



SPECTARIS



10
JAHRE
TRENDFORUM

BERLIN, 7. NOVEMBER 2011

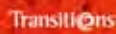
MAUERN EINREISSEN!

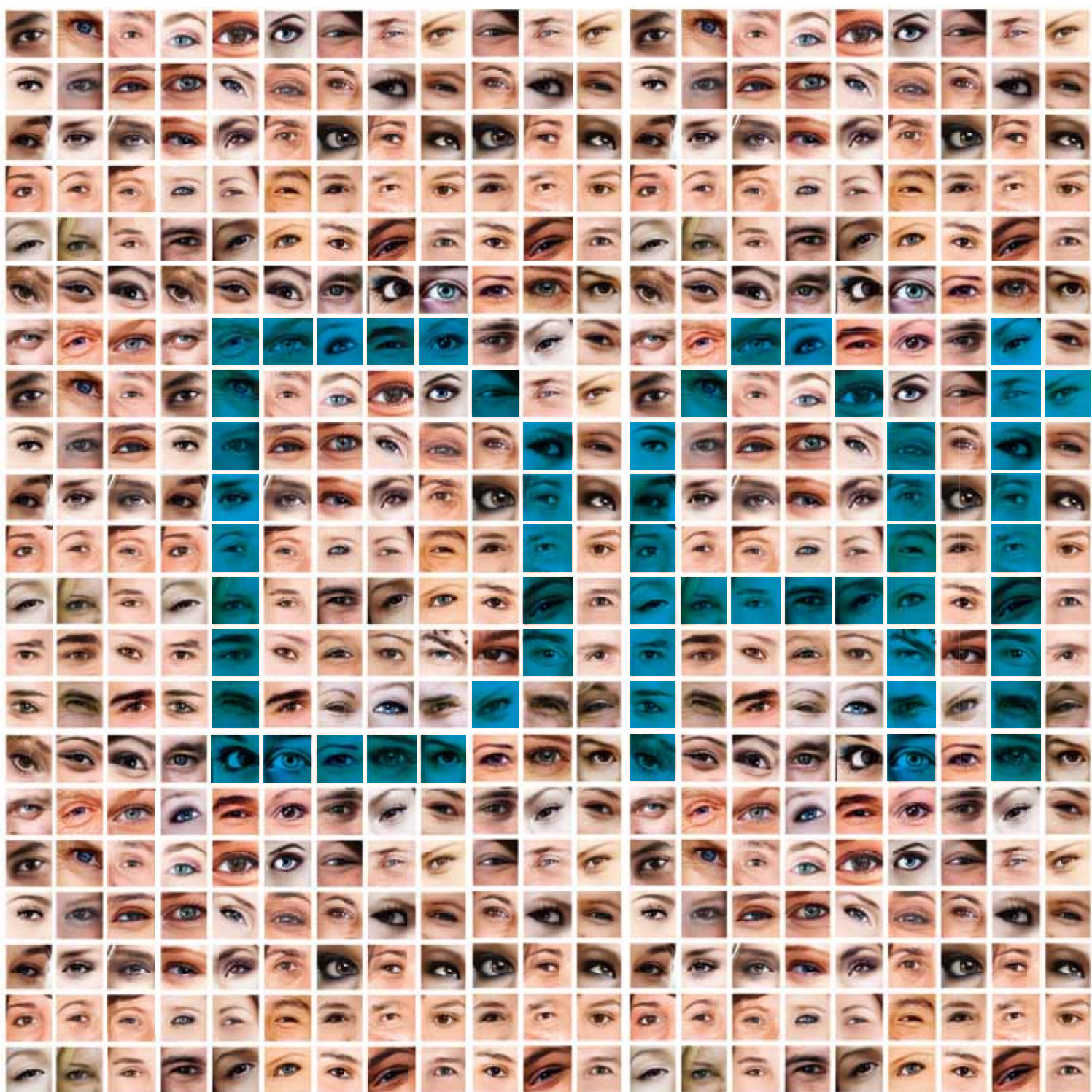
10 Jahre
Trendforum

Hauptsponsoren:

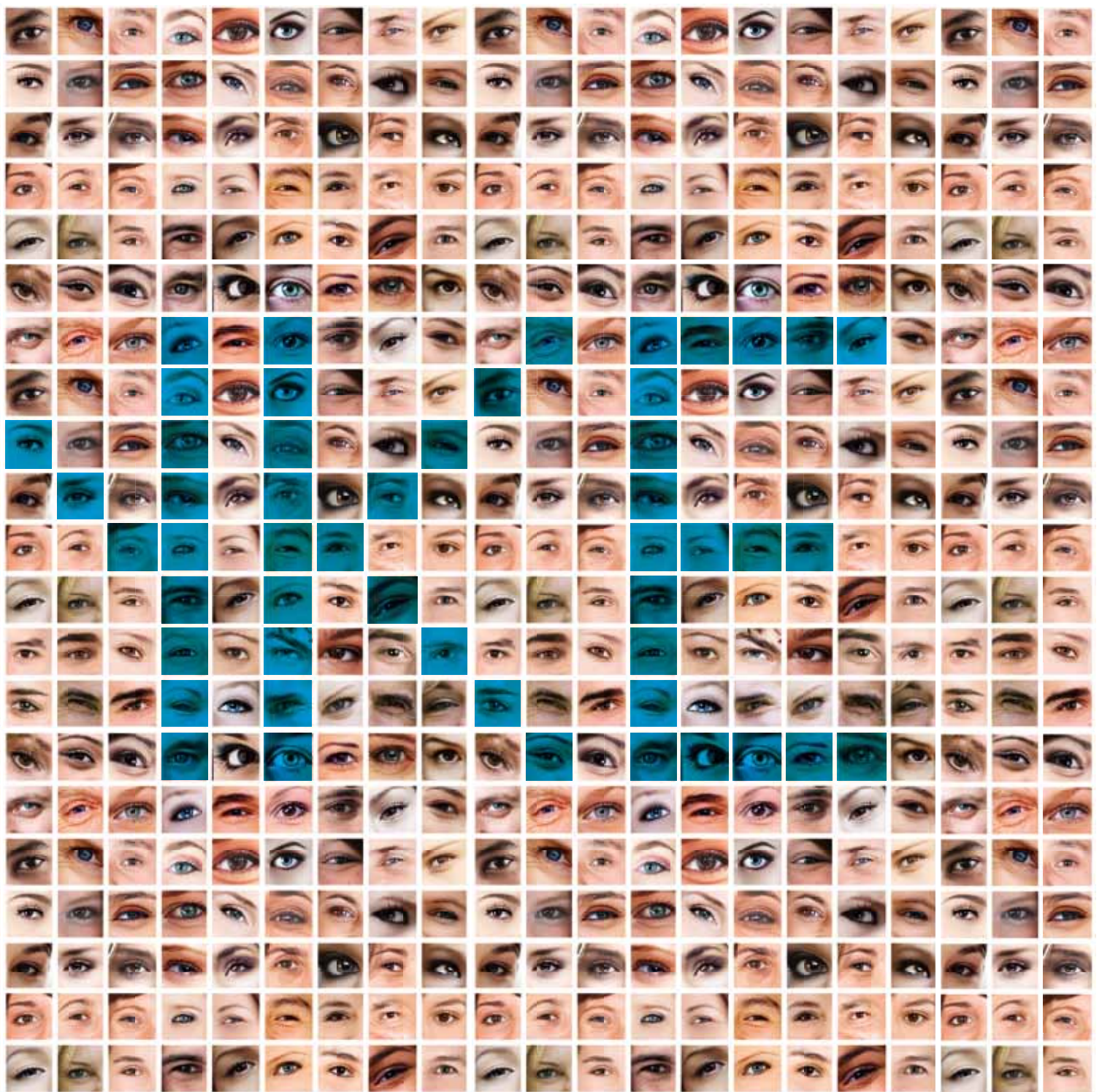


Sponsoren:





Wir danken Ihnen
für Millionen zufriedene
Kontaktlinsenträger!



Kontaktlinsen machen Millionen Menschen glücklich. **Dies ist Ihr Verdienst!**

Denn Ihr Engagement und Ihre fachliche Kompetenz ermöglichen den Menschen, mit mehr Selbstbewusstsein durchs Leben zu gehen.

Außerdem bedanken wir uns bei Ihnen für die Marktführerschaft in fast allen Marktsegmenten. Aus dieser Bestätigung schöpfen wir viel Kraft,

die wir dafür einsetzen, Sie auch in Zukunft mit modernster Kontaktlinsentechnologie und einem weitreichenden Service zu unterstützen.

Denn nur wenn Sie zufrieden sind, sind wir es auch.



SPECTARIS

Verband der Hightech-Industrie

Werderscher Markt 15
10117 Berlin
Fon 030 41 40 21-0
Fax 030 41 40 21-33
E-Mail: frankenstein@spectaris.de
www.spectaris.de

Liebe Gäste, genießen Sie den heutigen Tag beim 10. SPECTARIS-Trendforum!



Schön, dass Sie (wieder) mit von der Partie sind! Darüber freuen wir uns sehr. Wir wünschen Ihnen einen angenehmen Tag mit vielen netten Kontakten und guten Gesprächen. Geschäften am Rande. Und der einen oder anderen brillanten Idee.

Möge uns zum Start Herr Dr. Gauck den Weg weisen, wie man im übertragenen Sinne Mauern einreißt. Im Rahmen unserer gesellschaftspolitischen Verantwortung, wie auch im täglichen Geschäft. Motto: alles neu denken, keinen Stein auf dem anderen lassen, und immer wieder auf's Neue Mut beweisen, Veränderungen herbeiführen und eingehen.

Neben Joachim Gauck haben wir heute einige weitere großartige Redner und Motivatoren gewinnen können. Lassen Sie sich überraschen, idealerweise auch begeistern. Und für das Ende des Tages wünschen wir uns: Nehmen Sie mindestens drei gute Tipps für Ihren eigenen beruflichen und unternehmerischen Erfolg mit nach Hause, und beginnen Sie gleich morgen mit der Umsetzung. So wäre Berlin wieder eine Reise wert gewesen.

Zugleich feiern wir heute Geburtstag - **Zehn Jahre Trendforum!** Sie alle haben eine Veranstaltung möglich gemacht, die es so in kaum einer anderen Branche gibt. Dafür danken wir Ihnen sehr. Wie auch für einige leidenschaftliche Diskussionen in den letzten Jahren, darüber, wie wir das Trendforum weiterentwickeln und verbessern können.

Bleiben Sie uns bitte weiter so gewogen! Dann kann auch am 12. November 2012 das Trendforum Nummer 11 steigen.

Viel Spaß heute und auf den nächsten Seiten!
Ihre



Josef May
Vorstandsvorsitzender SPECTARIS

Dr. Tobias Weiler
Geschäftsführer SPECTARIS

PS: Lassen Sie uns die gute Atmosphäre des heutigen Tages weitertragen bis zum Wiedersehen auf der opti in München!

DAS MUSS
NICHT SEIN!

OPTIFOG™

DIE TECHNOLOGIE GEGEN BESCHLAGENE BRILLENGLÄSER

Lang anhaltende Wirkung...

...in jeder Situation

Die **NEUEN**
OPTIFOG™
Brillengläser

aktiviert durch



**Maximaler Schutz gegen
beschlagene Brillengläser**



**UMGEBUNGS-
WECHSEL**



**AKTIVITÄTEN
IM RAUM**



**AKTIVITÄTEN
IM FREIEN**



**BEI DER
ARBEIT**



Josef May

Hinsehen und Helfen

Josef May ist Geschäftsführer der Silhouette Deutschland GmbH und steht seit 2007 an der Spitze von SPECTARIS. Über beide beruflichen Herausforderungen sagt er: „Das Wichtigste ist Kommunikation.“ Mehrere Jahre war der Brillenexperte, der auch Vorstandsmitglied im Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. (BDI) ist, Vorsitzender des SPECTARIS-Fachverbandes „Consumer Optics“. Nach einer Banklehre fand May seinen Einstieg bei Carl Zeiss im Traineeprogramm Vertrieb Marketing. Weitere berufliche Stationen waren der Möbelhersteller ligne roset, die Menrad Gruppe, Marcolin Deutschland und schließlich Silhouette in Ludwigsburg. Auch in diesem Jahr engagiert sich Silhouette gemeinsam mit Augenoptikern bei TRIBUTE TO BAMBI zugunsten hilfsbedürftiger Kinder in Deutschland. Motto: „Hinsehen und Helfen“.

„AUGENOPTIK AUS DEUTSCHLAND IST GEFRAGT.“

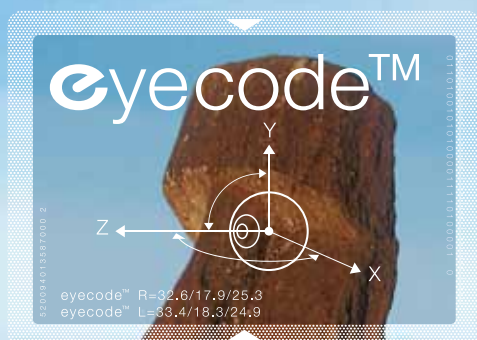
Die einheimische augenoptische Industrie hat 2010 besser abgeschnitten als erwartet. Mit insgesamt 3,9 Milliarden Euro lagen die Umsätze der deutschen Hersteller von Brillengläsern, -fassungen und Kontaktlinsen um 5,7 Prozent über denen des Vorjahres. Getragen wurden die Zuwächse vor allem vom Exportgeschäft. „Augenoptik aus Deutschland war gefragt“, stellte Josef May auf der opti 2011 zufrieden fest und belegte seinen Optimismus mit Zahlen. Um 9,2 Prozent stieg der Umsatz im Ausland und damit auf 1,91 Milliarden Euro. Auch mittelfristig stünden die Zeichen auf Wachstum: Aufgrund der demographischen Entwicklung werde der Bedarf an Brillen und Kontaktlinsen über die Jahre automatisch zunehmen.

Einen ganz besonderen Preis konnte der 51-jährige Vater zweier Töchter kürzlich persönlich in Empfang nehmen: Als langjähriger Partner des Festivals of Classic Cars „Retro Classics meets Barock“, bei dem im barocken Ambiente des Ludwigsburger Schlosses die eindrucksvollsten Oldtimer der Welt präsentiert werden, wurde Silhouette mit dem RETROCLASSICULTUR Award ausgezeichnet. May freute sich sehr. Denn: „Silhouette steht für einzigartige Qualität, exklusives Design und Individualität - damit passen wir hervorragend zu diesem glanzvollen Ereignis.“

Perfektes Sehen

ist kein Geheimnis mehr

eyecode™ – Personalisierung
in einer neuen Dimension



EYECODE™

Unübertroffene Präzision

eyecode™ bietet Personalisierung auf höchstem Niveau und ermöglicht herausragendes Sehen ohne Anstrengung sowie bestes Kontrastsehen – besonders wichtig in der Dämmerung und nachts.



Bei der Scheckübergabe:
Wolfram Kons (l.) unter Haien

Moderation:

Wolfram Kons

„Moderieren mit Mut,
Charme und Methode.“

Seit über 25 Jahren ist Wolfram Kons engagierter Journalist und passionierter Reporter für Funk- und Fernsehen - ein Qualitätsgarant. Die Zuschauer kennen ihn als kompetenten Anchorman im RTL Frühstücksfernsehen und charmante Triebfeder des RTL Spendenmarathons - für Kons eine Herzensangelegenheit, für die er bis an die Grenzen geht und sogar darüber hinaus.

Kürzlich erst ging er auf den Bahamas auf Tauchstation, um in 16 Metern Tiefe eine große Spende in Empfang zu nehmen. Es war die gefährlichste Scheckübergabe in der Geschichte von RTL und im Leben des RTL-Charity-Gesamtleiters. Von den Haien, die sich näherten, biss einer in die Hand des Moderators. Messerscharfe Zähne ritzen die Hautoberfläche auf. „Den Kratzer werde ich schnell vergessen“, meint Kons, „dieses Hai-Abenteuer sicher nie.“ Trotz allem hat sich die Mutprobe gelohnt: 50.000 Euro flossen in die Kinderhilfsprojekte von „RTL - Wir helfen Kindern“.

MAUERN EINREISSEN!

Das Programm

Los geht's um 09:30 Uhr
Moderation: Wolfram Kons, RTL, Köln

09:30 - 09:45

Begrüßung
Wolfram Kons
Josef May, Vorstandsvorsitzender
SPECTARIS, Ludwigsburg/Berlin

DIE BEDEUTUNG GESELLSCHAFTLICHER VERANTWORTUNG.

