

Der DOZ-Verlag
auf der opti 2016
Halle C2, Stand 405

DOZ

OPTOMETRIE & FASHION

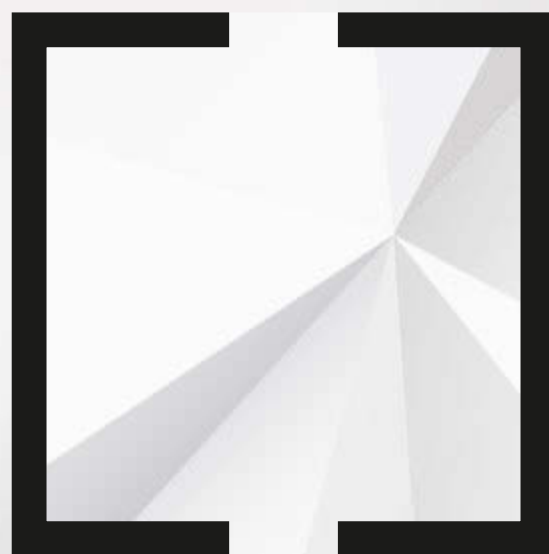
01 | 2016

DEUTSCHE OPTIKERZEITUNG

www.doz-verlag.de 4. Januar 2016 • Jahrgang 71 D 3509 • ISSN 0344-7103

Jetzt online informieren auf
www.opti.de

Hier geht's
zur opti-App!



MAXIMEYES!

Mit der Zukunft auf Augenhöhe, mit den Trends auf einer Wellenlänge: Kommen Sie auf die **opti 2016** und gehen Sie Ihren Weg in eine inspirierende Zukunft! Am besten gleich Termin vormerken und am Puls der Zeit bleiben.

opti DIE INTERNATIONALE MESSE
FÜR OPTIK & DESIGN

15. – 17. 1. 2016
MESSEGELÄNDE MÜNCHEN

Aktuell:
Spectaris
Trendforum
2015/16

Spezial:
Virtual Reality in
der Augenoptik

Betriebspraxis:
Branchenstruktur-
erhebung des ZVA

Kontaktlinse:
Stiftung WT:
perfekte
KL-Anpassung



Frischer Wind in 2016



Thomas Truckenbrod
ZVA-Präsident

Die opti in München leitet traditionell das europäische augenoptische Jahr ein.

Wer über die Jahre die Exponate der Hersteller betrachtet hat, weiß um die aktuellen, die künftigen und die vergangenen Trends. Neben Brillenfassungen, -gläsern und Kontaktlinsen gelten die zusätzlichen Angebote als aufschlussreiche Gradmesser für das Befinden der Branche.

Da stehen 3D-Drucker, die vielleicht die individuelle Fassungs-fertigung revolutionieren und erste optische Linsen produzieren könnten. Optometrische Dienstleistungen werden von zahlreichen Geräten unterstützt. Die Angebotsvielfalt und die Anbieterzahl sind in den vergangenen Jahren förmlich explodiert. Die dazugehörigen Fortbildungen entwickeln sich ständig weiter. Der vom Zentralverband der Augenoptiker und Optometristen (ZVA) neu ausgearbeitete Rahmenlehrplan enthält alle relevanten Teilgebiete des europäischen ECOO-Diplomes. Fachschulen und Fachhochschulen wetteifern am Messeplatz um zukünftige Studenten und Meisterschüler.

Ungeachtet der opti wird sich der ZVA in 2016 mit weiteren Fragen und praktikablen Lösungen für seine Mitglieder beschäftigen: Werden die Online-Refraktion, Onlineshops und weitere Trends des E-Commerce die Augenoptik kräftig durchmischen? Welche Kompetenzen sind zukünftig wichtig, um dem Verbraucher bestmögliches Sehen und Aussehen zu ermöglichen? Im Bereich der Kommunikation wird es Hilfe zur Erstellung von Webseiten geben. Die Kampagne „Einmal im Jahr zum Optiker“ besticht zu Jahresbeginn mit einem perfekten PR-Film, zugehörigen PR- und Werbemitteln. Und das vom ZVA mit der GfK entwickelte Geomarketingprojekt geht in die dritte Runde. Konsequenterweise wird damit die individuelle Kundenansprache im jeweiligen Einzugsgebiet optimiert – von den Zielgruppen über das Fassungs-sortiment bis hin zur Ladengestaltung.

