

Fühlen Sie die feuchtigkeits- spendende Wirkung von *blink*[®] refreshing Augenspray

NEU



Aktuell:
70 Jahre
Fachzeitschrift
aus gutem Hause

Spezial:
Brillengläser

Optometrie:
Funktion der
Pseudofovea
bei Makula-
degeneration

Fashion:
Modernes Design
in historischem
Gemäuer

Hilfe gegen sich trocken
anfühlende und müde Augen

Die Alternative zu Tropfen:
Das Augenspray für den
Frischekick unterwegs

- Frei von Duftstoffen
- Hydratisierend
- Erfrischend
- Für Kontaktlinsen geeignet
- Auch bei Make-Up verwendbar

Mit
HyaluronTeil des *blink*[®] Augenpflege-Sortiments

Bitte beachten Sie die Packungsbeilage und bewahren Sie sie auf. Sie enthält wichtige Informationen zur Anwendung und Vorsichtsmaßnahmen.
Bei anhaltenden Problemen sprechen Sie bitte mit Ihrem Augenspezialisten.

Referenzen:

1. Montes-Mico R., Ferrer-Blasco T., Cervino-Exposito A. Satisfaction Survey of *blink*[®] refreshing hydrating eye mist on patients with frequent eye dryness. Dept. Óptica y Optometría y Ciencias de la Visión. Facultad de Física. Universidad de Valencia

blink ist ein Warenzeichen von oder lizenziert für Abbott Laboratories, deren Tochtergesellschaften oder angeschlossenen Firmen.

AMO Germany GmbH • Rudolf-Plank-Straße 31 • 76275 Ettlingen • Germany AMO Switzerland GmbH • Neuhofstrasse 23 • 6341 Baar • Switzerland
© 2016 Abbott Medical Optics Inc. PP2016CN0037 www.blinkintensive.de

24 Brillengläser
speziell für's
Autofahren



INHALT DOZ 06 | 2016

- 1 Editorial: Die rüstige Dame DOZ wird 70 Jahre jung
- 4 Termine
- 5 News & Names
- 12 Wettbewerbsrecht
- 47 Schaufenster AUGENOPTIK
- 56 Leserreise
- 77 Checkpoint Ausbildung
- 84 Glosse
- 88 Inserentenverzeichnis
- 92 Leserbriefe
- 108 Oppicker/Impressum
- 109 Kleinanzeiger

AKTUELL

- 10 Guter Ausblick diesmal nur im Konferenzraum!
- 13 Fielmann will weiter expandieren – kein Statement zu Onlinehandel und Unternehmensnachfolge
- 14 „Besser als perfekt: exzellent!“ – Der WVAO-Jahreskongress 2016 vermittelte Wissen und Können
- 16 Optometry Congress for Central and South-Eastern Europe (OCCSEE) in Split

- 18 Eröffnung des neuen OHI Ausbildungszentrums in Wien
- 19 Eine runde Sache: Der Jahrgang 1966–68 der FOF traf sich zum Klassentreffen in Berlin
- 20 70 Jahre Fachzeitschrift aus gutem Hause – Ein Jubiläum, das stolz macht!

SPEZIAL BRILLENGLÄSER

- 24 Brillengläser für Autofahrer – Innovationen der Augenoptik für mehr Sicherheit im Straßenverkehr
- 32 Mehr Licht ist gut!? Wie technische Neuheiten augenoptische Innovationen anregen ...
- 35 Innovativ beraten und verkaufen – Sehen 2.0 im digitalen Zeitalter
- 38 Natürliches, gesundes Sehen beginnt mit einem umfassenden Augen-Check – Das Zeiss Screening-Konzept
- 41 Fortschrittliche Lösungen für bessere Sehleistungen beim Sport
- 44 Deutsche Ingenieurskunst für einen erlebbaren Mehrwert – Rodenstock setzt Maßstäbe bei Glasdesign, Beschichtung und Material



58 Big Data als Marketing-grundlage



94 Der 2. DCC fand in Frankfurt am Main statt



16 OCCSEE in Split (Kroatien)



20 To us: Die DOZ feiert ihren Siebzigsten

OPTOMETRIE

Opto 70 Funktion der Pseudofovea bei Makuladegeneration

TIPP DES MONATS

86 Hardware, die ins Auge geht

BETRIEBSPRAXIS

- 58 Kundeninformationen: Ausgangspunkt einer treffsicheren Zielgruppenpolitik
- 62 Sorgenkind „Anstrengungsbereitschaft“
- 65 Rezension: Smart Data – Datenstrategien, die Kunden wirklich wollen und Unternehmen wirklich nützen

KONTAKTLINSE

- 89 Kommentar: Kontaktlinsenpflege – ein notwendiges Übel?
- 90 Kontaktlinse Aktuell
- 94 2. Deutscher Contactlinsen Congress – Umsatz-Plus mit dem gewissen Etwas
- 98 Die Gelegenheit: Jeder gewinnt!
- 104 Round Table Meeting zur Bausch+Lomb Ultra

