DEUTSCHE OPTIKERZEITUNG

DOZ

Optometrie & Fashion

12 | 2016

Spezial:
Vorschau Opti 2017

Kontaktlinse:
Wohin geht die Reise der Kontaktlinsenforschung?

Aktuell:
BGH-Urteil zu „Online-Brillen“

Betriebspraxis:
Nachhaltigkeit gehört ins Sortiment

1. Dezember 2016 • Jahrgang 71 D 3509 • ISSN 0344-7103
www.doz-verlag.de

30 Einen Ausblick darauf, was die Opti im kommenden Januar zu bieten hat, geben diese Seiten. Der Messe-Montag ist dabei nur eine Neuigkeit von vielen.

INHALT DOZ 12 | 2016

1 Editorial: Große Ereignisse werfen ihre Schatten voraus
5 News & Names
9 Leserbriefe
10 Webseite
28 Termine
29 Wettbewerbsrecht
39 Schaufenster AUGENOPTIK
49 Inserentenverzeichnis
55 Checkpoint Ausbildung
84 Oppicker/Impressum
85 Kleinanzeiger

AKTUELL

12 Spectaris Trendforum: Munteres Schaulaufen in Berlin
18 Tarifempfehlung: Lohnangleichung zwischen Ost und West
20 ECOO: Generalversammlung in Ljubljana
21 Hat Mister Spex Spaß am „Offline-Geschäft"?
22 BGH-Urteil zu „Online-Brillen"
24 Blick 2016: Verbandstag des AOV NRW
26 Ausbildung bei der OHI in Wien
29 Nachruf: Dr. Ewald Blaschke

SPEZIAL VORSCHAU OPTI 2017

30 Messe-Montag ein einmaliges Ereignis!
40 München: Touristentipps für Augenoptiker
42 Emotionen und Individualität – Neuigkeiten im Ladenbau
46 Wandel bei den Low-Vision-Hilfsmitteln
50 Smartphonebasierte Hilfe für Sehbehinderte
52 Brillen aus dem Drucker sind auf dem Vormarsch

12 Der Netzwerkgedanke wurde groß geschrieben in Berlin während des Spectaris Trendforums. Dieses feierte außerdem seinen 15. Geburtstag – mit einer neuen Themenreihe.

52 Individuelle Schickness will jetzt verstärkt dem 3D-Drucker entspringen. Die Gruppe der Labels, die sich dieser Technologie bedienen, wächst beständig.

18 Der Osten soll sich auf tariflicher Ebene auf West-Niveau heben. So jedenfalls schlägt es der Zentralverband der Augenoptiker und Optometristen (ZVA) vor. Eine Extrawurst brät sich indes das Bundesland Bayern.

70 Auch Kontaktlinsen können intelligent sein. Wie sehr und wozu dieses ließ das 19. Augenoptische Kolloquium in Jena wissen.

TIPP DES MONATS

58 Für unter den Weihnachtsbaum: Accessoires

BETRIEBSPRAXIS

60 Nachhaltigkeit gehört ins Sortiment

64 Neugeborenenscreening setzt Netzwerken voraus

66 Die hörbare Visitenkarte – die Stimme am Telefon

KONTAKTLINSE

69 Kommentar: Was bringt die Zukunft?

70 19. Augenoptisches Kolloquium der Ernst-Abbe-Hochschule

75 Buchrezension: Kontaktlinsenanpassung bei irregulären Hornhautformen

76 Johnson & Johnson mit neuer Markenphilosophie

78 Menicon trumpft mit neuem Produkt auf

80 Interview mit Dr. Stefan Bandlitz zur Kontaktlinsenforschung

83 Kontaktlinsen aktuell

60 Wenn LOHAS konsumieren, dann tun sie dieses irgendwo zwischen lustmotiviert und konsequent nachhaltig. Mit einem entsprechenden Sortiment kann jeder Augenoptiker diese Zielgruppe für sich gewinnen, auch wenn sich ein LOHAS im Erstgespräch etwas zieren mag.

