

DOZ

OPTOMETRIE & FASHION

10 | 2017

Biotrue® ONEday Ein-Tages-Kontaktlinsen

Andauernd hohe Feuchtigkeit für besonders
komfortables Sehen - den ganzen Tag.



**Die Familie
ist komplett!**



Inspiziert von der Natur Ihrer Augen™

Jetzt mehr erfahren!

Für Details und attraktive Einführungsangebote kontaktieren Sie Ihren Außendienst-Mitarbeiter.

BAUSCH+LOMB

© 2017 Bausch & Lomb Incorporated. ®/™ sind Handelsmarken von Bausch & Lomb Incorporated.

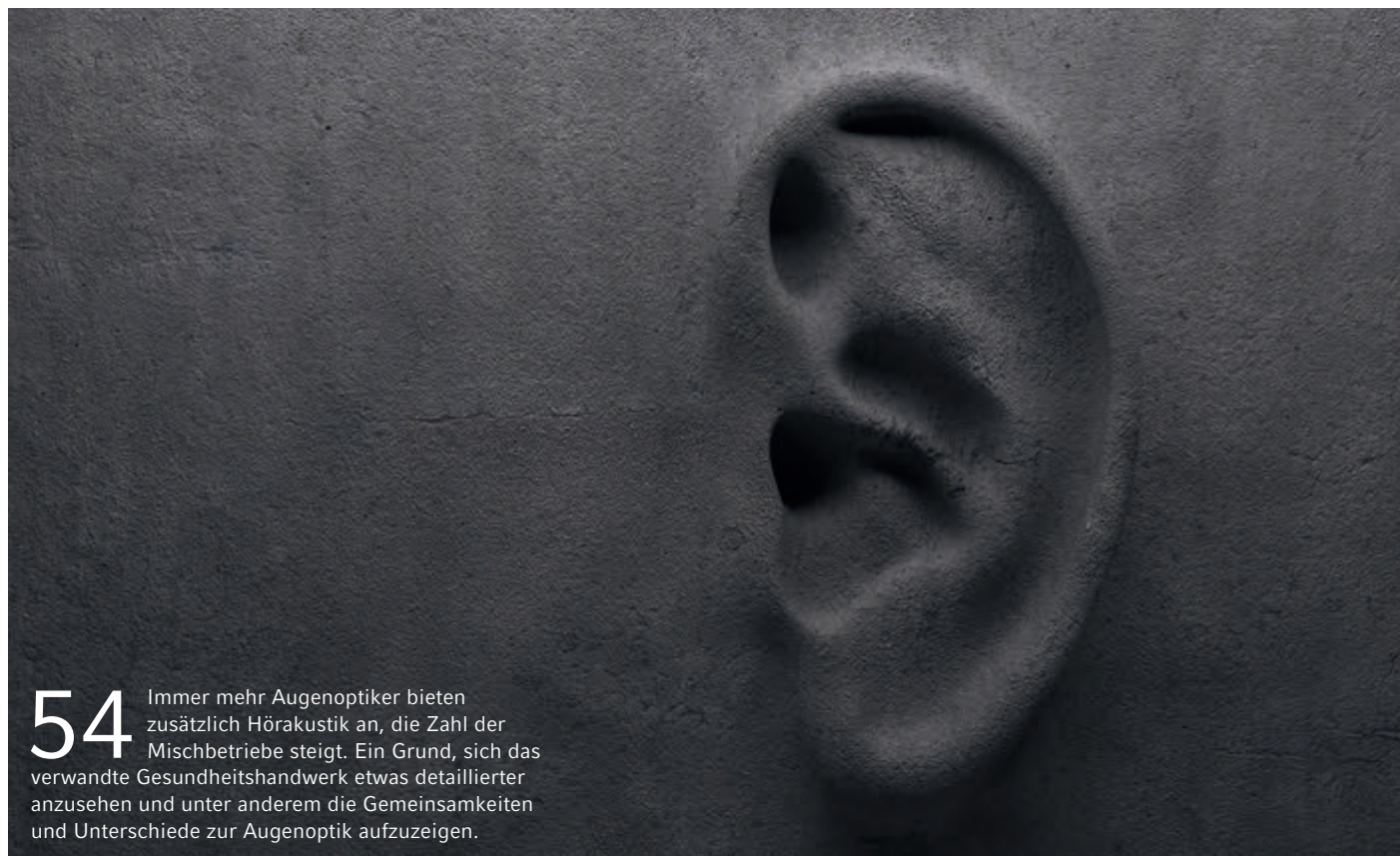
Spezial
Hörakustik
ab Seite 54

Aktuell
Silmo wirft
Schatten voraus
Seite 14

Kontaktlinse
Der Geist von
Heinrich Wöhlk
Seite 36

Optometrie
Hornhaut-
Topographie
Seite 48





54 Immer mehr Augenoptiker bieten zusätzlich Hörakustik an, die Zahl der Mischbetriebe steigt. Ein Grund, sich das verwandte Gesundheitshandwerk etwas detaillierter anzusehen und unter anderem die Gemeinsamkeiten und Unterschiede zur Augenoptik aufzuzeigen.

INHALT DOZ 10 | 2017

- 1 Editorial: Von der Hörakustik können wir noch etwas lernen
- 5 News & Names
- 21 Wettbewerbsrecht
- 34 Termine
- 35 Webseite: Live von der Silmo und den Sicht.Kontakten 2017
- 83 Checkpoint Ausbildung
- 92 Schaufenster
Inserentenverzeichnis
- 100 Oppicker/Impressum
- 101 Kleinanzeiger

AKTUELL

- 14 Silmo feiert „Xtrashow“ in Paris und ein halbes Jahrhundert
- 18 Spectaris Trendforum 2017 – das Programm
- 20 HHVG und Hilfsmittelrichtlinie: Gesundheitsministerium sieht Klärungsbedarf
