

NEU

Auf Basis des Materials der 1•DAY ACUVUE® MOIST Produktfamilie – der weltweit meist verkauften Ein-Tages-Kontaktlinsen.<sup>1</sup>

ACUVUE®  
KONTAKTLINSEN  
INNOVATION FOR HEALTHY VISION™

Ihr Sehen verändert sich,  
ihr Sehkomfort bleibt bestehen.



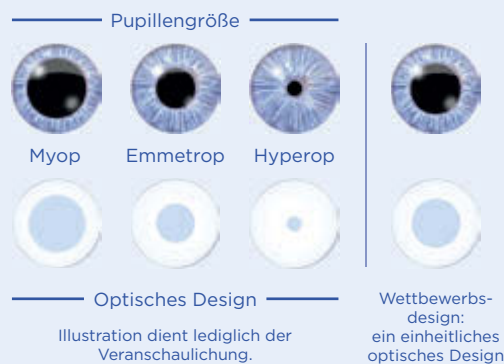
Jetzt können Sie ihr auch als Presbyope  
weiterhin eine exzellente Versorgung bieten.

**NEU!** 1•DAY ACUVUE® MOIST MULTIFOCAL: Innovative Multifokal-Kontaktlinsen mit pupillen-optimierter INTUISIGHT™ Technologie.

Aktuell:  
SightCity 2015

Spezial:  
Brillengläser für  
die digitale Welt

Kontaktlinse:  
Kontaktlin-  
versorgung  
bei Kindern



1•DAY ACUVUE® MOIST MULTIFOCAL ermöglicht einen einfachen Übergang in die Versorgung mit multifokalen Kontaktlinsen. Vertrauen Sie auf die weltweite N°1 der Ein-Tages-Kontaktlinsen.<sup>1</sup>

Erfahren Sie mehr unter [www.jnjvisioncare.de](http://www.jnjvisioncare.de)



Alle ACUVUE® Kontaktlinsen weisen einen Klasse-1- oder Klasse-2-UV-Schutz auf, der dazu beiträgt, die Hornhaut und das Augeninnere vor schädlicher UV-Strahlung zu schützen. UV absorbierende Kontaktlinsen sind KEIN Ersatz für UV absorbierende und schützende Sonnenbrillen, da sie das Auge und seine Umgebung nicht vollständig abdecken.

<sup>1</sup> JVC-Archivdaten, 2014. Interne Analyse unabhängiger Dritter, November 2013 – Oktober 2014.

ACUVUE®, 1•DAY ACUVUE® MOIST, INTUISIGHT™ und INNOVATION FOR HEALTHY VISION™ sind eingetragene Marken von Johnson & Johnson Medical GmbH. © Johnson & Johnson Medical GmbH 2015

# Sommeraktion

Diese Aktion ist befristet bis 31. August 2015

## ☀ 1-Jahres-Vollabonnement\*

mind. 12 Ausgaben DOZ Optometrie und Fashion  
+ 2 Ausgaben Brille & Mode pro Kalenderjahr

**76,70 €** + 10,20 € Versandkosten (in D) bzw.  
+ 30,00 € Versandkosten (für CH und A)

\* Seit mindestens einem Jahr kein DOZ-Empfänger.  
Gilt nicht für das Schüler-/Studentenabo.

Wählen Sie Ihre **Prämie**  
für ein Vollabonnement  
über mindestens ein Jahr

**50 € Gutschein**  
für Ihren Einkauf bei   
einlösen im Online-Shop [www.mailshop.de](http://www.mailshop.de)  
→ nur für Geschäftskunden

oder

**25 € Scheck**  
zur freien Verfügung  
einlösen bei Ihrer Bank

Die Aboprämie wird einmalig nach Zahlungseingang des Rechnungsbetrages zugestellt.



Foto: www.istockphoto.com

**Kontakt:**  
DOZ-Verlag  
Postfach 120201  
69065 Heidelberg  
Tel. 06221 905173  
Fax 06221 905171  
[doz@doz-verlag.de](mailto:doz@doz-verlag.de)

**DOZ**  
VERLAG

[www.doz-verlag.de](http://www.doz-verlag.de)

\_\_\_\_\_  
Firmenname

\_\_\_\_\_  
Vor- und Zuname

\_\_\_\_\_  
Straße/Postfach

\_\_\_\_\_  
PLZ, Ort

\_\_\_\_\_  
Tel./Fax

\_\_\_\_\_  
E-Mail

\_\_\_\_\_  
IBAN

\_\_\_\_\_  
BIC

\_\_\_\_\_  
Kreditinstitut

\_\_\_\_\_  
Datum, Unterschrift des neuen Abonnenten

Nach Ablauf des jeweiligen Bezugsjahres kann ich  
das Abonnement zum Ende des Kalenderjahres  
bis spätestens 30. September ohne Angabe von  
Gründen schriftlich kündigen. Ohne fristgerechte  
Kündigung verlängert sich das Abonnement auto-  
matisch um ein weiteres Jahr.