Große Ereignisse werfen ihre Schatten voraus

Markus Glöckner
Geschäftsführer

Liebe Leserinnen und Leser,

mit der vorliegenden Ausgabe beenden wir mit redaktionell professionellem Blick nicht allein auf unsere Branche ein interessantes Jahr. Auch im Inneren – unseres Verlages – haben sich rückblickend interessante Veränderungen ergeben, die äußerst Spannendes im nächsten Jahr erwarten lassen.

Seit einiger Zeit – der DOZ verbundene und aufmerksame Beobachter werden es verfolgt haben – entwickeln wir innovative Konzepte, die den veränderten und heute durchaus schon bestehenden Lesegewohnheiten Rechnung tragen werden. Bei der Opti 2017 in München wird sich unsere Leserschaft von den ersten Ergebnissen direkt vor Ort am DOZ-Stand überzeugen können. Wir kündigen nicht nur an und versprechen – wir halten auch und liefern!

Mit einem so in unserer Branche vollkommen neuen Angebot wird die DOZ, wird der Verlag das Kommunikationsangebot der Branche neu strukturieren, wenn nicht sogar revolutionieren. Unser Verlagsleiter und Chefredakteur hat mit seinem Team die Leserschaft der DOZ schon regelmäßig dahingehend informiert und einen spannenden Ausblick gegeben, der in etwa erahnen lässt, was im nächsten Jahr vom DOZ-Verlag zu erwarten ist.

Nicht nur mit ihm und durch ihn, sondern auch mit der neu geschaffenen Position der Verkaufs- und Marketingleitung, die auch das Onlinemarketing verantwortet, hat sich der Verlag strukturell für die neuen Herausforderungen aufgestellt. Die neuen Kommunikationsformen und -kanäle benötigen die entsprechenden Impulse, um unsere Inhalte auf allen Plattformen attraktiv zu unterbreiten. Dafür sorgen die Teams, die mit den entsprechenden Kompetenzen und Möglichkeiten ausgestattet sind.

Und sollten nun einige von Ihnen einen Schreck bekommen, was denn aus „ihrer geliebten DOZ“ wohl werden wird, so sei gesagt: Keine Sorge. Wir versprechen, dass wir zwar Neues wagen, aber dabei Bewährtes immer bewahren werden! Wir versprechen uns, und wir versprechen Ihnen, dass auch und gerade die gute „alte“ DOZ davon sehr profitieren wird. Überzeugen Sie sich im nächsten Jahr entweder direkt vor Ort in München oder auf unserer Website – und nicht zuletzt regelmäßig durch die gewohnt erscheinenden gedruckten Ausgaben.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen stellvertretend für das gesamte Verlagsteam und auch ganz persönlich fröhliche Weihnachten und einen guten Rutsch in ein sicherlich spannendes und erfolgreiches neues Jahr 2017!

Herzlichst Ihr

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

kurz und knapp

- Ollendorf-Mess-Systeme hat die Firmenteile Produktion, Service und Vertrieb an die visuSolution GmbH verkauft. Die Produkte von visuSolution konzentrieren sich auf zwei Bereiche: Lösungen für Videozentrierung und Low Vision.

- ZVA-Vizepräsident Christian Müller ist seit Oktober neues Mitglied des Betriebswirtschaftlichen Ausschusses des Europäischen Augenoptikerverbandes ECOO.

- Maarten Hobé, Vorsitzender der VDCO, wurde erneut in den Berufsbildungsausschuss des Europäischen Augenoptikerverbandes ECOO gewählt.

- Der Einkaufsverbund Optik1 ist am 20. Oktober mit einem Online-Shop (http://www.optik1.de) und einer „Gleitsichtbrillen-Studie" gestartet.

- Bereits am 15. Oktober ist der langjährige Dozent der Höheren Fachschule für Augenoptik Dr. Ewald Blaschke im Alter von 75 Jahren verstorben. Er unterrichtete in Köln von 1974 bis 2005 die Refraktionsbestimmung (siehe Nachruf von Dr. Andreas Berke in dieser Ausgabe).

- Reinhard Röhm, Geschäftsführer der Röhm Optic Group Germany, ist am 10. Oktober nach schwerer Krankheit gestorben.

