

Mein wertvollster Schatz:  
Eine Kontaktlinse, die sich anfühlt  
wie ein Hauch von Nichts<sup>1</sup>

DAILIES TOTAL<sup>1</sup><sup>®</sup>  
Große Mediakampagne  
mit TV und Online-Werbung

#### Schwerpunkt

Kontaktlinse  
mit

- Kundenbindung  
online
- „Manga-Augen  
und purer Luxus“

#### Optometrie

Wer höher steigt,  
sieht weiter

#### Betriebspraxis

„Ausstrahlungs-  
Effekte“ durch  
Visualtraining

Einsteiger-Gutschein auf  
[www.dailies.de](http://www.dailies.de)



# „Es rettet uns kein höheres Wesen“



**Marcel Zischler**  
Leitender Fachredakteur  
DOZ-Kontaktlinsen

Mit dem in der Überschrift stehenden Satz eröffnet Buchautor Günter Faltn die Einleitung seines neuesten Werkes „Wir sind das Kapital“. Weiter meint er: „Wir sind die Schöpfer unserer Welt. Wir sind es, die sich angepasst und eingerichtet haben auf diesem Planeten. Die Ökonomie durchdringt sämtliche unserer Lebensbereiche immer stärker. Wir sind an einem Punkt angelangt, an dem sehr viele von uns das Gefühl haben, dass etwas nicht mehr stimmt. Nicht wir Menschen stehen mehr im Mittelpunkt, sondern die Entwicklungen, die wir immer weniger beherrschen.“ Starker Tobak, meine ich. Sehr starker sogar.

Es lohnt sich darüber nachzudenken, was das für unsere Branche bedeutet. Wir dürfen uns zum Beispiel nicht auf Berufsverbände, Einkaufs- und Marketinggemeinschaften oder gar auf die Politik verlassen, wollen wir als Augenoptiker/Optomtristen mit Fokus auf Qualität und das Erfüllen von Kundenbedürfnissen weiter überleben. Weder die erst-, noch die zweit- und schon gar nicht die drittgenannten „höheren Wesen“ entbinden uns unserer unternehmerischen Verantwortung, das Heft selbst in die Hand zu nehmen. Meine kürzliche Teilnahme an der Generalversammlung eines schweizerischen Berufsverbandes hat mich nachdenklich werden lassen, wieviel dort – auch berechtigt – diskutiert werden muss, und was am Ende des Tages für den betrieblichen Erfolg der Mitglieder, die unabhängigen Augenoptiker, dabei rauskommt.

Es wäre aber falsch, den Berufsverbänden und oben genannten den schwarzen Peter zu zuschieben, um sich selbst aus der Verantwortung der eigenen ökonomischen Entwicklung zu nehmen. „Entrepreneurship“ ist nun halt mal mehr als nur ein wohlklingendes Modewort. „Ein Unternehmer ist ein Unternehmer weil er etwas unternimmt“, hat mal ein dazumal 65-jähriger, wahrlich erfolgreicher Optiker in jungen Jahren zu mir gesagt. Diesen Satz habe ich mir damals hinter meine noch grünen Ohren geschrieben. Was das im Klartext heißt, lesen Sie in jeder Ausgabe der DOZ, die sich dieses Mal mit ihrem Spezial wieder einmal der Kontaktlinse widmet. Hier finden Sie unzählige Praxistipps und Inspirationen, um etwas zu unternehmen. Dies, um mit Ihrer Firma Oberwasser zu behalten und vorwärtszukommen.

Sich-selbst-rettende Grüße

Schreiben Sie uns  
Ihre Meinung!  
[zischler@doz-verlag.de](mailto:zischler@doz-verlag.de)

# Brille & Mode

Die neue Brille & Mode  
Herbst/Winter 2016  
erscheint am 16. September

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  
bis zum 15.09.2016 mit  
**Frühbesteller-Rabatt  
von 10 %!**



Bestellungen per Fax: +49 6221 905171, E-Mail: [doz@doz-verlag.de](mailto:doz@doz-verlag.de)  
oder in unseren Shops über [www.doz-verlag.de](http://www.doz-verlag.de)

DOZ 0916

Einzelexemplare € 3,00 • ab 25 Exemplare je € 2,50 **-10 %**  
ab 50 Exemplare je € 2,25 **-10 %** • ab 100 Exemplare auf Anfrage  
\*Nur solange Vorrat reicht. Alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt., Porto & Versand.