- 22 Dem Fachkräftemangel etwas entgegensetzen – Berufsfeldanalyse in der Schweiz

- 24 ECOO für Positionspapier „A lack of vision?“
- 26 Seminare für Anziehungskraft und Kundenbindung bei der IHK
- 30 Ankündigung Sicht.Kontakte 2017

KONTAKTLINSE

- 36 Richtige Richtung eingeschlagen – ein Besuch bei Wöhlk Contactlinsen
- 44 Kontaktlinse aktuell
- 46 Rezension: „Individuelle Orthokeratologie“ von Imre Kovats und Madeleine Krauss

OPTOMETRIE

- 48 Opto 164 **Hornhaut-Topographie mit einem integrierten Aberrometer-Topographie-System**



14 Die Silmo wird 50 und feiert bei Martin & Martin, einem treuen Fan der Pariser Messe und selbst Jubilar.



30 In der 23. Etage über Hamburg steigen die Sicht.Kontakte.



36 Erfolgsgeschichte mit Hindernissen. Wöhlk hat längst wieder die richtige Richtung eingeschlagen.



48 Studienprojekt an der Höheren Fachschule für Augenoptik: Unterscheiden sich die Ergebnisse eines Kombigerätes mit integrierten Aberrometer-Topographie-System von denen eines etablierten Topographie-Systems?

63 Zweites Standbein für Augenoptiker: Wie wird man Hörakustiker?



SPEZIAL Hörakustik

- 54 Branchenbericht: Man höre und staune
- 60 Hilfsmittelversorgung: mehr Beratung, mehr Transparenz
- 63 Hörakustik als zweites Standbein
- 66 Leidenschaft, die Gehör verschafft – Arbeitsalltag im Mischbetrieb
- 70 62. Internationaler Hörakustiker-Kongress nimmt Over-the-Counter-Hörgeräte ins Visier
- 74 Gutes Hören sichtbar machen – Ladenbau für Mischbetriebe

