

DOZ

OPTOMETRIE & FASHION

04 | 2016

EXTRA:
Brille & Mode

Lebensfreude

55,8%

der Deutschen ist es
wichtig die kleinen
Freuden im Leben voll
auszukosten¹

Mit clariti® 1 day
Silikonhydrogel-Tageslinsen
geben Sie Lebensfreude an
Ihre Kunden weiter



Aktuell:
Mido übertrifft
sich selbst

Schwerpunkt
Kontaktlinse

Betriebspraxis:
„Wir sind paktfähig
wie die Großen“

Fachthemen:
Sportbrillentest
2016



clariti® 1 day
see life with clariti™

Für weitere Informationen wenden
Sie sich bitte an Ihren Gebietsleiter.
www.coopervision.de

¹Umfrage in Deutschland zum auskosten der kleinen Freuden des Lebens
bis 2015 ausgeführt von © Statista Hamburg GmbH
© 2015 CooperVision | Ein Unternehmen der Cooper Companies .

Brille & Mode

Die neue Brille & Mode
Frühjahr/Sommer 2016
ist ab sofort erhältlich!

Wir präsentieren Ihnen
die wichtigsten Brillen-
trends der kommenden
Saison – zusammen mit
interessanten Interviews
und Beiträgen zu den
Themen Mode, Beauty,
Reise u.v.m.

**Bestellen Sie dieses
hochwertige Magazin
zur Kundenbindung!**



**Bestellungen per Fax: +49 6221 905171, E-Mail: doz@doz-verlag.de
oder in unseren Shops über www.doz-verlag.de**

DOZ 0416

Einzelexemplare € 3,00 • ab 25 Exemplare je € 2,50
ab 50 Exemplare je € 2,25 • ab 100 Exemplare auf Anfrage
*Nur solange Vorrat reicht. Alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt., Porto & Versand.

Ich möchte

Exemplare Brille & Mode (Frühjahr Sommer 2016 · Heft 76) bestellen.

DOZ-Verlag

Optische Fachveröffentlichung GmbH

Postfach 12 02 01

69065 Heidelberg

Absender:

Vor- und Zuname, Firma

Straße, Hausnummer

PLZ, Ort

Telefon/E-Mail für Rückfragen

Datum, Unterschrift

Überlebens- oder Wachstumsstrategien



Marcel Zischler

Wieviel des Umsatzes in Ihrem Augenoptikfachgeschäft machen Sie mit Kontaktlinsen? Falls es um die 20 Prozent oder gar mehr sind, gratuliere ich Ihnen. Falls darunter, dann sollten Sie darüber nachdenken, ob Sie sich weiterhin mit dem kleinen unsichtbaren Ding beschäftigen wollen. Warum? Alles, was unter 20 Prozent liegt, ist betriebswirtschaftlich und strategisch beurteilt nicht von Bedeutung und hat keine wirkliche Priorität in Ihrem Geschäftsalltag. Machen Sie lieber das, worin Sie gut sind, woran Sie Spaß haben, womit Sie nicht nur überleben, sondern auch wachsen können. Ganz nach dem Credo „weniger ist oft mehr“.

Das scheint Ihnen nun vielleicht eine extreme Meinung zu sein.