FASHION

- 66 Modernes Design in historischem Gemäuer
- 70 Modische Hingucker im Weltkulturerbe
- 74 eyes+more lud in die Sansibar – Sonnenbrillen für das Sylter Lebensgefühl



70 Fesche Brillen sorgten auf der Schiffsmesse in Hamburg für Wellengang

Die rüstige Dame DOZ wird 70 Jahre jung



Judith Kern
DOZ-Chefredakteurin

„Herzlichen Glückwunsch zum Geburtstag und viel Schwung für die Zukunft“, wünscht die Redaktion ihrem Kernstück. Mit dieser Ausgabe feiert die Deutsche Optikerzeitung (DOZ) ihren 70. Ehrentag. Am 15.6.1946 erschien sie erstmals, damals als Süddeutsche Optikerzeitung (SOZ). Bis Dezember 1956 führte sie den Zusatz „Die Fachzeitschrift des Augenoptikers“. Mit Beginn des neuen Jahres firmierte die SOZ dann unter „Fachzeitschrift für Augenoptik“ – der Kreis der Leser wurde erweitert.

Der große Schritt folgte im Januar 1978: Die SOZ wurde zur DOZ, Deutsche Optikerzeitung – Fachzeitschrift für Augenoptik. „Der ZVA als Inhaber des Verlags hat damit den Wünschen vieler Kollegen Rechnung getragen, aus dem regionalen Schwergewicht des Südens heraus eine allgemeine Bedeutung für das gesamte Fach in der Bundesrepublik zu erlangen und das auch im Titel zu tragen“, begründete der damalige Präsident des Zentralverbands der Augenoptiker (ZVA), Herbert Volz, die Änderung. Erst Anfang des zweiten Quartals 2003 wollte man der DOZ wieder an den Namen. Seitdem führt die „Deutsche Optikerzeitung“ den Zusatz „Optometrie & Fashion“ – die Mode rückte in den Titel auf. Dieser gilt bis heute. Mehr zur allerersten Ausgabe der Fachzeitschrift gibt es im Ressort Aktuell.

Das Brillenglas war auch schon zu SOZ-Zeiten ein zentrales Thema der Branche. Heute bestimmt es das Spezial dieser Ausgabe. Neuartig ist allerdings der Zusatz „Autofahrer“.

Damals wurden in der „Lehrlingsecke“ die Themen gewälzt, die den augenoptischen Nachwuchs betrafen. Heute geschieht dieses im Checkpoint: Darin gibt es Neues von der Hochschule Aalen und der Fachschule für Augenoptik Hermann Pistor in Jena.

Die Rubrik Betriebspraxis entspricht ungefähr der Rubrik „Fachsimeleien“ von einst. Heute informiert sie über Themen, die 1946 noch keine Rolle spielten: Big Data und das Konkurrieren der traditionellen Augenoptiker mit den Filialisten.

Auch die jüngeren Ressorts Kontaktlinse und Fashion berichten Spannendes. Letzteres – mit Blick auf die gemessen an der reifen Dame DOZ jugendlichen Jetsetter von heute – aus den Metropolen Hamburg, Köln und von der Insel Sylt.

Herzliche Grüße

Judith Kern

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



V.l.n.r.: Thomas Heimbach (Vorsitzender des AOV NRW), Michael Beckmann (Leiter der Bildungszentren in Dortmund und Düsseldorf), Ute Limberg (Geschäftsführerin des AOV NRW).

MP-Group und Red Bull setzen Kooperation fort

Die Michael Pachleitner Group kooperiert weitere zehn Jahre mit Red Bull. Die Unternehmen unterschrieben erneut einen Lizenzvertrag für Brillen für den genannten Zeitraum. Der Vertrag lässt einen Ausbau der bisherigen 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, soll als Basis für die Markteinführung der Kollektion in diesem Sommer dienen.

Michael Beckmann in den Ruhestand verabschiedet

Mitte April ist Michael Beckmann, ehemaliger Leiter des Bildungszentrums in Dortmund, feierlich in den Ruhestand verabschiedet worden. Zahlreiche Weggefährten, Kollegen, Mitarbeiter, Familienmitglieder, Freunde sowie die Vertreter des Vorstands und der Geschäftsführung des Augenoptiker- und Optometristenverbandes Nordrhein-Westfalen (AOV NRW) honorierten seine Leistungen für die Augenoptik. Vor 43 Jahren hatte Beckmann als Ausbilder in der Augenoptikerinnung Arnsberg begonnen, die überbetriebliche Ausbildung gemeinsam mit den Verantwortlichen des Ehren- und Hauptamts weiterentwickelt und den Kontakt zu den Berufsschulen gepflegt. Die Geschäftsstelle der Innungen und später des AOV NRW beriet er fachkundig bei der Akquise öffentlicher Fördergelder. An zwei Standortwechseln des Dortmunder Zentrums wirkte er mit.