FACHTHEMEN

- 78 Studie: Sehprobleme beim Autofahren

HISTORIE

- 86 Lorgnette | Kunstwerke: ganz sicher handmade

BETRIEBSPRAXIS

- 88 Mit dem Outfit wirken
- 93 Brille trifft Kunst bei Gentle Monsters

FASHION

- 96 „Brille & Mode“ zeigt Top-Trends der Saison
- 98 Kolumne ModeRat: Business-Trip – Eyewear Checkliste

78 Die Studie „Sehprobleme beim Autofahren“ bildet den Abschluss der DOZ-Serie zum Sehen im Straßenverkehr.



Von der Hörakustik können wir noch etwas lernen



Ingo Rütten
Verlagsleiter /
Chefredakteur

Die Hörakustiker unter Ihnen wissen, wie lange es zwischen einem Hörtest und der Entscheidung für ein Hörgerät dauern kann. Das wird in Jahren gemessen. In dieser Zeit hat sich Ihr Kontaktlinsen-Kunde längst mit Online-Nachbestellungen die Augen versaut, zumindest aber den Spaß am Linsentragen verloren.

Ach, Sie arbeiten nicht in einem Mischbetrieb? Wie bitte, Sie bieten gar keine Kontaktlinsen an? Nun gut, eine meiner Aufgaben ist es, Ihnen Tipps und Anregungen zu geben, Sie mit Wissen zu versorgen. Davon gibt es im Spezial dieser Ausgabe jede Menge: Wir haben für Sie einen Blick in die Hörakustik gewagt, der auch interessant ist, wenn Sie nur Bestätigung oder einen Erinnerungseffekt erfahren. Hörakustik und Augenoptik sind sich nah, aber Einiges ist erstaunlich und beneidenswert anders, zum Beispiel die Kundentreue in der Hörakustik.

Das liegt unter anderem am engen Verhältnis des Anpassers zu seinem Kunden. Ist das übertragbar auf die Kontaktlinse? Es gibt – zum Glück – viele unter Ihnen, die passen Kontaktlinsen an, wie auch ich es noch gelernt habe: nein, besser. Blisterschieber sind austauschbar, Anpasser erfolgreich. Seit ewigen Zeiten murren die Industrie, der Augenoptiker müsse mehr „in Linse“ denken. Wenn die mir aktuell genannten Zahlen stimmen, dann muss ich wirklich zunächst einmal (re-)animieren: Bieten Sie Kontaktlinsen an!

Ich habe Multifokal-Tageslinsen ausprobiert, super, ich bin ehrlich begeistert. Das kann auch bei vielen Ihrer Kunden funktionieren. Mein Besuch bei Wöhlk hat mir noch mehr Lust auf die Linse gemacht, die ich gerne mit Ihnen teilen möchte. Probieren Sie es aus, setzen Sie heute Ihrem Gleitsichtkunden bei der Fassungsauswahl entsprechende Kontaktlinsen auf. Wetten, dass etliche Kunden mit Brille und Linsen ausgestattet Ihren Service schätzen und empfehlen werden!?

Nicht sagen kann ich Ihnen, ob mich auch mein erstes Hörgerät derart überzeugen könnte. Aber wir werden die „Nachbar-Branche“ dennoch weiter für Sie beobachten. Mit dieser Ausgabe steigen wir erstmals etwas tiefer ein – ich bin sicher, auch bei den reinen Augenoptikern stoßen wir damit (Achtung, Phrase!) nicht auf taube Ohren: Von der Hörakustik können wir noch etwas lernen.

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

WISSEN WO ES LANG GEHT?



**MIT EINEM ABO DER DOZ SIND SIE
IMMER AUF DEM NEUESTEN STAND!**

Vollabonnement

12 Ausgaben DOZ Optometrie & Fashion
+ 2 Ausgaben Brille & Mode pro Kalenderjahr
+ Premium-Mitgliedschaft im DOZ-Branchenportal

78,20 € + 13,00 € Versandkosten (in D) bzw.
+ 30,00 € Versandkosten (für CH und A)