Gewünschte Zahlungsweise bitte ankreuzen:

- gegen Rechnung (jährlich)  
 bequem per SEPA-Lastschrift (jährlich)

**Widerrufsrecht:**

Sie können die Vereinbarung innerhalb von  
14 Tagen ohne Angaben von Gründen schriftlich  
widerrufen. Die Frist beginnt nach Erhalt dieser  
Belehrung. Zur Wahrung der Widerrufsfrist genügt  
die rechtzeitige Absendung des Widerrufs.

# Digitalisierung – Wohl oder Wehe?



**Markus Glöckner**  
Geschäftsführer DOZ-Verlag

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

Liebe Leserinnen und Leser,

frei nach dem Motto eines schwedischen Möbelhauses frage ich mich: Lesen Sie noch analog auf Papier oder schon „E-Paper“?

Die Digitalisierung schreitet unaufhaltsam voran und hat vielfach auch die augenoptische Branche erreicht. Manch seltsam anmutender Begriff, wie Digitalisierung 4.0 o.ä., macht die Runde. Und einige (selbsternannte) „Experten“ bieten bisweilen unaufgefordert (kostenintensiven) Ratschlag an. Brauchen wir das? Und: Digitalisierung, was ist das eigentlich? Alle reden davon, aber wie ist sie definiert? Am besten gefällt mir der „Versuch einer Definition“ aus dem Blog [www.netzmilieu.de](http://www.netzmilieu.de) von Markus Sommer:

„Digitalisierung: Erfassen und Abbilden unserer Welt in maschinenlesbarer Form, bei gleichzeitiger Steigerung der (intelligenten) Vernetzungsdichte von Menschen, Dingen und Informationen.“ Er schreibt dazu weiter: „Diese Definition versucht weniger den rein technischen Aspekt von Digitalisierung zu beschreiben, sondern vielmehr die gesellschaftlich-kulturellen und wirtschaftlichen Dimensionen zu erfassen und die Auswirkungen auf unser gesamtes Leben.“

Eine gute Zusammenfassung, der unterschiedlichen Ansätze einer Definition. Aber was bedeutet das nun für die Augenoptik? Wie weit kann, soll und muss ein Augenoptiker, müssen Sie hier gehen?

Ich bin davon überzeugt, dass Vieles kann, Einiges soll, aber nur Wenig muss. Zunächst kommt es bei der Betrachtung unternehmerischen Handlungsbedarfs auf den Einzelfall an, Patentrezepte gibt es nicht. Natürlich „muss“ jeder Unternehmer ein Stück weit mit der Zeit gehen, um kompatibel zu bleiben. Es ist unvermeidbar, gewisse digitale Mindeststandards (z. B. bei Büro-Soft- und Hardware o.ä.) zu erfüllen. Daneben „können“

einige digitale Errungenschaften durchaus die Kommunikation und optimale Versorgung der Kundschaft erleichtern; wobei Letzteres die oberste Maxime ist. Danach ausgerichtet entscheiden sich der Grad und die Ausprägung der Notwendigkeit zur Digitalisierung im Betrieb und dessen Umfeld. Zum Wohl gereichen dabei Maßnahmen, welche die Kommunikation, Versorgung und Bindung von Kunden erleichtern, andere, die die Effizienz erhöhen.

Zum Wehe kann Digitalisierung werden, wenn die digitalen Hilfsmittel (Tools) mehr Aufwand erfordern als Nutzen bringen. Früher sagte man: Rechnet sich das? Heute heißt es: Stimmt der Return of Investment (ROI)?

Zusammenfassend kann man also raten: Gerade Entscheidungen über Digitalisierungsmaßnahmen sollten erst nach einer ausführlichen Analyse und realistischen Einschätzung der Vor- und Nachteile folgen. Eine gute Portion „Bauchgefühl“ und gesunder Menschenverstand sind meist gute Ratgeber – und das auch noch sehr kostengünstig.

Ich bin absolut für Digitalisierung, im DOZ-Verlag nehmen wir diese Herausforderungen ebenfalls an. Auch uns geht es in erster Linie um den Vorteil für unsere Kunden – Stichwort Kundenorientierung. Deswegen bringen wir für Sie diesbezüglich Einiges auf den Weg, jedoch, alles in Maßen! Erfahren Sie dazu demnächst mehr hier an dieser Stelle.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen eine gute digitale Hand und sende Ihnen analoge Grüße,

Ihr

Markus Glöckner





26

Anspruchsvolle Themen und Referenten auf der SBAO-Tagung in Bern.



44

Erfolgsgeschichte der Ryser Optometrie in St. Gallen.



49

Brillengläser mit geringer Nahverstärkung für Nicht-Presbyope.