In meiner Tätigkeit als Unternehmensberater stelle ich immer wieder fest, dass sich Augenoptikfachgeschäfte zu stark verzetteln. Man versucht, sich gleichzeitig in verschiedenen Bereichen erfolgreich zu etablieren und möglichst zum 360-Grad-Anbieter zu werden. Was dabei oft herauskommt ist ein Gemischtwarenladen ohne klare Positionierung. Speziell die Kontaktlinse benötigt aber mehr als nur ein bisschen Aufmerksamkeit Ihrerseits. Die wirklich erfolgreichen Augenoptiker oder Optometristen investieren viel Hirnschmalz, Energie und Engagement, um mit der Kontaktlinse zu wachsen. Dies beginnt mit der fachlichen Kompetenz, geht über einen zeitgemäßen Gerätepark bis hin zu einem kundenfreundlichen Service- und Dienstleistungsangebot. Ganz zu schweigen vom Marketing und der Wahl der richtigen Industriepartner. Vor allem die beiden letztgenannten Punkte sind absolut matchentscheidend. Industriepartner müssen heute mehr als nur Lieferanten von Produkten sein. Sie müssen Konzepte und Strategien liefern, die Ihnen das Leben (und das Ihrer Kunden) erleichtern, Ihre Kompetenz verbessern und die Wirtschaftlichkeit der Kontaktlinse sicherstellen. Ich hoffe, Sie nutzen diese Konzepte. Ihre erfolgreichen Berufskollegen tun dies nämlich. Darum überleben sie nicht nur, sondern wachsen auch.

Der Industrie den „Schwarzen Peter“ zuzuschieben und über die Verfügbarkeit derer Produkte im Internet zu schimpfen, nützt herzlich wenig. Oft ist es auch eine Entschuldigung, die eigenen Versäumnisse zu rechtfertigen.

Es gibt Wachstumschancen – packen Sie sie!

Anpackende Grüße

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

26 Um Spaß an der Linse geht's beim zweiten DCC in Frankfurt am Main.



INHALT DOZ 04 | 2016

- 1 Editorial: Überlebens- oder Wachstumsstrategien
- 5 News & Names
- 38 Schaufenster KONTAKTLINSE
Inserentenverzeichnis
- 39 Termine
- 53 Wettbewerbsrecht
- 58 Schaufenster AUGENOPTIK
- 62 Leserreise
- 73 Checkpoint Ausbildung
- 77 Glosse
- 84 Oppicker/Impressum
- 85 Kleinanzeiger

AKTUELL

- 10 ECOO verliert zwei Mitglieder
- 11 Jüngste Erkenntnisse aus Forschung und Optometrie vermittelt der EA00-Jahreskongress im Mai in Berlin
- 14 Mido übertrifft sich selbst
- 18 Der ZVA informierte zu Kassen, 3D versus 2D und Kurzsichtigkeit – Mitgliederversammlung vom 12. bis 13. März 2016 in Neuss
- 21 Strahlende Augen, aber seelenlose, traurige, unsympathische Blicke!
- 24 Zum Tode von Dr. Heinz Baron

SCHWERPUNKT KONTAKTLINSE

- 26 Prädikat wertvoll: Der zweite DCC
- 30 Kontaktlinse Aktuell
- 33 Neue Kontaktlinsen-Designs erfordern ein Umdenken im Anpassverhalten
- 34 Die verlorene Kunst der Weichlinsenanpassung



18 ZVA-Mitglieder diskutierten Branchennews und Fachthemen.



14 Mehr Quadratmeter für Style und Design.



21 Zusammengekniffene Augen können einen falschen Eindruck vermitteln.

54 Konkurrenzdenken und kollegiales Verhalten sollten Gipfelstürmer miteinander vereinen können.



66 RUB will mit Test Topbedingungen für Kinder im Schulsport schaffen.

BETRIEBSPRAXIS

- 40 Zukunftsfähige Geschäftsmodelle für Augenoptiker – Differenzierung durch optometrische Dienstleistungen
- 45 Aktiv werben, erfolgreicher verkaufen
- 46 Der Trend geht weiter – Geräte auf der opti 2016
- 50 „Wir sind paktfähig wie die Großen“ – Die Österreichische Fachoptiker-Kette „United Optics“ macht ihre Mitglieder stark für den Wettstreit
- 54 Die Karriereleiter sollte nicht zum Kriegspfad werden
- 56 Wie man Anweisungen im Betriebsalltag durchsetzen kann

OPTOMETRIE

Opto 65 Der Praxisfall: Fischer-Schweitzer-Mosaik

64 Die Formel für den Einstellastigmatismus kann offenbar noch exakter bestimmt werden.



FACHTHEMEN

- 64 Der Einstellastigmatismus 2
- 66 RUB-Schulsportbrillentest 2016 – elf Fassungen setzen sich durch