09:45 - 10:45

Freiheit, Verantwortung, Gemeinsinn -
Herausforderungen an Bürger, Staat und
Politik: Plädoyer von einem „Maueröffner“.
Dr. h.c. mult. Joachim Gauck, Berlin

10:45 - 11:15

Kaffeepause

BEREIT SEIN FÜR VERÄNDERUNGEN.

11:15 - 12:00

Erfolg ist der Sieg der Einfälle über
die Zufälle.
Jörg Löhr, Erfolgstrainer, Augsburg

12:00 - 12:35

Potential und Faszination Kontaktlinse:
Erfolgswegen von drei Augenoptikern, die
das Produkt Kontaktlinse zum zentralen
Bestandteil ihres Geschäftsmodells gemacht
haben.
Jeder Trendforum-Teilnehmer erhält zudem
ein Booklet mit Tricks und Tipps von acht
erfolgreichen Kontaktlinsen-Anpassern.

12:35 - 12:55

Lokales Empfehlungsmarketing mit QYPE:
Wie Unternehmen von Onlinebewertungen
profitieren können.
Almir Hajdarasic, Verkaufsleiter
Qype, Hamburg

12:55 - 13:30

Online rockt den Schuh-Handel - „Mul-
tichannel Retailing“ am Beispiel von
Görtz.
Lutz Spannuth, Geschäftsbereichsleiter
Görtz Direct, Hamburg

13:30 - 14:45

Mittagspause

DIE KUNST DER VERFÜHRUNG.

14:45 - 15:30

Emotional Boosting - Die hohe Kunst der
Kaufverführung.
Dr. Hans-Georg Häusel, Gruppe Nymphenburg,
München

15:30 - 15:50

Trendy 2012 - Lassen Sie sich inspirie-
ren von den besten Marketingideen aus der
Branche.

Die Gesellschaft für Handwerksmessen (GHM)
und der Zentralverband der Augenoptiker
(ZVA) präsentieren den „Trendy“ (Trend-
forum-Werbe-Oscar). Die Preisverleihung
findet am 14. Januar 2012 auf der opti in
München in glanzvollem Rahmen statt.
Dieter Dohr, GHM-Geschäftsführer, München
Jürgen Meyer, ZVA-Vizepräsident, Hannover/
Düsseldorf

15:50 - 16:35

Teamgeist macht den Unterschied -
Sie können in anderen nur entzünden, was
selber in Ihnen brennt.
Jörg Löhr, Erfolgstrainer, Augsburg

16:35 - 17:00

Kaffeepause

LERNEN VON ANDEREN. NOCH ZWEI HIGHLIGHTS ZUM SCHLUSS.

17:00 - 17:45

Vom Solo zur Sinfonie - Was Unternehmen
von Orchestern lernen können.
Christian Gansch, Dirigent und Musikpro-
duzent, Gansch & Partner, München

17:45 - 18:30

No Limits - Wie schaffe ich mein Ziel?
Joey Kelly, Musiker und erfolgreicher
Teilnehmer an Ausdauerwettbewerben, Köln

Ab 18:30

Get-Together bei lockeren Gesprächen,
kühlen Getränken und feinen Häppchen



Wir produzieren schöne Augen

Qualitätsgläser von Hoya.

www.hoya.de



Augenblicke.

HOYA

Wir produzieren schöne Augenblicke.

Dr. h.c. mult. Joachim Gauck

**“FREIHEIT IST KEINE
SELBSTVERSTÄNDLICHKEIT.”**



E

in aufrechter, stets politisch denkender Mensch, der in Ost wie West gleichermaßen höchstes Ansehen genießt – das ist Joachim Gauck. In der deutschen Nachkriegsgeschichte hat er mehrfach Spuren hinterlassen. In der DDR war er unbequemer Pfarrer und engagierter Systemkritiker, in der Wendezeit besonnener Wortführer der Bürgerbewegung. Nach dem Zusammenbruch der DDR wählte ihn der erste gesamtdeutsche Bundestag zum Bundesbeauftragten für die Stasi-Unterlagen, und im letzten Jahr wäre der charismatische Freiheitsstifter beinahe Bundespräsident in der Nachfolge von Horst Köhler geworden.

Skepsis und Widerstand

Joachim Gauck, der sich selbst „einen linken, liberalen Konservativen“ nennt, wurde 1940 in Rostock als Sohn eines Seemanns geboren. Die Kindheit war nicht nur vom Krieg überschattet. Als Gauck elf Jahre alt ist, wird ihm der Vater genommen, verschleppt in Stalins Lager. Erst vier Jahre später – 1955 – kann das Familienoberhaupt zurückkehren. Die damals erlittene existenzielle Verunsicherung hat Joachim Gaucks Skepsis gegenüber der DDR mitbegründet.

Nach dem Theologiestudium arbeitet Gauck als Pastor für die Evangelisch-Lutherische Landeskirche Mecklenburg. In einem Rostocker Neubaugebiet, in dem es für rund 80.000 Bewohner keine einzige Kirche gibt, baut er eine Gemeinde auf und gerät ins Visier der Stasi. Republikflucht schließt er aus: „Meine Heimat liebte ich seriös, den Westen wie eine Geliebte.“ Umso schmerzhafter ist es, dass drei seiner vier Kinder später ausreisen werden.

Vom Paradies geträumt, in Nordrhein-Westfalen aufgewacht

Ab 1982 leitet Gauck die Kirchentagsarbeit in Mecklenburg. Der Kirchentag 1988 (Motto: Brücken bauen) wird bereits von den Reformen des sowjetischen Staatschefs Michail Gorbatschow überstrahlt. Höhepunkt ist die Ansprache von Altbundeskanzler Helmut Schmidt von der Kanzel der Rostocker Marienkirche. Der Genehmigung für die Einladung ging eine Zitterpartie voraus. Sechs inoffizielle Mitarbeiter der Stasi sind auf Joachim Gauck angesetzt, als die DDR schließlich zusammenbricht. Den Mauerfall kommentiert er später so: „Wir haben vom Paradies geträumt und wachten auf in Nordrhein-Westfalen.“

Gauck, der die Rostocker Demonstrationen im Oktober 1989 wesentlich mitprägt, wird vom täglichen Kirchendienst freigestellt und Mitglied des Neuen Forums, wo er sich vehement für eine staatliche Einheit Deutschlands einsetzt. Als Abgeordneter der frei gewählten Volkskammer übernimmt er die Leitung des „Sonderausschusses zur Kontrolle der Auflösung des Ministeriums für Staatssicherheit (MfS)/ Amt für Nationale Sicherheit (AfNS)“. In der letzten Arbeitssitzung der Volkskammer wählt man ihn am 23. September 1990 zum Sonderbeauftragten für die Stasi-Unterlagen – der heißeste Job im Nachwende-Deutschland.

Lektionen deutscher Geschichte

Als gefürchteter, doch ebenso hochgeschätzter „Herr der Akten“ bleibt Gauck ein ganzes Jahrzehnt im Amt und hat dabei Wände eingerissen, die mindestens so dick waren wie die Mauer. Die Institution wird bald nur noch „Gauck-Behörde“ genannt, als geflügelte Wendung kursiert die Frage: „Bist du schon gegauckt worden?“ Für Gauck war und ist die Aufarbeitung der Stasi-Bespitzelungspraxis ein „unglaubliches Heilmittel gegen jede Art von Nostalgie“. Bis heute wurden rund 2,75 Millionen Anträge auf persönliche Einsicht in die Akten gestellt.

Joachim Gauck, der als einer der brillantesten Redner Deutschlands gilt, hat zahlreiche Auszeichnungen bekommen, darunter den Hannah-Arendt-Preis (1997), den „Cicero-Rednerpreis“ (2000) und den Ludwig-Börne-Preis (2011). Seine 2009 erschienenen Memoiren „Winter im Sommer – Frühling im Herbst“ wurden mit dem Geschwister-Scholl-Preis ausgezeichnet. In der Süddeutschen Zeitung hieß es dazu: „Wer verstehen will, was das war: die DDR, und warum sie in den Seelen vieler Menschen als Trauma oder als verklärter Sehnsuchtsort noch immer gegenwärtig ist, der muss Joachim Gaucks Buch lesen. Es sind im besten Sinne lebendige Lektionen in jüngster deutscher Geschichte.“

Stilsicher und überzeugend

Dass der parteilose Demokrat im letzten Jahr doch nicht Bundespräsident geworden ist, sondern Christian Wulff, hat seine Popularität nur noch befeuert. Selbst Angela Merkel kam nicht an dem „Präsidenten des Herzens“ vorbei. In ihrer Laudatio zu Gaucks 70. Geburtstag lobt sie: „Ihr Tun, Herr Gauck, spiegelt das Fundament unseres Landes wider: Einigkeit in Recht und Freiheit. (...) Stilsicher und überzeugend weisen Sie immer wieder darauf hin: Freiheit ist keine Selbstverständlichkeit.“



MARCHON®



INTRODUCING EYEWEAR Calvin Klein Jeans

Jörg Löhr



„MENTALE STÄRKE IST TRAINIERBAR.“

Jörg Löhr ist ein echtes Energiebündel. Bei seinen Vorträgen ist er immer engagiert, gestikuliert mit den Armen, holt mit seiner Begeisterung die Zuhörer ab und strahlt dabei mit seinen eisblauen Augen. Das Lächeln, das er transportiert, ist gewinnbringend. Der ehemalige Spitzensportler und „Deutschlands angesehenster Erfolgs- und Persönlichkeitstrainer“ (Süddeutsche Zeitung) begeistert seine Zuhörer wie kein Zweiter, nicht zuletzt mit praxisnahen Botschaften: „Erfolgstypen streben nicht möglichst viele Ziele an, sondern konzentrieren sich auf das für sie wirklich wichtige“, sagt er und fügt ergänzend hinzu: „Konzentration ist die Fähigkeit, Ablenkungen zu ignorieren und Aufmerksamkeit zu bündeln.“

Spitzenredner aus dem Spitzensport

Der 50-jährige Vater dreier Söhne wuchs in einer sportbegeisterten Familie auf. Sportives Talent, Ausdauer und Beweglichkeit wurden ihm quasi in die Wiege gelegt. Wie der Vater und der jüngere Bruder, der heute einer seiner engsten Mitarbeiter ist, legte er eine beispiellose Karriere als Handballer hin. Beim TSV Göggingen debütierte er. Mit 19 gelang ihm der Sprung in die Bundesliga, als Handballnationalspieler erzielte er in 94 Länderspielen 134 Treffer und wurde mehrfacher Deutscher Meister und Pokalsieger, sowie Eurocup-Sieger. Doch dann, mit noch nicht einmal 30, hängte Löhr die Handballschuhe an den Nagel.

Technik, Taktik, Kopf

Schon während seiner Zeit als Profisportler orientierte sich Löhr neu, studierte Betriebswirtschaft, Sport und Germanistik. Die zweite Karriere begann mit der Beratung von Unternehmen. Immer deutlicher zeigte sich Löhrs Begabung als Persönlichkeits- und Managementtrainer. 1995 gründete er das Unternehmen Jörg Löhr Erfolgstraining mit Sitz in Augsburg. Als Lehrbeauftragter der Universität Augsburg gibt er sein Wissen und seine Erfolgstechniken auch an den Nachwuchs weiter.

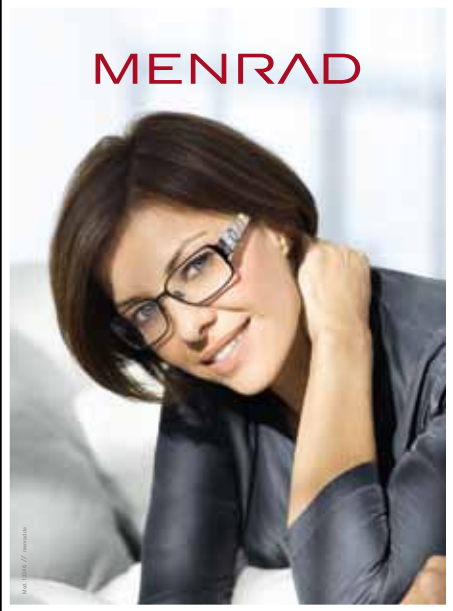
Den Teamgeist befeuern

Heute arbeitet Löhr u.a. für Unternehmen wie IBM, Daimler, L'Oreal und Deutsche Telekom, schult aber auch Spitzensportler im Umgang mit Stresssituationen. Große Aufmerksamkeit erreichte er 2007, als er zum Trainerteam jener deutschen Handball-Nationalmannschaft gehörte, die im eigenen Land Weltmeister wurde. „Projekt Gold“ heißt passenderweise das dazugehörige Buch des Autors Löhr. Geschrieben hat er es mit Bundestrainer Heiner Brand, der in einem Firmenvideo über Jörg Löhr sagt: „Er war ein wesentlicher Bestandteil der WM-Mannschaft.“

Bezogen auf Mannschaftssportarten ist Löhr der Überzeugung, „dass sich ein Drittel der Leistungen aus der physischen Grundlage speist, ein Drittel aus Technik und Taktik und ein Drittel macht der Kopf aus.“ In der Fußball-Bundesliga arbeitete er zuletzt mit Werder Bremen zusammen. „Eine Mannschaft, die die Situation, auf einen Abstiegsplatz zu sein, nicht kennt, lenkt ihren Blick zwangsläufig auf den Abstieg. Aber das ist ein Vermeidungsziel, das immer kontraproduktiv wirkt. Meine Aufgabe war es, wieder Anstrengungsziele in die Köpfe zu bekommen, also sich positive Ziele zu setzen.“ Werder Bremen hat dann tatsächlich eine Serie von acht Spielen nicht verloren, die Mannschaft konnte also die besprochenen Dinge hervorragend umsetzen. Auch in der aktuellen Saison unterstützt Jörg Löhr die Bremer. Er coachte sie im Trainingslager in Donaueschingen.



MENRAD



Passt perfekt.
Zu Auge, Nase, Ohr, Charakter.

Die neuen ErgoFlex Individual Fassungen von ZEISS. Individuell anpassbar an jede Gesichtsform und jedes Sehbedürfnis.

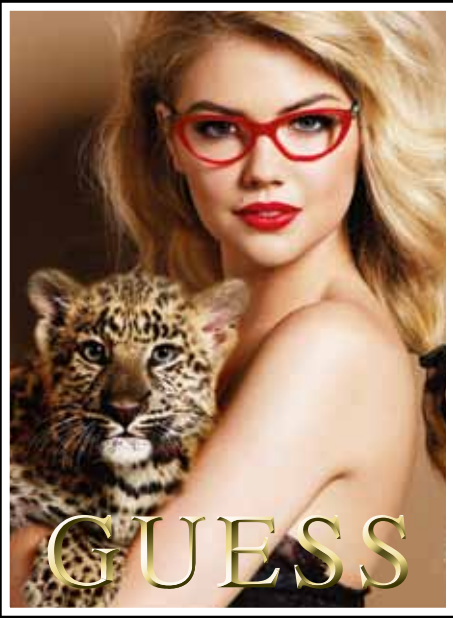


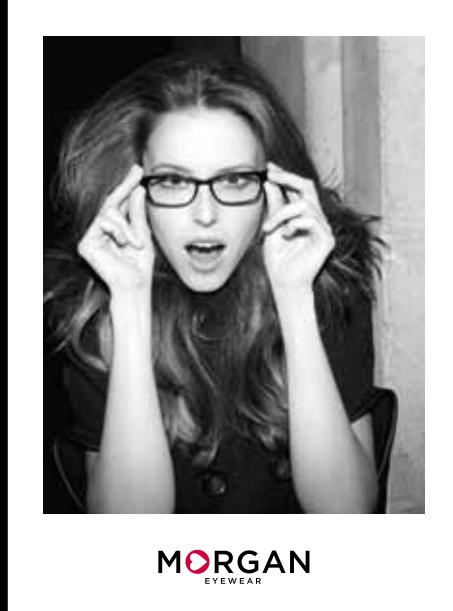
Jetzt mit neuen Bügel-farben

Mehr sehen. Mehr erleben.
ZEISS Präzisions-Brillenfassungen.



Führend in Präzisionsoptik seit 1846.





Design. Qualität. Erfahrung. Zuverlässigkeit.

MENRAD
the vision



1. Kaffeepause

> 10.45 bis 11.15 Uhr



8 Erfolgswege mit Kontaktlinsen



Vor und unter der Linse - Bühne frei für die Super8!