82

- 1 ..... Editorial: Digitalisierung – Wohl oder Wehe?
- 5 ..... Express
- 8 ..... News & Names
- 11 ..... Leserbriefe
- 64 ..... DOZ-Quiz
- 71 ..... Checkpoint Ausbildung
- 81 ..... Schaufenster AUGENOPTIK
- 96 ..... Schaufenster KONTAKTLINSE
- 97 ..... Termine
- 98 ..... Oppicker/Impressum
- 99 ..... Kleinanzeiger



## AKTUELL

- 12 ..... Neues von der Fach- und Endverbrauchermesse SightCity 2015
- 16 ..... Datev-Betriebsvergleich 2014: Ergebnisse und Entwicklungen
- 22 ..... IVBS-Kongress beleuchtet aktuelle Themen
- 24 ..... Tag der Optometrie in Mainz
- 26 ..... 68. SBAO-Fachtagung in Bern
- 30 ..... ARVO-Jahreskongress in Mile High City
- 32 ..... Neu im Wissenschaftlichen Beirat der DOZ
- 34 ..... Standpunkt des Wissenschaftlichen Beirats der IVBS zur „3D-Refraktion“

## BETRIEBSPRAXIS

- 38 ..... Mehr Kampagnen, mehr Erfolg?!
- 40 ..... Rezension – Klinisches Logbuch: Best Practice Dokumentation
- 44 ..... Erfolgsrezept: Optometrie macht Freude
- 48 ..... Sortimentserweiterung: Optische Schwimmbrillen

## SPEZIAL GLÄSER

- 49 ..... Brillengläser für die digitale Welt – Addpower für Nicht-Presbyope
- 62 ..... Mit Nachhaltigkeit und Innovation zur Kundenzufriedenheit

## FACHTHEMEN

- 65 ..... Zum Einstellastigmatismus

## OPTOMETRIE

- 68 ..... Fallstudie: Kontrastsehen und Glaukomfrüherkennung

## FORTBILDUNG

- 77 ..... Hochschule München
- 78 ..... bfw Karlsruhe
- 79 ..... Fachschule für Augenoptik „Hermann Pistor“ Jena

## FASHION

- 82 ..... Randlose Fassungen

## KONTAKTLINSE

- 85 ..... Kommentar: Respekt
- 86 ..... Kontaktlinse Aktuell
- 88 ..... Kontaktlinsenversorgung bei Kindern
- 91 ..... Erfahrungsbericht 1-Day Acuve Moist Multifocal
- 92 ..... Kinder und Kontaktlinsen – Teil 2

Mehr Trend ohne Rand.

## kurz und knapp

■ Der **Zentralverband der Augenoptiker** (ZVA) hat für den Juniorenkreis eine Onlineplattform zum schnellen Austausch untereinander ins Leben gerufen. Als Vorbild diente der Informations- und Diskussionsblog für den ZVA-PR-Ausschuss.

■ Die Eventreihe „**mittelstand, DIE MACHER**“ hat am 10. Juni in Mönchengladbach Halt gemacht. Unternehmer konnten sich über die Digitalisierung mit all ihren Facetten informieren.

■ Der vom Verwaltungsrat genehmigte Bilanzentwurf der **De Rigo** Gruppe hat auch für das Jahr 2014 zufriedenstellende Ergebnisse gezeigt. Wie das Unternehmen meldete, stieg der Umsatz von 365,3 Mio. Euro in 2013 auf 375,5 Mio. Euro in 2014.

## Währungseinflüsse halten Zeiss auf Kurs

Die Zeiss Gruppe hat die ersten sechs Monate des Geschäftsjahres 2014/15 (Halbjahresstichtag: 31. März) mit einem leichten Umsatzplus abgeschlossen: Der Umsatz stieg um sechs Prozent (vergleichbar\*: ein Prozent) von 2,074 Mrd. Euro im ersten Halbjahr 2013/2014 auf 2,206 Mrd. Euro. Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) lag mit 191 Mio. Euro mehr als 25 Mio. über dem Vorjahreswert. Bereinigt um Sondereffekte wie Währungseinflüsse lag das EBIT rund zehn Mio. Euro unter dem Vorjahreswert (1. Halbjahr 2013/14: 166 Mio. Euro). „Die günstigen Währungseinflüsse haben uns Rückenwind gegeben. Jedoch liegen wir bei vergleichbar gerechneten Währungskursen hinter unseren eigenen ambitionierten Zielsetzungen“, relativierte Dr. Michael Kaschke, Vorstandsvorsitzender der Carl Zeiss AG, die Zahlen des Halbjahresabschlusses 2014/15. Für die zweite Hälfte des Geschäftsjahres 2014/15 rechnet man mit einem moderaten weltweiten Wirtschaftswachstum mit regional unterschiedlichen Ausprägungen, hieß es weiter.

\* Bereinigt um Sondereffekte wie zum Beispiel Währungseinflüsse.

## IGA Optic Unternehmertage

Am 8. und 9. Mai dieses Jahres hat der Unternehmertag des Marketing- und Vertriebsverbundes IGA Optic unter dem Motto „Damit Sie gut lachen haben“ in Düsseldorf stattgefunden. Gut lachen konnten die 190 Gäste sowohl beim Besuch der aktuellen Show von Bülent Ceylan als auch bei der Verkündung der IGA-Optic-Branchenzahlen. Das Unternehmen konnte seinen Umsatz im Vergleich zum Vorjahr steigern. „Und die Zahlen des ersten Quartals 2015 zeigen, dass wir weiter auf Wachstumskurs liegen“, so Carsten Schönemann, Geschäftsführer IGA Optic eG. Der Rüsselsheimer Augenoptiker Ralph Hurlin wurde mit dem Marketingpreis 2015 ausgezeichnet. In der einzigen Wahl der Generalversammlung wurde der ehrenamtliche Vorstand Volker Dietrich aus Heidelberg in seinem Amt bestätigt.