Biografie würdigt 200. Geburtstag von Carl Zeiss

Anlässlich des 200. Geburtstages von Carl Zeiss hat der Böhlau Verlag, Köln und Wien, eine Biografie des Firmengründers herausgegeben. Die Publikation „Carl Zeiss. Eine Biografie 1816–1888“ veranschaulicht auf 144 Seiten und 100 Abbildungen das Leben des Feinmechanikers, der von Jena aus den optischen Gerätebau revolutionierte. Autoren sind der Historiker Stephan Paetrow und der Leiter des Zeiss-Archivs Wolfgang Wimmer. Das Buch ist für 39,90 Euro im Buchhandel in deutscher und ab Anfang Juli auch englischer Sprache erhältlich.

Zukäufe kurbeln Essilors Wachstum an

Von einer starken Nachfrage nach Gläsern und augenoptischen Geräten hat der Hersteller Essilor im ersten Quartal dieses Jahres profitiert. Wie die Online-Ausgabe des Wirtschaftsmagazins Focus meldete, verhalfen Zukäufe dem französischen Konzern zu einem Umsatzwachstum von 7,5 Prozent auf 1,78 Mrd. Euro. In den ersten drei Monaten kamen Essilor zufolge neun neue Partnerschaften und Beteiligungen zustande. „Wir hatten einen sehr guten Start in das Jahr“, sagte Vorstandschef Hubert Sagnières. Man sei zuversichtlich, die Prognose für das Gesamtjahr zu erreichen, so Sagnières. Aus eigener Kraft will das Unternehmen um rund fünf Prozent zulegen.



kurz und knapp

■ Zum 1. Mai dieses Jahres hat Jana Rudnik ihre Tätigkeit in der Geschäftsstelle der Vereinigung Deutscher Contactlinsen-Spezialisten und Optometristen e.V. (VDCO) niedergelegt. Für Fragen zum Sponsoring, insbesondere die Teilnahme als Aussteller an der „VDCO'16“ betreffend, sind fortan die Kolleginnen in der VDCO-Geschäftsstelle zuständig: info@vdco.de, Tel. 030 788 96 500.

■ Der erste Kodak Lens Flagship-Store hat Mitte April in Berlin eröffnet. Dahinter steht ein Laden-Marken-Konzept. Zielgruppen des Partnerkonzepts sind junge Augenoptiker, die sich nach Abschluss ihrer Meisterprüfung selbstständig machen möchten und etablierte Augenoptik-Experten, die sich im mittleren Preissegment positionieren wollen.

■ Schauspielerin, Sängerin und Model Vanessa Hudgens trägt die Fendi Iridia (Mod. 0060/S) Sonnenbrille.



■ Der Deutsche Blinden- und Sehbehindertenverband e. V. (DBSV) macht am 6. Juni auf die Bedürfnisse sehbehinderter Menschen aufmerksam. So sollen am Aktionstag bundesweit Treppenstufen kontrastreich markiert werden, damit diese von Menschen mit Seheinschränkung besser erkannt werden können.

■ Nationalkicker Jerome Boateng ist unter die Brillendesigner gegangen. Ab sofort ist eine von dem Berliner entworfene Brillenkollektion mit dem Namen #DefendYourStyle erhältlich.



Carl-Zeiss-Planetarium nach Modernisierung wiedereröffnet

Das Carl-Zeiss-Planetarium ist seit dem 23. April wieder geöffnet. Das Gebäude wurde umfangreich modernisiert. Das Unternehmen Zeiss stattete die Einrichtung mit speziell für die Kuppelprojektion entwickelten digitalen Projektoren aus. „Die neue Ganzkuppel-Projektionsanlage setzt technische Maßstäbe in Deutschland und weit darüber hinaus“, sagte Dr. Martin Wiechmann, Leiter des Bereiches Planetarien bei Zeiss. Mit diesem System können in Zukunft extrem hochaufgelöste Filme an die 600 m² große Kuppelfläche projiziert werden. „Für die Besucher öffnen sich dadurch ganz neue Perspektiven: Sie können beispielsweise virtuell durch das Universum fliegen, die Geheimnisse der Natur erforschen oder in Phantasiewelten reisen“, erklärte Dr. Uwe Lemmer, Direktor des Planetariums. Das Stuttgarter Sterntheater besuchen jährlich bis zu 200.000 Interessierte, darunter zahlreiche Schüler. Die Wiedereröffnung des Carl-Zeiss-Planetariums liegt im Jahr des 200. Geburtstages des Namensgebers.

Rodenstock will Hunderte neue Mitarbeiter einstellen

Rodenstock will nach einem weiteren Wachstum im vergangenen Jahr neue Mitarbeiter einstellen. Wie das Onlineportal finanznachrichten.de meldete, benötigt der Fassungs- und Brillenglashersteller eigenen Angaben zufolge aufgrund steigender Nachfrage weltweit bis zu 500 zusätzliche Beschäftigte. Die Produktionskapazitäten seien an allen Standorten gut ausgelastet und sollen in den kommenden Jahren deutlich erweitert werden: Insgesamt will Rodenstock rund 20 Mio. Euro investieren. In 2015 legte der Umsatz des Unternehmens um gut zwei Prozent auf 417 Mio. Euro zu. „Wir haben im Jahr 2015 Kurs gehalten, obwohl der konjunkturelle Rückenwind in einigen Märkten unerwartet schwach war“, kommentierte Oliver Kastalio, CEO der Rodenstock Gruppe, die Entwicklung. In Deutschland und anderen europäischen Ländern sei das Geschäft mit hochwertigen Brillengläsern gut gelaufen, in China und Brasilien hingegen schwächer als erwartet. Zahlen zum Überschuss gab Rodenstock nicht bekannt, der Gewinn nach Steuern sei aber deutlich positiv. Hinter den Erwartungen zurück blieb zudem der Geschäftsbereich Eyewear, dessen Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 3,6 Prozent sank. Weltweit beschäftigt Rodenstock rund 4.500 Mitarbeiter.