Wenn ich Super8 höre, dann denke ich zunächst mal an unsere privaten Filmabende in der Familie. An unseren Vater, der mit seiner Kamera seinen Lieben

immer auf den Fersen war, um mitzuschneiden, was die Brut oder die Göttergattin gerade bewerkstelligten. Das war in den 70er Jahren so und änderte sich erst in den 80ern, als die Camcorder den Markt eroberten. Doch auch diese Zeiten sind vorbei. Heute reicht das federleichte, kleine, aber feine Smartphone, um exzellente Bilder festzuhalten und direkt an das Töchterchen, Freunde, Bekannte und Geschäftspartner weiterzuleiten. Zeiten ändern sich, die Technik, die Menschen. Nichts ist so beständig wie der Wandel.

Das gilt übrigens auch für Kontaktlinsen und ihren Markt. Produktinnovationen bieten neue Möglichkeiten, Vertriebskanäle verändern sich - Aufbruchstimmung? Weit gefehlt! Hartnäckig hält sich das Gerücht, die bundesdeutschen Fehlsichtigen hätten kein Interesse an den kleinen Sehschalen. Dabei würden die Kunden schon wollen, die meisten wissen jedoch gar nicht, welche Möglichkeiten der Kontaktoptik es heute gibt. Hier herrscht Kommunikationsbedarf!

Lohnt sich nicht, meinen Sie? Zu viel Zeitaufwand, zu wenig Marge? Falsch: Mit Kontaktlinsen lässt sich Umsatz generieren, Frequenz ins augenoptische Fachgeschäft bringen, Kompetenz beweisen. Lesen Sie selbst: Die „Super8 der Kontaktlinse“ sagen, wie es geht!

Christine Höckmann



„Mein Kompliment! Mit meiner neuen
Gleitsichtbrille **sehe ich wirklich besser.**
Das Arbeiten macht richtig Spaß.“

Eva Kracker, Grafikerin, Berlin

Impression® Gleitsichtgläser mit Eye Lens Technology.

Neu mit Personal EyeModel – integriert die individuelle Nahrefraktion.



Ohne EyeModel



Mit Personal EyeModel:
bis zu 40 % bessere Leistung im Nahbereich

Ihre starken Vorteile:

- Einzigartige Profilierung als kompetenter Sehexperte
- Große Zielgruppe: alle Träger von Gleitsicht- und Nahkomfortgläsern
- Zusätzliche Wertschöpfung durch Nahrefraktion und erlebbaren Mehrwert
- Trainings- und Verkaufsunterstützung
- Steigerung der Kundenzufriedenheit



RODENSTOCK

See better. Look perfect.

8 Erfolgswege mit Kontaktlinsen



Jörg Schürholz ist ein Macher. Erst 2003 hat er sein Geschäft am Kaiser-Otto-Platz in Essen-Steele umgebaut. Aber dabei soll es nicht bleiben. Er will seinen Auftritt erweitern. Das steht fest, denn die Umsätze laufen gut. Bei den Sonnenbrillen, den Brillen und natürlich bei den Kontaktlinsen. Er ist nicht nur selbst Trainer für den Kontaktlinsenverkauf, sondern sorgt auch dafür, dass seine Mitarbeiter sich in punkto KL stetig fortbilden. Allerdings sollte das Fachwissen seiner Meinung nach nur sehr dosiert an den Endverbraucher weitergegeben

werden. Er vertritt die Ansicht, dass die Kontaktlinsen beim Kunden „entmystifiziert“ werden müssen. Auf Einfachheit im Kundenkontakt zu setzen, scheint ihm gut zu gelingen: der Anteil der Kontaktlinsen am Umsatz beträgt 20 bis 25 Prozent.

Jörg Schürholz

Inhaber von „Schürholz Brille und Linse“, Essen-Steele

Michaela Reichardt (l.) und Susanne Müller

Inhaberinnen von „Augenoptik Kotzenberg“, Wülfrath

Dass Best-Ager viel Potential für die Branche bergen, ist kein Geheimnis mehr. Wie jedoch nicht nur Teenager, sondern auch Neu-Brillen-träger jenseits der 40 an das Tragen von Kontaktlinsen herangeführt werden können, beherrschen Michaela Reichardt und Susanne Müller perfekt. „Die Jungpresbyopen haben noch keine Erfahrung mit Brillen und das Gefühl, Fassungen zu tragen, ist ungewohnt. Von daher ist die Bereitschaft, sich mit Kontaktlinsen anzufreunden bei ihnen sehr groß!“, berichten die beiden Augenoptikermeisterinnen. Sie setzen alles in allem auf den „Wohlfühlfaktor“ und verkaufen rund einem Drittel ihrer Kunden beides: Brille und Kontaktlinsen.





Johannes Kleikamp

Geschäftsführer der Viehoff Gruppe, Münster

Bernhard Kleikamp mischte jahrelang als Vizepräsident innerhalb des ZVA-Präsidiums und auch als Vorsitzender des Betriebswirtschaftlichen Ausschusses des Berufsverbandes mit und machte sich hier als „Herr der Zahlen“ einen Namen. Betriebswirtschaftliches Denken ist auch seinem Sohn Johannes in die Wiege gelegt, der seit März dieses Jahres neben seinem Vater in die Geschäftsführung der Viehoff Gruppe eingestiegen ist, die mittlerweile elf Betriebe umfasst. Das Hauptgeschäft Optik Viehoff liegt an der Ludgeristraße in Münster, die den vierten Platz unter den betriebsamsten Konsummeilen der Republik hält. Zwei Generationen haben sich hier vor allem eines auf die Fahne geschrieben: Voran durch Expansion, wobei auch die Kontaktlinsen ihre Rolle spielen.



Der gelernte Augenoptikermeister wartet mit einem ganzen Koffer voller Ideen auf, seinen Umsatz anzukurbeln. Sein Credo: Unternehmerpersönlichkeit - gepaart mit Teamgeist - sorgt für Kundenbegeisterung sorgen. Er selbst trägt seit seinem sechsten Lebensjahr Brille und seit dem vierzehnten auch Kontaktlinsen. Der erste Blick durch eine Spaltlampe machte ihn zum Kontaktlinsen-Fan mit Hang zur Detailarbeit

im Hundertstel-Bereich. Bothorn verzichtet auch in Kombination mit seiner Brille nicht auf Kontaktlinsen. Überhaupt ist er ein Fan vom Mehrfachverkauf. Prädikat: nachahmenswert!

Werner Bothorn

Inhaber von „Optik Bothorn“, Ochtrup

Silhouette®
SEHEN OHNE GRENZEN

FARBE
in Bewegung

TITAN ELEMENTS



8 Erfolgswege mit Kontaktlinsen

Uwe Blannarsch

Inhaber von „Kästner“,
Stuttgart

Kästner ist eine Institution in Stuttgart. Dahinter steckt ein umfassendes Erfolgsrezept, denn Tradition verpflichtet auch zum Fortschritt. Denkmalschutz hin oder her hat Uwe Blannarsch die Geschäftsräume, die er im Februar 2011 als Inhaber neu eröffnet hat, entsprechend generalüberholt. Im Mittelpunkt des Werkes des Stuttgarter Architekten Elmar Guggel steht jetzt eine filmreife weiße Treppe aus Stahl. Trotz so viel Show verliert der gebürtige Stuttgarter keinen Zentimeter Bodenhaftung. Worauf er setzt, ist der menschliche Kontakt zum Kunden: Verkaufen geht dann ganz nebenbei – zum Beispiel von Kontaktlinsen, aber auch von Sonnenbrillen, die 25 Prozent des Umsatzes in seine Kassen bringen. Chapeau!



Hans-Peter Platten steckt voller Ideen, egal ob er in Namibia Kinder screenet oder in der Eifel seine Kunden zu besserem Sehen verhilft. Authentisch sein ist eines seiner Erfolgsrezepte. Innerhalb von zehn Jahren konnte er drei Geschäfte eröffnen. Dazu kommt ein ganz persönliches Netzwerk. Drei Mini-Cooper sausen stylisch bedruckt über die Hunsrücker Höhenstraße und tragen das Image von Optik Platten durch die Lande: flott und mit jeder Menge Power behaftet. Ein individuel-

Hans-Peter Platten

Inhaber von „Augenoptik Platten“, Kastellaun

les Sehprofil hilft bei der Beratung auch die Brücke zwischen Brille und Kontaktlinsen zu schlagen. Dabei profitiert er von seinem überregionalen, guten Ruf: 40 Neukunden wirft ihm seine EDV im Monat aus.



Rund 80 Prozent harte Linsen passt das achtköpfige Team um Wolfgang Löber an. Das macht ihm so schnell keiner nach. Sogar aus dem Ausland reisen Stammkunden zu dem versierten Kontaktlinsen-Spezialisten nach Oberursel. Wichtiger als betriebswirtschaftliche Kennzahlen ist dem gebürtigen Frankfurter die Präzision seiner Arbeit. Sein Spezialgebiet sind die „schwierigen Fälle“. Dabei kennt die Kontaktlinse bei ihm kein Alter. Der jüngste Kunde

ist acht, der älteste 84 Jahre alt. Seit Jahren geht es für den augenoptischen Fachmann und sein Team „nur bergauf“. Von Krisen habe er in seinem Geschäft nie etwas bemerkt. Sein Motto: an die Zukunft denken und an das, was zu verbessern wäre.

Wolfgang Löber

Inhaber von „Optik Klinke“,
Oberursel

Marion Müller

Inhaberin von „Optikstudio
Marion Müller“, Leipzig

Spezialisierung lautet das Zauberwort von Marion Müller in Leipzig. Sie hatte schon zu DDR-Zeiten ein eigenes Anpass-Studio und baute sich einen guten Ruf als Kontaktlinsen-Anpasserin auf. Mit dem „Optikstudio Marion Müller“ geht die Leipzigerin nun ihren ganz eigenen Erfolgsweg weiter, mittlerweile auch mit Brillen und Fassungen. Letztere verbuchen etwas mehr als die Hälfte ihres Umsatzes. Mit ihren sechs Mitarbeitern bestreitet sie nach wie vor ein Drittel ihres Kontaktlin-

senumsatzes mit den individuellen Formstabilen. Neben dem Kundenservice steht die Fortbildung ganz hoch im Kurs: Schließlich will das gesamte Team bei der KL-Anpassung auf der Höhe der Entwicklung bleiben.





**2012 wird ein großartiges Jahr.
Feiern Sie mit uns!**

100 JAHRE
PRÄZISIONS-BRILLENGLÄSER
VON CARL ZEISS

**Mehr sehen. Mehr erleben.
ZEISS Präzisions-Brillengläser.**



Feiern Sie mit uns das Jubiläum

Vor 100 Jahren hat ZEISS Maßstäbe in der Augenoptik gesetzt: mit der Entwicklung des ersten ZEISS Präzisions-Brillenglases Punktal®.



Feiern Sie mit uns die Innovationen

Bis heute prägen Innovationen das Angebot von ZEISS. Und so wird es auch in Zukunft sein: Freuen Sie sich schon heute auf die ZEISS Produktinnovationen, die wir Ihnen im nächsten Jahr vorstellen werden.



Feiern Sie mit uns die Begeisterung

Wir laden Sie herzlich zu unseren Jubiläums-Feierlichkeiten ein. Es erwarten Sie attraktive Aktionen und eine noch nie dagewesene Marketing-Kampagne. Seien Sie gespannt – und feiern Sie mit uns!





Almir Hajdarpasic

“DER ERFOLG VON QYPE: MENSCHEN WOLLEN AUTHENTISCHE EMPFEHLUNGEN.”

Almir Hajdarpasic ist einer von fünf Geschäftsführern des Online-Empfehlungsportals www.qype.com (siehe Kasten). Der Diplom-Ökonom ist gebürtiger Hamburger und „Head of Sales“ bei dem 2005 in Hamburg gegründeten Unternehmen. Heute, sechs Jahre später, ist QYPE als Portal für lokale Empfehlungen führend in ganz Europa. Almir Hajdarpasic studierte in Lüneburg, Hamburg und Indonesien.

Transparenz im Netz

Seit 2008 ist der 34-Jährige bei QYPE. Als Verantwortlicher für den Vertrieb ist er heute vor allem dafür verantwortlich, Kunden, die beim Marketing ausgetretene Pfade

verlassen möchten, von den Vorteilen des werblichen Umfeldes einer gut funktionierenden „Bewertungs-Community“ zu überzeugen.

Durch das Internet hat das Thema „Empfehlungsmarketing“ innerhalb kurzer Zeit eine neue Dimension bekommen: Noch vor einigen Jahren wurden Informationen über gute Kindergärten oder Arztpraxen lediglich mündlich im Freundeskreis weitergegeben. Heute passiert das vielfach online, dabei potenziert sich auch der Adressaten-Kreis um ein Vielfaches. „Die Endverbraucher nehmen es heute nicht mehr ab, wenn ein Unternehmen behauptet ich bin der beste Anbieter“, sagt Hajdarpasic, „sie machen sich selber schlau, wollen authentische Empfehlungen.“



Desinfektion: Überlegen!



Wir stellen vor:
COMPLETE[®] RevitaLens
Multi-Purpose Desinfektions-
lösung (MPDS)

Ausgeklügelte Entwicklung für eine Desinfektion in der Qualität eines Peroxids bei gleichzeitiger Erhaltung der ausgezeichneten Verträglichkeit und des Komforts.¹⁻⁴

Desinfektion geht neue Wege für höhere Verlässlichkeit und Sicherheit.



**Desinfektion in Peroxid-Qualität.¹
Komfort einer MPDS.**

www.amo-eyecare.com
www.AbbottMedicalOptics.com

Referenzen: 1. Kilvington S et al. Poster presented at BCLA Clinical Conference and Exhibition 2010. 2. Tarantino N et al. Poster presented at BCLA Clinical Conference and Exhibition 2010. 3. Tilia D et al. Poster presented at BCLA Clinical Conference and Exhibition 2010. 4. Huang LC et al. Poster presented at ARVO Annual Conference 2010.

COMPLETE, COMPLETE RevitaLens und das COMPLETE-Logo sind Markenzeichen von oder lizenziert für Abbott Laboratories, deren Tochtergesellschaften oder angeschlossenen Firmen.

AMO Germany GmbH, Rudolf-Plank-Str. 31, 76275 Ettlingen, Germany
AMO Switzerland GmbH, Churerstr. 160B, 8088 Pfäffikon SZ, Switzerland
2010.03.30-CN1902-GER

 **Abbott**
Medical Optics

Dialog mit Kunden

Von der Beschwerde zur Empfehlung

QYPE ist jedoch keine Einbahnstraße. Firmen und Dienstleister können sich auch selbst eintragen und direkt reagieren - kostenlos. Die Philosophie des Empfehlungsportals ist es, Unternehmen und Kunden ins Gespräch zu bringen - ein Vorteil für beide Seiten, wie Hajdarpasic an einem Beispiel erläutert: Ein Restaurant-Betreiber, dessen Lokal bei QYPE kritisch bewertet wurde, hat die Möglichkeit sofort Stellung zu beziehen. Er kann in die Offensive gehen, nachfragen, sich erklären oder sich gegebenenfalls entschuldigen, - und alle, die die Seite besuchen, können es lesen. Viele Online-Kritiker honorieren das. Auf QYPE gibt es mittlerweile viele Bewertungen, die aufgrund eines konstruktiven Dialogs in ihr Gegenteil gekehrt wurden. Für Hajdarpasic ist das ein Lehrstück darüber, „wie Beschwerdemanagement in nachhaltiges Empfehlungsmarketing münden kann“.

Das Onlineportal ist international ausgerichtet, bietet Informationen und Beschreibungen zu 13,5 Millionen Plätzen in 166.000 Orten und Städten weltweit. Es gibt Standorte in Deutschland (Hamburg), Großbritannien (London), Frankreich (Paris) und Spanien (Madrid). Almir Hajdarpasic: „Das ist für QYPE ein entscheidender Wettbewerbs-Vorteil, denn die Mentalitätsunterschiede in den einzelnen Ländern sind oft sehr groß - egal ob es sich um Fragen des Vertriebs oder des Marketings handelt. Auch die QYPE-Nutzer verhalten sich überall auf der Welt anders.“

Welche Bedeutung hat das Internet für ihn ganz persönlich? „Ich bin fast 24 Stunden im Netz - das beginnt schon morgens beim Zähneputzen; ich kaufe dort ein und lese die neuesten Nachrichten - Zeitungen kaufe ich gar nicht mehr, denn die sind für mich immer schon veraltet.“

Die Kernthemen des Vortrags:

1. Empfehlung heute und morgen: Die Bedeutung von Kundenbewertungen auf dem Empfehlungsportal QYPE für Handel, Dienstleister, Marken - und Kunden!
2. Chancen und Risiken lokaler Unternehmer beim Umgang mit Kundenmeinungen.