Ralph Hurlin wurde in Düsseldorf mit dem Marketingpreis 2015 ausgezeichnet. Es gratulieren Geschäftsführer Carsten Schönemann (l.) und Marketingchef Helmut Schweda (r.).



Ehemaliges Hauptzollamt Hafen Hamburg

Hamburg statt. Die um 1900 erbaute Location begeisterte Fachleute und Brancheninsider. „Wir freuen uns, dass wir im sechsten Jahr der Schiffsmesse mit der neuen Location ein neues Kapitel aufschlagen konnten, das uns erlaubt, im Messekalender der Branche weiterhin ein Fixtermin zu sein und zu bleiben“, resümierten die Schiffsmesse-Geschäftsführer Wolfgang Kampf und Christian Eydam. In den ausgebuchten Räumlichkeiten präsentierten 58 Independent Labels aus Europa ihre jüngsten Brillenkreationen. Außerdem wurden ein Brillen-Tuning-Workshop von Augenoptikermeister Stefan Gollhofer und ein Workshop zur 3D-Refraktion von Siegmund Scigalla geboten. Mit dem sogenannten Hoya-Ahoi!-Event fand die internationale Messe ihren Ausklang. Für die Schiffsmesse im kommenden Jahr seien schon zahlreiche Voranmeldungen eingegangen, so die Organisatoren. Am 30.4. und 1.5.2016 ist es dann wieder so weit.

## Schiffsmesse '15 in neuem Rahmen

Am 16. und 17. Mai hat die Schiffsmesse rund 550 Besucher nach Hamburg gelockt. In diesem Jahr fand die Schau der europäischen Independent Labels – anders als in den Jahren zuvor – im Hauptzollamt Hafen

## Contact '15 in Berlin

Vom 18. bis 20. September 2015 findet die VDCO-Tagung Contact '15 im Victor's Residenz Hotel in Berlin statt. Die Tagung richtet sich an Kontaktlinsenspezialisten, Augenoptiker und Optometristen, die ihre Kunden mit qualitativ hochwertigen Dienstleistungen versorgen möchten. Am Freitag und Samstag erwarten die Teilnehmer Vorträge in den unterschiedlichen Foren „Anpasspraxis“, „Wissenschaft“ und „Marketing“. Die Vorträge reichen von den Themen „Sport und CL“



über „Auswirkung des Crosslinking auf die CL-Versorgung“ bis zum „praktischen Nutzen des OCT im Alltag“. Außerdem werden der Peter-Abel-Preise, der Gunter-Schamberger Preis sowie der Adolf-Wilhelm-Müller-Welt-Preis verliehen. Auch der Bilderwettbewerb findet wieder statt.

Gespräch zwischen Dr. Samuel Heinz Dremmel, Referent, und Dr. Marieh Esamaeelpour, Mitglied des VDCO-Vorstandes, am Rande der Optometrie '15 der VDCO. Foto: VDCO

## kurz und knapp

■ **Transitions XTRActive** Brillengläser sind neben grau ab sofort auch in braun erhältlich. Die Selbsttönung der photochromen Brillengläser funktioniert auch im Auto.

■ Der italienische Fassungshersteller **Luxottica** hat seit Mai/Juni seinen Direktvertrieb bei Sonnenbrillen ausgeweitet. Seit dem gibt es vier neue Sunglass Hut-Stores in Berlin, Frankfurt a. M., Nürnberg und Oberhausen.

■ Der Online-Brillenglas-Händler „**Meinbrillenglas.de**“ ist Ende Mai online gegangen. Die Plattform bietet Endkunden die Möglichkeit, online Brillengläser zu erwerben und ihre eigene Fassung verglasen zu lassen.

■ **Funk Optik** aus Erlangen hat den mit 1.000 Euro dotierten Harald Glöckler Schaufensterwettbewerb gewonnen. „Wir gratulieren dem Team von Funk Optik und bedanken uns bei allen Einsendern für ihr großartiges Engagement und ihre phantasievollen Dekorationen“, freute sich Horst Müller, Vertriebschef Harald Glöckler Sunglasses.

■ **Marchon Eyewear** hat die exklusive und globale Eyewear-Lizenz mit Nike verlängert. Das teilte das Unternehmen in einer Pressemitteilung mit.

■ Der österreichische Brillenhersteller **Andy Wolf Eyewear** hat seine neue Homepage gelauncht und sich mit einem neuem Logo in einem cleanen Look präsentiert. Die Homepage [www.andy-wolf.com](http://www.andy-wolf.com) richtet sich an potenzielle Endverbraucher und Augenoptiker.

■ Der Online-Augenoptiker **Brille24** kooperiert seit Juni mit einer Oldenburger Filiale der Adler Modemärkte AG. Mehrere Brille24-Augenoptiker beraten die Adler-Kunden vor Ort. Das Online-Unternehmen will so mögliche Hürden beim Wechsel vom Offline- zum Online-Kauf abbauen.