In den vergangenen Jahren hatte der Zentralverband der Augenoptiker und Optometristen (ZVA) vor allem mit der guten Aussicht aus der 23. Etage eines Düsseldorfer Hochhauses zu seiner Jahrespressekonferenz gelockt. In diesem Jahr war sich ZVA-Präsident Thomas Truckenbrod offenbar sicher, derart gute Nachrichten und entsprechende Wirtschaftszahlen im Gepäck zu haben, dass er auf die sensationelle Rundumsicht über den Rhein und die Landeshauptstadt Nordrhein-Westfalens verzichten konnte, um den einen oder anderen Wirtschaftsjournalisten und die Fachpresse zum Besuch der Veranstaltung anzuregen. Die Augenoptik-Branche hat im vergangenen Jahr abermals ihren Umsatz gesteigert, was jedoch angesichts der langjährigen Entwicklung noch keine Überraschung ist. Und auch, dass dieses Umsatzplus in erster Linie an den guten Ergebnissen der Filialisten festzumachen ist, unterscheidet sich nicht von den vergangenen Jahren. Aber auch die inhabergeführten stationären Betriebe seien am Aufwind beteiligt, bemerkte der ZVA-Boss. Sie hätten zum Umsatzplus von 3,6 Prozent auf 5,83 Milliarden Euro sogar mehr beitragen können als erwartet, auch wenn die Zahl der mittelständischen Betriebsstätten weiter leicht zurückgegangen und die der umsatzstärksten Filialisten analog gestiegen sei.

Der „Abstieg“ des ZVA in Sachen Konferenzraum – nunmehr in der zweiten Etage eines bestenfalls unscheinbaren Gebäudes mit Blick auf einen nicht erheblich gepflegten Innenhof – hatte einen direkten und vielleicht einen gewünschten Hintergrund, auch wenn das den Gastgebern nicht zu entlocken war. Möglicherweise aber hatte die beinahe ebenerdige Verkündung der aktuellen Branchenzahlen zumindest mittelbar mit der deutlichen Abschwächung des Umsatzwachstums des Online-Brillenhandels zu tun. Denn mitten in Düsseldorf am Graf-Adolf-Platz 6, wohin der ZVA geladen hatte, residiert die Deutsche Presseagentur (DPA), deren für die Augenoptik verantwortliche Journalistin nur ein paar Treppenstufen hinabsteigen musste, um anschließend bundesweit die (schlechten) Zahlen der Onlinefraktion streuen zu können. Truckenbrod gab sich pragmatisch: Der Raum der vergangenen Jahre werde nicht mehr vermietet, darüber hinaus müsse niemand etwas hineininterpretieren.

Letzteres sah der ZVA-Präsident in Bezug auf die Wirtschaftszahlen erheblich anders. „Den inhabergeführten Betrieben ist es 2015 besser als in den Vorjahren gelungen, ihre Dienstleistungen, ihr optometrisches Fachwissen und ihre besonderen Handwerksleistungen erfolgreich am Markt zu platzieren. Es fällt auf, dass der Mittelstand die Angebote zur Spezialisierung und zur Erlangung von Alleinstellungsmerkmalen nutzt.“ Die steigenden Zahlen bei der Anpassung von formstabilen Kontaktlinsen nannte Truckenbrod als ein Beispiel für

seine Interpretation. „Zudem lassen sich immer mehr Augenoptiker im Anschluss an ihre Meisterprüfung zum Optometristen fortbilden“, was logischerweise in der Folge ein größeres Angebot von optometrischen Dienstleistungen ermögliche.

Der Umsatz der gesamten Branche ist erneut gestiegen – für Truckenbrod ein Grund zu plaudern, für die Onlinekollegen einer zum Schweigen.

Noch ehe der Präsident und später ZVA-Geschäftsführer Dr. Jan Wetzel auf die Vorteile der stationären Augenoptikbetriebe eingingen, gab es einen Über-

blick, was die Branche im vergangenen Jahr rein zahlentechnisch erreicht hat: Der gesamte Branchenumsatz in der Augenoptik ist erneut gestiegen. Die verschiedenen Marktteilnehmer erwirtschafteten 2015 5,83 Mrd. Euro, das ist eine Steigerung von 3,6 Prozent zum Vorjahr. Die stationären Augenoptikbetriebe inklusive der Filialisten trugen mit 5,61 Mrd. Euro zu diesem Ergebnis bei, was einem Plus von 3,5 Prozent entspricht. 225 Mio. Euro Umsatz entfallen auf den Onlinehandel, dessen Wachstum sich damit immens abgeschwächt hat. Eine Entwicklung, die Mister-Spex-Geschäftsführer Dirk Graber wenige Tage später in der Presse nicht bestätigen mochte. Allerdings hatten weder er noch andere Onlinehändler sich im Vorfeld laut ZVA transparent zu ihren Umsatzzahlen geäußert.