TIPP DES MONATS

- 78 Der Frühling guckt um die Ecke – Sonnenbrillen sind das Thema im April



Safilo und Vogue Italia starten Scouting- und Mentoring-Programm

Der FassungsHersteller und -distributor Safilo, L'Uomo Vogue und Vogue Italia haben einen Eyewear-Designwettbewerb zur Förderung von Projekten, die traditionelle Werte auf ästhetische Weise neu beleben, initiiert. In Zusammenarbeit mit internationalen Designhochschulen werden die Projekte von einer Expertenjury unter Leitung von Franca Sozzani, Chefredakteurin Vogue Italia und L'Uomo Vogue, und Luisa Delgado, CEO Safilo, ausgewählt. Der Wettbewerb steht allen Nachwuchsdesignern offen.

Der HIT – Hochschulinformationstag der Ernst-Abbe-Hochschule Jena

Am Samstag, den 16. April 2016, findet von 9.30 bis 15.00 Uhr der Hochschulinformationstag der Ernst-Abbe-Hochschule (EAH) Jena statt. Für alle Fragen zu den Bachelor-, Master- und Zertifikatsabschlüssen stehen Professoren, Mitarbeiter und Studierende gern Rede und Antwort. Interessenten erhalten Informationen zu Studieninhalten, Studienablauf und zum studentischen Leben in Jena und können Hörsäle und Labore besichtigen. Anlaufpunkt für den Studiengang Augenoptik/Optometrie ist die Aula der Hochschule.

PID: Harte Zeiten für Allergiker

Allergikern und Kontaktlinsenträgern könnten unangenehme Monate bevorstehen. Wie die Stiftung Deutscher Polleninformationsdienst (PID) mitteilte, könnte die Belastung durch Birken- und Gräserpollen gegenüber den Vorjahren erheblich zunehmen.



Neue Gebietsleiterin Südbayern und Westösterreich bei Menicon

Liane Pank ist neue Menicon-Gebietsleiterin für Südbayern und Westösterreich. Die gelernte Augenoptikerin war mehr als zwölf Jahre in verschiedenen Positionen u. a. als Kontaktlinsen-Trainee tätig. Mit ihrer achtjährigen Vertriebs Erfahrung in der Kontaktlinsenbranche verfügt Pank über ein umfangreiches Know-how rund um die Kontaktlinse.

Wird der Heuschnupfen von allergischen Augenreaktionen begleitet, kann die Brille eine augenschonende Alternative zu den Kontaktlinsen darstellen. Die Verwendung antiallergischer Augentropfen in Kombination mit Kontaktlinsen sollte immer mit dem Kontaktlinsenanpasser abgesprochen werden. Pharmazeutische Mittel können Verfärbungen und andere Schäden am Linsenmaterial verursachen. Rote und juckende Augen können allerdings auch Anzeichen einer allergischen Bindehautentzündung sein. Diese sollte vom Arzt abgeklärt werden.



Euronet verstärkt das Marketingteam

Die Euronet Software AG hat ihre Außendienstmannschaft ausgebaut. Seit Anfang März verstärkt Christina Schnappinger als Vertriebsberaterin für die Euronet-Marketingprodukte das Team. Die Augenoptikermeisterin verfügt über zwölf Jahre Branchenerfahrung, davon sechs als Mitinhaberin im eigenen Betrieb. Nach einer kurzen Station außerhalb der Branche



Christina Schnappinger

kehrte die 29-Jährige bei Euronet zu ihren augenoptischen Wurzeln zurück. „Mit Christina Schnappinger haben wir eine junge und dennoch erfahrene Augenoptikermeisterin gewonnen, um unsere Marketingaktivitäten weiter erfolgreich auszubauen“, freute sich Robert Gaulke, Geschäftsführer Euronet. „Die Stelle ist wie gemacht für mich, ermöglicht sie mir doch, mein Faible für Marketing und meine Freude an der Augenoptik perfekt zu kombinieren“, zeigte sich Schnappinger begeistert.