## Ehrendoktorwürde für Professor Kümmel

**Hochschule Aalen:** Dietmar Kümmel, Ruhestandsprofessor der Hochschule Aalen, hat am 16. Mai in Forest Grove, Oregon/USA, die Ehrendoktorwürde D.Sc.hon. der Pacific University erhalten. Die Ehrung erfolgte im Rahmen der Absolventenfeier mit mehr als 3.000 Gästen im Stadion der Pacific University. Präsidentin Lesley Hallick und der mitangereiste Aalener Hochschulrektor Professor Dr. Gerhard Schneider würdigten die außerordentlichen Verdienste von Professor Kümmel um die Kooperation beider Hochschulen, den seit 15 Jahren äußerst erfolgreich laufenden Studierenden- und Professorenenaustausch sowie die Entwicklung der Optometrie im deutschen und europäischen Raum. Die Hochschule Aalen feierte die Ehrendoktorwürde von Prof. Kümmel am 31. Mai mit knapp 50 Absolventen und Studierenden im Studiengang und am 1. Juni auf Einladung von Rektor Schneider mit knapp 150 Freunden und Weggefährten von Prof. Kümmel in der „Neuen Aula“.



Professor Bleything und Professor Kümmel (rechts) bei der Ehrung in Forest Grove.

## Fit auch mit Sehbehinderung – Aktion zum Sehbehindertentag

**DBSV:** Der Deutsche Blinden- und Sehbehindertenverbandes (DBSV) hat den 18. Sehbehindertentag am 6. Juni unter das Motto „Fit auch mit Sehbehinderung“ gestellt. Viele sehbehinderte und blinde Menschen wissen nicht, dass ihnen zahlreiche sportliche Betätigungsfelder offenstehen. Der DBSV schloss sich deshalb mit den Kieser Training-Studios zusammen. Die bundesweit 24 Training-Studios präsentierten sich während des Sehbehindertentages und ermöglichten den Interessierten, das Krafttraining in einem Studio kennenzulernen.



Björn Donner

## Galifa verstärkt Vertriebsteam in Deutschland

**Galifa:** Björn Donner unterstützt seit Anfang 2015 als Verkaufsleiter Deutschland und Business Development Manager das Vertriebsteam der Galifa Contactlinsen AG. Der 38-Jährige ist praxiserfahrener Augenoptikermeister und Kontaktlinsenspezialist. Der gebürtige Bochumer war zuvor als Vertriebsleiter in der Kontaktlinsenbranche tätig.

## BoDe Design & comma – zukünftig ein starkes Team in Sachen Brillen-Design

**BoDe Design:** Der Firma BoDe Design aus Gemünden ist es gelungen, einen weiteren Markennamen für sich zu gewinnen und somit das Sortiment der Trendmarken weiter auszubauen. Mit Anfang kommenden Jahres übernimmt das Unternehmen Design und Vertrieb von Brillen des Modelabels comma für den europäischen Markt. Die Kollektion wird Anfang des nächsten Jahres auf der opti in München vorgestellt.



## „Round Table“ feiert 10. Jubiläum

**Optics Network:** Das Mitglieder Event „Round Table“ des Verbands individueller Augenoptiker hat 18. und 19. April dieses Jahres in Berlin seinen zehnten Geburtstag gefeiert. Der Samstagabend wurde in entspannter Runde bei Essen und Zauberkunst zum Erfahrungsaustausch genutzt. Der Sonntag stand im Zeichen von Fachvorträgen. Armin Herdegen, Vertriebsdirektor Hoya, berichtete über Struktur und Haptik im Brillenglasverkauf. Anschließend referierte Lutz Jurkat, Geschäftsführer 2do Werbeagentur, über die Chancen des Online-Neukundengewinns. Robert Mergenthal, Sehenswert – Kontaktlinsen und Brillen in Göttingen, beendete den Vormittag mit einem Vortrag zur Positionierung von Kontaktlinsen. Der Nachmittag gehörte dem Key-Note-Speaker René Borbonus.



Armin Herdegen, Vertriebsdirektor der Hoya Lens Deutschland GmbH, referiert während des „Round Tables 2015“.



## PolaFit 3D

**Nika:** Der Brillenglashersteller Nika hat seit Mai dieses Jahres das PolaFit 3D zur Augenglasbestimmung auf den Markt gebracht. Durch Nutzung eines 3D-LCD-Bildschirmes werden Testzeichen mit hohem Kontrast und zeitgemäßer Auflösung dargestellt. Das System benötigt kein WLAN und Zusatzgeräte, ist jederzeit einsatzbereit, ermöglicht individuelle und umfangreiche Testreihen unter monokularen sowie binokularen Bedingungen.

## Neuer Seiko-Außendienst für den Süden Deutschlands

**Seiko:** Zwei neue Gesichter sind für den Außendienst des Brillenglas-Spezialisten der Seiko Optical Europe GmbH (Willich) im Süden Deutschlands unterwegs: Liane Pank zeichnet seit März verantwortlich für den Südosten von Bayern. Die 42-Jährige arbeitete zuvor unter anderem mehr als acht Jahre im Außendienst. Roman Choreny (39) kommt ursprünglich aus dem Kontaktlinsen-Außendienst. Sein Reisegebiet umfasst Augsburg, Aalen, Ulm, das Allgäu und die Bodensee Region. Der gebürtige Wiener ist Spezialist für Kundenservice.