Während die Onlinebranche in den Vorjahren mit Wachstumsraten bis zu 30 Prozent und mehr aufgewartet und sich offensichtlich „gesprächsbereiter“ gezeigt hatte – so viel durfte man zwischen den frei gesprochenen Zeilen des ZVA-Präsidenten lesen – entspricht das jüngste Umsatzplus „nur“ noch einer Steigerung von 7,1 Prozent. Bei der Zahl der verkauften Brillen legten die Onlinehändler um acht Prozent zu (2014: 30 Prozent); 700.000 Brillen wurden 2015 online bestellt. „Stationär wurden 11,73 Millionen Brillen angepasst“, sagte Truckenbrod – und legte Wert auf seine Wortwahl: „angepasst“! Denn für den Leipziger steht auch im Jahr 2016 weiter- ▶



Präsident Thomas Truckenbrod (links) und Geschäftsführer Dr. Jan Wetzel hatten bei der Jahrespressekonferenz des ZVA einiges Erfreuliches zu berichten. (Foto: ZVA)

Fielmann will weiter expandieren – kein Statement zu Onlinehandel und Unternehmensnachfolge

Der augenoptische Großfilialist Fielmann hat auch in diesem Jahr seine geografische und unternehmerische Expansion fest im Blick. Das teilte der Vorstandsvorsitzende der Fielmann AG, Günther Fielmann, bei der Bilanzpressekonferenz Mitte April in Hamburg mit. Nach einer erfolgreichen Filialeröffnung im italienischen Bozen plane man in diesem Jahr mit weiteren Standbeinen in Meran und Brixen (beide Italien), ließ der 76-Jährige weiter wissen. Auch die Filialnetze in Österreich (35 Niederlassungen), der Schweiz (38 Niederlassungen) und Deutschland (586 Niederlassungen) will Fielmann weiter ausbauen. Vorzugsweise wolle man in Nordrhein-Westfalen, Hessen, Baden-Württemberg, Bayern und Rheinland-Pfalz wachsen. Als Ziel peilt Fielmann demnach für Deutschland 700 Niederlassungen und einen Absatz von 7,5 Millionen Brillen an.

Einen konkreten Zeitpunkt zum Einstieg in den Onlinehandel nannte der Firmenvater unterdessen nicht. „Erst wenn man online Augen prüfen und vermesen kann, wenn Anpassungen und Zentrierungen online funktionieren, kommt das für uns in Frage“, erklärte Fielmann seine Haltung zum Thema. Auch dem Mix aus Onlineverkauf und stationärer Beratung stand er ablehnend gegenüber.

Fielmann steigerte Umsatz und Gewinn

Im vergangenen Geschäftsjahr erwirtschaftete der Hamburger Filialist einen Konzernumsatz in Höhe von 1,3 Mrd. Euro (2014: 1,23 Mrd. Euro) und einen

Außenumsatz von 1,51 Mrd. Euro (2014: 1,43 Mrd. Euro). Der Gewinn vor Steuern kletterte von 226 Mio. in 2014 auf 240,1 Mio. Euro in 2015. Der Jahresüberschuss betrug 170,5 Mio. Euro (2014: 162,8 Mio. Euro). Fielmann gab im Berichtszeitraum 7,81 Millionen Brillen ab (2014: 7,59 Millionen Brillen).

In den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres erteilten die frühen Osterferien sowie ein fehlender Verkaufstag dem Brillenmogul einen ökonomischen Dämpfer. So betrug der Außenumsatz 372,1 Mio. Euro (2014: 373,3 Mio. Euro), der Konzernumsatz sank auf 316,4 Mio. Euro (2014: 317,1 Mio. Euro) und der Gewinn vor Steuern auf 54,1 Mio. Euro (2014: 62,8 Mio. Euro). Die Zahl

Außenumsatz	1,5 Mrd €
Nachsteuerergebnis	170,5 Mio €
Eigenkapitalverzinsung	33 %
Ergebnis pro Aktie	1,97 €
Dividende	1,75 €

Das Geschäftsjahr 2015.

der verkauften Brillen hielt sich bei 1,87 Millionen. Für das weitere Geschäftsjahr jedoch zeigte sich der Großfilialist zuversichtlich, im zweiten Quartal wird es zwei Verkaufstage mehr geben.

Nachfolge weiterhin offen

Zur Unternehmensnachfolge machte Fielmann keine Angaben. Als heißer Kandidat gilt nach wie vor sein 26-jähriger Sohn Marc, der Anfang des Jahres in den Vorstand berufen wurde. ■

Judith Kern



Der Vorstandsvorsitzende der Fielmann AG, Günther Fielmann, und der Finanzvorstand Georg Alexander Zeiss nannten keinen konkreten Zeitpunkt für den Einstieg ins Onlinegeschäft.