Ich möchte

Exemplare **Brille & Mode** (Herbst/Winter 2016 · Heft 77) bestellen.

Absender:

Vor- und Zuname, Firma

Straße, Hausnummer

PLZ, Ort

Telefon/E-Mail für Rückfragen

Datum, Unterschrift

Ich willige ein, dass meine Daten zur Kontaktaufnahme telefonisch oder per E-Mail auch für weitere Angebote durch den Verlag oder durch beauftragte Unternehmen genutzt werden dürfen. Möchte ich keine Informationen und Angebote mehr erhalten, kann ich jederzeit schriftlich (per Brief, Fax oder E-Mail) dieser Verwendung meiner Daten widersprechen.

Datum, Unterschrift

**34** Mit dem richtigen Leitfaden kann die Anpassung weicher individueller Kontaktlinsen dabei helfen, die Drop-out-Quote zu senken.



## INHALT DOZ 09 | 2016

- 1 Editorial: „Es rettet uns kein höheres Wesen“
- 5 News & Names
- 10 Leserbrief
- 23 Termine
- 32 Webseite: „24-Stunden-Service“ und mehr Dialog
- 58 DOZ Quiz
- 60 Schaufenster KONTAKTLINSE  
Inserentenverzeichnis
- 71 Wettbewerbsrecht  
Glosse: Wir sollten immer nach der optisch besten Lösung streben
- 74 Schaufenster AUGENOPTIK
- 89 Checkpoint Ausbildung
- 96 Oppicker/Impressum
- 97 Kleinanzeiger



**12** Der Onlinehandel ist in Bewegung, nur einer gibt sich stoisch. Ein Erklärungsversuch.

## AKTUELL

---

- 12 Brille: Online.  
Ein Essay als Beginn unserer Aufarbeitung, wie der Onlinehandel mit Brillen die Branche verändert
- 16 Perfekter Rahmen für Jecken und Wissbegierige  
„Tag der Optometrie“ am 9. Oktober in Mainz
- 18 Schwerpunktthema „Zukunft Kontaktlinse“  
Augenoptisches Kolloquium an der EAH Jena
- 20 „Messe“-Blick über die Landesgrenzen  
Silmo in Paris und die Optik Austria in Wels
- 22 Für den optometrischen Alltag wappnen  
SBAO lädt zur Fachtagung nach Zürich
- 24 Neu im Verlagsprogramm  
Eine Rezension zum Fachbuch über das Trockene Auge
- 26 Sehen, das ins Ohr geht – „Hörblicke“ mit Zeiss  
und Ausblick auf den „Carl-Zeiss-Tag“

## TIPP DES MONATS

---

- 29 Ladenbau: Online allein genügt nicht





Opto **90** Nur wer gut vorbereitet ist, erreicht den Gipfel des ruhmreichen K2 wohlbehalten. Dazu gehört auch eine höhenangepasste Sehversorgung.



**54** Der etwas andere Reisebericht verdeutlicht den besonderen Stellenwert der Kontaktlinse in Asien, aber auch den ungewöhnlichen Umgang mit ihr.



**84** Brillengläser der Marke MPO stammen aus Glücksburg.

**78** Visualtraining – ein Energieschub für das eigene Geschäft.



## SCHWERPUNKT KONTAKTLINSE

- 34 Leitfaden zur Anpassung von weichen individuellen Kontaktlinsen
- 40 Kontaktlinse AKTUELL
- 44 Kontaktlinsenträger als Kunden gewinnen und binden – die besten Strategien
- 51 Wachstum via Onlineinitiative  
Neukundengewinnung mit Hilfe von Online-Marketing
- 52 Qualität im Fokus  
Interview mit Anton Scherer, Geschäftsführer bei Menicon
- 54 Manga-Augen und purer Luxus  
Stellenwert der Kontaktlinse in Asien