Liane Pank



Roman Choreny

Anzeige



Zur interaktiven Kommunikation  
finden Sie uns auf facebook

[www.facebook.com/dozverlag](http://www.facebook.com/dozverlag)



# Neues von der Fach- und Endverbrauchermesse SightCity 2015

Die SightCity in Frankfurt erfreut sich seit ihrem Debüt in 2004 eines wachsenden Interesses. So lockte die Messe auch in diesem Jahr vom 20. bis 22. Mai Fachpublikum, Endverbraucher und Aussteller nach Frankfurt am Main. Allerdings sei der Besucherandrang hinter dem in 2014 zurückgefallen, ließ der Veranstalter wissen. Der Bahnstreik erschwerte mutmaßlich die Anreise für Aussteller und Besucher, hieß es als Begründung. Zwar hätten die Gespräche zahlenmäßig abgenommen, hierfür sei aber die Qualität der Gespräche gestiegen, berichteten mehrere Aussteller.

Die SightCity punktete in diesem Jahr mit freiem Eintritt, einem Shuttleservice für sehgeschädigte Besucher von den Bahn- und Flugsteigen zu den Ausstellungsflächen, Verpflegungsgutscheinen, nationaler und internationaler Erreichbarkeit in erster Linie per Flugzeug und mit dem Auto.

Internationale Hersteller präsentieren ihre Neuheiten und Bewährtes aus ihrem Hilfsmittelangebot – zugeschnitten auf die Bedürfnisse sehbehinderter und blinder Menschen.

Im vergangenen Jahr, zum zehnjährigen Jubiläum der Messe, kamen insgesamt 130 Aussteller und 4.000 Besucher an den Main. Zehn Jahre zuvor waren es noch 63 Aussteller und 2.400 Besucher.

## Low Vision International GmbH (LVI)

Die Firma Low Vision International GmbH (LVI) mit Sitz in Winsen (Luhe) stellte das MagniLink Zip vor, das mit dem Red Dot Design Award 2015 ausgezeichnet wurde.

Aufmerksame Besucher der SightCity und Fachleute konnten bereits in den vergangenen Jahren eine Rückkehr zu kleineren Bildschirmdiagonalen und Full-HD-Lesegeräten, wie das MagniLink Zip, erkennen.

Das Gerät ist mit Bildschirmdiagonalen von 13 bis 17 Zoll lieferbar und verfügt über eine Kamera, die wahlweise auf nahe oder ferne Vorlagen gerichtet werden kann. Zudem kann es z. B. für den Transport platzsparend zusammengeklappt werden. Das MagniLink Zip kann

mit Strom aus der Steckdose und/oder mit Akku betrieben werden. Beeindruckend sind hierbei die Akkubetriebszeiten, die mit fünf bis neun Stunden – je nach Einstellung und Verbrauch – angegeben werden. Der Akkubetriebszeit steht eine Ladezeit von zwei bis drei Stunden gegenüber.

Dass das System modular erweiterbar ist, können Interessenten auch an den Optionen der Preisliste erkennen. Akku und Lesetisch sind zusätzliche Optionen.



MagniLink Zip; © LVI.



MagniLink Zip zusammengeklappt für den Transport; © LVI.

Als Zielgruppe gibt LVI u. a. Schüler und Studenten an. Aufgrund der Abmessungen 33x45 cm Grundfläche ist ein platzsparender Einsatz in Seniorenheimen ebenso denkbar. Der Vergrößerungsbereich wird mit 1,1- bis 35-fach angegeben. Folgerichtig wird das MagniLink Zip mit diesen Werten, dem beschriebenen brillanten Full-HD-Bild und einem starken Kontrast voraussichtlich auch bei Retinitis-pigmentosa-Patienten viele Freunde finden.

Die Gewichtsangaben für das Gerät schwanken aufgrund der unterschiedlichen Bildschirmdiagonalen und des lieferbaren Zubehörs zwischen 3,9 kg bei der 13-Zoll-Variante ohne Akku und maximal 7,2 kg bei der 17-Zoll-Gerätevariante mit Akku. Der Akku selbst bringt 300 g auf die Waage.

Der Vertrieb an Augenoptiker erfolgt über die Fiema LVI.

Informationen zum Gerät stellt die Website des Herstellers [www.lvideutschland.de](http://www.lvideutschland.de) zur Verfügung, Mailanfragen nimmt das Unternehmen unter [info@lvideutschland.de](mailto:info@lvideutschland.de) entgegen.

## Reinecker Vision

In konventionellem Gewand präsentierte sich das Videomatic Verde der Firma Reinecker Vision aus Alsbach/Hähnlein, das mit seinem Namen (Verde = grün) und einem Recyclinganteil von bis zu 66 Prozent eine Innovation in Sachen Nachhaltigkeit und Umweltschutz verspricht.

Das Videomatic Verde ist ein konventionelles Bildschirmlesegerät (Tischgerät), das alle Features beinhaltet, die die Mehrheit der privaten Bildschirmlesegerätenutzer für ein besseres Lesen benötigt.