Quality und Hype ist QYPE

Qype.com (sprich kwaip) ist ein schnell wachsendes soziales Netz mit dem Ziel, besseren Kundendienst und gute Preis-Leistungs-Verhältnisse für ganz Europa herbeizuführen. Die Mitglieder (Qyper) schreiben unter anderem über Restaurants, Dienstleistungen, Ärzte, Wellness-Einrichtungen, Behörden, Orte, Kindertagesstätten oder Sportvereine. Alle Einträge sind persönliche Meinungen und Empfehlungen - von Nutzern für Nutzer. Das Portal ist über Internet (www.qype.com) und Mobiltelefon erreichbar. iPhone-, Android-, Blackberry und Windows Phone-Versionen sind in den jeweiligen Appstores und Marketplaces erhältlich. Bis zu 22 Millionen Menschen besuchen das Empfehlungsportal monatlich, über eine Million schreibende Mitglieder gibt es.

Der Name QYPE setzt sich aus den Begriffen „Quality“ und „Hype“ zusammen. Ein Hauptaugenmerk des Unternehmens liegt darauf, Integrität und Unabhängigkeit der „Listings“, Kritiken und Empfehlungen sicherzustellen.



GERRY WEBER

www.aoyama-optical.de

Lutz Spannuth

**“DAS NETZ IST
DAS VERLÄNGERTE
SCHAUFENSTER.”**

Lutz Spannuth kennt sich mit Schuhen aus, was ihn jedoch antreibt ist die Mehrkanalintegration. Als Geschäftsbereichsleiter „Görtz Direct“ hat er die Entwicklung des traditionsreichen Schuhhandelsunternehmens von einem stationären Filialisten zu einem integrierten Multichannel-Händler maßgeblich mit angetrieben und gemanagt. Der Online-Shop von Görtz hat heute gut 20 Millionen Besucher im Jahr und erzielt über 10 Prozent vom Gesamtumsatz. Doch wichtiger als solche Zahlen ist die nachhaltige Verzahnung des Online-Geschäfts mit den Filialen – „Cross-Channel-Retailing“ eben. Für den 50-jährigen Distanzhandels-Profi ist genau das „die wesentliche Revolution der letzten Dekade im Einzelhandel“.

Zweimal Übersee und wieder zurück

Lutz Spannuth ist gelernter Bank- und Diplom-Kaufmann (Schwerpunkt Handel und Internationales Management). Mit 28 stieg er als Leiter für Strategieentwicklung bei Otto Versand (Hamburg) ein. Die Gründung von Otto International Singapore bot ihm die Gelegenheit, mit 31 Jahren nach Übersee zu gehen. Für drei Jahre übernahm er die stellvertretende Büroleitung in Singapur. Nach einer Zwischenstation beim





Cobra

*non-mydiatische
Funduskamera für schnelle
und einfache Betrachtung
des Augenhintergrundes*

bon

Innovative Ideen in bester Qualität; seit 30 Jahren.

Der „ROPO“-Effekt

Heine-Versand, wo er Hauptabteilungsleiter im Bereich Marketing und Kundenservice war, folgte ein weiterer Auslandsaufenthalt, diesmal in Indien. Spannuths Job dort: Sprecher der Geschäftsführung Otto-Burlingtons Mailorder.

2000 gründete Lutz Spannuth in Hamburg Mexx Direct, ein Joint Venture von Otto Versand und der Fashion Marke Mexx, und übernahm kurze Zeit später die Geschäftsführung. Im Fokus seiner beruflichen Aktivitäten heute: die Entwicklung integrierter Multichannel Businessmodelle, durch Umbau und Erweiterung des Marketings, der Sortiments- und Beschaffungspolitik sowie der IT-Landschafts und Arbeitsprozesse bestehender stationärer Einzelhandelsunternehmen. Firmen wie adidas oder Hennes & Mauritz profitierten schon davon.

Zweikanal-Kunden kaufen zweimal soviel

Seit 2007 ist Lutz Spannuth bei Görtz und liegt mit dem Unternehmen bestens im Trend: „Schuhe sind das extrem gehypte Kronjuwel im Bekleidungsmarkt online.“ 2003 eröffnet, wurde dem Online-Shop von Görtz 2009 ein umfassender Relaunch verpasst. Mit gut 8000 Artikeln und über 250 Marken sind nahezu alle Görtz Sortimente online erhältlich. Die Verzahnung von Internet-Geschäft und „stationärem Handel“ sieht u.a. so aus: Im Netz bestellte Ware kann in jeder Görtz-Filiale zurückgegeben werden. Dort wiederum stehen Online-Terminals, die den direkten Zugriff auf den Online-Shop ermöglichen. So kann selbst an kleinen Standorten ein Weltstadt-Sortiment angeboten werden. Vor allem setzt Görtz auf den „ROPO“-Effekt (Research Online - Purchase Offline): Viele Kunden orientieren sich erst Online oder lassen sich dort inspirieren, tätigen den Kauf dann jedoch in der Filiale.

„Zweikanal-Kunden“, so Spannuth, „haben eine doppelt so hohe Produktivität wie Kunden, die entweder nur online oder nur im Geschäft kaufen“. Doch sei das noch nicht alles: „Kunden, die zudem den Katalog bestellt haben, kaufen nochmals mehr.“

Spannuth, der begeisterter Segler ist, sieht das Internet im Übrigen eher nüchtern. Für jemanden, der vom Distanzhandel komme wie er, sei das worldwideweb gar nicht so revolutionär, schließlich hätte sich an den altbekannten Vertriebslogiken wenig geändert. Bei der Mehrkanalintegration liegt die große Herausforderung hingegen darin, bereits Bestehendes („stationärer Handel“) zu etwas Komplexeren umzubauen.

Drei Kernbotschaften des Vortrags:

1. Multichannel Retailing ist kein „Special Projekt“, sondern „Chefsache“ und verändert das Unternehmen.
2. Multichannel Retailing ist Kundenorientierung und Kundenführung.
3. Die wahren Multichannel Voraussetzungen liegen hinter den Kulissen.

„Alles geht mit Görtz“

Die Erfolgsgeschichte von Görtz startet 1875 in Hamburg-Barmbek. Johann Ludwig Görtz macht ein Fachgeschäft für Herrenschuhe auf - Verkaufsfläche 14qm - zudem handelt er mit Kartoffeln. 1938 beginnt Enkel Gerd Görtz mit der Filialisierung. 1948 eröffnet das dritte Schuhgeschäft, die Görtz-Zentrale zieht in die Spitalerstraße, bis heute der Firmensitz. Görtz betreibt derzeit über 220 Filialen in mehr als 90 Städten, hat rund 3.800 Mitarbeiter und zählt zu den umsatzstärksten Schuhhändlern Europas. Motto: „Alles geht mit Görtz“. Goertz.de war der Online-Shop des Jahres 2009, gekürt vom Deutschen Versandhandelskongress/Wiesbaden in der Kategorie Business-to-Consumer.



PART OF YOUR DAILY LIFE



Auch wenn Sie heute andere Prioritäten setzen.

Das Tagesgeschäft läuft nicht weg. Genießen Sie daher den heutigen Tag auf dem Trend Forum. Nehmen Sie Anlauf, reißen Mauern ein und sammeln neue Eindrücke im Dialog mit Ihren Kollegen. Das Team von Breifeld & Schliekert wünscht Ihnen dabei viel Schwung und Vergnügen.

MITTAGSPAUSE

> 13.30 bis 14.55 Uhr





Eine erfrischende Perspektive

Hier bei CooperVision teilen wir Ihre Leidenschaft für bestmögliches Sehen. Und wenn es um die Kontaktlinsen Ihrer Kunden geht, wissen wir, dass sie außergewöhnliches Sehen, Komfort und Stabilität erwarten.

Wir verstehen, wie unerlässlich unsere Kontaktlinsen im täglichen Leben der Menschen sind. Wir sind uns bewusst, dass jeder Kontaktlinsenträger einzigartig ist und wir wissen um die Bedeutung

von erstklassigen Kontaktlinsen für gewöhnliche und außergewöhnliche Sehanforderungen.

Wir glauben an Partnerschaft. Sie können von uns erwarten, dass wir dynamisch und flexibel sind und Sie unterstützen – wir haben immer ein offenes Ohr für Sie. Vor allem können Sie und Ihre Kunden sich sicher sein, dass CooperVision nach Spitzenleistung und Innovation strebt – heute und in Zukunft.

Wir nennen diese Philosophie eine **erfrischende Perspektive**. Und wir freuen uns, dass Sie mit uns zusammenarbeiten, um Ihr Geschäft auszubauen und im Leben all Ihrer Kunden den Unterschied zu machen.

Fragen Sie Ihren Gebietsleiter über unsere **erfrischende Perspektive**.

Für weitere Informationen
Deutschland:
06071 305-100
06071 305-150
www.coopervision.com

Für weitere Informationen
Österreich:
01 310 12-50
01 310 12-51
www.coopervision.com

Für weitere Informationen
Schweiz:
0842 266737
0844 266737
www.coopervision.com



Dr. Hans-Georg Häusel



**“OHNE EMOTIONEN
MACHT DER KUNDE
KEIN GELD LOCKER.”**

Für den Diplom-Psychologen, der beim damaligen Direktor des Max-Planck-Instituts für Psychiatrie über Gehirnforschung promoviert hat, wäre eine Universitätskarriere durchaus vorstellbar gewesen, doch Hans-Georg Häusel konnte dieser Verlockung widerstehen und entschied sich guten Mutes dagegen: „Im klassischen Wissenschaftsbetrieb sind die Regeln sehr eng gesteckt, ich aber wollte lieber Grenzen sprengen und herkömmliche Theorien auch mal ver-gessen können.“

Neue Forschungsansätze aufzugreifen und durchzusetzen, ist Hans-Georg Häusel auch außerhalb des universitären Rahmens bes-tens gelungen. Der Schwabe, der in München lebt, ist eloquenter Fachmann für Neuro-marketing (siehe Kasten). Auf dem Gebiet der Hirnforschung und bei ihrer Übertra-gung auf Fragen des Konsumverhaltens, Mar-ketings und Marken-Managements gehört er zu den weltweit führenden Experten.

Neuromarketing im Trend

Häusel ist Vorstand bei der Gruppe Nym-phenburg Consult AG. Seit über 40 Jahren unterstützt das Münchner Beratungs- und



BRYAN ADAMS

TITANflex®

Die Brille für Männer

Eschenbach Optik GmbH | Nürnberg | www.eschenbach-optik.de

Kauf mich!

Marktforschungsunternehmen führende internationale Hersteller und Handelsunternehmen von der Marken-Positionierung bis zur Point-of-Sale-Umsetzung. Zu den Kunden von Nymphenburg gehören Henkel, Nestlé oder Metro. Mit großem Erfolg begleitete man kürzlich das Schweizer Handelsunternehmen Migros bei der Entwicklung und Realisierung einer neuen, modernen Ladengeneration. Nymphenburg Consult - derzeit 38 Mitarbeiter - spielte schon vor 25 Jahre eine Vorreiterrolle, als man die Prozesse zu analysieren begann, die tagtäglich in den Köpfen der Konsumenten stattfinden, wenn sie an den Regalen entlang schlendern, Warenangebote prüfen und schließlich etwas kaufen.

Häusel, der auch Dozent an der Hochschule für Wirtschaft in Zürich ist, räumt in seinen Büchern und Vorträgen mit dem Mythos des rationalen Kunden auf: „70 Prozent unserer Entscheidungen laufen unbewusst ab. Tief im limbischen System verankerte Grundemotionen, Nervenbotschaften und Hormone sind die eigentlichen Kräfte, die uns antreiben.“ Das Schmieröl für gutes Marketing heißt Emotionalisierung: „So banal es klingt, wer den richtigen Auslöser beim Kunden drückt, kann dessen Kaufentscheidung maßgeblich beeinflussen.“

Neuromarketing: Der Logenplatz im Kopf des Kunden

Neuromarketing ist ein relativ neues, kontrovers diskutiertes interdisziplinäres Forschungsgebiet des Marketings, bei dem Befunde aus der klassischen Psychologie, der Ökonomie und der Hirnforschung herangezogen und miteinander verschmolzen werden. Ziel ist es, Genaueres über die so genannten „wahren“ Bedürfnisse und Wünsche von Konsumenten herauszufinden. Mit Versuchsreihen, bei denen mit Hilfe von Kernspintomographie beobachtet wurde, welche Gehirnbereiche beim Anblick unterschiedlicher Marken wie Pepsi oder Coca Cola aktiviert werden, wurde Neuromarketing erstmals einer breiten Öffentlichkeit bekannt. Neben dem Messen der Gehirnströme interessieren sich viele Neuromarketingexperten auch für die Anatomie des Gehirns, Hormonhaushalte und Botenstoffkonzentrationen.

Drei Kernbotschaften des Vortrags:

1. Kaufentscheidungen fallen weitgehend unbewusst.
2. Alles, was im Gehirn keine Emotionen auslöst, ist sinn-, wert- und bedeutungslos.
3. Die Trennung von Geld ist für's Gehirn wie Zahnweh.

Der Kunde ist irrational

Die Versuchung, solche Erkenntnisse auch in Bezug zum eigenen Kaufverhalten zu setzen, verkneift sich der Vater zweier Töchter. „Ich bin Hedonist von Haus aus. Anfällig allerdings bei allen Produkten, die mit Technik und Lesen zu tun haben.“ Wer mit Neuromarketing sein Geld verdient, wird heute immer noch in manchen Kreisen als „Verführer oder gar Satan“ gescholten, weiß er. Doch Häusel trägt's gelassen. Schon immer hat es ihm gefallen, beruflich Neuland zu betreten. Bereits der Berufseinstieg nach dem Diplom bescherte ihm eine solche Herausforderung: Häusel war enger Mitarbeiter des Münchner Polizeipsychologen Georg M. Sieber, der gängige Konzepte polizeilichen Handelns über den Haufen warf. Die von ihm in den 1970er Jahren mitentwickelte so genannte Münchner Linie zur Deeskalation - „Vorrang psychologischer Mittel vor Anwendung unmittelbarer Gewalt“ - wurde zum Vorbild für die ganze Bundesrepublik.

Buchtipps:

Hans-Georg Häusel,
**Emotional Boosting –
Die hohe Kunst der
Kaufverführung**, 2009.

Individualität mit System

Kundenbindungs-systeme

Geburtstags-aktionen

Weihnachts-mailings

Einzel-aktionen

EURONET [dws]

**Direktwerbung
in einer neuen Dimension**

www.euronet-dws.de

EuroNet Software AG • Augustinusstr. 9C • 50226 Frechen-Königsdorf
Tel. (02234) 4000-0 • Fax (02234) 4000-80 • info@euronet-sw.de

TRENDY 2012



Jürgen Meyer
ZVA Vizepräsident,
Hannover/Düsseldorf

„Der Erfolg des Trendy gibt uns Recht. Wir haben wieder mehr Bewerber um den Marketingpreis der deutschen Augenoptik.“



Die Notwendigkeit, im regionalen oder lokalen Umfeld auf seinen Betrieb, auf seine Dienstleistung aufmerksam zu machen, wird immer wichtiger. Die individuelle Betreuung durch den Augenoptiker vor Ort ist nicht ersetzbar. Darauf müssen wir aufmerksam machen. Deshalb brauchen wir ein Podium für die Kreativität unserer Kollegen. Aus diesem Grunde ist der ZVA auch in diesem Jahr wieder als Sponsor des Trendy dabei.“

Dieter Dohr
Vorsitzender der Geschäftsführung GHM Gesellschaft für Handwerksmessen mbH, München

„Wer als Augenoptiker Erfolg haben will, braucht neben absoluter Fachkompetenz auch ein gelungenes Marketing. Der Trendy belohnt jedes Jahr witzige, spannende und nachhaltige Ideen. Wir freuen uns, als Messeveranstalter gemeinsam mit SPECTARIS und dem ZVA den Trendy 2012 präsentieren zu können.“



LONG
LIVE
V!NTAGE

Fossil (Europe) GmbH - 08661 622 6055



Long Live Vintage™

EXP 11 | 2011

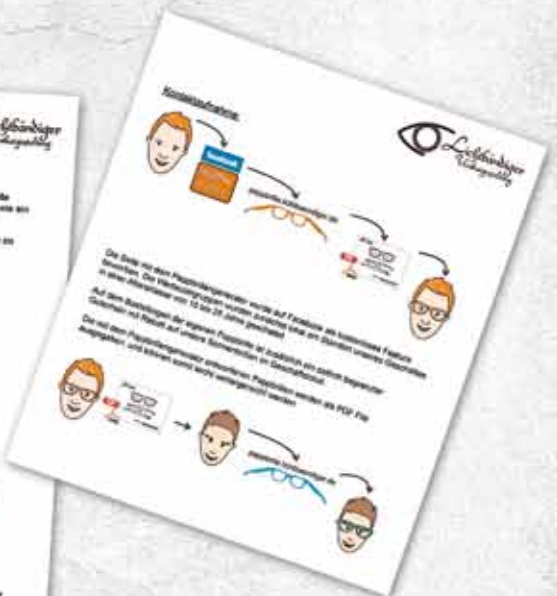
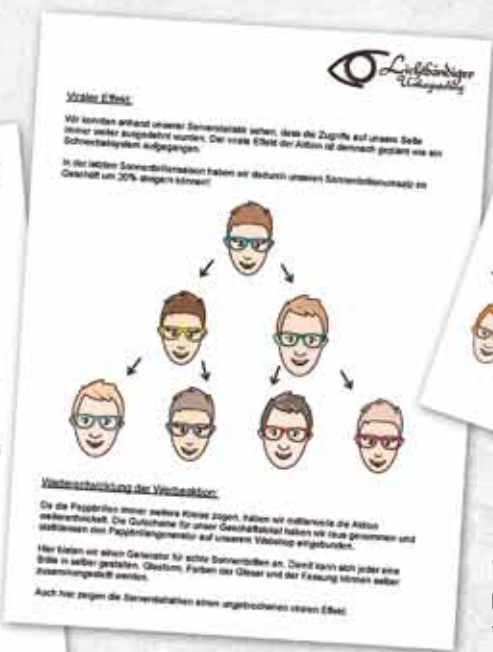
BRILLENMODE 2011

Klar? Klar!