	Ist 2016	Vorjahr
Absatz	1,87 Mio Brillen	1,87 Mio Brillen
Außenumsatz	372 Mio €	373 Mio €
Gewinn vor Steuern	54,1 Mio €	62,8 Mio €

Das erste Quartal des laufenden Geschäftsjahres.



Ein Jubiläum, das stolz macht!

Dieses ist die Juni-Ausgabe der DOZ, der Deutschen Optikerzeitung. Hervorgegangen ist diese aus der SOZ, der Süddeutschen Optiker Zeitung. Damals wie heute informiert(e) sie ihre Leser über Aktuelles und Wissenswertes aus der Brillen- und Kontaktlinsenoptik sowie über berufspolitische Debatten. Vor 70 Jahren, am 15. Juni 1946, erschien die Fachzeitung erstmals, damals wurde sie noch in Stuttgart herausgegeben. Ein Anlass, auf die erste Nummer im ersten Jahrgang, herausgegeben als „Süddeutsche Optikerzeitung – Die Fachzeitschrift des Augenoptikers“ näher einzugehen.

Der Umfang dieser ersten Ausgabe betrug acht Seiten, gedruckt auf bräunlichem und faserigem Papier. In Zeiten des Rohstoffmangels, der

vor 70 Jahren Realität war, stand dem damaligen Herausgeber, Rudolf Gneuß, nichts Anderes zur Verfügung.

Gastautoren oder auch Chefredakteure nutzen das sogenannte Editorial in aktuellen Fachzeitschriften gerne für die Übermittlung persönlicher Anmerkungen oder Gedanken. 1946 hieß dieses schlicht „Zum Geleit“.

Die erste Ausgabe dieser Fachzeitschrift umfasste acht Seiten.



Nach Aussage der verantwortlichen Schriftleitung war der Hinweis auf das Erscheinen dieser ersten Ausgabe einige Zeit vorher publik geworden. Hier wird auf die positive Resonanz zu diesem Bemühen, sowohl der Augentoptikerschaft als auch der Industrie und des Handels hingewiesen.

Gut Ding will Weile haben

Außerdem bat der Schriftführer die verantwortlichen Personen und die Leser um etwas Geduld. Denn alles braucht seine Zeit – so auch die Abläufe in der Redaktion. Es ging darum, Themen zu finden und auszuwählen, die die Leser interessierten und vor allem in der Nachkriegssituation nah an der Berufspraxis waren.

SÜDDEUTSCHE OPTIKERZEITUNG

DIE FACHZEITSCHRIFT DES AUGENOPTIKERS

I. JAHRGANG STUTTGART, 15. JUNI 1946 KUMMER I

ZUM GELEIT!

Zeitschriften, die wir bereits vor dem Erscheinen unserer Fachzeitschrift erhalten, haben uns klar erkennen lassen, wie groß das Bedürfnis nach einer Fachzeitung für die Augenoptik ist. Die Nachfrage von dem Neurologen wurde nicht nur in allen Kollegienkreisen lebhaft begrüßt, sondern auch Industrie und Handel setzen für die Herausgabe großes Interesse.

Ohne sich in industriewirtschaftlichen Themen zu verlieren, werden wir dem Augenoptiker eine Fachzeitung in die Hand geben, die ihm in seiner Praxis ein brauchbarer Helfer ist. Das tatsächliche Bedürfnis, Bedürfnisse und Fragen des Augenoptikers, welche sein tägliches Schaffen ergötzen, soll in erster Linie Rechnung getragen werden.

Wir heißen deshalb jede Mitarbeiter mitbrachten und werden alle Anzeigen und Beiträge weitgehend berücksichtigen. Wir erwarten von allen Berufscollegen eine kritische Beurteilung, bitten jedoch hierbei in Betracht zu ziehen, daß auch eine Fachzeitschrift einer gewissen Entwicklung bedarf, um sich allen Notwendigkeiten völlig anpassen zu können.

Wenn die Süddeutsche Optikervereinigung vorerst nur in bescheidenem Umfang und nur einmal im Monat erscheinen kann, so geschieht dies aus zeitbedingten Gründen. Wir sind jedoch bestrebt, sobald es die Umstände zulassen, das Erscheinen und den Umfang der Zeitung zu vergrößern; außerdem ist für später bereits für unsere Foto-Optiker ein Fachblatt geplant. Ferner ist vorzumerken, daß wir die wertvollen Mitteilungen der einzelnen Innungsverbände zur Veröffentlichung übersehen. Auch werden wir Berichte aus Industrie und Handel, sofern dieselben für den Augenoptiker von Interesse sind, unseren Lesern bekanntgeben. Persönliche Mitteilungen über Berufscollegen, Geschäftsumfragen und dergl. veröffentlichten wir ebenfalls gerne, wenn uns solche interessiert werden.

Als Mitarbeiter für wissenschaftliche Fragen hat sich der Direktor der Augenklinik der Stadt Stuttgart, Herr Dr. med. Haupt, in freundlicher Weise zur Verfügung gestellt und wir ihm hierfür im Namen aller Augenoptiker an dieser Stelle Dank sagen.