DOZ: Abopreise 2017

Seit einigen Jahren konnte der DOZ-Verlag die Preise für den Bezug der DOZ stabil halten, trotz der stetig steigenden Produktions- und Vertriebskosten. Im kommenden Jahr müssen die Abonnementpreise und die Versandkosten für die DOZ aber erstmalig seit 2013 angepasst werden. Das Jahres-Abonnement wird um zwei Prozent von 76,70 Euro auf 78,20 Euro angehoben. Wegen der Portoerhöhung der Deutschen Post belaufen sich die Versandkosten im kommenden Jahr dann auf 13 Euro.

ZVA: Neuer Leitfaden zur Bildschirmbrille

Der Zentralverband der Augenoptiker und Optometristen (ZVA) hat eine umfangreiche Broschüre zur Bildschirm(arbeitsplatz)brille als praktischen Leitfaden für Augenoptikbetriebe erstellt. In drei Abschnitten werden statistische Daten zur beruflichen und privaten Nutzung von Bildschirmen und Displays, Hintergrundinformationen zu den gesteigerten Sehanforderungen durch das so genannte Digitale Zeitalter sowie den gesetzlichen und formalen Regelungen für die Bildschirmarbeitsplatzbrille als Leistung des Arbeitgebers bereitgestellt. Enthalten sind darüber hinaus Hinweise zur Kundenberatung und zur Anpassung von Bildschirmbrillen sowie zahlreiche Praxistipps. Die Broschüre „Gutes Sehen am Bildschirm – privat und am Arbeitsplatz" steht zunächst als PDF für Innungsmitglieder zum Herunterladen im internen Bereich der ZVA-Homepage www.zva.de unter dem Menüpunkt Betriebswirtschaft/Kundenbindung zur Verfügung. (Foto: ZVA)

German Design Award 2017

Der Schweizer Brillenproduzent Götti erhält den renommierten German Design Award 2017 in der Kategorie „Lifestyle and Fashion" für die Sonnenbrille Tamal. Das Modell gehört zur „Spin & Stow 360°"-Kollektion und vereint Retro-Optik und moderne Technik. Die patentierten „Spin & Stow 360°"-Brillenbügel, die um 360° drehbar sind, lassen sich flach zusammenfalten und ermöglichen somit ein platzsparendes Verstauen. Der German Design Award zählt zu den anerkanntesten Design-Wettbewerben weltweit und genießt weit über Fachkreise hinaus hohes Ansehen. Der Preis wird am 10. Februar 2017 im Rahmen eines festlichen Events in Frankfurt verliehen. (Foto: Götti Switzerland)

Bausch+Lomb: neuer Commercial Director

Ralf Gotter übernimmt ab sofort den Geschäftsbereich Vision Care als Commercial Director bei Bausch+Lomb für Deutschland, Österreich und die Schweiz. Gotter verfügt über Management- und Markterfahrungen in der Medizintechnik und Gesundheitsindustrie. Zuvor war er in verschiedenen leitenden Positionen in Vertrieb und Marketing tätig, unter anderem bei Handicare, Beiersdorf, Degussa Dental sowie bei Johnson & Johnson Medical und Stanley Healthcare. „Wir freuen uns, mit Ralf Gotter eine erfahrene Fach- und Führungspersönlichkeit für unser Vision Care Team gewinnen zu können. Die Nähe zu unseren Kunden ist uns besonders wichtig. Mit seiner umfassenden Branchenkenntnis wird Ralf Gotter daran anknüpfen und den Wachstumskurs dieses Geschäftsbereiches weiter vorantreiben", erklärt Rienk Keuning, Interims-General Manager Bausch+Lomb DACH. (Foto: Bausch+Lomb)