Weniger ist mehr! Das dachte sich der Augenoptikermeister Akram Husseini, als er im April dieses Jahres sein Geschäft in Darmstadt eröffnete. In einem nahezu gesättigten Markt ein mutiger Schritt. Da hilft nur eine besondere Positionierung! In diesem Fall dreht sich alles um KLAR. Alles klar?!



Klar
Schulstr.4
64283 Darmstadt
Tel. 06151/501 14 66
www.klar-augenoptik.de



Optik Lichtbändiger
Hauptstr. 23
52249 Eschweiler
Tel. 02403/94742 40
www.lichtbaendiger.de

Papierbrillen!

Da kommt Freude auf! Auf der Webseite von Optik Lichtbändiger aus Eschweiler können sich die Besucher eine individuelle Papierbrille zusammenstellen. Dann wird ausgedruckt und ausgeschnitten, fertig ist die Gag-Brille aus Papier. Ein enormer viraler Effekt, den Thomas Froitzheim in Gang gebracht hat. In diesem Sommer konnte er dadurch 20 Prozent mehr Sonnenbrillen verkaufen. Kein Pappenstiel!



IPRO – LOOKING FORWARD



für Augenoptiker und Hörgeräteakustiker



IPRO-Software

Modular, skalierbar, kompatibel, maßgeschneidert.



IPRO-Support

Aktiv, sicher und immer auf dem neuesten Stand.



IPRO-Services

Sich weiterbilden, coachen lassen und gewinnen.



Rasen(d) gut!

Da muss man erst mal drauf kommen: Rechtzeitig zur Bundesgartenschau in Koblenz lässt Carlo Wagner ein Auto mit Kunstrasen höchster Qualität bekleben, zieht einen Gärtnerkittel an und wird damit zum absoluten Hingucker auf Koblenzer Straßen. TV-Auftritte, Fotoshootings mit Bürgermeister und Spitzenpolitikern waren die Folge, die Presse berichtete ausführlich. Wagners Werbung indes ist ganz dezent am Außenspiegel angebracht.



Wagner - Brillen-Beratung

Schloßstr. 53
56068 Koblenz
Tel. 0261/915 66-0
www.wagner-brillen-beratung.de



Optik Weis
Mollner Straße
35418 Buseck
Tel. 06408/26 87
www.optik-weis.de

Von Sinnen!

Es mal richtig krachen lassen! Zur Galannacht der Sinne lud im Januar Alfred Weis und sein Team. Den Sinnen wurde einiges geboten: Kulinarisch und musikalisch. Für die Augen, dem wichtigsten Sinnesorgan, gab es Aufklärung in Sachen optimaler Brillengläser. Und der Chef organisierte zudem einen Luftgitarrenwettbewerb. Sinnvoll!



THE VISION CARE
INSTITUTE™
of
Johnson & Johnson ...

Wenn Theorie auf Praxis trifft!

Seien auch Sie 2012 dabei!



Dynamisch, interaktiv und immer mit dem Blick auf die Praxis – so macht Lernen Spaß und hilft Ihnen, Kundenwünsche besser zu verstehen. In kleinen Gruppen erweitern Sie Ihre Fachkompetenz und verbessern somit die Basis Ihres Erfolges als Kontaktlinsenspezialist!

„ Das war mit Abstand das beste Seminar, das ich auf diesem Gebiet bisher besucht habe! Ich kann es nur jedem empfehlen und würde es selber jederzeit wiederholen.

(Gisela König, Seminarteilnehmerin)



Alle im THE VISION CARE INSTITUTE™ in Prag oder London angebotenen Kurse erfolgen in hochmodernen Schulungs- und Anpassräumen, die Ihnen gemeinsam mit Ihren Kollegen Zugang zu interaktiver und audiovisueller Technik bieten.

Seien Sie dabei!

Melden Sie sich noch heute an:

+49 (0)40 52 97 32 54 ESInfo@its.jnj.com www.esi-online.de

Weitere Informationen erhalten Sie von Ihrem ACUVUE® Account-Manager oder unter den genannten Kontaktmöglichkeiten.



Happy Birthday!

Ein Jubiläum ist immer ein guter Grund auf die Werbetrommel zu hauen. Rainer Wittenberger hat den 15. Geburtstag seines Ladens ein ganzes Jahr lang gefeiert. Alle drei Monate gab es ein neues Gewinnspiel mit Fragen, die sich auf das Geschäft bezogen und Preisen, die zum Mitmachen anlockten.

Optik Wittenberger
Münchener Str. 1
82266 Inning am Ammersee
Tel. 08143/77 74
www.optik-wittenberger.de



Prost!

Auch nicht schlecht: Die Sehtest-Weinflasche als Give-Away beim Augenoptiker. Sorgt beim Verzehr für Gesprächsstoff – und darauf kommt's ja an. Na dann Prost!

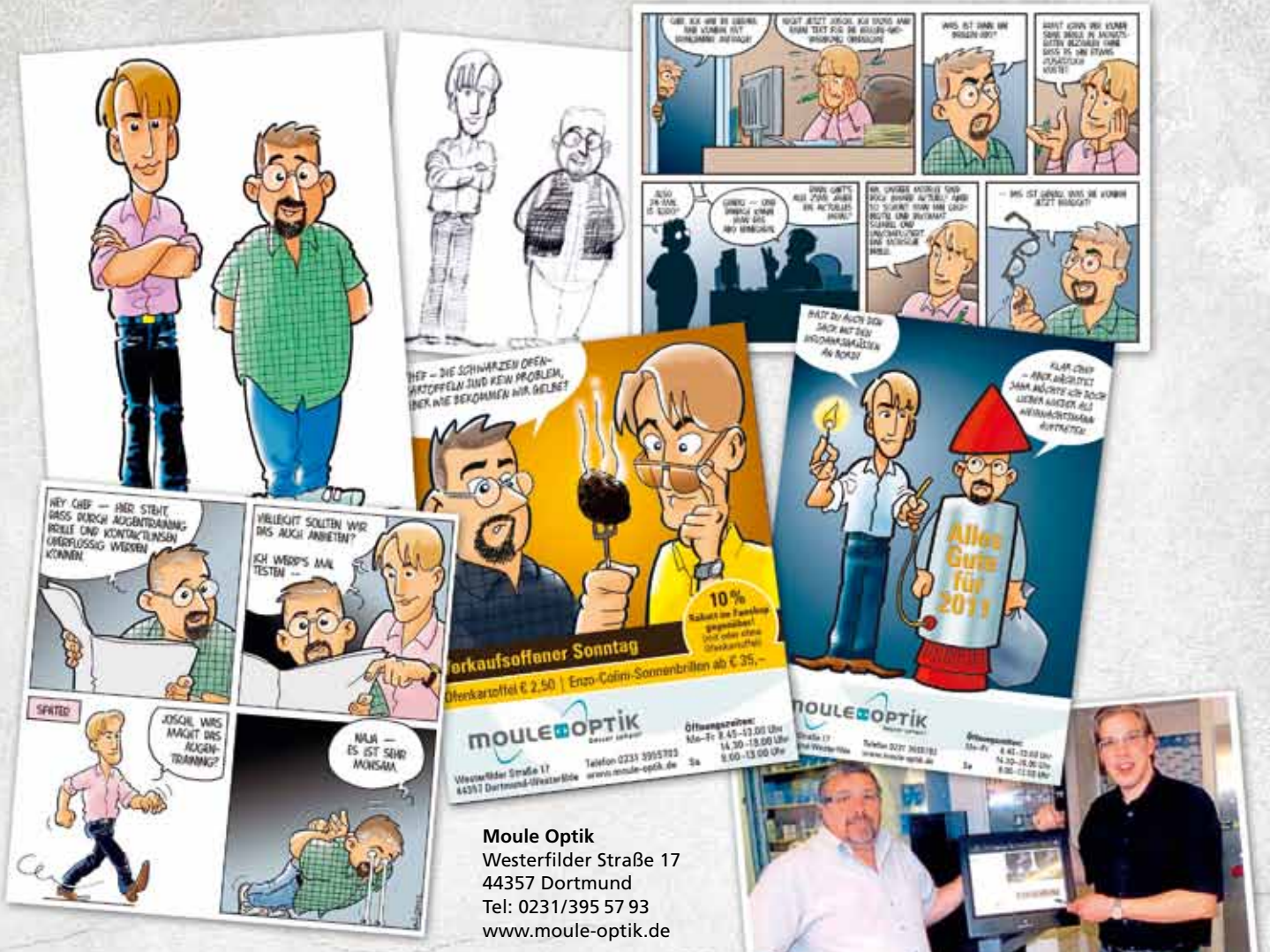
Schäfers Optik GmbH
Berenbosteler Str. 76
30823 Garbsen
Tel. 05137/88 98-0
www.schaefer-optik.de



Mod.Nr. 3011 100

Performer Lifestyle Sonnenbrillen

Style. Schutz. Sicht. PERFEKT  IN IHRER GLASSTÄRKE



Knall! Zack! Peng!

Der Optiker als Comic-Figur! Wie toll ist das denn? Die Idee dazu hatte Oliver Moule aus Dortmund, der einen befreundeten Karikaturisten fragte, ob er nicht lustige Comics zeichnen könne, die sich rund um die Brille und das Augenoptikerhandwerk drehen. Gesagt, gezeichnet. Nun erscheinen die Comics regelmäßig in Dortmunder Lokalzeitungen. Boah Eye! Hammer!



Adler oder Maulwurf...?

...das möchte Katrin Kraft gern von ihren Kunden wissen. Mit handgeschriebenen Postkarten lädt sie persönlich zu einem unverbindlichen Sehtest ein. Kommt „tierisch“ gut an, wie sie versichert.

KONTAKTLINSEN VON MENICON

www.menicon.de



Menicon

Menicon GmbH · Odenwaldring 44 · 63069 D-Offenbach
fon +49 (0) 69 840008-10 · fax +49 (0) 69 840008-19 · kundenservice@menicon.de



Über Stock und Stein

Schon zum 8. Mal lud Oehm Optik aus Neunkirchen in diesem Jahr zum Mountainbike Wettbewerb - und 173 Menschen kamen. Eine inzwischen fest etablierte Veranstaltung, bei der an alles gedacht wird: Die Teilnehmer können sich kostenlos Probe-Linsen anpassen lassen und dürfen Sportbrillen ausprobieren. Vor dem Rennen über 40 und 80 Kilometer hält der örtliche Pfarrer sogar eine Andacht.

Oehm Optik
 Kölner Straße 156
 57290 Neunkirchen
 Tel. 02735/77 52 0
www.optik-siegen.de



Spieglein, Spieglein an der Wand...

...wer hat das schönste Brillengesicht in Bad Belzig? Das wollte die Inhaberin Juliane Dschurny auch in diesem Jahr wieder wissen. Der Gewinner konnte sich über eine hochwertige neue Brille freuen. Zudem war er für ein Jahr lang das Brillengesicht in der Werbung von „Die Brille am Markt“. Eine Aktion, die auch im nächsten Jahr weiter geführt wird.

Die Brille am Markt
 Marktplatz 4
 14806 Bad Belzig
 Tel. 033841/44 09 65
dieBrilleamMarkt@web.de



Ich sach ma:

yes, we can.

2011 hat MPG&E im Gegensatz zu anderen sein Engagement im Geschäftsbereich der individuellen Kontaktlinsen verstärkt.

Mit unseren ECCO-, COMPACT-, DREAMLENS- und NATURAL FIT-Produkten bieten wir auch in Zukunft innovative weiche und formstabile Kontaktlinsen an, die eine qualifizierte und individuelle Versorgung auf höchstem Niveau erlauben.

 **MPG&E**
Kontaktlinsen. Professionell.



Bücher brauchen Augen

So schafften es Thomas Hogenmüller und sein Team, einem Sterbehospiz 1.300 € zu spenden: Aufruf an die Bevölkerung, ausgelesene Bücher doch bitte im Geschäft abgeben! Dann eröffnete man mit 2.000 Büchern einen Stand auf dem Weihnachtsmarkt. Motto: Suchen Sie sich so viele Bücher aus, wie Sie wollen, und spenden Sie dafür so viel, wie sie können. Da ließ sich niemand lumpen.



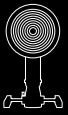
Thomas Hogenmüller
 Brillen + Contactlinsen
 Fabrikstr. 8
 77736 Zell a.H.
 Tel. 07835/54 90 30
www.optik-hogenmueller.de



Rätsel bringen Kunden

Völlig unterschätzt aber hochwirksam: Rätsel. Diese Erfahrung machte Augenoptiker Peter F. Winhold aus Dortmund, der das ganze Jahr über unterschiedliche Rätsel in der lokalen Presse veröffentlichte, bzw. in seinem Schaufenster und Ladenlokal ausstellte. Ein enormer Ansturm! Kunden kamen nur deshalb ins Geschäft, um die neuen Rätsel zu lösen und zu gewinnen. Klar, dass viele neue Kunden gewonnen werden konnten.

Optik Winhold
 Harkortstr. 36
 44225 Dortmund
 Tel. 0231/77 23 74
www.optik-winhold.de



OCULUS Keratograph

Topograph, Keratometer, Pupillometer und Tränenfilm-Scanner

**Wer sein Handwerk
versteht ...**



**... weiß neueste
Technologie zu nutzen!**

Lassen Sie sich auf der OPTI 2012 überraschen.

www.oculus.de

 **OCULUS®**



Vorsicht gute Werbung!

Mit Info-Flyern zu verschiedenen Aspekten rund ums Sehen macht Stefan Lahme auf seine zwei Geschäfte in Ingolstadt aufmerksam. Echte Hingucker, die beim Betrachter Neugier wecken, z.B. wenn er liest: Vorsicht Sonne! Eine Broschüre, in der über den richtigen Augenschutz mit Sonnenbrillen aufgeklärt wird.

Sichtbetont – City + West
Ludwigstr. 36
85049 Ingolstadt
Tel. 0841/13 31
www.sichtbetont.de



125. Jubiläum: Ab in die Stadthalle

Wenn schon, denn schon, sagte sich Christian Krog und mietete flugs für das 125-jährige Firmenjubiläum die Stadthalle in Höxter. Im März wurden dort ab 11.00 Uhr vormittags über 1.000 Brillen ausgestellt, Tombola-Lose verkauft und Brillengesichter gesucht. Und: Brillen mit Sonderrabatt unters Volk gebracht. Umsatz knapp 40.000 € in nur sechs Stunden!

Krog Optik GmbH
Martin-Luther-Str. 11
37671 Höxter
Tel. 05271/2467
www.optik-krog.de

WENIGER MÜDE AUGEN

NEU:

Orgalit® Wellness-Brillengläser

DAS NEUESTE GLASDESIGN
VON OPTOVISION
FÜR ENTSPANNTES UND
ERMÜDUNGSFREIES SEHEN.

MADE IN GERMANY

www.optovision.com

optoVision®

...noch einmal

Jörg Löhr

von 15.50 bis 16.35 Uhr
und dann...



2. Kaffeepause

> 16.35 bis 17.00 Uhr

Christian Gansch



"SEI INDIVIDUALISTISCHER TEAMPLAYER!"