## OPTOMETRIE

- Opto 90 Wer höher steigt, sieht weiter  
Eine visuelle Geschichte von der Himalaya/  
Karakorum-Hochgebirgsexpedition 2016 zum K2
- Opto 95 Aspekte der Katarakt und ein Überblick  
über moderne Intraokularlinsen

## HISTORIE

- 72 Wend Brillen – nichts für Wendehälse

## BETRIEBSPRAXIS

- 78 Positive „Ausstrahlungs-Effekte“ durch Visualtraining
- 82 Das Verkaufsgespräch – was begeisterte von zufriedenen Kunden unterscheidet
- 84 Sichtweisen verändern – Handwerkskunst trifft Hightech  
Was die Marke MPO mit Glücksburg verbindet
- 86 Handwerk oder Medizin?  
Handwerklich gutes Wirtschaften ist ein Modell  
moderner Augenoptik und Optometrie

## Jahrgangstreffen an der HFAK – 30-jährigen Studienbeginn gefeiert

Am 25. Juni haben sich ehemalige Absolventen der Höheren Fachschule für Augenoptik Köln (HFAK) anlässlich ihres Studienbeginns 1986 in der neugestalteten Mensa der Schule am Bayenthalgürtel in Köln getroffen. Der heutige Schulleiter Dr. Andreas Berke begann seine berufliche Laufbahn an der HFAK ebenfalls vor 30 Jahren; so gab es ein Wiedersehen mit seinen ersten Schülern. Zusammen mit Dozent Johannes Schweinem führte er die Jubilare durch die zum Teil neu gestalteten Räume. Wilhelm Gatzen, ehemaliger Dozent, bereicherte die Führung mit Anekdoten aus seinem Berufsleben. Studenten der HFAK trugen mit einem Catering für die Ehemaligen



zu einer gelungenen Veranstaltung bei. Leider waren nicht alle Absolventen von damals auffindbar. Wer vor 30 Jahren ebenfalls dabei war, möge sich bitte unter [schnurr-pfungstadt@arcor.de](mailto:schnurr-pfungstadt@arcor.de) melden, damit die Organisatoren beim nächsten Treffen alle benachrichtigen können.



## Save the Date: Welttag des Sehens 2016 am 13. Oktober

Der Welttag des Sehens (World Sight Day) macht am zweiten Donnerstag im Oktober auf das weltweite Aktionsprogramm „VISION 2020 – das Recht auf Augenlicht“ aufmerksam. Ziel dieser Kampagne ist es, die heilbare und vermeidbare Blindheit zu überwinden. Der Initiator des Aktionstages ist die Weltgesundheitsorganisation.

Am 13. Oktober 2016 engagieren sich in Deutschland unter anderem die Unternehmen der Essilor Gruppe (Essilor GmbH, Nika, Rupp+Hubrach und Kodak/Signet Armorlite) mit bundesweiten Aktionen, um ein Bewusstsein für gutes und gesundes Sehen zu schaffen.

## Die Internet-Konkurrenz wächst weiter: nach Essilor nun auch Apollo online

Apollo Optik steigt ins Onlinegeschäft ein: ab sofort verkauft der Filialist Brillen auch über seinen neuen Internetshop, allerdings zunächst keine Gleitsichtgläser. Kurz zuvor wurde bekannt, dass sich der Webshop EyeBuyDirect neuerdings auch an deutsche Brillenträger wendet – an der Gesellschaft mehrheitlich beteiligt ist der Brillenglashersteller Essilor, der im August zusätzlich die Übernahme der MyOptique Group mit den in Deutschland bekannten Onlineshops [netzoptiker.de](http://netzoptiker.de) und [lensbest.de](http://lensbest.de) bekannt gab.





## Optometrie-Studenten aus Texas zu Besuch in Deutschland

Anfang August waren acht Studenten der Rosenberg School of Optometry von der University of the Incarnate Word aus San Antonio, Texas (USA) zu Gast in Deutschland. Mit mehr als 10.000 Studenten ist sie die größte katholische Universität in Texas und die viertgrößte nichtstaatliche Hochschule in diesem Bundesstaat. Während ihres Aufenthalts am European Study Center in Heidelberg informierte Professor Dr. Werner Eisenbarth, Hochschule München, sie über das Thema Augenoptik/Optometrie in Deutschland und Europa. Darüber hinaus wurden verschiedene Forschungsfragen zur Altersbedingten Makuladegeneration (AMD) und Low Vision diskutiert. Auf dem Besuchsprogramm standen auch Industriebesuche bei der Firma Zeiss in Oberkochen und der Heidelberg Engineering GmbH in Heidelberg.



