterungen durch den Augenoptiker das Sehen durch ein Gleitsichtglas nicht vorstellen. Die Lösung wäre es, die

wie sich das Kundenverhalten diesbezüglich entwickelt. 56 Prozent der Betriebe antworteten, dass es keine Zunahme der Kundenzahl gebe, die mit einer online gekauften Brille zur Anpassung, Korrektur oder Reparatur ins Geschäft kommen. Aber 64 Prozent gaben an, dass Kunden gelegentlich die preisgünstigen Onlineangebote im Verkaufsgespräch erwähnten. Laut der aktuellen Allensbach-Brillenstudie erwägen nur sechs Prozent der Befragten zukünftig eventuell einen Brillenkauf im Internet, aktuell hatte nur ein Prozent Brillen online erworben. Reimann unterbrach nun seine Sehtests, offensichtlich leicht überrascht, zumindest aber wieder konzentriert formulierte er gedanklich seine Idee für den Mittelstand.

Währenddessen wendete sich Truckenbrod dem Unterschied zwischen Onlinehandel und stationärer Augenoptik zu: der Preisgestaltung, dem Brillenfassungsangebot und natürlich den Dienstleistungen, „denn schließlich zeichnet den stationären Augenoptiker nicht nur die Beratung bei der Auswahl der optimalen Brillenfassung und der perfekten auf die Bedürfnisse des Fehlsichtigen zugeschnittenen Brillengläser aus. Vielmehr machen die vielen Dienstleistungen des Fachmannes erst das Produkt Brille aus!“ Der Augenoptiker sei der erste Ansprechpartner für das gute Sehen, auch wenn es heutzutage durchaus möglich für den Verbraucher sei, online eine Brille zu kaufen, mit der er zufrieden sein könne. Für den stationären Augenoptiker bedeute das, sich auf den zunehmenden Wettbewerb entsprechend einzustellen: „Der Augenoptiker muss sich nicht nur auf seine Stärken besinnen, sondern sich parallel auf die neuen Möglichkeiten einer digitalisierten Welt und den damit verbundenen geänderten Kaufgewohnheiten der Kunden einstellen“, erklärte Truckenbrod und nannte das vom ZVA mit dem Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) derzeit in Arbeit befindliche Berufslaufbahnkonzept als Garant dafür, dass die Augenoptiker auch zukünftig einen Großteil zur Seh-Versorgung in Deutschland beitragen könnten. „Mit optometrischen Dienstleistungen kann die Augenoptik die derzeitige Versorgung auf höchstem Niveau aufrechterhalten und sich gleichzeitig weiter vom reinen Handel abgrenzen. Wir werden den Berufsstand langfristig im Handwerk weiterentwickeln“, meinte der ZVA-Präsident.



05 Eckdaten Augenoptikbranche

	2008	2009	2010	2011*	2012*	2013*	2014*
Branchenumsatz (Mrd. Euro inkl. MwSt.)	4,734	4,805	4,916	5,139	5,295	5,438	5,626
Veränderung zum Vorjahr	+3,2%	+1,5%	+ 2,3%	+4,54%	+3,04%	+2,7% (stationär +2,1%)	+3,50% (stationär +2,70%)
Anzahl Brillen (in Mio. Stück)	11,0	11,2	11,0	11,4	11,65	11,8	12,15
Veränderung zum Vorjahr	+2,0%	+1,5%	- 1,7%	+3,64%	+2,19%	+1,29% (stationär 0%)	+3,00% (stationär +1,7%)
Anzahl verkaufter Brillengläser (in Mio. Stück)	34,00	34,5	33,95	35,06	35,71	36,36	37,19
Veränderung zum Vorjahr	+1,5 %	+ 1,5 %	- 1,6%	+3,27%	+1,85%	+1,82% (stationär +1%)	+2,30% (stationär +1,5%)

* inkl. Onlinehandel

Jahrespressekonferenz 2015

Die Eckdaten der Augenoptikbranche:
Der Gesamtumsatz steigt um 3,5 Prozent, stationär legen die Augenoptiker um 2,7 Prozent zu.

Nicht alle Vorteile sind bekannt

Ein bekannter Vorteil des stationären Augenoptikers ist der Sehtest beziehungsweise die Augenprüfung. Die Beteiligung an Augenprüfungen ist in Deutschland laut Allensbach-Brillenstudie seit Jahren stabil, auffällig ist jedoch, dass sich Brillenträger und Nicht-Brillenträger in der mittleren Altersgruppe erheblich unterschiedlich an den Augenprüfungen beteiligen, was nicht zuletzt für die Sicherheit im Straßenverkehr von enormer Bedeutung ist. Bei den Brillenträgern in dieser Altersgruppe gehen 89 Prozent (40 bis 44-jährige Autofahrer) beziehungsweise 91 Prozent (45- bis 49-jährige Autofahrer) regelmäßig zur Augenprüfung. Bei den Nicht-Brillenträgern unter den Autofahrern sind dies nur 45 Prozent (40 bis 44 Jahre) beziehungsweise nur 33 Prozent bei den 45 bis 49-Jährigen. Auch deshalb befürworte der ZVA mit Nachdruck den verpflichtenden Wiederholungssehtest für Führerscheininhaber, schloss Truckenbrod seine Ausführungen, nicht ohne noch einmal auf die Situation der mittelständischen Branchenteilnehmer einzugehen. „Wir haben Lösungsansätze für die Augenoptiker entwickelt, entscheidend bleibt aber auch, dass der Kunde sich von den Vorteilen des stationären Fachhandels überzeugen kann.“

Reimann, der als DPA-Journalist und Brillenträger, das große Ganze im Auge haben muss, schloss daran an und fragte endlich nach Multi-Channel-Angeboten, mit denen die „Optiker an der Ecke sich gegen den Onlinehandel positionieren können.“ Das schien ein gefundenes Fressen für Truckenbrod und ZVA-Geschäftsführer Dr. Jan Wetzel zu sein, die eine aktuelle Betriebshomepage als erstes Mittel ins Feld führten und darüber hinaus verschiedene Beispiele dieser Angebote erläuterten – und nicht zuletzt auf diese Weise noch einmal den Vorteil des direkten Kundenkontaktes beim Brillenkauf ins Rampenlicht stellten. Jeder für sich müsse zudem zunächst einmal die Frage beantworten, ob er den Onlineverkauf mit Brillen mit seinem Verständnis für die Augenoptik in Einklang bringen könne, meinte Truckenbrod sinngemäß; erst dann stelle sich die Frage nach der Machbarkeit. Für Erich Reimann offensichtlich eine interessante Notiz, für die DPA und deren aktuelle Berichterstattung vermutlich indes weniger. ■

DOZ