Freuen würde es mich, wenn die angebotenen Lösungen zahlreich genutzt würden. Dazu gilt es, den inneren Hebel von „sollten wir mal“ auf „machen wir“ umzulegen! Ich bin mir sicher, viele Themen werden in den kommenden Ausgaben der DOZ facettenreich dargestellt werden.

Für das vor uns liegende Jahr wünsche ich uns allen Gesundheit, eine gedeihliche Entwicklung unserer Branche und den Mut, zum tatkräftigen Anpacken der kommenden Herausforderungen.

Mit herzlichen Grüßen
Thomas Truckenbrod

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



32

„Vision 3.0: Die Zukunft des Sehens“ wird auch die opti 2016 prägen.

INHALT DOZ 01 | 2016

- 1 Editorial: Frischer Wind in 2016
- 5 News & Names
- 10 Leserbrief
- 30 Programm IVBS-Kongress 2016
- 49 Wettbewerbsrecht
- 56 Schaufenster AUGENOPTIK
- 75 Glosse
- 83 Quiz
- 85 Checkpoint Ausbildung
- 94 Schaufenster KONTAKTLINSE
Inserentenverzeichnis
- 118 Termine
- 120 Oppicker/Impressum
- 121 Kleinanzeiger



AKTUELL

- 12 Zauberhafte Augenoptik – Die Branche trifft sich beim Spectaris Trendforum 2015/16
- 14 Aus MailShop GmbH Augenoptik wird Deutsche Augenoptik AG
- 16 ZVA fordert Warnhinweise für bestimmte Brillen aus dem Internet

- 17 Verleihung des Rupp + Hubrach Preises für Augenoptik in Berlin
- 20 Zu Besuch auf der American Academy of Optometry 2015 in New Orleans
- 23 Erfolg kommt nicht von allein
- 24 Optometristen mit Ventilfunktion – Staatsekretärin Fischbach informiert sich über Studiengang an der Beuth Hochschule
- 26 31. Fielmann Akademie Kolloquium – Im Dialog vor Ort – Fortschritt Sehen

SPEZIAL GERÄTE, WERKZEUGE UND SOFTWARE

- 32 Software, Werkzeuge und Geräte lassen die Herzen der Augenoptiker schneller schlagen
- 40 Die Realität der Zukunft – Verändern Google Glass und Oculus Rift die Augenoptik?
- 46 Hell und Dunkel im Refraktionsraum – Reality-Augenprüfung mit neuen Möglichkeiten



12 Die Branche traf sich beim Spectaris Trendforum 15/16 in Berlin.



98 Die Konsumenten Zeitschrift „Stiftung Warentest“ fühlte deutschen Augenoptikern und ihrer Arbeit in Sachen Neu-Anpassung von Kontaktlinsen auf den Zahn.



68 Die SK-x Skibrille mit integrierter Korrektur auf der Rückseite.



24 Staatssekretärin Fischbach (CDU) hat sich über den Studiengang Augenoptik/Optometrie an der Beuth Hochschule informiert.

OPTOMETRIE

Opto 51 Refraktive Entwicklung des Auges am Tiermodell

TIPP DES MONATS

80 Wintersport- und Sonnenbrillen im Januar

BETRIEBSPRAXIS

- 60 Ist die Werkstatt des Augenoptikbetriebs ein Auslaufmodell? Branchenstrukturerhebung des ZVA
- 64 Markt- und Potenzialanalyse für Augenoptiker – Ein Projekt des ZVA und der GfK
- 68 Sicherheit im Skisport durch optimale Sicht
- 70 Aus zwei mach eins – Zusammenführen, was ein neues Ganzes werden soll
- 72 Augenoptikfachgeschäfte ins nächste Jahrzehnt führen – Sieben Megatrends weisen den Weg des Wandels
- 76 Das Standpersonal sollte auf der Messe glänzen