Ralf Gotter

Charmant GmbH Europe: Markus Schröder neuer Verkaufsleiter

Markus Schröder

Markus Schröder hat zum 14. November 2016 die Vertriebsleitung für Deutschland und Österreich der Charmant GmbH Europe übernommen. Der 48-Jährige verfügt über ein umfangreiches Netzwerk innerhalb der augenoptischen Industrie, in der er seit 1999 tätig ist. Seine Karriere startete Schröder bei der Alpina Sports GmbH. Außerdem hatte er unter anderem über zehn Jahre verschiedene Management-Positionen bei Marchon inne. „Als Partner des deutschen und österreichischen Fachhandels verfolgen wir das Ziel der kontinuierlichen Optimierung des Service für unsere Kunden sowie die Stärkung unserer Position" sagt Masao Miyachi, CEO & President der Charmant Group. „Mit Markus Schröder konnten wir einen erfolgreichen Profi der Augenoptik für uns gewinnen, der uns mit seinem umfangreichen Know-how bei unseren Zielen unterstützen wird." (Foto: Charmant GmbH Europe)

Herbert Knebel in der neuen Imagekampagne des AOV NRW

Herbert Knebel – erfolgreicher und gerade in Nordrhein-Westfalen (NRW) bekannter Kabarettist – leiht der Imagekampagne des Augenoptiker- und Optometristenverbandes NRW in diesem und im kommenden Jahr Stimme, Aussehen und kabarettistisches Können. Ende der 1980er Jahre erschuf Uwe Lyko die Kunstfigur „Herbert Knebel". Zu den Themen „Gleitsicht" und „Sehtest" ab November sowie „Sonnenbrille" und „Gleitsicht" (im Frühjahr 2017) liefert er nicht nur Poster, sondern ab Mitte November auch Hörfunk-Spots in WDR 2 und WDR 4, in denen er in seinem feinsten Ruhrpottdeutsch dem Hörer erläutert, warum gutes Sehen wichtig ist und dass Innungsaugenoptiker hier die Anlaufstelle Nr. 1 sind. (Foto: AOV NRW)

Das Bewährte erhalten und das Neue versuchen – darin sehen wir den Erfolg unserer bisherigen Zusammenarbeit, für die wir uns herzlich bedanken.
Wir wünschen allen unseren Lesern und Geschäftspartnern frohe Weihnachten sowie viel Glück und Erfolg im neuen Jahr.

DOZ-Verlag
Optische Fachveröffentlichung GmbH

istockphoto.com / bellabrend

Auszeichnung für Wolfgang Cagnolati

Wolfgang Cagnolati wurde mit dem „AAA-Essilor Award for Outstanding International Contributions to Optometry" geehrt. Der Ehrenvorsitzende der VDCO und Past President des European Council of Optometry (ECOO) ist der erste Deutsche überhaupt, der mit diesem renommierten Preis ausgezeichnet wurde. Die American Academy of Optometry (AAO) würdigte den Duisburger damit für sein großes internationales Engagement für die Weiterentwicklung der Optometrie. Anlässlich der Academy 2016 Anaheim Awards Ceremony in Anaheim, USA, überreichte AAO-Präsident Brett G. Bence (rechts im Bild) Cagnolati die Auszeichnung. Ein ausführliches Interview mit Wolfgang Cagnolati und Bastian Cagnolati gibt es zu Jahresbeginn 2017 in der DOZ. (Foto:Stefan Schwarz)

„Treue“ Begleiter der im Januar Online-Plattform der DOZ

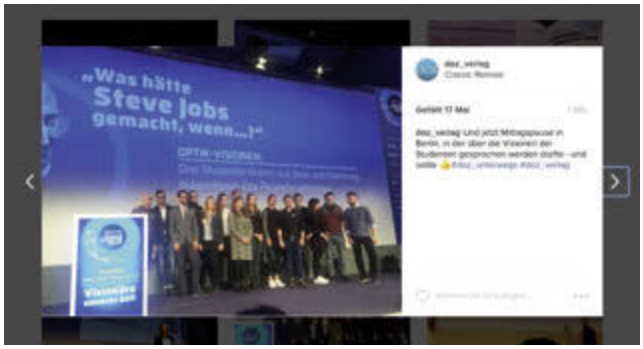
*An dieser Stelle möchten wir regelmäßig über unsere Onlineaktivität informieren und für unsere (neuen) Kanäle werben. Nicht nur, dass die DOZ-Redaktion **online** viel **schneller** reagieren und die **neuesten Nachrichten** aus der Branche publizieren kann. Nein, die verschiedenen Plattformen eignen sich auch bestens dazu, **Geschichten und Themen** aus der Zeitschrift **„zu verlängern“**, also beispielsweise **Hintergründe** und **Zusatzinformationen** zu liefern oder **Bildergalerien** zur Begleitung des gedruckten Textes einzustellen. Auf der anderen Seite möchten wir aber auch unsere Abonnenten, die nicht beziehungsweise kaum online sind, über die wichtigsten Ereignisse im Internet rund um die DOZ und die Augenoptikbranche informieren.*

Was wird denn nun aus Twitter?