Studenten der Rosenberg School of Optometry mit Prof. Dr. Werner Eisenbarth, Brian Foutch, OD, PhD und Thomas Leibrecht, Direktor des European Study Center (v.l.n.r.)

## Neuerscheinung im DOZ-Verlag

Der Vorverkauf der Brille & Mode läuft bereits auf Hochtouren. Sichern Sie sich noch bis zum 15. September den Frühbesteller-Rabatt. Im Webshop des DOZ-Verlags gibt es alle weiteren Informationen zur Bestellung und für Sie die Möglichkeit, sich mit der Ausgabe Herbst/Winter 2016 für Ihre Kunden einzudecken.



Bestellen Sie mit unseren attraktiven Mengenrabatten: Gerne senden wir Ihnen auch einen Bestellschein zu. Wenden Sie sich hierzu bitte an [doz@doz-verlag.de](mailto:doz@doz-verlag.de). Einzeln exemplar: 3,00 Euro netto; ab 25 Exemplare: 2,50 Euro netto je Ex.; ab 50 Exemplare: 2,25 Euro netto je Ex.; ab 100 Exemplare: auf Anfrage. Alle Preise gelten zzgl. Porto und Verpackungskosten abzüglich der zehn Prozent für Ihren Frühbesteller-Rabatt.

Mit der Brille & Mode bietet der DOZ-Verlag jedes Jahr im Frühjahr und im Herbst ein breites Themenspektrum, zeigt die Trends der neuen Saison und einen Überblick über die schönen Seiten rund um die Brillenmode. Sie eignet sich ideal als Endkundenmagazin zur Kundenbindung.

## Knecht & Müller AG unter neuer Leitung

Martin Decker ist der neue Geschäftsführer der Knecht & Müller AG in der Schweiz. Nach dem Aufbau der Hoya Lens Niederlassung in Österreich übernahm der gelernte Augenoptiker, neben seiner Position als Country Manager Österreich, die Geschäftsleitung der Knecht & Müller AG. Der 42-jährige zweifache Familienvater verantwortet in seiner Doppelfunktion die Geschäftstätigkeiten in der Schweiz und in Österreich. In seiner neuen Funktion berichtet Decker direkt an den Hoya Geschäftsführer Deutschland, Österreich, Schweiz (D-A-CH) Oliver Fischbach.



Martin Decker



Rolf Meyer

Ebenfalls seit Anfang August verantwortet Rolf Meyer die Vertriebs- und Marketingleitung der Knecht & Müller AG in der Schweiz. Während der letzten 30 Jahre hatte der gelernte Augenoptiker diverse Führungspositionen inne und sammelte in der augenoptischen Branche wertvolle Erfahrungen im Marketing und Vertrieb. Rolf Meyer berichtet in seiner Position an den Knecht & Müller AG Geschäftsführer Martin Decker. Seit dem 1. Oktober 2015 ist die Knecht & Müller AG eine 100-prozentige Tochter der Hoya Corporation. Ihre selbstständige Position im Schweizer Markt wird Knecht & Müller auch in Zukunft weiterführen.

**Leserbrief zu:  
Grundler, Strasburger:  
Zentrale Sehschärfe und visuelle Fahreignungsdiagnostik  
Aus DOZ 07-2016**

Leider stimmen die in Tabelle 1 angegebenen Mindestsehschärfewerte für PKW nicht. Früher wurden im Augenarztgutachten in der Tat die in Tabelle 1 angegebenen Mindestvisuswerte von 0,5 für das bessere und 0,2 für das schlechtere Auge gefordert.