HISTORIE

93 Ein Exot unter den Sehhilfen

KONTAKTLINSE

- 95 Kommentar: Können wir es wirklich nicht besser?
- 96 Kontaktlinse Aktuell
- 98 Die perfekte Kontaktlinsenanpassung – oder wie sich die Spreu vom Weizen trennt
- 106 Bedürfnisse moderner Kontaktlinsenträger im Blick
- 110 Frischer Wind im Norden
- 112 Der Kontaktlinsenträger im Alltag – Teil 1
- 116 Erfolgreich mit Weiterbildung – „Kommunikation ist alles“

64 Eine fundierte Markt- und Potenzialanalyse ist das A und O für die ökonomische Standfestigkeit im Wettstreit mit den Mitbewerbern.



DOZ-Verlag auf opti und Brille & Co

Auf beiden Veranstaltungen präsentiert sich der Verlag wieder mit seinem inzwischen weiter ausgebauten Verlagsprogramm. Auf der opti, 15.–17.01.2016 in München, erwartet die Besucher in Halle C2, Standnummer 405 neben den aktuellen Neuerscheinungen zusätzlich auch das bekannte Glücksrad, an dem traditionell jeder Dreh gewinnt! Besteller am Stand oder Besucher, die einen Gutschein (hier im Heft und im aktuellen opti-Wegweiser) ausgefüllt mitbringen, können sich die Chance auf den Hauptgewinn – ein iPad mini – erdrehen! Leider kann das Glücksrad nicht auf der Brille & Co, 23./24.01.2016 in Dortmund, an dem DOZ-Stand im Foyer sein. Aber dennoch wird es auch dort interessante Neuigkeiten zu sehen geben.

Auch in diesem Jahr bleibt die DOZ-Redaktion ihrem Vorsatz treu, Sie, liebe Leserinnen und Leser, ab und an zu überraschen: Wir haben uns vom Express, dem Nachrichten-Extrablatt der DOZ, verabschiedet. Die Kurzmeldungen aus der Branche erwarten Sie künftig vereint in der Rubrik News & Names.

Führungswechsel bei Tameling Consulting



Norbert Bock (li.) und Andreas Tameling.

Die verantwortliche Geschäftsführung der Tameling Consulting GmbH liegt seit Anfang Januar dieses Jahres bei Norbert Bock. Der 49-jährige Augenoptiker ist seit 1998 als Berater und seit 2011 als Co-Geschäftsführer im Unternehmen tätig, das seinen bisherigen Namen beibehalten wird. Der 59-jährige Andreas Tameling hatte im Zuge einer Nachfolgeregelung seine Geschäftsanteile und Position an Bock übergeben.

Anke ist neues Mitglied in der Eschenbach-Geschäftsführung

Seit Mitte November vergangenen Jahres ist Matthias Anke Geschäftsführer der Eschenbach Optik GmbH. Der 49-Jährige ist bereits seit 1996 für das Nürnberger Unternehmen tätig. Er startete als Exportleiter, bevor er 2008 Unternehmensbereichsleiter Optik und Prokurist wurde. Zuvor arbeitete Anke als Bereichsleiter Maschinen und Anlagen bei Terramar Engineering and Machinery Bangkok in Thailand. „Wir freuen uns, Matthias Anke als Mitglied der Geschäftsführung begrüßen zu können. Aufgrund seiner langjährigen Tätigkeit in unserem Unternehmen, seiner hervorragenden Expertise im Bereich Augenoptik sowie seiner Vertriebserfahrung – auch im Ausland – ist Matthias Anke die ideale Besetzung für diese Position“, sagt Uwe Schultze, Geschäftsführer bei Eschenbach Optik.

Binder Optik Hochschulpreis geht an Sandra Wagner

Für ihre Bachelorarbeit im Studiengang Augenoptik/Hörakustik hat Sandra Wagner, Absolventin an der Hochschule Aalen, im Dezember 2015 den Hochschulpreis von Binder Optik erhalten. Das Thema der Arbeit lautet „Power Profiles of Single Vision and Multifocal Soft Contact Lenses“. Generalkonsul Helmut Baur, Geschäftsführender Gesellschafter bei Binder Optik, überreichte die mit 1.500 Euro dotierte Ehrung vor Vertretern aus Wirtschaft und Hochschule. In ihrer Bachelorarbeit beschäftigte sie sich mit der Vermessung von Kontaktlinsen.