eyes + more steigerte Umsatz

eyes + more hat im vergangenen Jahr seinen Umsatz im Vergleich zu 2014 von 33,2 auf 38,7 Mio. Euro gesteigert. Mit einem Wachstum von 16,4 Prozent knüpfte der Filialist eigenen Angaben zufolge damit an das kontinuierliche Wachstum der vergangenen zwei Jahre an. „Das Profil des Unternehmens wurde geschärft und die Neupositionierung am Markt konsequent umgesetzt. Gleichzeitig wurden interne Prozesse optimiert und mit dem Head of Brands, Volker Kächele, langjähriger Creative Director bei Hugo Boss, eine hohe Fashion-Expertise ins Unternehmen geholt“, erklärte Tammo Bruns, CEO eyes + more. Wie Bruns bereits im Dezember 2015 gegenüber der DOZ ankündigte, will er in diesem Jahr das Distributionsgesetz ausbauen und damit mehr als 150 Arbeitsplätze schaffen. Man plane, alle zwei Wochen einen eyes + more Store zu eröffnen, 50 Prozent davon im Franchise-System, hieß es. Bereits am 06. Januar hatte die Optikerkette ihren Onlineshop offiziell gelauncht. Mit diesem Schritt erklimmt das Unternehmen die finale Stufe zum Multi-Channel-Konzept. Auch die Firmenwebsite und die stationären Shops erscheinen in einem neuen Design.

Michael Pachleitner Group kooperiert weitere zehn Jahre mit Red Bull

Die Michael Pachleitner Group und die Firma Red Bull unterschreiben erneut einen Lizenzvertrag für Brillen auf weitere zehn Jahre. Der Vertrag lässt einen Ausbau der bisherigen erfolgreichen Partnerschaft auf weitere Brillen- und Ski-brillen-Kollektionen zu. Die Produkte entstehen in intensiver Zusammenarbeit zwischen beiden Partnern. Die Schaffung von Synergien, seitens des Produktdesign-, Fertigungs- und Vertriebs-Know-hows der Michael Pachleitner Group und der Markenkommunikation und Medienreichweite von Red Bull, dient als Basis für die Markteinführung der Kollektion im Juni 2016.

IVBS-Kongress mit Vergleich verschiedener Sehprüfgeräte

Der 29. Jahreskongress der Internationalen Vereinigung für Binokulares Sehen (IVBS) wartet am ersten Kongresstag mit neun praxisbezogenen Themen auf. Das Programm der Veranstaltung, die am 7. und 8. Mai in Lahnstein bei Koblenz stattfindet, sieht des Weiteren am Sonntag Vorträge unter anderem zu den Themen Kinderoptometrie, Funktionsteste und „3D-Refraktion“ vor. Erfahrene Referenten verschiedener Fachdisziplinen sorgen für Fortbildungen und stellen sich in Diskussionsrunden den Fragen des Auditoriums. Den Eröffnungsvortrag hält Dr. med. Marc Wuttke zum Thema „Zusammenhang zwischen Störungen des Binokularsehens und Haltungsauffälligkeiten“. In der Industrieausstellung können die Teilnehmer aktuelle Sehprüfgeräte verschiedener Hersteller miteinander vergleichen.