Seit der Novellierung der Fahrerlaubnisverordnung im Jahr 2010 ([http://www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/fev\\_2010/gesamt.pdf](http://www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/fev_2010/gesamt.pdf)) wird für PKW-Fahrer usw. (F-Klassen A, A1, A2, B, BE, AM, L und T) jetzt aber nur noch ein Mindestvisus von 0,5 als „Sehschärfe des besseren Auges oder als beidäugige Sehschärfe“ gefordert. Eine Mindestsehschärfe für das schlechtere Auge wird nicht mehr gefordert. Der Begriff „Einäugigkeit“ wurde für die genannten Führerscheinklassen ganz aus dem Gesetzestext gestrichen.

Dr. W. Wesemann  
Köln

werden Anforderungen an das Sehvermögen wie folgt beschrieben [1]:

„Für die Klassen A, A1, A2, B, BE, AM, L und T (PKW) gilt ein Sehtest, durchgeführt durch eine amtlich anerkannte Sehteststelle (§ 12 Absatz 2), als bestanden, wenn die zentrale Tagessehschärfe mit oder ohne Sehhilfen mindestens 0,7/0,7 beträgt. Besteht der Bewerber den Sehtest nicht, ist eine augenärztliche Untersuchung erforderlich. Bei dieser Untersuchung ist unter anderem auf Sehschärfe, Gesichtsfeld, Dämmerungs- oder Kontrastsehen, Blendempfindlichkeit, Diplopie sowie andere Störungen der Sehfunktion zu achten, die ein sicheres Fahren in Frage stellen können. Dabei dürfen folgende Sehschärfewerte nicht unterschritten werden: Sehschärfe des besseren Auges oder beidäugige Sehschärfe: 0,5.“

Im Gesetzestext wird also, wie von Herrn Dr. Wesemann gesagt, der Begriff der Einäugigkeit nicht (mehr) verwendet. Es werden keine Forderungen an die Sehschärfe des schlechter sehenden Auges gestellt.

Die in unserem Beitrag beschriebene tabellarische Übersicht bezieht sich nicht auf den Gesetzestext der Fahrerlaubnis-Verordnung (FeV), sondern gibt die Empfehlungen der Deutschen Ophthalmologischen Gesellschaft (DOG) zitiert, die dementsprechend als irreführend angesehen werden können.

Im zugrundeliegenden Gesetzestext der Fahrerlaubnisverordnung (FeV, Anlage 6) Tabelle werden Mindestanforderungen an die Sehfunktionen gemäß aktueller Empfehlung der Deutschen Ophthalmologischen Gesellschaft (DOG) zitiert, die dementsprechend als irreführend angesehen werden können.

Im zugrundeliegenden Gesetzestext der Fahrerlaubnisverordnung (FeV, Anlage 6)

**Zum Leserbrief von  
Herrn Dr. Wesemann:**

Dr. Wesemann hat natürlich recht: Die in der Tabelle 1 angegebenen Werte entsprechen nicht dem Stand der Fahrerlaubnisverordnung nach deren Novellierung im Jahr 2010. In der genannten

Sehfunktionen	Klassen C, C1, CE, C1E, D, D1, DE, D1E und Fahrgastbeförderung	Klassen A, A1, A2, B, BE, AM, L und T
Sehschärfe	0,8 / 0,5	0,5 (besser sehendes Auge oder binokular)
Sehschärfe bei Einäugigkeit	nicht geeignet	0,5
Zulässige Brillenglasstärke	+ 8,0 D (bei zylindrischen Gläsern gilt das sphärische Äquivalent)	keine Begrenzung
Gesichtsfeld	normale Gesichtsfelder beider Augen, wenigstens normales beidäugiges Gesichtsfeld	normales Gesichtsfeld eines Auges oder gleichwertiges beidäugiges Gesichtsfeld
Stellung und Beweglichkeit	Ausschluss bei Diplopie im Gebrauchsblickfeld (25 Grad Auf-, 30 Grad Seit- und 40 Grad Abblick), abgestufte Bewertung der Qualität des Binokularsehens je nach Fahrzeugklasse	Lähmungsschielen und Begleitschielen ohne Diplopie in einem Blickfeldbereich von mindestens 20 Grad Durchmesser zulässig, normale Kopfhaltung empfohlen
Dämmerungssehschärfe, Blendempfindlichkeit	mesopisch, Kontraststufe 1:2,7; mesopisch, Kontraststufe 1:5, ansonsten Nachtfahrverbot	Kontraststufe 1:5; mindestens jedoch 1:23, ansonsten Nachtfahrverbot
Farbsehen	Unzulässig: Protanomalie mit Anomaliequotient unter 0,5 und Protanopie	keine Anforderungen