Als eine wesentliche Aufgabe betrachten wir es, dem Nachwuchs unserer Branche ein besonderes Augenmerk zu widmen. Durch den Krieg verwaist und durch den Mangel an ausreichender Fachliteratur sind hier manche Lücken entstanden. Durch theoretische Fortbildung in der Fachzeitung hoffen wir, unseren Teil dazu beizutragen, um in Verbindung mit den jeweiligen Lehraussagen brauchbare Fachkräfte heranzubilden, deren es heute so dringend bedarf.

Wenn durch den Rohstoffmangel aus auch gewisse Einschränkungen auferlegt werden, so ist trotzdem der Kleinanzeige, welcher gerade in heutiger Zeit eine wesentliche Bedeutung zukommt, genügend Raum anzudeuten.

So wollen wir unsere Fachzeitschrift als einen wissenschaftlichen Organ und Mittler in allen Berufs- und Wirtschaftfragen gestalten. Unterstützen Sie deshalb unsere Bestrebungen durch Werbung in Kollegienkreisen und setzen Sie auch Ihr Personal von dem Erscheinen der neuen Fachzeitung in Kenntnis. Möge die Süddeutsche Optikervereinigung ihre Forderung in einer guten Zusammenarbeit und im stetigen Kontakt mit der gesamten Fachzeitschrift finden.

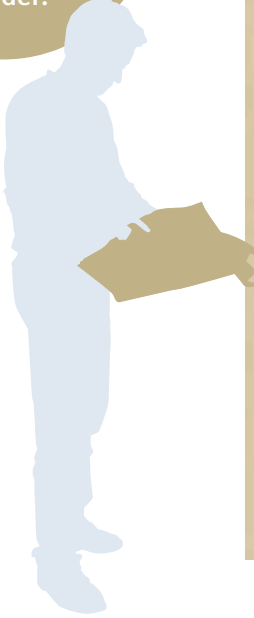
Die Schriftleitung

Die Kleinanzeigen spiegeln die Lebenssituation vieler Menschen in der Nachkriegszeit wieder.

Eine kleine Rubrik mit Kleinanzeigen diente eher als Tauschbörse, in der sich manch einer von Besitztümern, wie Schmuck, Fahrrad oder auch Schreibmaschine, trennen wollte, um die für die Ausübung seines Berufs und die Möglichkeit, brauchbare Sehhilfen herzustellen, erforderlichen Dinge zu erwerben.

So waren hier auch Kleinanzeigen zu lesen wie „Meniskengläser zu tauschen gegen Gestelle jeder Art“; „Suche 1 Paar Neophangläser -1,0 sph. 75 %, biete 1 Paar Zeiss Umbral“; „Biete Prismenglas 6x30, suche Glasbohrmaschine“. Alles war möglich, die Not war groß.

Die Bereitschaft eines Augenarztes, dem Direktor der Augenklinik Stuttgart, Dr. Paul Haupt, sich als Mitarbeiter eines augenoptischen Fachorgans zur Zusam-



No. 1. 1946 SÜDDEUTSCHE OPTIKERZEITUNG 7

Fach-Simpelzien

Autoren:

Es gibt eine Regel, die schon mit und vorläufige Werte aus richtigen Doppelwerten bei verschiedenen Schichtabständen resultiert. Der richtige Wert abhängt von den Werten, was jedoch unfähig der Gegenregel ohne Einschränkung ist und in jedem Falle ohne Nachdenken angewendet werden kann. Das Regel lautet:

(SP) x (Abstand in Mikrometer) = 1000

Das von dieser Formel sich ergebende Resultat ist der Wert, bei welchem das Glas schichtfrei werden muß. Wichtig ist bei dieser Regel das folgende beachten:

Bei kleineren Werten des Glases wirken weniger, wenn die Schichtabstände kleiner sind. Wird der Schichtabstand größer, so muß der Wert kleiner werden und zwar immer um die Hälfte, wenn die Formel steht.

Achtung: Bei kleineren Werten des Glases gerade umgekehrt, das ist vergrößert gleich um das schichtfreie bring überlassen, und bei größeren Abstand entsprechend verkleinert.

Beispiel:
Vorzugsweise: 2,00 D. Schichtabstand ist der Pentablen 17 mm. Die Optikerzeitung hat einen Schichtabstand von 12 mm.
(2,00 x 12) = 24

Das Glas muß in der Gegenrichtung in diesem Falle von 24 Mikrometern stärker werden, also wird + 22 D benötigt.

Die zweite Frage lautet:
Was versteht man unter Qualitätswerten des Profils?
Autoren:

Was versteht unter Qualitätswerten des Profils oder Profilswertes?
Blicktrichter des Auges nach vorwärts. Nachbildung, um können wir bei der zum einseitigen Nachbildung, diejenige folgende Phase bezeichnen.

Das Profil rechts ist in der wichtigsten Stellung, um sich das oberhalb stark zu verengen, obwohl fast wieder eine Erweiterung, der einzige Profilswert ist die (Charakteristischer) folgt, zu wählen sich die Profile und die wesentlichen Merkmale des Profilswertes abgelesen ist.