Zusatzoption Digital

Nur für Printabonnenten zum Sonderpreis von
6,99 € im Jahr

Probeabonnement

3 x DOZ Optometrie & Fashion
(einmalig) wird nicht automatisch verlängert

30,00 € inkl. Versandkosten

**Abonnement für Azubis
und Studierende der Augenoptik**

(Nachweis bitte vorlegen)

12 Ausgaben DOZ Optometrie & Fashion
+ 2 Ausgaben Brille & Mode pro Kalenderjahr
+ Premium-Mitgliedschaft im DOZ-Branchenportal

28,00 € + 13,00 € Versandkosten (in D)
+ 30,00 € Versandkosten (für CH und A)

Kontakt:
DOZ-Verlag
Postfach 12 02 01
69065 Heidelberg
Tel. +49 (0) 6221 9051 73
Fax +49 (0) 6221 9051 71
abo@doz-verlag.de

Vor- und Zuname

Straße/Postfach

PLZ, Ort

Tel./Fax

E-Mail

IBAN

BIC

Kreditinstitut

Datum, Unterschrift des neuen Abonnenten

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

Nach Ablauf des jeweiligen Bezugsjahres kann ich das Abonnement zum Ende des Kalenderjahres bis spätestens 30. September ohne Angabe von Gründen schriftlich kündigen.

Gewünschte Zahlungsweise bitte ankreuzen:

- gegen Rechnung (jährlich)
 bequem per SEPA-Lastschrift (jährlich)

Widerrufsrecht:
Sie können die Vereinbarung innerhalb von 14 Tagen ohne Angaben von Gründen schriftlich widerrufen. Die Frist beginnt nach Erhalt dieser Belehrung. Zur Wahrung der Widerrufsfrist genügt die rechtzeitige Absendung des Widerrufs.

DOZ
VERLAG
www.doz-verlag.de



Dr. Tobias Weiler (li.) zieht sich zurück. Jörg Mayer wird seine Nachfolge bei Spectaris antreten. (Fotos: Spectaris)

Führungswechsel bei Spectaris

Mit dem 1. Januar 2018 übernimmt Jörg Mayer die Position des Geschäftsführers beim Industrieverband Spectaris. Bis dahin ist der 45-Jährige noch als Geschäftsführer für den Bundesverband Solarwirtschaft im Einsatz. Dort trug er wesentlich zur Internationalisierung der jungen Branche und zu ihrer Vernetzung in die Politik bei. Viele Herausforderungen der Solarfirmen gelten nach Meinung von Spectaris auch in zunehmendem Maße für die Unternehmen der optischen, medizinischen und mechatronischen Technologien – so etwa Digitalisierung, Freihandel und Standortbedingungen.

„Wir erwarten von unserem neuen Geschäftsführer, dass er den Dialog mit der Politik vertieft, neue Allianzen schmiedet und den Verband für dynamische Mittelständler noch attraktiver macht. Mit seinen Erfahrungen aus dem Kampf um die Energiewende wollen wir in der nächsten Legislatur Weichenstellungen erreichen, die unser Mittelstand dringend braucht“, sagte Josef May, Spectaris-Vorstandsvorsitzender, zur Staffelübergabe zwischen Weiler und Mayer.

Dr. Tobias Weiler scheidet als Geschäftsführer des Industrieverbands Spectaris zum Jahreswechsel aus. Der 54-Jährige wird seinen Vertrag nicht erneut verlängern und will sich nach zehn Jahren bei Spectaris neuen beruflichen Herausforderungen stellen. „Wir haben die Entscheidung von Herrn Dr. Weiler mit großem Bedauern zur Kenntnis genommen und danken ihm für die erfolgreiche Arbeit der vergangenen zehn Jahre. Tobias Weiler hat den Industrieverband Spectaris strukturell neu aufgestellt und bei den für unsere Branchen relevanten Zielgruppen nachhaltig positioniert“, erklärte May.