Tabelle 1: Mindestanforderungen an die Sehfunktionen gemäß Empfehlung der Deutschen Ophthalmologischen Gesellschaft. [2] Die zu fordernde Sehschärfe in Tabellenzeile 1 wurde dabei entsprechend der aktuellen FeV modifiziert.



# Brille: Online.

Er kommt! Sicher. Früher oder später wird Fielmann seine Brillen im Internet verkaufen. Der Onlineshop des Branchenriesen wird aber unabhängig vom Zeitpunkt seiner Premiere allenfalls nur noch ein Nachbeben in der Augenoptik auslösen. Schon jetzt haben die Magnituden ein Maß erreicht, das die stationären Kollegen erzürnt. Andererseits blicken sie hoffnungsvoll auf all das, was noch auf sie zukommen mag. Hoffnungsvoll, dass der „9-Fakten-Brief“, der von Essilor an alle seine Kunden geschickt wurde, mehr ist als der Versuch, ein „No-Go“ salonfähig zu machen. Schließlich, so ähnlich klingt es aus Freiburg, trete das Unternehmen nur auf den ersten Blick in den Wettbewerb zu den stationären Partnern; im zweiten Schritt rette oder zumindest bewahre es deren Existenz(berechtigung).

Letztlich schwingt gar die Hoffnung mit, dass der ungeliebte große Bruder aus Hamburg ein weiteres Mal einen Pflock in die Branche ramme, der alle anderen Mitstreiter in die Schranken weist: damit sich der Otto-Normal-Augenoptiker endlich wieder gezielt auf seinen Konkurrenten einstellen und der Verbraucher endlich verstehen kann, was er online beim Brillenkauf erwarten darf – und was eben nicht! Günther Fielmann und mit ihm die Verantwortlichen des Unternehmens werden nicht müde zu betonen, man könne jederzeit online gehen, wolle aber zunächst unter anderem den Markt weiter unter die Lupe nehmen. Da werden sie in den kommenden Wochen und Monaten ein bisschen was zu tun bekommen, gerade als alle dachten, die Onlinehändler hätten ein Einsehen und bemüht sich um ihre Daseinsberechtigung auf dem stationären Markt.

## Teilung in stationär und online hat zukünftig keine Berechtigung mehr

Die augenoptische Branche in stationär und online zu teilen, hat in der Zukunft keine Berechtigung mehr. Diese Zukunft mag ohne den virtuellen Einkaufskorb bei Fielmann noch ein Stück weit entfernt sein, aber der neue Onlineshop von Apollo und die Aktivität des in dieser Hinsicht „kaufwütigen“ Brillenglas-Giganten Essilor sind gewiss viel mehr als Vorbeben. Die Aussagekraft der Übernahme der MyOptique Group und deren Onlineshops durch Essilor leidet jedoch unter der Wucht der Erkenntnis, dass der Weltmarktführer der Brillenglaslieferanten plötzlich ganz offen und ungeniert zum Wettbewerber seiner treuen Kunden avanciert – „im ersten Schritt“. Ganz ähnlich verhält sich das bei der 1935 eingeführten Richter-Skala, je heftiger das Beben, desto ungenauer die Messung. Charles Richter führte mit der Magnitude dieses Maß für die Erdbebenstärke ein, die Augenoptik ist derweil noch auf der Suche nach der Qualität, die überhaupt mit dem Onlinekauf einer Brille erreicht werden kann.