Christian Gansch, 1960 in Österreich geboren, kennt die Musik ebenso wie die Wirtschaft. Er ist klassisch ausgebildeter Musiker und Dirigent, hat aber über den schönen Umweg als Musikproduzent auch die internationale Business-Welt kennengelernt. Nach dem Studium an der Musikhochschule Wien kam er als Violinensolist zu den Münchner Philharmonikern und war bereits mit 21 Jahren Chef von 20 Leuten – eine Erfahrung, die ihn früh für den Mikrokosmos Orchester sensibilisiert hat. Als Dirigent engagierte ihn u.a. das City of Birmingham Symphony Orchestra, das Deutsche Symphonie Orchester Berlin, das Pariser Orchestre Philharmonique de Radio France und das NHK Symphony Orchestra Tokyo. Bis heute produzierte Gansch mehr als 190 CDs, darunter mit Pierre Boulez, Claudio Abbado und Anna Netrebko.

Vision und Leidenschaft mit dem Taktstock

Zu den Komponisten, für die Christian Gansch besonders brennt, gehören Anton Bruckner und Beethoven. Der Dirigent kommt ins Schwärmen: „Beide schufen Musik, die nicht einfach nur hochwertige Klassik ist, sondern auch eine spürbare metaphysische Kraft besitzt.“ Zu den Höhepunkten seiner bisherigen Dirigentenkarriere gehört nicht zufällig die 9. Symphonie von Beethoven, die er mit dem Orchester Teatro la Fenice in Venedig zum Klingen gebracht hat. „Leidenschaft“, so sagt Gansch an anderer Stelle, „ist das Vermögen, die Mühen zugunsten einer Vision zu ertragen.“

sinfonisches consulting



Ein Unternehmen ist das Spiegelbild eines Orchesters und umgekehrt. Davon ist der Dirigent überzeugt. „Jedes Orchester besteht aus vielen Abteilungen, und jede Abteilung hat zwei bis drei Führungskräfte mit Stellvertretern. Der Dirigent gibt das Konzept vor, die Vision. Die technische Umsetzung obliegt den Abteilungsleiterinnen und Abteilungsleitern des Orchesters.“ Aus einer Vielzahl an kompetenten Individualisten ein homogenes und erfolgreiches Ganzes entstehen zu lassen, also Einheit aus Vielfalt zu schaffen, sei eine Herausforderung, die Orchester und Unternehmen gleichermaßen zu bewältigen hätten. Die Kunst dabei sei, die Individualisten richtig einzubinden. Für das Orchester gilt: „Es muss das Solo geben, und es muss die Sinfonie geben. 60 Streicher dürfen nicht eine Flöte übertönen.“

„Topmanager“, so sagt Gansch mit Nachdruck, „kann man heute nicht mehr mit Powerpointpräsentationen abspeisen. Rezepte, Belehrungen, auch nüchterne Sätze können einfach keine Inspiration bringen.“ Deshalb reagiert er auf die Frage nach den Kernbotschaften seines Vortrags auch mit Unverständnis: „Kernthesen ohne emotionale Botschaft und ohne Funken, sind wie Musiknoten, die nicht gespielt werden.“

Bei seinem originellen Blick hinter die Kulissen der Orchesterwelt geht es Christian Gansch aber gerade darum: „Funken entfachen, Impulse anstoßen, Inspiration schenken.“ So viel kann der Referent immerhin verraten: „Es wird Musik von Klassik bis James Brown zu hören sein.“

Vom Dirigenten lernen

Mit der von ihm gegründeten Firma „Gansch & Partner – sinfonisches consulting“ vermittelt Christian Gansch diese Erkenntnisse in Vorträgen, Seminaren und Workshops. Immer geht es dabei um die verblüffenden Gemeinsamkeiten zwischen Unternehmens- und Orchesterstrukturen und was sich daraus für den Managementalltag ableiten lässt. „Das Orchester ist eine Metapher, die funktioniert – auch wenn es dort enger ist als im Büro.“ Zu den besonderen Angeboten von „sinfonisches consulting“ gehören Seminare mit Orchester, in denen das orchestrale Wechselspiel der Kräfte erlebt werden kann. Teilnehmer können in die Rolle des Dirigenten schlüpfen und die Wirkung ihres Handelns testen.

„Ohne Leistung keine Kreativität; Gefühle sind ebenso wichtig wie die Vernunft und allzu viel ist ungesund; ohne Pausen, keine Leistung.“

Buchtipps:

Christian Gansch: Vom Solo zur Sinfonie. Was Unternehmen von Orchester lernen können, Eichborn, Frankfurt am Main 2006.

Christian Gansch: Wer auftritt, muss spielen. Die drei Schritte zur Führungskompetenz, Eichborn, Frankfurt am Main 2008.



OWP

Joey Kelly



**“ES REICHT MIR NICHT,
NUR EINER MITTEN
DRIN ZU SEIN.”**

G

eboren 1972 in Gamonal (Spanien) als achter Spross der zwölf Kelly-Geschwister wurde Joey Kelly schon als Kind ins Showgeschäft hineinkatapultiert. Mit wildem Gitarrenriff und Rock'n'Roll Stimme begeisterte er bei der legendären Kelly-Family (siehe Kasten) ein Millionenpublikum. Vier Jahre lang managte er das Familienunternehmen, zu dem auch eine eigene Plattenfirma gehörte. Doch früh schon ging Joey Kelly eigene Wege, entdeckte den Ausdauersport und absolvierte hier die unglaublichsten Leistungen abseits des Scheinwerferlichts.

Popstar mit langem Atem

Mit Erfolg absolvierte Joey Kelly acht (!) Ironman-Wettbewerbe innerhalb eines Jahres - ein Rekord, der vor ihm noch keinem gelang. Ein „Ironman“ - die längste ausgetragene Langstrecken-Distanz im Triathlon - umfasst eine Schwimmdistanz von 3,86 km, eine Radfahretappe von 180,2 km und einen Marathonlauf (42,195 km) - und all das musste direkt nacheinander bewältigt werden. Ob ein Fußmarsch durch Deutschland von Wilhelmshaven bis zur Zugspitze oder die Teilnahme am „Wettlauf zum Südpol



visionen trends impulse
perspektiven innovationen
erkennen zuhören morgen
blickwinkel marketing ideen
handeln umsetzen zukunft
weitsicht diskutieren chance
aus überzeugung dabei.

pricon | WERKSTATT & SHOP WARE

pricon GmbH & Co. KG · www.pricon.de · 06131 -97133-0

in 100 Tagen“ - Joey Kelly schreckt seitdem vor keiner Herausforderung mehr zurück - im Gegenteil, er sucht sie. „Ich hatte Wettkämpfe, bei denen ich auf allen Vieren angekommen bin, aber ins Ziel habe ich es bis jetzt immer geschafft.“



Doch die Anstrengung lohnt: „Beim Ausdauersport lernt man Werte wie Geduld, Ausdauer, Stärke, Ruhe, Ausgeglichenheit.“ Genau das vermittelt der 38-Jährige in seinen Vorträgen vor Führungskräften großer Unternehmen, aber auch vor Jugendlichen. Beim Azubi-Aktionstag in Schleswig-Holstein zeigte er, wie man durch Sport Selbstvertrauen gewinnt. Der dreifache Familienvater mit dem irischen Akzent ist auch sozial engagiert. Ob für den RTL-Spendenmarathon oder die Jose Carreras Gala, regelmäßig schwitzt Joey Kelly für den guten Zweck. „Ich mache das, was ich tue freiwillig, und deshalb mit Freude.“

Die drei Kernbotschaften des Vortrags:

- Ziele setzen
- Ausdauer haben
- Leidenschaft entwickeln



Die Kelly-Family - eine singende Legende.

Ende der 1960er Jahre waren der Antiquitätenhändler Daniel Jerome Kelly und seine zweite Frau Barbara Ann aus den USA nach Spanien übergesiedelt und begannen - inspiriert von der dortigen Folklore - gemeinsam mit den sechs älteren Kindern zu musizieren. Die Kelly-Family war geboren, der Aufstieg rasant: 1975 Debüt im spanischen Fernsehen, dann Tourneen durch Europa und Amerika. 1994 das Album „Over the Hump“, das alle Rekorde brach. Ob Bambi oder Goldene Europa, ein Regen an Auszeichnungen ergoss sich über die Kult-Band, die Fußballstadien füllte.

Heute sind nur noch wenige der ehemals neun Geschwister der Kelly-Family im Musikgeschäft tätig.

Neueste
Sehen 3.0
Technologie

Sehen wie ein Luchs

scharf · kontrastreich · farbig

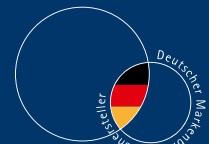


www.brillenglas.de



Bestes Sehen durch neueste Mess- und Brillenglas-Technologien von r+h:

- 1 Modernste Augenprüfung**
Punktgenaue Augenvermessung mittels Wellenfront.
- 2 Hochpräzise 3D Videozentrierung**
Punktgenaue Brillenglas-Positionierung durch VINZENT.
- 3 Feinstabgestufte Markenbrillengläser**
Punktgenau berechnet und gefertigt mit r+h Freiformtechnologie.



Die Gäste des SPECTARIS-Trendforum 11/12

(Anmeldestand: 25. Oktober 2011)

A

Esther Adam · Esther Göltzer Augenoptik · Berlin
Marion Adam · BRIAG Brillen Curdt · Lüneburg
Ute Adam-Lamprecht · Augenoptik Ernst Kastner · Bamberg
Thomas Akiyama · Aoyama Optical Germany · Potsdam
Elke Altenhof · Optiker Löw · Berlin
Vieth Andrea · Hoya Lens Deutschland GmbH · Mönchengladbach
Katharina Aspelmeier · Optik ramer · Konstanz
Walter Aspelmeier · Optik Kramer · Konstanz

B

Birte Baars · Ciba Vision · Großostheim
Jessica Bachmann · Das Brillenabo · Berlin
Claudi Bäcker · Optik Eggers · Cuxhaven
Gerold Bäcker · Optik Eggers · Cuxhaven
Christoph Bajohr · BAJOHR OPTIC · Einbeck
Kerstin Bajohr · BAJOHR OPTIC · Einbeck
Sarah-Christina Bajohr · BAJOHR OPTIC · Einbeck
Manfred Bankhofer · GHM · München
Frieder Barnikel · Optik Schmidt · Nürnberg
Mandy Bartosik · Augenoptik Klöter · Zehdenick
Christoph Baum · ZVA · Düsseldorf
Jan Dirk Baumgarten · Viehoff Gruppe · Münster
Ralf Baumgartl · Hoya Lens Deutschland GmbH ·
Mönchengladbach
Alexandra Baur · Wöhlk-Contact-Linsen · Schönkirchen
Dr. Helmut Baur · Binder Optik AG · Böblingen
Hans Beckmann · Beckmann Optik · Lauterberg
Sven Behm · Rupp + Hubrach · Bamberg
Bernd Behrens · 4Care AG · Kiel
Jürgen Beil · Apollo Optik · Roth
Karin Bell · Brillen Bell · Münster
Klaus Bell · Brillen Bell · Münster
Axel Belmann · Ciba Vision · Großostheim
Michael Berg · Markt Intern · Düsseldorf
Michael Berner · Gutsch-Optik · München
Peter Bickert · Sauflon Pharmaceuticals · Großostheim
Martin Birk · Brillen Birk · Simmern
Peter Bischoff · Ciba Vision · Großostheim

Uwe Bischoff · Müller-Welt Contact-Linsen · Stuttgart
Astrid Blannarsch · Kästner Optik · Stuttgart
Uwe Blannarsch · Kästner GmbH · Stuttgart
Hans-Jürgen Bode · Optik Ackermann · Wolfsburg
Anke Bode · Optik Ackermann · Wolfsburg
Kai Bohrenkämper · Johnson & Johnson Vision Care ·
Norderstedt
Nicole Boldt · Bausch & Lomb · Berlin
Britta Born · Aoyama Optical Germany · Potsdam
Maike Böcker · Carré · Idstein
Thomas Bösch · Alcon Pharma · Freiburg
Ronald Bösche · Bösche Optik · Berlin
Ellen Bösche · Bösche Optik · Berlin
Werner Bothorn · Optik Bothorn · Ochtrup
Ulrike Braig · Stratemeyer · Bochum
Thomas Brauer · Conta Optic · Ludwigsburg
Dr. Jürgen Bräunlein · Dr. Jürgen Bräunlein Kultur &
Medien · Berlin
Peter Brehm · Optik Plus Marketing Ring · Celle
Michael Bruckner · Essilor · Freiburg
Reiner Brück · mka-die-agentur · Köln
Klaus Büchner · Brillen Büchner · Wuppertal
Marco Buglowski · Sauflon Pharmaceuticals · Großostheim
Daniel Buhr · Breitfeld & Schliekert · Karben
Nathalie Buijs · SPECTARIS · Berlin
Claudia Bürger · Augenoptik Bürger · Zittau
Thomas Bursche · Bursche Brillen · Berlin

C

Dr. Mirko Caspar · Mister Spex · Berlin
Sigbert Cerny · Ciba Vision · Großostheim
Carina Currie · DOZ · Heidelberg
Mirko Cys · Bursche Brillen · Berlin

D

Christian Daiber · Fielmann AG · Hamburg
Will Darms · Darms Augenoptik AG · Ilanz
Johannes Day · JDIC · Mainz
Ehme de Riese · Ehme de Riese - DER OPTIKER · Wolfsburg
Julia Debus · pricon GmbH & Co.KG · Mainz
Christian Dehn · Schulz Optische Fabrik · Glücksburg
Frank Dekker · Ciba Vision · Großostheim
Stefan Deselaers · EuroNet Software AG · Frechen-
Königsdorf

JETZT BEI SAUFLON!

WELTNEUHEIT



- Weltweit erste **torische** Silikon-Hydrogel-1-Tageslinse
- zwei Zylinder, sechs Achsenlagen, kostenlose Anpasslinsen
- hohe Sauerstoffdurchlässigkeit, niedriger Modulus, mit UVA/UVB-Schutz

SAUFLON KONTAKTLINSEN & PFLEGEMITTEL
Tel.: +49 (0)6026 9977-0 · Fax: +49 (0)6026 9988655
info@sauflon.de · www.sauflon.de

 SAUFLON

Armida di Lorenzo · SPECTARIS · Berlin
 Giovanni Di Noto · di noto optic · Bückeberg
 Jens Dierks · ice-optic Neuss GmbH & Co.KG · Neuss
 Barbara Dinkel · Hossfeld & Zahn · Bamberg
 Elke Dobisch · ED_Marktforschung · München
 Marcus Dodt · Dodt Optikerei · Gütersloh
 Dieter Dohr · GHM · München
 Christian Döhr · Johnson & Johnson Vision Care · Norderstedt
 Felix Dölger · Schwind Optik · Aschaffenburg
 Kay Dollt · OS IT-Service · Pforzheim
 Stefan Domagalski · Heini Weber Hören und Sehen · Kassel
 Björn Donner · Menicon · Offenbach
 Winhold Döring · Graphicon GmbH · Frankfurt
 Ulrike Dornhöfer · Heini Weber Hören und Sehen · Kassel
 Hans Peter Dornhöfer · Heini Weber Hören und Sehen · Kassel
 Herbert Dornieden · IGA OPTIC · Datteln
 Dr. Christine Drentwett · Rodenstock · München
 Hannelore Drochner · Optik Drochner · Berlin
 Joachim Drochner · Optik rochner · Berlin
 Michael Drücker · Drücker Optik · Stadtlohn
 Michael Dumm · Wagner + Kühner · Bad Kreuznach
 Jürgen Dzierzawa · Look Meisteroptik · Esslingen

E

Michael Eberz · eberz feine Augenoptik · Bonn
 Rita Eberz · Michael Eberz Augenoptik · Bonn
 Markus Eckert · Eschenbach · Nürnberg
 Jens Ehlert · Wagner + Kühner · Bad Kreuznach
 Sven Empen · Empen Optik · Tettngang
 Peter Erdmann · GDE · Berlin
 Wolfgang Erdmann · GDE · Berlin
 Joe Eßwein · Menrad · Schwäbisch Gmünd
 Hajo Etzler · VDCO · Arnberg

F

Angelika Fällgren · Younger Optics · Maintal
 Susanne Färber · Opticland Die Brille · St. Ingberg
 Hans Fern · CooperVision · Eppertshausen
 Elisabeth Ferstl · Ciba Vision · Großostheim
 Matthias Fiedler · Die Brille · Berlin
 Oliver Fischbach · Hoya Lens Deutschland GmbH ·
 Mönchengladbach
 Jan Thore Föhrenbach · Ciba Vision · Großostheim
 Prof. Manuel Fraatz · VDCO · Berlin