Mit seinem höhenverstellbaren 19-Zoll-Flachbildschirm, naturgetreuer Farbwiedergabe, Autofocus, einer energiesparenden LED-Beleuchtung, dem integrierten Lesetisch, einer ca. 45-fachen



können somit ihren vorhandenen Langstock nachrüsten.

Ausführliche Informationen gibt es auf der Website des BHVD ([www.bhvd.de](http://www.bhvd.de)), oder können direkt angefragt werden über [info@bhvd.de](mailto:info@bhvd.de).

## issist

Das Aquos Handheld der Firma issist ([www.issist.com](http://www.issist.com)) ist ein androidbasiertes System, das – ähnlich wie das Podigi – elektronische Lupe und Vorlesesystem in einem verbindet und die Nachfrage nach mobilen Multifunktionsgeräten bedient. Vertrieben wird das Gerät über den Hersteller sowie die Unternehmen flusoft aus Dresden und Handy Tech mit Sitz in Horb a.N.

Das Aquos Handheld ist sowohl als elektronische Lupe als auch als OCR-Vorlesesystem mit intuitiv bedienbaren Applikationen einsetzbar. Es erfordert jedoch beim Umstellen von der einen Anwendung auf die andere Funktion, trotz Sprachausgabe innerhalb der Menüs, einen vorhandenen Sehrest. Gleiches gilt für die eigentliche Bildaufnahme.

Im Lupenmodus kann die Vergrößerung mit der für Tablet-PCs oder Smartphones üblichen Zweifingerbedienung stufenlos variiert werden. Mit drei Fingern können Farbeinstellungen den individuellen Bedürfnissen angepasst werden.

Als Vorlesesystem verfügt das Gerät ab Werk über mehrere Sprachausgaben und kann in zwei verschiedenen Modi (Live-Bild mit Vergrößerungs- und Vorlesefunktion) oder (Kontrastverstärkt mit Vorlesefunktion) genutzt werden. Die Möglichkeiten als Vorlesegerät beschränken sich auf Vorlesen, Pause, vor und zurück. Die verwendete OCR-Software verfügt nach aktuellem Stand über keine Spaltenerkennung was dringend nachgebessert werden sollte. Da die



Aquos Handheld; © jemandsolltemal.

Kamera bei diesem Gerät nicht mittig platziert ist, bedarf der Umgang mit dem Gerät als Lupe etwas Übung.

Informationen über den genauen Leistungsumfang, Preis und Verfügbarkeit geben die Firmen flusoft Spezial Computer Technik, [www.flusoft.de](http://www.flusoft.de), [info@flusoft.de](mailto:info@flusoft.de) sowie die Handy Tech Elektronik GmbH, [www.handytech.de](http://www.handytech.de), [info@handytech.de](mailto:info@handytech.de).

## Nürnberger Wohn- und Werkstätten für Blinde und Sehbehinderte (NWW)

Smartphones als Alleskönner und leistungsfähige PCs sind inzwischen in den Köpfen der Hilfsmittelhersteller angekommen und haben auch hier clevere Produkte zur Unterstützung von Low-Budget-Lösungen entstehen lassen.



NWW-Scandi-Halterung; © bbs Nürnberg.

Viele Sehbehinderte und Blinde nutzen Apps, um sich Texte via Handy vorlesen zu lassen. Prizmo, Saytext oder knfb-Reader sind Apps, die sich in diesem Einsatzgebiet etabliert haben und teilweise als Freeware zu haben sind. Sie bieten mit unterschiedlichen Features vollblinden Smartphone-Nutzern den Zugang zu Printmedien via Handy. Je nach Leistungsumfang der gewählten App kann es jedoch erforderlich sein, dass der Nutzer sich einer mechanischen Scannhilfe bedient, die für eine optimale Ausrichtung der Vorlage und den erforderlichen Abstand zur vollständigen Aufnahme einer DIN-A4 Seite sorgen. Sogenannte Smartphone-Halterungen wurden ebenfalls auf der SightCity vorgestellt. Konsequenz zu Ende gedacht ist die Lö-

sung der Nürnberger Wohn- und Werkstätten für Blinde und Sehbehinderte (NWW), die aus gegebenem Anlass die Anforderungen und Wünsche an ein solches System aus eigener Erfahrung besonders gut kennen und eine Halterung entwickelt haben, die zusammengeklappt werden kann und somit selbst mobil und flexibel ist. Die NWW-Scandi-Halterung wurde aber nicht nur beim NWW entwickelt, sondern wird zudem in den eigenen Werkstätten gefertigt.

## Vargian Keyboards

Kaum zu glauben aber wahr ist die Tatsache, dass es trotz zunehmender Verbreitung von Macs bei Sehbehinderten und Blinden bislang keine appletaugliche Großschrifttastatur gab.

Dies hat die Firma Vargian als langjähriger Veredler hochwertiger Tastaturen nun geändert und präsentierte eine Bluetooth Tastatur für Apple PCs.