Mister Spex gibt Unterlassungserklärung wegen irreführender Werbeaussage ab

Der Onlinehändler Mister Spex hat die Unterlassungserklärung zu einer irreführenden Werbeaussage auf seiner Website abgegeben. Wie die Wettbewerbszentrale in Hamburg mitteilte, war das Berliner Unternehmen wegen der Behauptung „als einer der besten Optiker ausgezeichnet“ worden zu sein zuvor abgemahnt worden. Mister Spex bezog sich mit seiner Werbeaussage auf eine Untersuchung von Stiftung Warentest (veröffentlicht in der Ausgabe 1/2015). Darin ging es jedoch lediglich um Filialisten und zwei Internethändler. Vor diesem Hintergrund sei eine derart weitgehende Behauptung irreführend, so die Wettbewerbszentrale. Zudem hätte der Internethändler bei der Werbung mit einem Testergebnis auf die konkrete Fundstelle hinweisen müssen, damit die Verbraucher die Aussage überprüfen können.

ECOO verliert zwei Mitglieder



Neues vom European Council of Optometry and Optics

Mit Bedauern nimmt das European Council of Optometry and Optics (ECOO) die Kündigung der Mitgliedschaft der Union des Opticiens de France (UDO) zur Kenntnis. UDO gibt die Änderung der Gesetzeslage in Frankreich als Begründung für ihren Entschluss an und möchte in Zukunft den Optiker als Fertiger von Sehbehelfen in den Mittelpunkt rücken. ECOO hat in den letzten vier Jahren zusammen mit und auf Wunsch der UDO intensives Lobbying für die Kompetenzerweiterung in Richtung Refraktion und Screening betrieben.

Durch eine Reorganisation innerhalb des ungarischen Mitgliedsverbandes MOI und die damit verbundenen finanziellen Umstellungen, ist Ungarn leider kein ECOO-Mitglied für das Jahr 2016. Der ECOO-Vorstand ist guten Mutes und hofft, dass Ungarn ab 2017 der ECOO wieder beitreten wird.

Verhandlungen über die Klassifizierung von Fluorescein und das Medizinproduktegesetz gehen weiter

Die geplante Sitzung der Borderline and Classification Working Group am 25. November 2015 ist den Sicherheitsvorkehrungen der belgischen Exekutive in Brüssel, welche zu diesem Zeitpunkt in Kraft waren, zum Opfer gefallen. Ein neuer Termin ist noch nicht angesetzt. Zur Erinnerung: ECOO kämpft für die Beibehaltung der dualen Klassifizierung von Fluorescein als Medizinprodukt (Optometrie) und Arzneimittel.

Zum Medizinproduktegesetz: dieses befindet sich in den Trilog-Verhandlungen zwischen EU-Rat, EU-Kommission und dem Europäischen Parlament. In Zusammenarbeit mit Euromcontact (Europäischer Verband der Kontaktlinsenhersteller) ist es gelungen, die Plano-Kosmetik-Kontaktlinsen im Medizinproduktegesetz zu verankern. Der Prozess wird weiter intensiv von ECOO und Euromcontact verfolgt.

Vom 19. bis 22. Mai 2016 finden in Berlin die ECOO-Generalversammlung und der Jahreskongress der EA00 statt.

Zu der Ende 2014 und 2015 durchgeführten Transparenzinitiative – Mutual Evaluation of Regulated Professions – wird am 18. April der Endbericht der Kommission vorgelegt. ECOO wird die nationalen Verbände informieren, sobald die Registrierung zur Veranstaltung freigeschaltet wird.

Die nächste ECOO-Generalversammlung findet vom 19. bis 21. Mai in Berlin statt. Der Jahreskongress der European Academy of Optometry and Optics (EA00) schließt sich unmittelbar an. Dazu mehr im folgenden Beitrag von Prof. Dr. Holger Dietze. ■