Universal Messbrille UB 6



Vissard 3D
Bildschirmrefraktion

Oculus mit dreierlei Neuheiten auf der opti

Der Gerätehersteller Oculus aus Wetzlar präsentiert auf der opti gleich drei Neuheiten: die Vissard 3D Bildschirmrefraktion in zwei Bildschirmgrößen; eine neue Generation der Universal Messbrille UB 6 in einem leichteren, schickeren und bequemeren Design; eine Sonderedition des Brillenbestimmungskastens BK 1.



Brillen-
bestimmungs-
kasten BK 1

Julbo stattet deutsche Snowboard Elite aus

Mit Beginn der Wettkampfsaison Winter 2015/16 wird der französische Sportbrillen- und Helmexperte Julbo offizieller Ausstatter der deutschen Snowboard Elite. Damit besteht für die Athleten der Nationalkader A bis C aus den Disziplinen Race sowie Snowboard Cross (SBX) die Möglichkeit, die hoch technischen und funktionalen Produkte für eine noch bessere Leistung zu nutzen. Durch die neue Partnerschaft möchte Julbo seine internationale Reputation im deutschen Spitzen-Wintersport weiter verbessern und die Sichtbarkeit der Marke fortlaufend erhöhen.

Clausen verlässt Neostyle

Nach langjähriger Tätigkeit im Marketing des Fassungsherstellers Neostyle GmbH & Co. KG hat Christine Clausen das Unternehmen zum Ende des vergangenen Jahres verlassen. Marketing Anfragen nimmt seitdem Geschäftsführer Andreas Dünnbier entgegen.



Kirsten Schroeder

Inhaberwechsel bei Eye Care

Seit Januar 2016 ist Kirsten Schroeder Inhaberin der Firma Eye Care Kontaktlinsen-Zubehör und Kosmetik. Schroeder hat die Firma von Roswitha Ziem übernommen, die sich Ende 2015 aus dem aktiven Geschäft zurückgezogen hatte. Schroeder, die viele Jahre im augenoptischen Fachhandel tätig war, wechselte 2003 zu Conta Optic und war seitdem als Verkaufs- und Firmenleiterin tätig. Mit Eye Care baut sie das Angebot an hochverträglicher Kosmetik, Kontaktlinsen- und Anpasserzubehör weiter aus. Neu dazu kommt der Bereich Eye Care – Gesundheit, der in den vergangenen Jahren immer mehr an Bedeutung gewonnen hat.

Investor Compass Partners steigt bei Rodenstock ein

Der Rodenstock-Mehrheitseigentümer Bridgepoint reicht Anteile an Deutschlands größtem Brillenhersteller an den Investor Compass Partners weiter. Das meldete die Süddeutsche Zeitung. Details zum Umfang der Transaktion gab Rodenstock nicht bekannt. Auch ob Bridgepoint die Mehrheit an dem Unternehmen behält, blieb demnach offen. Die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ hatte zuvor berichtet, dass Bridgepoint die Mehrheit an dem Brillenhersteller abgeben will. Außerdem soll zunächst Essilor Interesse an einer Übernahme von Rodenstock gezeigt haben. Rodenstock selbst plant für 2015 mit einem Umsatzplus von 3,5 Prozent auf 421 Mio. Euro.

Carl Zeiss Meditec AG weitete Marktanteile aus und steigert Umsatz

Die Carl Zeiss Meditec AG hat im Geschäftsjahr 2014/15 mit einem Umsatzplus von 14 Prozent auf 1.040 Mio. Euro die Milliardengrenze überschritten. Währungsbereinigt belief sich das Wachstum auf rund acht Prozent gegenüber dem Vorjahr. Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern stieg um acht Prozent auf 130,6 Mio. Euro (Vorjahr: 120,7 Mio. Euro); die EBIT-Marge von 12,6 Prozent (Vorjahr 13,3 Prozent) wurde durch zusätzliche Investitionen in Forschung und Entwicklung belastet. Das Wachstum des Unternehmens speiste sich – mit unterschiedlicher Dynamik – aus allen drei Geschäftseinheiten und Weltregionen.