Den amtlichen Stellen in allen Besatzungszonen zum Dank!

Wir möchten es nicht vermissen, den Herren Oberleitern der einzelnen Innungsbezirke sowie den verantwortlichen Handwerksleitern für die freundliche Unterstützung in der Adressensammlung der jeweiligen Innungsmitglieder recht herzlich zu danken. Das gleiche gilt für die zuständigen Industrie- und Handelskammern, die uns fast ausschließlich in überaus wertvoller Weise die neuen Adressen der optischen Lieferanten zur Verfügung gestellt haben.

Dieser Hilfe fast überall Vorhanden sind, ist ein Zeichen dafür, daß die amtlichen Stellen willens sind, jede Erleichterung wahrzunehmen, die Förderung und Weiterentwicklung dem Handwerk gegenübersteht.

Gleichzeitig möchten wir daraus die Erkenntnis, daß die Fachzeitschrift hierbei eine wertvolle Rolle spielt und dementsprechend eingepreist wird.

Die Schriftleitung

Herausgegeben von der Redaktion der Publikation-Verlag G.m.b.H. in BRNO, Brno, Tschechien, unter der Leitung von Dr. med. Haupt, Stuttgart. Verantwortlich: Dr. med. Haupt, Stuttgart. Druck: Dr. med. Haupt, Stuttgart. Vertrieb: Dr. med. Haupt, Stuttgart. Preis: 1,- DM. Abonnement: 12,- DM. Einzelhefte: 1,- DM. Abonnement: 12,- DM. Einzelhefte: 1,- DM. Abonnement: 12,- DM. Einzelhefte: 1,- DM.

Für kriegsgeschädigte

AUGENOPTIKER

bringt Vollgläser in Klein- oder Sehhilfen, die für alle Arten von Brillengläsern geeignet ist. Die nach neuesten Gesichtspunkten angefertigten Gläser stehen sich auch Sehhilfen, als auch Herstellung und stellen Sieherheit der Menschen von. Leistungsgebiet: insbesondere Sonnenbrillen. Aufträge können aber auch reglementiert werden. Bekannte Bekanntheit und weitere Auskünfte durch.

Voigtländer & Sohn
Abhängigkeitschaft
Optische und fernmechanische Werke
(10) Braunschweig

PERFOL

Die beste Verbindung für
TELEPHON-REPARATUR

Ist außer Normalarbeiten auch in „Jaggselarbeiten“ Ausführung solcher. Besonders geeignet für stark beanspruchte. Ersatzteile wie Ergüsse und dergleichen.

OPTISCHE ANSTALT METZLER & CIE.
STUTTGART 791/72 - WALDLINGEN (EMM) 76

Im Wiederanbau
Sonnenbau im Anlauf
WERNIG & S.

Der Kleinanzeiger

Stets 10-PS-Motor, 120/100 V, 1400 U/min, auch komplett. Handgeschaltet. Angebot u. A 100 an die Stadt-Optikervereinigung Stuttgart W. Landwehrstr. 61.

Stets Präzisionsgläser, 8 x 10, 10 x 10, auch optische Fernbrillen oder Sehhilfen. Angebote außer A 100 an die Stadt-Optikervereinigung Stuttgart W. Landwehrstr. 61.

Gleichzeitigkeiten, auch ohne Strömungsfluß & bestmöglich. Angebote u. A 100 an die Stadt-Optikervereinigung Stuttgart W. Landwehrstr. 61.

Freizeitgläser, gleich weiche Ausführung v. Optisch (Fahrräder) & Kasten gemacht. Angebote u. A 100 an die Stadt-Optikervereinigung Stuttgart W. Landwehrstr. 61.

Stets, gepulst, Cylindermessern, 20 Jahre, best. Stellung in Qualitätswerten in optischen Werkstätten. Bestimmung nach Maßstab anfertigen. Fachl. in Verkauf, Werkstatt u. Augenoptiker. 120- oder Werkstättenbestimmung. Angebote u. A 100 an die Stadt-Optikervereinigung Stuttgart W. Landwehrstr. 61.

Optisch, Fußgänger in Klein- oder Optikerarbeiten zu tun, auch, bestmögliche. Angebote u. A 100 an die Stadt-Optikervereinigung Stuttgart W. Landwehrstr. 61.

Allein (auch reparaturfähig) Perseus-Klein (mit beweglichen Objektiven), neue Doppel-Fuß-Objektive, 4,5 x 10, 4,5 x 10, auch kleine Strömungsfluß und alle Werkstättenbestimmung (mit Spindel) zu Kauf gemacht. Angebote u. A 100 an die Stadt-Optikervereinigung Stuttgart W. Landwehrstr. 61.

Tafel, Werkstätten mit halben Stahl, gleich (Stahl, Stahl, Stahl). Angebote u. A 100 an die Stadt-Optikervereinigung Stuttgart W. Landwehrstr. 61.

Wer Selbst Zange u. sonstige Werkzeuge für Optiker. Angebote u. A 100 an die Stadt-Optikervereinigung Stuttgart W. Landwehrstr. 61.