Wir hatten vor geraumer Zeit schon einmal hier in die Runde gefragt und um ein Zeichen gebeten. Und obwohl uns ein, zugegeben, bescheidenes Feedback erreichte, sind wir uns noch immer unsicher, ob der DOZ-Verlag auch zukünftig twittern und damit den Kanal auf Dauer in die neue Informationsstrategie integrieren soll?

Was wird überhaupt aus Twitter? Die Social-Media-Plattform scheint immer mehr Nutzer zu verlieren, andere Angebote zur schnellen Informationen und zum fixen Austausch untereinander haben Twitter ganz offensichtlich den Rang abgelaufen. Auf der anderen Seite hat sich die Zahl unserer Follower in den letzten Monaten sukzessive erhöht, ohne dass wir dazu aktiv etwas beigetragen hätten. Soll heißen, nach wie vor ist unser Twitterkanal mit dem Facebookaccount der DOZ verbunden; exklusive News, Tipps oder Storys bieten wir derzeit über Twitter nicht an. Mit dem Launch der neuen Website der DOZ zur Opti – also Ende Januar – haben wir eine fantastische Möglichkeit, unsere Leser und Abonnenten auf direktem Weg, schnell und umfassend zu informieren. Twitter werden wir also auch in Zukunft eher dazu nutzen, um Reichweite zu gewinnen, ein bisschen Werbung für unsere anderen Onlinekanäle zu machen und um weiter zu beobachten, wie es mit dem Kurznachrichtendienst generell weitergeht. Wir sind dabei nach wie vor an Ihrer Meinung interessiert und möchten gerne auf Ihre Wünsche eingehen: Nutzen Sie Twitter, wenn ja, wie und in welchem Umfang und was erwarten Sie von einem DOZ-Twitteraccount? Schreiben Sie uns, gerne über Twitter oder per E-Mail, an redaktion@doz-verlag.de.

https://twitter.com/DOZ_Verlag



DOZ-Redaktion unterwegs, Instagram-Abonnenten mit dabei

Neben den kleinen Einblicken in die aktuelle DOZ-Ausgabe, dient der Instagram-Account der DOZ vor allem dazu, von unterwegs und damit sehr zeitnah zu berichten. In Telegrammform posteten wir zum Beispiel nahezu live aus der ersten Reihe vom Spectaris-Trendforum in Berlin. Auch das Video zum „Blick 2016“, dem Verbandstag des Augenoptiker- und Optometristenverbandes Nordrhein-Westfalen, stand schnell online. Eine etwas längere Version des Veranstaltungsberichtes im Bewegtbild hatten wir bereits zuvor auf Facebook veröffentlicht. Schön zu sehen ist, dass sich die Zahl unserer Instagram-Abonnenten täglich erhöht, ohne dass die DOZ bislang Werbemaßnahmen dazu unternommen hätte. Wer bei Instagram unterwegs ist, sollte sich mal bei der DOZ umsehen, hier pflegen wir eine etwas andere Strategie, die meistens aus der Sicht des Redaktionsteams (von unterwegs) informiert, immer aber direkte Einblicke in die Redaktion und deren Tun bietet.

https://www.instagram.com/doz_verlag/

startenden neuen

Schnell, schneller, Facebook

Zwei kleine Beispiele sollen an dieser Stelle verdeutlichen, wie der Facebookauftritt der DOZ auch nach dem Livegang des neuen DOZ-Portals zu Beginn des kommenden Jahres seiner Aufgabe treu bleiben kann. Facebook dient für den Verlag nicht nur zur Kommunikation, sondern natürlich auch dazu, Reichweite zu gewinnen und Aufmerksamkeit zu schaffen.