1. Interdisziplinäres Symposium „Bildschirmarbeit gesund gestalten“ an der EAH Jena

Am 16. März findet von 9.00 bis 17.30 Uhr das 1. Interdisziplinäre Symposium „Bildschirmarbeit gesund gestalten“ im Konferenzzentrum der Ernst-Abbe-Hochschule Jena statt. Referenten aus Forschung, Praxis und Industrie referieren u. a. zu den Themengebieten Leben und Arbeiten mit digitalen Medien, Gesundheitsförderung am Arbeitsplatz, Vermeidung von Ermüdung, Sehen und Haltung bei Bildschirmarbeit, Licht und Beleuchtung sowie Prävention und Therapie von Beschwerden. Die Tagung richtet sich an alle Fachdisziplinen in Praxis und Forschung, die sich mit dem Thema „Bildschirmarbeit“ beschäftigen, insbesondere: Arbeitsmediziner, Manualmediziner, Sportmediziner, Orthopäden, Augenärzte, Physio- und Ergotherapeuten, Optometristen und Augenoptiker. Das Symposium soll den interdisziplinären Austausch fördern, Perspektiven erweitern, den Aufbau überregionaler Kooperationen fördern und neue Forschungsprojekte initiieren. Programm und Anmeldung gibt es unter: www.ergoptometrie.de

Essilor verlagert Standort nach Olten

Der Brillenglashersteller Essilor will seinen Produktionsstandort in Zürich im März dieses Jahres nach Olten (beides Schweiz) verlegen. Der Firmensitz bleibt, so das Unternehmen, unterdessen in Gland. Der Schritt sei ein klares Bekenntnis zum Produktionsstandort Schweiz und zum Wert „made in Switzerland“, hieß es. Am neuen Standort werden künftig Essilor Swiss SA, ein neu gegründetes Service- und Technikcenter und die Reize Optik AG ansässig sein. Alle Mitarbeiter aus Zürich werden demnach übernommen.

MPO: Die neue Marke auf dem Brillenglasmarkt

Zur opti 2016 präsentiert die Michael Pachleitner Group die neue Brillenglasmarke Michael Pachleitner Optics (MPO). Bisher gab es für Kunden aus Deutschland und Österreich ein jeweiliges länderspezifisches Angebot. Ab 2016 wird das Angebot aus dem Glasbereich namentlich vereinheitlicht. Die Schulz Optische Fabrik GmbH in Glücksburg sowie die Austrian Optic Technologies GmbH als Marktführer in Österreich mit Sitz in Vösendorf bei Wien bleiben als Produktionsstätte bzw. Vertriebsniederlassung bestehen. MPO soll ab diesem Jahr die Vorteile bündeln. „Ab 2016 bietet MPO neueste Technologien, innovative Produktsortimente, individualisierte Angebote und Absatzkonzepte – sozusagen das beste Rundum-Service-Angebot für den Optikfachhandel und seine Kunden“, erklärt Andrea Klinger, Head of Product Development and Marketing Lenses der MP Group. Hinzu kommen eine neue Preisliste nach Anforderungen der Augenoptiker, eine Erweiterung des Freiform-Portfolios sowie ein Komplettbrillenangebot. Außerdem stellt die MP Group auf der opti das neue Gleitsichtglas MPO Life unter der neuen Dachmarke vor. MPO Life ist ein personalisiertes Gleitsichtglas, das die Seherfahrungen der Brillenträger mitberücksichtigt. Mehr dazu gibt es in der Berichterstattung zur opti 2016.



Eschenbach erweitert Onlineauftritt

Der FassungsHersteller Eschenbach hat seine Eyewear Website erweitert. Das grafisch und inhaltlich überarbeitete Onlinetool soll Endkunden dabei unterstützen, den passenden Augenoptiker in ihrer Nähe zu finden. In drei Schritten sollen die Konsumenten von der Brillenauswahl zum Augenoptiker vor Ort gelangen. „Unsere Händlersuche schafft für den Endkunden die Möglichkeit, die Eschenbach Brillen direkt beim Optiker vor Ort anzuprobieren. Damit unterstützen wir als führendes Unternehmen für Brillenfassungen in Deutschland aktiv unsere Fachhändler bei der Vermarktung der Eschenbach Produkte“, erklärte Marketingleiter Markus Winning.