Peter Frankenstein · SPECTARIS · Berlin
 Wolfgang O.H. Fricke · Optiker Fricke · Bremen
 Jürgen Frischholz · Apollo Optik · Weiden
 Dr. Richard Fröhlich · CooperVision · Eppertshausen
 Jürgen Fröhning · Stratemeyer · Bochum
 Thomas Froitzheim · Lichtbändiger · Eschweiler
 Heinrich Fuller · OWP · Passau

G

Patrik Gamblin · Lafont · Paris
 Christian Gansch · Gansch & Partner · München
 Katja Gastrecih · IGA OPTIC · Datteln
 Dr. Joachim Gauck · Berlin
 Robert Gaulke · EuroNet Software AG · Frechen-Königsdorf
 Eva Gebhardt · Iglhaut Brillen · Cham
 Matthias Geertz · Geertz Optic · Mölln
 Claudia Geertz · Geertz Optic · Mölln
 Michael Geller · Hoya Lens Deutschland GmbH ·
 Mönchengladbach
 Marina Gerber · Optik Bölter · Forchheim
 Wolfgang Gerber · Optik Bölter · Forchheim
 Lutz Gerndt · Augenoptik Gerndt · Finsterwalde
 Thomas Giebeler · Rupp + Hubrach · Bamberg
 Ralf Gladbach · Augenoptik Horn · Overath
 Hartmut Glaser · WVAO · Mainz
 Markus Glöckner · DOZ · Heidelberg
 Joachim Goerdts · ZVA · Düsseldorf
 Nadine Goldbach · FOCUS · Ratingen
 Jennifer Goldenstede · SPECTARIS · Berlin
 Esther Göltzer · Esther Göltzer Augenoptik · Berlin
 Detlef Göttlich · Hoya Lens Deutschland GmbH ·
 Mönchengladbach
 Dr. Gerold Gotsch · Lühr-Optik GmbH · Verwaltung · Hamburg
 Dirk Graber · Mister Spex · Berlin
 Martin Graf · Eyebizz
 Volker Grahl · MPG&E · Bordesholm
 Michael Grasmück · Menicon · Offenbach
 Rainer Graßmann · Optik Graßmann · Hannover
 Sven Griebert · Fielmann · Hamburg
 Friedrich Grimm · Koch Optik AG · Otelfingen
 Edgar Grobber · Stratemeyer · Bochum
 Gordon Gröfke · marktrausch · Kiel
 Jürgen Groß · Sehenswert · Hamburg
 Christoph Großkreuz · Alcon Pharma · Freiburg
 Dieter Grossewinkelmann · Optik Stu-
 dio Grossewinkelmann · Gütersloh
 Inge Grossewinkelmann · Optik Stu-
 dio Grossewinkelmann · Gütersloh
 Daniela Grumbach · Eschenbach · Nürnberg



SEIKO EMBLEM
Gleitsichtgläser mit
maximalem Komfort

SEIKO

H

Oliver Haarmann · Zillgen Gruppe · Burscheid
Stefan Haase · Wöhlk-Contact-Linsen · Schönkirchen
Enver Hadzic · Silhouette · Ludwigsburg
Carolin Hahn · pricon GmbH & Co.KG · Mainz
Frank Hahnelt · Eschenbach · Nürnberg
Almir Hajdarpasic · Qype · Hamburg
Irk Halter · Augenoptik Halter · Bad Kreuznach
Frank Andreas Hammer · Brillen Hammer · Landau
Thomas Hannes · Hannes & Kollegen · Berlin
Ulrich Hansbuer · DRB Media · Berlin
Harald Hartmann · SPECTARIS · Berlin
Maik Hartung · Carl Zeiss Vision · Aalen
Andreas Hartwig · W. Hartwig · Heikendorf
Maren Hartwig · W. Hartwig · Heikendorf
Wilfried Hartwig · W. Hartwig · Heikendorf
Hermann Haug · Poschmann und Neff · Karlsruhe
Dr. Hans-Georg Häusel · Gruppe Nymphenburg · München
Dirk Havers · Die Brille Teigelkötter · Werne
Andreas Heinreich · Decker Optik · Berlin
Ulrich Helmingsmeier · Der Brillenmacher Schütte · Berlin
Christine Hentschel · SPECTARIS · Berlin
Stefan Herburg · AOS GmbH · Dortmund
Till Herzog · GfK · Nürnberg
Bernd Heumann · Fielmann AG · Hamburg
Marcus Hilpert · bon · Lübeck
Kirsten Hirschmann · Hirschmann Laborgeräte · Eberstadt
Marten Hobé · VDCO · Düsseldorf
Jörg Hochleitner · Brillen-Profi-Contact GmbH ·
Kaufbeuren
Christine Höckmann · DOZ · Düsseldorf
Annett Hoffmann-Theinert · Bellavista · Berlin
Sieglinde Hofmann · Optiker Neese · Uelzen
Bernd Hofmann · Hofmann Optik · Wentorf
Alexandra Hofmann · Schwind Optik · Aschaffenburg
Klaus Hogrebe · IGA OPTIC Mues & Sternemann · Recklinghausen
Heinz Jürgen Höniger · Optic & Vision · Wangen
Margret Hormann · Aoyama Optical Germany · Potsdam
Wolfgang Hossfeld · Hossfeld & Zahn · Bamberg
Thomas Hövekenmeier · Essilor · Freiburg
Jutta Humburg · Augenoptik Klöter · Zehdenick
Regina Hutter · Optiker Schütz · Pforzheim

I

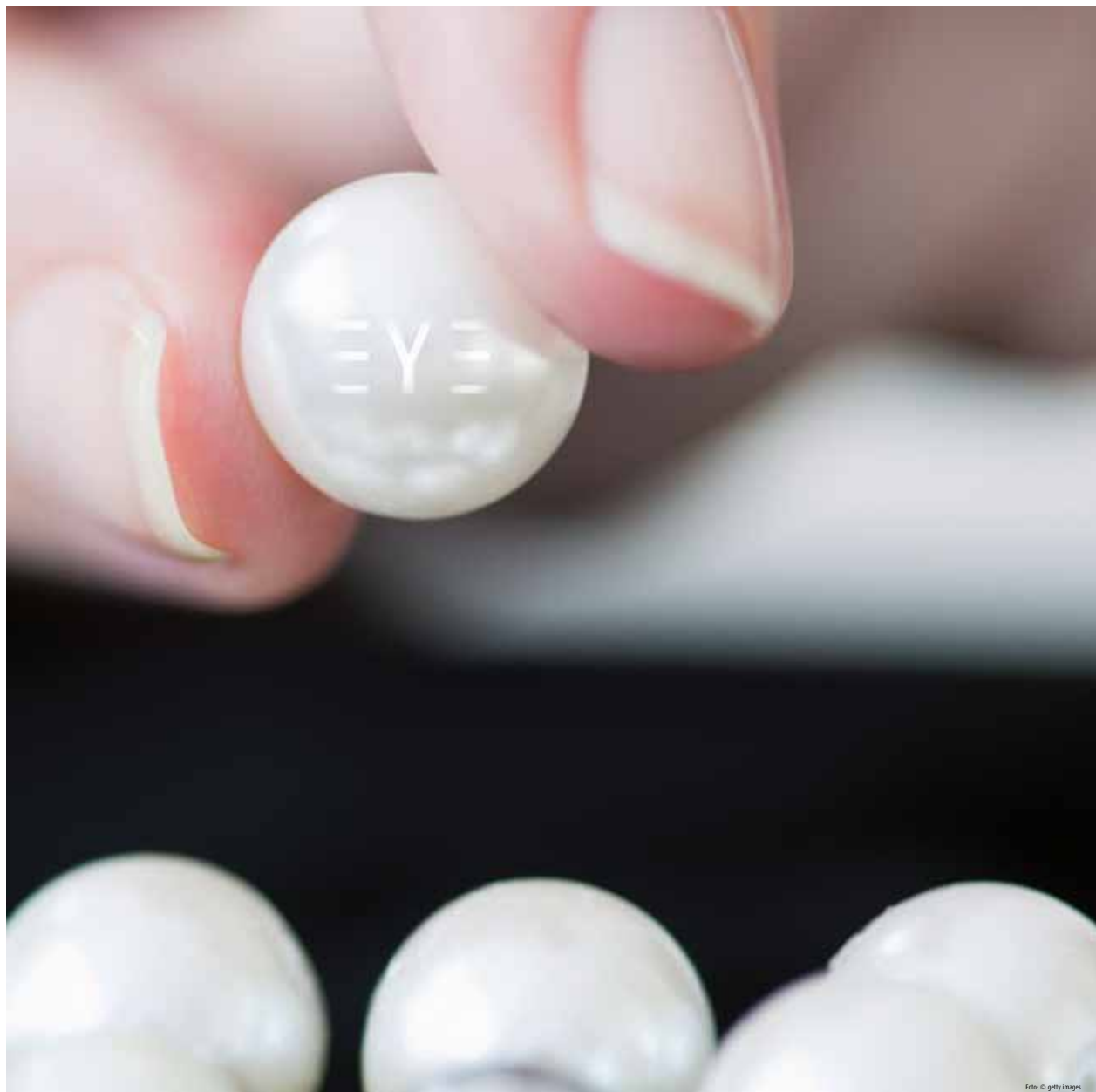
Peter Iglhaut · Iglhaut Brillen · Cham
Gundula Ihde · Bausch & Lomb · Berlin

J

Reinhard Jacob · Analytikjena/DOCTER · Jena
Jürgen Jainta · Optiker Schütz · Pfortzheim
Florian Jansen · Optic Jansen · Willich
Rainer Jarck · Creativ Consult · Ahrensburg
Peter Jensen · Lindberg · Berlin
Ines Jonen · Jonen Augenoptik & Hörakustik · Wesseling
Lutz Jurkat · 2 do Werbeagentur · Hamburg

K

Jochen Kaber · bon · Lübeck
Norbert Kähler · Brillenwerkstatt · Berlin
Simone Kammer · SPECTARIS · Berlin
Oliver Kastalio · Rodenstock · München
Andreas Kaubisch · Augenoptik Meise · Chemnitz
Markus Kaufmann · Rupp + Hubrach · Bamberg
Bernd Kaukal · Optiker Bode · Bremen
David · Kellner · Rodenstock · München
Joey Kelly · Neuss
Ingo Kemmer · Optikernetz GmbH · Dortmund
Philipp Kemper · Berlin
Frauke Kern · Berlin
Martin Kitz · Kitz Kommunikation · Bonn
Bernhard Kleikamp · Viehoff Gruppe · Münster
Johannes Kleikamp · Augenoptik Viehoff · Münster
Niko Kleiner · Wir sind die Brille Schöttinger · Kandel
Andreas Kleinkamp · Rodenstock · Berlin
Frank Klimmek · Optik Klimmek · Berlin
Anke Kloppenburg · Augenoptik Kloppenburg · Idstein
Klaus Kloppenburg · Augenoptik Kloppenburg · Idstein
Annette Kluger · Eschenbach · Nürnberg
Adele Knigge · SPECTARIS · Berlin
Stephan Kohl · Augenoptik Kohl · Kall
Udo Köhler · Silhouette · Ludwigsburg
Thomas Köhler · bon · Lübeck
Prof. Joachim Köhler · Beuth Hochschule Berlin · Berlin
Frank Kollwitz · bon · Lübeck
Wolfram Kons · RTL · Köln
Claudia Köplin · CooperVision · Eppertshausen
Dr. Bastian Körber · Fielmann AG · Hamburg
Matthias Köste · pricon GmbH & Co.KG · Mainz
Gordon Krause · eye couture · Berlin
Kai-Friedrich Kreuzler · Knebl, Schnaubert & Partner RA ·
Böblingen
Kerstin Kruschinski · Kuratorium Gutes Sehen · Berlin
Ansgar Kuhl · Augenoptik Kuhl · Veltin
Anton Kuhn · Carl Zeiss Vision · Aalen
Marco Künzel · Bausch & Lomb · Berlin
Christoph Kuppe · Kuppe Augenoptik · Grobostheim



» *Perle*

Wir fertigen **EXKLUSIV** für den Optiker-Fachhandel – unabhängig von großen Konzernen, langen Entscheidungswegen und Preisbindungen.
Wir machen was wir wollen: hochwertige, individuelle Brillengläser. www.stratemeyer.com

statt Kette. «

L

Nicole Christine Läbe · CooperVision · Eppertshausen
 Wolfgang Lacknermeier · Wetzlich · Viersen
 Werner Lamprecht · Augentoptik Ernst Kastner · Bamberg
 Alexander Lang · Sauflon Pharmaceuticals · Großostheim
 Gerhard Langseder · Brillen-Profi-Contact GmbH · Kaufbeuren
 Peter Laueremann · Kastner Brillen · Fürth
 Stefan Laueremann · Kastner Brillen · Fürth
 Sabine Le Plat · Binder Optik AG · Böblingen
 Carsten Leutloff · QOM · Berlin
 Bernhard Lietz · bon · Lübeck
 Ute Limberg · Augentoptikerverband NRW · Dortmund
 Thorsten Lindeholz · bon · Lübeck
 Volker Lindner · CooperVision · Eppertshausen
 Jörg Lips · Bursche Brillen · Berlin
 Christine Löber · Klinke Optik · Oberursel
 Wolfgang Löber · Optik Klinke · Oberursel
 Rebekka Locke · Kuratorium Gutes Sehen · Berlin
 Thomas Löhr · Fielmann AG · Hamburg
 Jörg Löhr · Augsburg
 Rupert Loibl · Rodenstock · München
 Peter Lopez · Essilor · Freiburg
 Dirk-Peter Lühr · LÜHR-Optik · Hamburg

M

Mark T. Mackenzie · Strategy With Vision · Birkenau
 Theo Mahr · DER AUGENOPTIKER · Leinfelden
 Horst-Dieter Martinkus · HDM Text · Hamburg
 Wilhelm Marx · Optikum · Straubing
 Uwe Karsten Mävers · Optik Mävers Misfeld · Norderstedt
 Josef May · Silhouette · Ludwigsburg
 Christopher Meier · Fielmann · Hamburg
 Louise Meiners · bon · Lübeck
 Christian Meinert · Carl Zeiss Vision · Aalen
 Robert Mergenthal · Sehenswert · Göttingen
 Kurt Mersmann · Visilab · Flughafen · Zürich
 Rüdiger Meurer · Opticland Die Brille · St. Ingberg
 Ines Meyer · Die Brille · Berlin
 Volker Meyer · Optimum · Bruchköbel
 Sabine Meyer · OWP · Passau
 Ronald Meyer · OWP · Passau
 Jürgen Meyer · ZVA · Düsseldorf/Hannover
 Ewald Micheletti · MICHELETTI OPTIK · Northeim
 Prof. Peter Moest · Beuth Hochschule Berlin · Berlin
 Oliver Moule · Moule Optik · Dortmund

Stefan Muckenfuss · Lafont · München
 Claus Uwe Müller · Hoya Lens Deutschland GmbH · Mönchengladbach
 Hartmut Müller · Ciba Vision · Großostheim
 Heidi Müller · Ihr Brillenhaus · Marienberg
 Heino Müller · GDE · Bonn
 Horst Müller · Cazal · Passau
 Marion Müller · Optikstudio Marion Müller · Leipzig
 Patrick Müller · Johnson & Johnson Vision Care · Norderstedt
 Rolf Müller · Optik Müller · Kempten
 Simone Müller · Optik Müller · Kempten
 Susanne Müller · Augentoptik Kotzenberg · Wülfrath
 Eberhard Müller-Menrad · Menrad · Schwäbisch Gmünd
 Hermann Müller-Menrad · Menrad · Schwäbisch Gmünd
 Janine Mündlein · bon · Lübeck
 Uwe Munzert · Rupp + Hubrach · Bamberg
 Kai Muth · IGA OPTIC · Datteln

N

Jobst Nagel · Planungsbüro Jobst Nagel · Ahrensburg
 Rolf Neumann · Optik Rolfes GmbH · Grevenbroich
 Frank Niederer · Buchmann Deutschland · Düsseldorf
 Margarete Niemann · Optik Plus Marketing Ring · Celle
 Stefan Nowak · Blickpunkt · Erlenbach

O

Beate Obersteiner · Cazal · München
 Andreas Oehm · Oehm Optik · Neunkirchen
 Michael Oswald · Essilor · Freiburg

P

Michael Pawlik · Schleicher Optik · Berlin
 Ekkehard Peschke · Peschke Optik · Berlin
 Kay Peters · Brillen Büchner · Wuppertal
 Dietmar Petzold · Beta Consult · Maintal
 Vera Pfeifer · WVAO · Mainz
 Peter Pilz · Sehenswert · Hamburg
 Hans-Peter Platten · Augentoptik Platten · Kastellaun
 Marcel Pohl · Essilor · Freiburg
 Joanna Poplawska · Bausch & Lomb · Berlin
 Joachim Popp · Rodenstock · München
 Vera Pöser · Johnson & Johnson Vision Care · Norderstedt
 Peter Posimski · AMA-Optik · Düsseldorf

R

Ernst Ramin · Optiker Ramin · Berlin
 Niels Rebien · Rebien Augentoptik · Triesen · Liechtenstein
 Henning Reichardt · Johnson & Johnson Vision Care · Norderstedt
 Michaela Reichardt · Augentoptik Kotzenberg · Wülfrath

XTRActive™ XTRADunkel!