Roman Doussier als „Gleitsicht⁺⁺“-Experte ausgezeichnet

Augenoptiker Roman Doussier, Brillant Optik Viersen, ist Anfang September als „Gleitsicht⁺⁺“-Experte ausgezeichnet worden. Im Rahmen einer Pressekonferenz übergaben die Vorsitzende der Wissenschaftlichen Vereinigung für Augenoptik und Optometrie (WVAO) Vera Pfeifer und der Geschäftsführer RA Hartmut Glaser die Ehrung. Laut der WVAO vermittelt das Seminar Sicherheit bei der Beratung sowie moderne Methoden bei Anfertigung und Anpassung.

Roman Doussier (li.) als Gleitsicht⁺⁺ Experte ausgezeichnet. (Foto: WVAO)

Jérôme Boateng präsentiert zweite Brillenkollektion

Fußball und Fashion liegen nahe beieinander – zumindest, wenn man an Jérôme Boateng denkt. Der Fußball-Weltmeister stellte Mitte August seine zweite Brillenkollektion in der Hamburger Edel-Optics Arena vor. In einem 90-minütigen Bühnenprogramm präsentierte er seine von Mode, Musik und Sneaker inspirierten Fassungen der Linie #teamJB17. Die insgesamt zehn Modelle stehen seit 11. September zum Verkauf. Zusätzlich erhalten die Augenoptiker auch Werbematerialien und Schaufenster-Deko.

Die Kollektion #teamJB17 umfasst vier Sonnenbrillen und sechs Korrektionsfassungen. Sie tragen Namen wie „Sneakerhead“, „Agyenim“ und „Music-kid“, – eine „sehr persönliche Note“ will Designer Boateng so seinen Kreationen verleihen. „Brillen sind für mich modische Accessoires, die ich mit meinem Style kombiniere. Ich konnte viel aus den Abläufen der ersten Kollektion lernen und mich so noch mehr in die zweite Kollektion einbringen“, erklärte der Berliner.



Jérôme Boateng baut sich ein zweites Standbein als Brillen-Designer auf. (Foto: Edel-Optics / Thorge Huter)

Wie schon bei der ersten Kollektion, ist wieder die Grazer MP Group für Produktentwicklung und -management, Produktion und Vertrieb zuständig. „Es ist für uns einfach herrlich zu sehen, in welchen großen Schritten sich die Kollektion weiterentwickelte, weil wir uns besser kennenlernen konnten“, fasste Dietmar Hermus, CSO der MP Group, zusammen.

Augenoptiker selten krank

Der Krankenstand unter den angestellten Augenoptikern ist vergleichsweise gering. Das meldete die Augenoptiker Ausgleichskasse (AKA) auf der Basis ihrer jüngsten Erhebung. Danach konnten Mitarbeiter in der Augenoptik über eine Sieben-Tage-Woche gerechnet im vergangenen Jahr 9,3 Tage aus Krankheitsgründen nicht arbeiten. Ein leichtes Plus gegenüber dem Vorjahr: 2015 fehlten sie 8,7 Tage.



Der Krankenstand ist leicht angestiegen.
(Foto: istock.com/anyaberkut)

Als mögliche Gründe für die minimale Zunahme der Fehlzeiten wurden erwo-gen: Die Kundenkontakte im Augenoptikfachgeschäft, die die Infektionsgefahr mit zum Beispiel Grippeviren erhöhten, sowie der durch einen Mangel an geeigneten Mitarbeitern verursachte, für den einzelnen steigende Leistungsdruck. Unter dem Strich lägen die durchschnittlichen Krankheitszeiten immer noch deutlich unter dem Wert aller Branchen, hieß es. Dieser umfasst laut Techniker Krankenkasse durchschnittlich 15,25 Tage. Die Zeit, die die Mitarbeiter am Stück ausfielen, sank indes leicht von 5,5 Tagen im Jahr 2015 auf 5,4 Tage im vergangenen Jahr. Statistisch kommt ein Mitarbeiter damit im Jahr auf durchschnittlich 1,7 Krankheitsfälle. Die AKA als brancheneigene Ausgleichskasse versichert ausschließlich an-gesetzte Augenoptiker und Hörakustiker.