Wolfram Kons (links) und Josef May eröffnen den „magischen Montag“.

Zauberhafte Augenoptik

Die Branche trifft sich beim
Spectaris Trendforum 2015/16

Am 9. November 2015 hat der Verband der Hightech-Industrie Spectaris zum vierzehnten Mal sein Trendforum in Berlin ausgerichtet. 580 Branchengehörige kamen in die Classic Remise zum „magischen Montag“, als welchen Organisator Jochen Reinke diese Ausgabe des jährlich stattfindenden Events im Vorfeld angekündigt hatte.

In Zauberermäntel gehüllt, eröffneten Wolfram Kons, RTL, und Josef May, Spectaris-Vorsitzender und Geschäftsführer Silhouette Deutschland, das Trendforum. Ebenso passend zum Tagesmotto spielte zu Beginn und zum Ausklang der Veranstaltung der Schweizer Mentalist Federico Soldati dem Verstand der Zuschauer einige erstaunliche Streiche.

Christian Lindner, Bundesvorsitzender der FDP, erläuterte nach einem Video seiner eigenen Wutrede im Parlament, warum dort seiner Meinung nach mehr Tacheles geredet werden sollte, und ging u. a. auch auf die aktuelle Flüchtlingsproblematik ein. Seinen Vortrag ergänzte eine Talkrunde mit Wolfram Kons und Hans-Ulrich Jörges, Mitglied der Chefredaktion des Stern, in der trotz Einigkeit in einigen grundlegenden Punkten auch durchaus kontrovers diskutiert wurde.

Aus MailShop GmbH Augenoptik wird Deutsche Augenoptik AG

Die in Mühlacker ansässige MailShop GmbH Augenoptik heißt seit dem 1. Januar dieses Jahres Deutsche Augenoptik AG. Damit ändert das Unternehmen, das seit seinem Marktstart 1997 heute mehr als 100 Mitarbeiter beschäftigt, nicht nur seinen Namen, sondern auch seine Rechtsform. MailShop habe die notwendige Unternehmensgröße erreicht, um zur Aktiengesellschaft zu werden, teilte Dr. Klaus Wehmeyer anlässlich der Umfirmierung mit. Außerdem könne man so – mit Blick auf die Zukunft – auch Mitarbeiter am Unternehmen beteiligen.



V.l.n.r.: Johannes Hoffmann, Ulrich Fischer, Stephanie Fischer-Storck, Verena Burghardt und Dr. Klaus Wehmeyer.



Links: Auch der Messestand für die opti wurde überarbeitet. (Copyright: Deutsche Augenoptik AG)

Rechts: Das Unternehmenslogo der Deutschen Augenoptik AG. (Copyright: Deutsche Augenoptik AG)

Die Idee, den Unternehmensnamen MailShop abzulegen und einen neuen anzunehmen gibt es unterdessen schon länger. Der Name MailShop, ließ Wehmeyer wissen, stammt aus den Zeiten des Mutterhauses Metzler. Er habe speziell in der Kommunikation gegenüber dem Endkunden für Verwirrung gesorgt, hieß es. Die Aspekte Augenoptik, Qualität und faire Preise könne der Kunde vom Namen MailShop nicht ableiten.

Burghardt und Hoffmann zu Vorständen bestellt

Mit dem Namen ändert sich auch die Unternehmensstruktur. Die Leitung des Unternehmens gibt Dr. Wehmeyer an Verena Burghardt und Johannes Hoffmann ab. Burghardt und Hoffmann fungierten bislang als Prokuristen und werden nun die Vorstände der AG sein. Erstere übernimmt die Finanzen, das Personal und die Organisation; Zweiterer verantwortet die Märkte und die Produkte. Dr. Klaus Wehmeyer wird den Vorsitz des Aufsichtsrates übernehmen, um die Deutsche Augenoptik AG in die Zukunft zu begleiten. Die beiden anderen Mitglieder des Aufsichtsrates werden Stephanie Fischer-Storck und Ulrich Fischer.