Peter Gumpelmayer,
B.Optom, EurOptom,
President-elect, ECOO

Mido übertrifft sich selbst

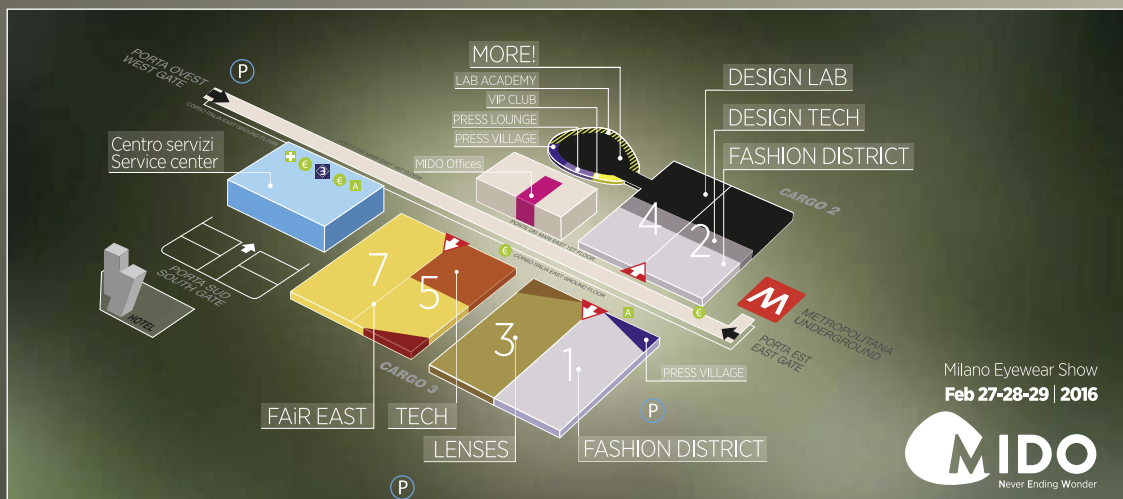
„Unsere Herausforderung war es in diesem Jahr, nicht nur den Erfolg aus 2015 zu wiederholen, sondern uns selbst zu übertreffen“, erklärte der Präsident der Mido, Cirillo Marcolin, mit Blick auf die 46. Ausgabe der augenoptischen Fachmesse. Mit der Mido 2016 habe man sich erneut ganz an die Spitze der augenoptischen Fachmessen gestellt.

Im Mailänder Rho-Center zeigten vom 27. bis 29. Februar mehr als 1.200 internationale Aussteller ihre Produkte aus dem Bereich der Brillenoptik. An den drei Messetagen nutzten bei strömendem Regen mehr als 52.000 Besucher die Chance, sich über die unterschiedlichen Aspekte der Branche zu informieren. In den insgesamt sieben Messehallen deckten die Aussteller alles von Brillengläsern, über Geräte, Instrumente, Werkzeuge, Themen aus dem Asiatischen Raum, Seminare und Konferenzen bis hin zu hippen Designs ab.

Wie zuvor die opti erweiterte auch die Mido ihre Ausstellerfläche. Der neue Bereich MORE!, ein Ableger des sogenannten Design Labs, eröffnete Raum für Styles, Trends, Gewagtes oder auch einfach nur Schickes, das man durchaus auf der Nase tragen kann. Beide Bereiche verband ein weißer Tunnel. Die DOZ nahm die Kreativ-Ecken der italienischen Fachmesse unter die Lupe.



Der Hallenplan mit der für diese Mido neu eingerichteten Design-Halle MORE!, dort zeigten sich die Trends und die Zukunft der Eyewear-Welt.





Kundengespräch am Stand von Activist Eyewear.



Oben: Eingang zu den Hallen 2 und 4, dem Fashion-Bereich auf der Mido.



Links: Fassung aus der Kollektion Sashee Schuster von Dieter Funk.

Unten: Dieter Funk zeigt Eyewear made in Kinsau (Bayern).

Rechts: Der weiße Tunnel verband das Design Lab in Halle 4 mit der MORE! Area, wo den Besucher weitere flotte Designs erwarteten.



Das Schweizer Brillenlabel Götti hat für die Sonnenbrille TAMAL den iF gold Award in der Kategorie „Leisure“ erhalten. Das Modell gehört zur „SPIN & STOW 360°“-Kollektion. (Foto: Götti)



Messestand von Etnia Barcelona.



In der Lab Academy präsentierten die Kreativen und Jungen Wilden ihre Fassungen.