Mag sein, dass die Essilor-Gruppe letztlich Gutes im Schilde führt: auch für ihre Kunden, und damit sind an dieser Stelle zunächst noch die Augenoptiker gemeint. Die Abschaltung des Onlineshops [eyebuydirect.de](http://eyebuydirect.de) (wohlgemerkt: es ist nur der deutsche Shop offline) wirkt dennoch nicht nur wie eine Nebelkerze für die weitaus explosivere Meldung wenige Tage später. Es wirkt auch ein bisschen planlos und könnte die neuerliche Runde in der Warteschleife im hohen Norden vor der perfekten Landung erklären. Essilor bleibt im Gegensatz zu Fielmann jedoch alles andere als tatenlos und übernimmt „mal eben“ die MyOptique Group, ehe jemand branchenfremdes auf diese Idee kommt und plötzlich mit Brillen nur noch Geld verdienen möchte.

# Perfekter Rahmen für Jecken und Wissbegierige

„Tag der Optometrie“ lockt mit zusätzlichen Veranstaltungen im Vorfeld, einem edlen Veranstaltungsort und einem besonderen Programm



Das Ambiente stimmt, Platz für drei parallele Veranstaltungen bietet das Kurfürstliche Schloss zu Mainz auch. Am Sonntag, 9. Oktober, steht aber einzig der „Tag der Optometrie“ im Vordergrund. (Foto: mainzplus CITYMARKETING)

Seit etlichen Jahren treffen sich die vier Mainzer Karnevalsvereine im Kurfürstlichen Schloss und lassen sich dabei bundesweit in die Wohnzimmer der mehr oder weniger jecken Fernsehzuschauer übertragen. „Mainz bleibt Mainz, wie es singt und lacht“ mag dabei vielleicht humorvoller sein als der „Tag der Optometrie“, doch der ist am 9. Oktober mindestens so gut im Mainzer Schloss aufgehoben. Das im 17. Jahrhundert in zentraler Lage am Rhein erbaute Schloss bietet den perfekten Rahmen für die fünfte Auflage der Weiterbildungsveranstaltung, die sich vornehmlich an Augenoptiker, Optometristen, Ophthalmologen, Studenten und Absolventen der Fach- und Hochschulen im Bereich der Augenoptik/Optometrie richtet.

Vor weit mehr als fünf Jahren waren die Verantwortlichen des Zentralverbandes der Augenoptiker und Optometristen (ZVA), der Vereinigung Deutscher Contactlinsen-Spezialisten und Optometristen (VDCO) und der Internationalen Vereini-

gung für Binokulares Sehen (IVBS) hoffnungsfroh, mit ihrer gemeinsamen Veranstaltung ein Erfolgsmodell an den Start bringen zu können. Heute dürfen sie sich nahezu sicher sein: Die vergangenen vier Jahre haben gezeigt, dass sich der „Tag

der Optometrie“ offensichtlich bereits im Veranstaltungskalender etabliert und mit seinen Themen, der Qualität der Vorträge und der Prominenz der Referenten den Geschmack der Branche getroffen hat.

## In der Pflicht, Besonderes zu bieten

In diesem Jahr gibt es zudem die Besonderheit, dass sich die VDCO dazu entschlossen hat, ihre beiden Events – Contact ‘16 und Optometrie ‘16 – zu einem zusammenzulegen und dazu ab freitags vorab im Schloss zu Mainz einzuladen (mehr Infos unter „Kontaktlinsen aktuell“). Und auch der ZVA tagt samstags bereits mit seinen Delegierten und Obermeistern, die tags darauf den „Tag der Optometrie“ für die bei der anstehenden Obermeistertagung übliche Weiterbildung nutzen wollen. Inhaltlich und fachlich dürfte das etwas mehr als gewohnt sein, aber schließlich steht der „Tag der Optometrie“ alleine schon durch seine Veranstalter und die erwarteten Gäste aus der Branche in der Pflicht, hier und da Besonderes bieten zu müssen.

Das Programm erlaubt somit auch in diesem Jahr wieder Einblicke in die Optometrie aus verschiedenen Perspektiven. In Mainz steht dabei diesmal die Netzhaut im Mittelpunkt. Und da auch die Verbände und Vereinigungen mit der Zeit gehen, was sie ab und an gerne zeigen, gibt es 2016 folgerichtig einen so genannten „Keynote Speaker“: Der Schweizer Optometrist Dr. Michael Bärtschi widmet seinen Vortrag der Glaukom-Forschung. Dr. Bärtschi eignet sich in mehrfacher