So hat die Redaktion den Account im letzten Monat beispielsweise dazu genutzt, um nur wenige Stunden nach dem Urteil des Bundesgerichtshofes zum „Online-Brillenkauf", darüber zu informieren und auf die zuvor eingestellte News auf der DOZ-Homepage zu verweisen. Noch schneller berichteten wir – diesmal exklusiv auf Facebook und Instagram – von der Überreichung des „AAA-Essilor Award for Outstanding International Contributions to Optometry" an den Duisburger Optometristen Wolfgang Cagnolati. Kurz nachdem das Foto der Preisverleihung von Stefan Schwarz in den USA geschossen worden war, war es auch schon in unseren Sozialen Medien veröffentlicht.

Facebookfreunde der DOZ müssen also nicht auf irgendeinen Newsletter oder auf die nun vorliegende gedruckte DOZ warten, um informiert zu sein.

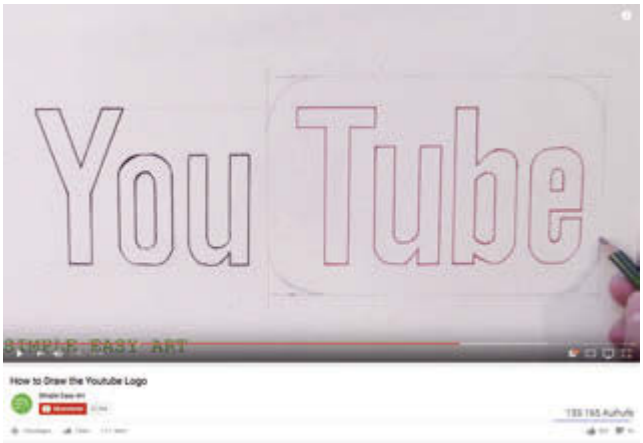
DANKE

https://www.facebook.com/dozverlag/

Youtube-Kanal kommt

Im Zeitalter der unbegrenzten Informationsmöglichkeiten fällt es häufig schwer, sich als Unternehmen im Internet zu positionieren. Dabei kann gerade das bewegte Bild eine Beziehung zum Interessenten aufbauen, was beispielsweise durch den reinen Text auf einer Website nicht in diesem Umfang möglich wäre. Videos bieten entsprechend viele Möglichkeiten: Firmenvorstellung, Einblicke in die Produktion, Aktionen und Gewinnspiele, aber auch Aktuelles und Neuheiten aus dem Geschäft oder der Firma – um nur ein paar Beispiele zu nennen. Auf Youtube ist eine große Bandbreite „augenoptischer" Videos vorhanden, die Brillenfassungen, Brillengläser, Kontaktlinsen, Geräte und noch vieles Weitere aus der Branche zeigen. Unternehmen wie Zeiss und Rodenstock, aber auch stationäre Augenoptiker sind auf dem Videoportal zu finden. Und auch branchennahe Ausbildungseinrichtungen und Messen präsentieren sich auf Youtube.

All diese Informationen auf der Videoplattform zu finden, bedarf es jedoch langer Recherchen. Und hier kommt die DOZ ins Spiel, denn neben eigenen Beiträgen möchten wir unter anderem auch eine Plattform bieten, auf der sich die relevantesten der oben genannten Videos leicht finden lassen. Der Youtube-Kanal der DOZ wird im Zuge des Livegangs des DOZ-Branchenportals veröffentlicht, derzeit basteln wir noch an einem Logo :-)



Munteres Schaulaufen der Branche in Berlin – die Digitalisierung fest im Blick

Was hätte Steve Jobs wohl kreiert, wenn er Augenoptiker geworden wäre und ein Geschäft gegründet hätte? Das 15. Spectaris Trendforum gab am 7. November 2016 Antworten darauf – die finale Frage jedoch blieb ungestellt und unbeantwortet.