Der neue Vorstand der Deutschen Augenoptik AG: Stefan Rüdiger (li.), Verena Burghardt und Johannes Hoffmann. (Foto: Deutsche Augenoptik AG)

Deutsche Augenoptik AG erweitert Vorstand

Die Deutsche Augenoptik AG hat ihren Vorstand erweitert. Stefan Rüdiger leitet ab sofort Vertrieb und Marketing des Unternehmens und ergänzt den Vorstand neben Verena Burghardt (Finanzen, Personal und Organisation) und Johannes Hoffmann (Produkte, Produktion und Logistik). Als Diplom-Augenoptiker blickt Rüdiger auf bisher 15 Jahre Branchenerfahrung zurück. Zunächst an der augenoptischen Basis, dann im Instrumentengeschäft mit Augenärzten, im Brillenglasgroßhandel und als Geschäftsführer von Nika und später Essilor Deutschland. Dort nahm er freiwillig vor rund einem Jahr Abschied. „Ich freue mich sehr, jetzt wieder in einem mittelständischen, inhabergeführten Unternehmen aktiv sein zu können“, sagte Rüdiger.

Augenoptisches Kolloquium 2017 an der EAH Jena

Am 11. November 2017 lädt die Ernst-Abbe-Hochschule (EAH) in Jena zum 20. Augenoptischen Kolloquium „Mehr Werte Schaffen - Optometrie und Gesundheitsdienstleistungen“ ein. Themen wie die Befunderhebung und das Management der Zusammenhänge von Störungen des Sehens und anderen Bereichen des Organismus, zum Beispiel Kieferstörungen und Trockenes Auge, werden vor Ort präsentiert. Ein Fokus liegt dabei auf der Positionierung des Dienstleistungsangebots in der Augenoptik / Optometrie mit dem Ziel, „Mehr Werte zu schaffen“. Das Kolloquium richtet sich an alle, die an einem fachlichen Austausch über die traditionelle Augenoptik hinaus interessiert sind und Freude an interdisziplinärer Zusammenarbeit haben.

Ein weiteres Highlight wird die Vorstellung der Fachbücher „Trockenes Auge“ und „Interdisziplinäre Optometrie“ mit Signierstunde der Autoren Kathleen Kunert, Wolfgang Sickenberger, Horst Brewitt und Michaela Friedrich sein. Auf der Veranstaltung wird es erstmalig eine Industrieausstellung geben. Das Programm und die Anmeldung finden Sie unter www.augenoptik.eah-jena.de.

Fielmann wächst – Umsatz steigt

Der Branchenriese Fielmann ist dank der Eröffnung neuer Filialen in Italien im zweiten Quartal gewachsen. Beim Ergebnis trat die Augentoptikerkette hingegen beinahe auf der Stelle. Der Gewinn vor Steuern lag bei 63 Mio. Euro nach 62,6 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum, teilte Fielmann mit. Der Überschuss lag mit 44,7 Mio. Euro ebenfalls nahezu auf Niveau des Vorjahreszeitraums von 44,4 Mio. Euro. Fielmann erhöhte in den ersten sechs Monaten seinen Absatz um 2,2 Prozent auf 4,01 Millionen Brillen (Vorjahr: 3,93 Millionen Brillen).

Auch wenn die Berichtsperiode zwischen April und Juni drei Verkaufstage weniger hatte als die des Vorjahres, stieg der Umsatz um 2,7 Prozent auf 353,5 Mio. Euro und erhöhte den Absatz auf 2,06 Millionen Brillen (Vorjahreszeitraum: 2,05 Millionen Brillen).

Der Konzern investiert derzeit kräftig in sein Ladennetz, baut Filialen um oder eröffnet neue. Ende Juni betrieb der Konzern 711 Geschäfte im In- und Ausland und damit elf mehr als im Vorjahr. Neue Niederlassungen entstanden in den ersten sechs Monaten vor allem in Italien. Fielmann beschäftigte zum Ende des zweiten Quartals 17.862 Mitarbeiter (Vorjahr: 17.140), davon 2.924 Auszubildende (Vorjahr: 2.826). Mehr als 1.000 junge Menschen beginnen in diesem Jahr ihre Ausbildung im Konzern.