Diese ist, obgleich viele Apple PCs weiß sind, aufgrund der Anforderungen an gutes Kontrastsehen bislang ausschließlich mit schwarzem Gehäuse und weißer bzw. gelber Beschriftung erhältlich. Die Keyboards sind in gewohnt hochwertiger Qualität gefräst und stellen immer auch die Dritttastenbelegung (beispielsweise „?“ , „ß“ und „\“ ) dar. Diese Dritttastenbelegung fehlt bei günstigeren und gelaserten Tastaturen. Abweichende Tastaturlayouts und Beschriftungen wie z.B. Englisch oder Arabisch gibt es als konventionelle Tastatur mit USB- oder PS2/2-Anschluss ebenfalls.



Vargian Großschrifttastatur für Apple; © jemandsolltemal.

Der Vertrieb erfolgt über die Firma Gilbert Vargian Keyboards an den Großhandel. Ausführliche Informationen zu diesem Gerät gibt es auf der Website [www.vigkeys.com](http://www.vigkeys.com), direkte Anfragen können an [vargian@t-online.de](mailto:vargian@t-online.de) gerichtet werden. ■

**Stefan Deininger, Bensheim**



# Datev-Betriebsvergleich 2014: Ergebnisse und Entwicklungen

Im Jahr 2014 haben die Teilnehmer des Betriebsvergleichs eine Umsatzsteigerung in Höhe von 5,1 Prozent im Gesamtdurchschnitt erzielt. Das ergab der Datev-Betriebsvergleich des Zentralverbands der Augenoptiker und Optometristen (ZVA). Bei Betrachtung der erzielten Umsatzerlöse unter Berücksichtigung sämtlicher relevanter Kosten inklusive der kalkulatorischen Kosten ergibt sich ein Betriebsergebnis in Höhe von 4,4 Prozent. Die folgenden Ausführungen erläutern die Ergebnisse aus dem Betriebsvergleich 2014 ausführlich. Unter anderem werden Mitarbeiter bezogen ausgewählte Kennziffern dargestellt. Besonders erfreulich ist, dass erstmalig in allen Umsatzgrößenklassen ein positives Betriebsergebnis erzielt wurde.

## Beteiligung

An der Jahresauswertung beteiligten sich wie im Vorjahr 190 Teilnehmer.

## Teilnehmerstruktur

Die teilnehmenden Augenoptikbetriebe wurden in fünf Umsatzgrößenklassen eingeteilt, um den unterschiedlichen Be-

triebsstrukturen in Abhängigkeit von der Betriebsgröße gerecht zu werden.

Die Auswertung der Daten erfolgte zum einen in einer Gesamtauswertung als Durchschnitt aller Teilnehmer sowie getrennt nach Umsatzgrößenklassen. Im aktuell vorliegenden Betriebsvergleich konnten für das Jahr 2014 lediglich 179 Betriebe ausgewertet werden. Nach wie vor wurde in der Umsatzgrößenklasse I

(Jahresumsatz bis 125.000,00 Euro) nicht die Mindestteilnehmerzahl von 20 Betrieben erreicht, sodass hier keine Auswertung erfolgen konnte.

Tabelle 1 zeigt die Definition der Umsatzgrößenklassen von I bis V sowie die Zusammensetzung der Betriebe im Vergleich der Jahre 2014 und 2013. Die prozentuale Verteilung auf die Umsatzgrößenklassen zeigt, dass Betriebe mit einem Jahresumsatz zwischen 250.000,00 Euro und 500.000,00 Euro mit 39,7 Prozent am stärksten vertreten waren.

## Entwicklung der Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse werden unterteilt in Erlöse, die dem regulären Mehrwertsteuersatz unterliegen und nach Hörgeräten mit dem ermäßigten Steuersatz von sieben Prozent. Der Hörgeräteanteil ist am Umsatz im Vergleich zum Vorjahr nahezu unverändert und leistet mit 1,6 Prozent nur einen sehr geringen Beitrag zum Gesamtumsatz. Alle weiteren Umsätze aus der Brillenoptik, Kontaktlinsen, Handelswaren sowie Zubehör für Hörgeräte und Dienstleistungen bzw. Reparaturen sind den Umsatzerlösen mit der regulären Umsatzsteuer zugeordnet. Die mit 3,6 Prozent angegebenen „sonstigen Umsatzerlöse“ beinhalten mit dem Steuerberater individuell besonders vereinbarte Kontierungen der Umsätze sowie in seltenen Fällen auch die Umsätze aus Exportgeschäften. Unter Berücksichtigung der Bestandsveränderungen bei

Umsatzeinteilung	Größenklasse	2013 %	2013 absolut	2014 %	2014 absolut
50.000 bis 125.000 €	I	–	–	–	–
125.000 bis 250.000 €	II	32,4	57	29,6	53
250.000 bis 500.000 €	III	38,1	67	39,7	71
500.000 bis 750.000 €	IV	17,0	30	16,7	30
über 750.000 €	V	12,5	22	14,0	25
<b>Gesamt</b>		<b>100</b>	<b>176</b>	<b>100</b>	<b>179</b>

Tabelle 1: Teilnehmerstruktur nach Umsatzgrößenklassen. (Quelle: ZVA-Betriebsvergleich 2014 © DOZ)