Die Gäste erwartete ein bunter Strauß an Vorträgen und Darbietungen, auch wenn diese nicht immer mit der Augenoptik zu tun hatten. Wie ein roter Faden zog sich das schwer zu fassende Thema Digitalisierung durch die Wortbeiträge und wurde gleichermaßen als Anforderung und als Chance diskutiert. „Sie merken hier, was das für eine Innovationskraft ist. Das ist Wahnsinn. Wir haben die Stühle umgestellt. Ist das verrückt?“, kommentierte Moderator Kons mit einem Schmunzeln und zur Erheiterung der Gäste.

Die Prominenz sitzt auch in der ersten Reihe, v.l.n.r.: Dr. Tobias Weiler, Geschäftsführer Spectaris, Ralf Thiehofe, Geschäftsführer Rupp + Hubrach, Christoph Hinnenberg, Vertriebsleiter Zeiss Vision Care DACH, Oliver Fischbach, Geschäftsführer Hoya Lens Deutschland GmbH, Oliver Kastalio, CEO Rodenstock GmbH, und Josef May, Vorstandsvorsitzender Spectaris. (Foto: Detlev Schilke)

Pfiffige Ideen nach Art des Apple-Gründers kamen von drei Hochschulen

Insgesamt 16 Studenten hatten sich in den vergangenen Wochen intensiv mit der Ausgangsfrage beschäftigt und überlegt, was sie wohl an Stelle des Apple-Gründers antworten würden. Die angehenden Akademiker stammten aus den Bereichen Augenoptik, Design und internationales Management.

Die Vertreterinnen der International School of Management aus Hamburg, Lisa Frommhold und Louisa Rahder, starteten mit ihrer Entwicklung, einer Brille, die sich farblich anpassen kann. „Unsere „Sawy“ ist beim Businessmeeting dunkelgrau und beim Strandspaziergang blau“, erklärte Rahder. Die Brille ist mit hochauflösenden OLEDS (Englisch: organic light emitting diode) ummantelt und kann so zur Projektionsfläche unterschiedlicher Designs werden. Sie soll in fünf Grundformen vorliegen, einen Akku mit 48-stündiger Laufzeit und Induktion zum Aufladen haben und jedes Jahr analog zum iPhone in einer überarbeiteten Version auf den Markt kommen. Sie soll über Bluetooth mit dem Smartphone, Tablet oder PC ihres Trägers kommunizieren. Hinzu kommt der Sawy-Store, der – so die Jung-Visionäre – rund 1.000 unterschiedliche Designs parat hält, die der Kunde via Tablet, Smartphone und PC shoppen und auf seine Brille applizieren kann. Auch Kooperationen mit Designgrößen wie Lagerfeld und Versace seien angedacht, hieß es weiter.

Die Studentinnen der International School of Management Louisa Rahder und Lisa Frommhold. (Foto: Judith Kern)

Der Augenoptiker verdient am Verkauf der Sawy und am Kunden, sobald dieser ein neues Brillendesign im Store herunterlädt. Eine Partnerschaft zwischen Hersteller und Augenoptiker, die unter anderem die Wartung und Kundenberatung umfasst, soll den Deal zwischen Industrie, Augenoptiker und Kunde abrunden.

Die Alleskönnerin „V4A“ kommt aus der Luft

Die Antwort auf Steve Jobs flog dem Studenten-Duo Georg Ammon und Marco Schätzing von der Ernst-Abbe-Hochschule Jena gewissermaßen einfach so zu. Die optometrisch fast alles könnende Kamera „Vision for All“ (V4A) schwebte an einem Drahtseil auf die Bühne. Mit ihr will das Entwickler-Team aus Jena dem heutzutage fast immer gestressten Kunden auf digitaler und augenoptischer Ebene entgegenkommen. Die Kamera soll den Gerätemarathon im Refraktionsraum zeitlich verkürzen. Sie vereint in sich Messbrille, Phoropter, Spaltlampe, Topograph, Perimeter, Tonometer, Scheimpflugkamera und Funduskamera. Sie soll die Untersuchungen automatisiert orts- und zeitunabhängig durchführen.

Der Kunde vereinbart mit seinem i- oder Smartphone einen Termin, die V4A fliegt dann per Drohne ein. Der Kunde setzt die Brille auf, diese startet mit der Anamnese, gefolgt von der Funktionsprüfung und der Refraktion. Der assoziierte Augenoptiker bekommt anschließend die