(Foto: istock.com/Fabian Wentzel & shutterstock/Evgeniya Porechenskaya)

Schiffsmesse 2018 in der Elbphilharmonie

Die Schiffsmesse lädt im kommenden Jahr zum ersten Mal in die Elbphilharmonie ein. Vom 5. bis 6. Mai 2018 öffnet die Schau wie immer in Hamburg und dort im Hotel „The Westin Hamburg“ ihre Pforten. Die Veranstalter der Schiffsmesse wollen im nächsten Jahr rund 50 Brillenlabels eine Plattform bieten, um den Fachbesuchern aus Deutschland, Dänemark und den Benelux-Staaten die jüngsten Brillentrends zu präsentieren. „Wir freuen uns über die Möglichkeit, europäische Brillenmode unserem Fachpublikum im einzigartigen Ambiente des schönsten Wahrzeichen Hamburgs zu präsentieren und näher zu bringen“, erklärte Christian Eydam, Mitbegründer der Schiffsmesse und Geschäftsführer der Hamburger Brillenkongress GbR. Anmeldungen sind bereits jetzt auf der Website möglich.

Wolfgang Kampf und Eydam starteten 2010 die schwimmende Brillenordermesse auf dem 50 Jahre alten Museumsfrachter Cap San Diego. Wegen steigender Nachfrage nutzten die Veranstalter in den letzten beiden Jahren das ehemalige Hauptzollamt im Hamburger Hafen als Standort. Mit ihrer neunten Ausgabe im kommenden Jahr wird die Schiffsmesse dann in der skandalträchtigen und gleichzeitig hoch gelobten Elbphilharmonie angekommen sein.

Kering: Brillen aus Biokunststoff

Bio-on, Hersteller von Biokunststoffen, und Kering Eyewear arbeiten künftig zusammen. Wie die Unternehmen mitteilten, sind die gemeinsame Entwicklung ökologisch nachhaltiger Materialien sowie Brillen aus 100 Prozent biologisch abbaubaren Rohstoffe die Ziele der Kooperation. „Wir glauben fest daran, dass nachhaltiges Geschäft intelligentes Geschäft ist. Die von Bio-on entwickelten Materialien werden eine Revolution in der Brillenbranche auslösen“, erklärte Roberto Vedovotto, Vorsitzender und CEO von Kering Eyewear. „Im Luxussektor sind Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein nicht mehr eine Option, sie sind ein Muss.“

Alle von Bio-on entwickelten PHA-Biokunststoffe (Polyhydroxyalkanoate) werden aus erneuerbaren Pflanzenquellen hergestellt. Sie garantieren die gleichen thermo-mechanischen Eigenschaften wie herkömmliche Kunststoffe mit dem Vorteil, dass sie 100 Prozent ökologisch nachhaltig und natürlich biologisch abbaubar sind.

Roberto Vedovotto, CEO Kering Eyewear (Foto: Albrecht Fuchs)



2016 standen über 33.000 Besucher 900 Ausstellern gegenüber, etwa 1.000 Gäste der Silmo kamen aus Deutschland. Zum 50-jährigen Jubiläum würde die Messe in Paris sicher gerne noch bessere Zahlen präsentieren. (Foto: Silmo)

der Silmo zum ersten Mal ausgestellt haben. Lehmann: „Wir haben immer versucht, krasse Sachen zu machen.“ Das scheint so zu stimmen, zumindest wenn man sich „Ollie“ und die Schläfenbrille ansieht, mit der alles begann.

Für die Silmo sind Menschen wie die beiden Martins Gold wert, um deutsches

Publikum nach Frankreich zu locken. Martin & Martin produziert ausschließlich in Deutschland, auch wenn Martin Stempel sich schon lange ins Ausland verabschiedet und in Israel eine neue Heimat gefunden hat. So kam es, dass das rheinische Brillen-Label eine Außenstelle am See Genezareth bekam – was auch nicht jeder

von sich behaupten kann. Mittlerweile gehört auch die kleine Manufaktur im Bayerischen Wald zum Unternehmen, dort werden Brillenfassungen hergestellt, die in mehr als zwanzig Länder der Welt geliefert werden. Insofern ist die Liebe zur Silmo noch einmal verständlicher, denn das Publikum dort ist mindestens eines: international.