Die Umfirmierung und die Neustrukturierung sollen keine Auswirkungen auf die Kunden-Lieferanten-Beziehung haben. Auch das Produktportfolio werde sich nicht über die Anforderungen des Marktes hinaus ändern, hieß es. ■

Deutsche Augenoptik AG/Kern



ZVA fordert Warnhinweise für bestimmte Brillen aus dem Internet

Der Zentralverband der Augenoptiker und Optometristen (ZVA) hat deutsche Internetanbieter von Gleitsichtbrillen dazu aufgefordert, Kunden im Rahmen ihres Angebots bereits über die potenziellen Gefahren bestimmter Brillen zu informieren. Die Kennzeichnung musste bis zum 31. Dezember 2015 erfolgen.

„Der Verbraucher darf auch und gerade beim Kauf einer Gleitsichtbrille nicht im Unklaren darüber gelassen werden, mit welchen Einschränkungen dieses Produkt möglicherweise behaftet ist“, erklärte ZVA-Präsident Thomas Truckenbrod. „Das gilt insbesondere für Käufe im Internet, wo kein persönlicher Kontakt zwischen Augenoptiker und Kunde gegeben ist. Notwendige Daten zur Herstellung einer optimalen Gleitsichtversorgung können hier naturgemäß nicht einbezogen werden.“

Erster Teilerfolg im Streit um die Warnhinweise

Bereits seit langem fordert der ZVA einen Warnhinweis für Gleitsichtbrillen, deren Herstellung auf einer unzureichenden Datenbasis erfolgt. Er erzielte im September 2014 einen Teilerfolg: Das Oberlandesgericht (OLG) Schleswig verpflichtete die Kieler 4Care GmbH, ihre Gleitsichtbrillen im Internet nur noch mit einem Warnhinweis anzubieten.

Laut Gericht sind die Kunden künftig explizit darauf hinzuweisen, dass die Benutzung von Gleitsichtbrillen im Straßenverkehr eine Gefahr darstellen kann, wenn zur Herstellung nicht zusätzlich zu den Daten aus dem Brillenpass (einschließlich der Pupillendistanz) weitere wichtige Zentrier- und Messdaten verwendet wurden. Hierzu zählen der Hornhautscheitelabstand, die Fassungs vorneigung und die vertikale Zentrierung der Brillengläser (Einschleifhöhe).

Kieler Internetanbieter muss bestimmte Brillen aus dem Internet mit Warnhinweis versehen.

Eine Revision gegen das Urteil wurde vom OLG nicht zugelassen. Der Kieler Internetanbieter legte daraufhin beim Bundesgerichtshof (BGH) in Karlsruhe eine Beschwerde gegen die Nichtzulassung der Revision ein. Mit Beschluss vom 5. November 2015 wies der BGH die Nichtzulassungsbeschwerde zurück. Das Urteil des OLG Schleswig ist damit rechtskräftig: Das Kieler Unternehmen ist verpflichtet, künftig die Angebote für Gleitsichtbrillen, die ohne Berücksichtigung des Hornhautscheitelabstandes, der Fassungs vorneigung und der Einschleifhöhe hergestellt werden, mit einem entsprechenden Warnhinweis zu versehen.

Dasselbe gilt aus Sicht des ZVA für alle Marktteilnehmer, die im Internet Gleitsichtbrillen vergleichsweise anbieten. Sind diese der Aufforderung des ZVA, bis zum Ende des vergangenen Jahres ihre Internetauftritte dahingehend anzupassen, nicht gefolgt, behält sich der Berufsverband weitere rechtliche Schritte vor. ■ **ZVA**

Der Warnhinweis darf von den Anbietern so formuliert werden, dass beim Kunden der Eindruck entsteht, das Tragen von Gleitsichtbrillen stelle generell eine Gefahr im Straßenverkehr dar. Daher schlägt der ZVA den Unternehmen folgende Formulierung vor:

„Die von uns angebotenen Gleitsichtbrillen werden ohne individuelle Berücksichtigung des Hornhautscheitelabstandes, der Fassungs vorneigung und der Einschleifhöhe hergestellt, sodass deshalb die Nutzung dieser Brillen im Straßenverkehr eine Gefahr darstellen kann.“