Um den Anteil der deutschen Besucher zu erhöhen, lassen Passmann und Kozok nichts unversucht. Die beiden freuen sich im kölschen Atelier sichtlich, dass die Silmo in ihrem Jubiläumsjahr etliche Besonderheiten zu bieten hat: offiziell heißt das „Xtrashow“. Seit nunmehr fünf Jahrzehnten kommen die Akteure der Augenoptik-Branche zur Mondial de l’Optique zusammen, um – wie es in einer Mitteilung der Messeveranstalter heißt – Kreationen, Innovationen, Unternehmen und Marken, die einen Beitrag zu einer „besseren Sicht“ leisten, eine Bühne zu geben. 1967 startete die Silmo in Oyonnax im französischen Jura mit 58 Ausstellern



70 Jahre Silmo und Martin & Martin: Stephanie Kozok (li.) und Eva Passman (IMF GmbH Promosalone Deutschland) umrahmen Martin Lehmann von Martin & Martin. (Foto: Ingo Rütten/DOZ)

HHVG und Hilfsmittelrichtlinie: Gesundheitsministerium sieht Erläuterungsbedarf

Das Bundesministerium für Gesundheit (BMG) hat den Gemeinsamen Bundesausschuss (G-BA) bezüglich der beschlossenen Hilfsmittelrichtlinie um ergänzende Stellungnahme gebeten. In der Hilfsmittelrichtlinie werden die Versorgungsdetails entsprechend den Vorgaben des Heil- und Hilfsmittelversorgungsstärkungsgesetzes (HHVG) geregelt, das der Deutsche Bundestag am 16. Februar 2017 verabschiedet hat. In ihrer am 20. Juli beschlossenen Fassung sieht die Richtlinie vor, dass künftig nahezu immer eine augenärztliche Verordnung erforderlich ist, um eine Sehhilfe zu Lasten der Gesetzlichen Krankenversicherungen (GKV) zu erhalten.

Die DOZ hat in den vergangenen Monaten ausführlich über die Änderungen berichtet, die das neue HHVG mit sich bringen würde. Erst in der Septemberausgabe konnten Sie lesen, dass mit dem Beschluss des G-BA eine zweimonatige Frist einsetzte, in der das BMG die Richtlinie prüfen und gegebenenfalls beanstanden kann. Im Rahmen dieser aufsichtsrechtlichen Prüfung forderte das Ministerium dann im August in fünf Punkten ergänzende Auskünfte vom G-BA ein. Das Ministerium stellt dabei Fragen, die dem Geschäftsführer des Zentralverbandes der Augenoptiker und Optometristen (ZVA) gefallen dürften: „Im Grunde greifen sie die Themen unserer Stellungnahme zur Hilfsmittelrichtlinie auf, auf die es auch in der Begründung des G-BA zum Beschluss der Richtlinie keine befriedigenden Antworten gab“, erklärt Dr. Jan Wetzel. Bis diese Auskünfte durch den G-BA erteilt werden und beim Ministerium eingehen, ist die zweimonatige Beanstandungsfrist unterbrochen.



Inkrafttreten der Richtlinie verzögert sich.

Mit dem ursprünglich vorgesehenen Inkrafttreten der Hilfsmittelrichtlinie Ende September/Anfang Oktober ist kaum zu rechnen. Bis auf Weiteres gelten damit die vom ZVA herausgegebenen Empfehlungen zur praktischen Umsetzung des HHVG, die Innungsmitglieder im Mitgliederbereich auf www.zva.de herunterladen können. Grundsätzlich gilt:

Wenn ein anspruchsberechtigter Kunde nach dem Inkrafttreten des HHVG