Transitions und das Design-Element „Swirl“ sind eingetragene Warenzeichen und XTRActive ist ein Warenzeichen von Transitions Optical, Inc. © 2011. Transitions Optical, Inc. Die Tönungseigenschaften werden von Temperatur, UV-Strahlung und Linienmaterial beeinflusst.

Mit Transitions® XTRActive™ Brillengläsern empfehlen Sie Ihren Kunden XTRA-starken Lichtschutz! Nie zuvor wurden unsere Alltags-Brillengläser so dunkel: Mit Tönungseffekt sogar im Auto und einer Aufhellung in Innenräumen sind diese Gläser die neueste Errungenschaft in der Reihe dynamischer Brillengläser von Transitions Optical.



In Innenräumen

Im Auto

Im Freien

neu... Transitions® XTRActive™
DYNAMISCHE BRILLENGLÄSER

www.transitions.com

Jochen Reinke · Pressebüro Reinke · Berlin
Laurie Reinke · Berlin
Lidia Ricco · GHM · München
Bernhard Richter · Augenblick Optik Richter ·
Geisenheim
Jens Richter · EuroNet Software AG · Frechen-
Königsdorf
Gunter Richter · Augenblick Optik Richter · Beeskow
Peter Ripka · Werbeagentur Gute Arbeit · Düsseldorf
Hans-Joachim Rieckhof · Carré · Idstein
Katrin Rißmann · AMO Germany · Ettlingen
Andreas Ritter · GHM · München
Mirjam Rösch · Hoya Lens Deutschland GmbH ·
Mönchengladbach
Bernd Ropella · Ropella OPTIC ACTUELL · Greifswald
Jürgen Roth · Apollo Optik · Weiden
Stefan Rüdiger · Nika Optics · Winnigen
Thomas Rudolph · Contactlinsen-Niemand-Optik e.K. ·
Berlin

S

Franz Salzig · Fielmann AG · Hamburg
Margret Sandkaulen-Jansen · Optic Jansen · Willich
Lutz Schaefers · CooperVision · Eppertshausen
Olaf Schäfer-Messing · eberz feine · Augenoptik · Bonn
Stefan Scharnbeck · Optik Scharnbeck · Potsdam
Stephan Schenk · Markt Intern · Düsseldorf
Dominic Schepplmann · 2 do Werbeagentur · Hamburg
Anton Scherer · Sauflon Pharmaceuticals · Großostheim
Astrid Schiller · Optik Schiller · Paderborn
Friederik Schiller-Bunte · Optik Schiller · Salzkotten
Olga Schindler · Breitfeld & Schliekert · Karben
Michael Schlechtriemen · Alfes Optik & Akustik ·
Niederfischbach
Anett · Schmidt · Barth · Optik · Lichtenstein
Frank Schmidt · Barth Optik · Lichtenstein
Mathias Schmidt · Essilor · Freiburg
Heiko Schmidt · Ophthalmica · Rathenow
Marita Schmidt · Ophthalmica · Rathenow
Volker Schmiscke · Silhouette · Ludwigsburg
Christine Schmitt · Rupp + Hubrach · Bamberg
Norman Schneck · Schneck Optik · Leinfelden-
Echterdingen
Inge Schönweitz · Schönweitz Optic · München
Thomas Schönweitz · Schönweitz Optic · München

Karl-Heinz Schöttinger · Wir sind die Brille Schöttinger ·
Kandel
Sven Schötz · Silhouette · Ludwigsburg
Oliver Schratz · Sauflon Pharmaceuticals · Großostheim
Kirsten Schröder · Conta Optic · Ludwigsburg
Dr. Ralf Schulze · Chemnitz
Hauke Schulze-Gunst · Augenoptik Schulze-Gunst · Berlin
Carsten Schünemann · IGA OPTIC · Datteln
Jörg Schürholz · Schürholz Brille und Linse · Essen
Kevin Schütt · Kevin Schütt Optik · Hamburg
Nadja Schütte · Carré · Idstein
Tim Schütte · Der Brillenmacher · Bad Oeynhausen
Dagmar Schwall · Eyebizz · Öhningen
Petra Schwarz · Rupp + Hubrach · Bamberg
Michael Schwarzenhölzer · Sauflon Pharmaceuticals ·
Großostheim
Helmut Schweda · IGA OPTIC · Datteln
Stefanie Schweitzer · Menrad · Schwäbisch Gmünd
Bernhard Schwenk · FFA München · München
Frank Seibel · AMO Germany · Ettlingen
Helga Seiler · Prolens AG · Tagelswangen
Stephan Sievers · Uhren + Optik Sievers · Husum
Thomas Sikora · Opticproject · Grävenwiesbach
Tom Smits · Silhouette · Ludwigsburg
Andreas Soletic · Hoya Lens Deutschland GmbH ·
Mönchengladbach
Lutz Spannhuth · Görtz · Hamburg
Renate · Sroke · Sroke · Optik · Dresden
Wilfried Sroke · Sroke · Optik · Dresden
Karen Stalf · CooperVision · Eppertshausen
Frank Stecher · AMO Germany · Ettlingen
Wolf-Dieter Steffens · Buchmann Deutschland ·
Düsseldorf
Karin Stehr · Viva Brillenmode · Hamburg
Udo Stehr · Viva Brillenmode · Hamburg
Hermann Stemplinger · Sauflon Pharmaceuticals ·
Großostheim
Hans-Wilm Sternemann · IGA OPTIC · Datteln
Jan Stoiber · Werbeagentur Gute Arbeit · Düsseldorf
Henning Stracke · Bad Arolsen
Roswitha Stracke · Bad Arolsen
Heidrun Streich · Look Meisteroptik · Esslingen
Ralph Streitt · Eschenbach · Nürnberg
Annett Strüwing · Johnson & Johnson Vision Care ·
Norderstedt
Sabine Strübing · Bausch & Lomb · Berlin

Wagner + Kühner

Brillen und Marketingtools die begeistern!

EYEWEAR
WWW.SOLIVER.COM

s.Oliver

Basic



HELLO
KITTY

MORE & MORE

Pepe Jeans
EYEWEAR

Polaroid
Polarized Sunglasses

s.Oliver

WK+

Wagner + Kühner GmbH

Telefon: 0671-88 61 80 | Fax: 0671-74 66 8

info@wagner-kuehner.de

www.wagner-kuehner.de

Wolfgang Stürmer · becker + flöge · Hannover
Hartmut Sy · Berlin

T

Jutta Tanskanen · Bursche Brillen · Berlin
Kai Tautereit · Gohlis Optik · Leipzig
Katy Tautereit · Gohlis Optik · Leipzig
Heiner Tente · Koberg & Tente · Münster
Ursula Tente · Koberg & Tente · Münster
Katja Thiede · Kuratorium Gutes Sehen · Berlin
Ralf Thiehofe · Rupp + Hubrach · Bamberg
Michael Thöne · becker + flöge · Hannover
Jörg Tischer · DER AUGENOPTIKER · Leinfelden-
Echterdingen
Anna Trabert · Brillen Trabert · Fulda
Hermann-J. Trabert · Brillen Trabert · Fulda
Monika Trabert · Brillen Trabert · Fulda
Thomas Truckenbrod · ZVA · Düsseldorf/Leipzig

U

Alexander Uebele · Axel. S. Modebrillen · Löffingen
Paul-Michael Unger · Brillen · Dittmar · Jüterbog
Dirk Uthoff · Optik Vatthauer · Osnabrück
Dr. Dietmar Uttenweiler · Rodenstock · München

V

Bernd van Meer · graphics · Berlin
Hans-Dieter Voigt · Offenbach
Christel Volmer · H. Volmer GmbH · Meppen
Hubert Volmer · H. Volmer GmbH · Meppen
Joachim Volz · Delker Optik · Sinsheim
Markus von Fuchs · Schwarz Kelwing Wicke Westphahl ·
Berlin
Tanja von Prittwitz · Optic + Vision · Berlin

W

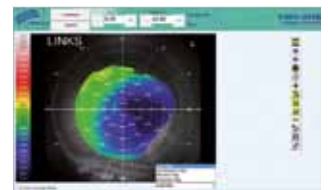
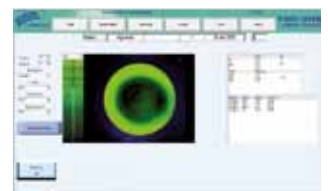
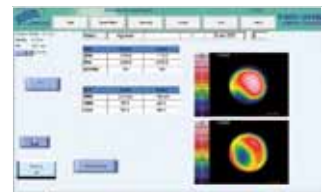
Stefan Wabner · Berlin
Kunigunde Wagner · Rodenstock · München
Frank Walenda Schulz · Optische Fabrik · Glücksburg
Wolfgang Wander · Wander-Optik GmbH · Neubrandenburg
Daniela Waterböhr · SPECTARIS · Berlin
Anja Weber · Optik Weber · Bietigheim-Bissingen

Tilmann Weber · Essilor · Freiburg
Dr. Klaus Wehmeyer · Mailshop · Mühlacker
Wibke Wehmeyer · Mailshop · Mühlacker
Annika Wehrmann · Schmiedeke Optik · Berlin
Jens Wehrmann · Schmiedeke Optik · Berlin
Claudia Weidner · GHM · München
Dr. Tobias Weiler · SPECTARIS · Berlin
Gisa Weingartz · Blue Moon CC · Neuss
Andrea Wenner · CooperVision · Eppertshausen
PD Dr. Wolfgang Wesemann · Höhere Fachschule für Augenoptik ·
Köln
Ralf Westenberger · MPG&E · Bordesholm
Wolfgang Westenhöfer · Hoya Lens Deutschland GmbH ·
Mönchengladbach
Karsten Wetzel · Brilllegalerie Wetzel · Kassel
Karl-Heinz Wilke · Wilke Optik · Hamburg
Marcus Willbold · Optikum · Straubing
Michael Willner · becker + flöge · Hannover
Armin Winkler · PPG Industries · Ostfildern
Jan Wolter · SPECTARIS · Berlin
Michaela Worf · Johnson & Johnson Vision Care · Norderstedt
Michael Wurm · AMA-Optik · Düsseldorf

Z

Birgit Zander · Zander + Partner · Berlin
Petra Zapsky · Menicon · Offenbach
Christian Zickenheimer · Zickenheimer Optik · Lörrach
Peter Ziem · Conta Optic · Ludwigsburg
Stefan Zillgen · Zillgen Gruppe · Burscheid
Horst Zimmermann · Brandt Augenoptik · Giessen
Roswitha Zimmermann · Brandt Augenoptik · Giessen
Thorsten Zuckrigl · Blickpunkt · Mörfelden
Johannes Zupfer · Ciba Vision · Grobostheim





L80 – DAS ERSTE 4-IN-1 GERÄT

Autorefraktor / Keratometer / Topograph / Aberrometer

- > Super-Refraktion basierend auf Wellenfront Technologie
- > Vollautomatische, bedienerunabhängige Messung
- > Messungen bei kleinen Pupillendurchmessern (2mm)
- > Messung der Akkomodationsbreite
- > Visus Simulation
- > Zentrale und periphere Keratometrie
- > Hochauflösende Aberrometrie mit bis zu 1500 Punkten
- > Trennung von refraktiven und Kornea Aberrations Befunden
- > Topographie mit bis zu 100000 Punkten
- > Topograph für Kontaktlinsenanpassung und Kornea-Diagnostik
- > Sehr schneller Prozess (in weniger als 10 Sek.)



2010 | 2011



Mit freundlicher Unterstützung von

Der Augenoptik-Markt in Deutschland Ein erster Überblick über Strukturen, Potenziale und Trends

- Branchenstruktur 4
- Vergleichsweise niedrige Insidenzquote bei Augenoptikern 4
- Augenärzte 4
- Anzahl der Brillen- und Kontaktlinsesträger in Deutschland 6
- Angebotsvielfalt bei Brillen und Kontaktlinsen 6
- Hebel zur Marktvergrößerung 7
- Struktur auf Lieferantenniveau 7
- Augenoptik im Internet 8
- Werbeaufwendungen der Branche 8
- Produktrends 2011 8
- Brillentrends: Große, runde Gläser verschaffen Weitsicht – Grau und Silber adeln lässige Looks 8
- Brillennormen 9
- Demokratisierung der Mode 9
- Brillenglas-Trends 9
- Kontaktlinsen wichtige Ergänzung zur Brille 9
- Refraktive Chirurgie mit Seitwärtsbewegung 10
- Fertiggläser profitieren von Naturverbundenheit 10
- Schlechtes Sehen im Straßenverkehr: Bevölkerung weiterhin zurückhaltend bei Selbsttest 10
- Potenziale und Ausblick 10

- Umsatzverteilung nach Produktgruppen 16
- Korrektionsbrillen 17
- Brillengläser 17
- Brillenfassungen 19
- Kontaktlinsen 21
- Kontaktlinsen-Pflegeartikel 22
- Sonnenbrillen 24
- ERTAlight-Statistik 24
- Die Fehlsichtigen in Deutschland 25
- Brillen Träger 25
- Sehen im Straßenverkehr 25
- Sehen bei Bildschirmarbeit und Sport 25
- Kontaktlinsesträger 25
- Handel im Internet 25
- Fertiggläser 25
- Sonnenbrillen 25
- Aufgabebereitschaft beim Brillenkauf 25

Demografische Entwicklung

Bedeutung des Internet-Vertriebs in der Augenoptik

Die deutsche augenoptische Industrie im Überblick

- Außenhandel mit Gütern der augenoptischen Industrie 12
- Export 12
- Import 12
- Inlandsproduktion ausgewählter augenoptischer Erzeugnisse 12
- Allgemeine Konjunkturaldaten 12
- Entwicklung der Verbraucherpreise 12
- Entwicklung der Erzeugerpreise 12
- Entwicklungstendenzen des Auslandsabsatzes der deutschen Brillenglasindustrie 13
- Gesamtabsatzentwicklung Brillengläser 13
- Entwicklung des Auslandsabsatzes nach Gläserarten 13

Die Augenoptiker in Deutschland

- Branchenumsatz 2010 12
- Augenoptische Fachgeschäfte 12
- Datenschicht bei den Basis-Kennzahlen der Branche (2006 zu 2007) 12
- Beschäftigungssituation 13
- Filialisten 14
- Krankenkassen-Umsätze seit 2004 unbedeutend 15

Internationale Märkte der Augenoptik

- EU-Länder-Importe augenoptischer Erzeugnisse 48
- Der deutsche Markt im europäischen Vergleich: Eine GfK-Analyse 48
- Verbesserungen 48
- Die Augenoptiker in Europa: Vergleich der Top-Hauptmärkte 48
- Schweden 48
- Slowakei 48
- Slowenien 48
- Schweiz 48
- Spanien 48
- Tschechien 48
- Ungarn 48
- Zypern 48

Augenoptik-Märkte Europas

- Belgien 51
- Belgien 51
- Dänemark 52
- Estland 55
- Finnland 54
- Frankreich 56
- Griechenland 59
- Großbritannien 60
- Irland 51
- Italien 52
- Lettland 53
- Litauen 59
- Luxemburg 60
- Malta 61
- Niederlande 63
- Österreich 63
- Polen 64
- Portugal 65
- Rundreisen 67
- Der Kontaktlinsenmarkt in Europa 51
- Der Sonnenbrillenmarkt in Europa 51

Augenoptik-Märkte außerhalb Europas

- Australien 51
- Hongkong 51
- Indien 51
- Japan 51
- Malaysia 51
- Südkorea 51
- Taiwan 51
- USA 51
- Vereinigte Arabische Emirate 51

Fachzeitschriften

Messen

Impressum

Marktdaten komprimiert: Neue SPECTARIS-ZVA-Branchenstudie „Augenoptik – Märkte und Trends – national und international“

Ein hilfreiches Arbeitswerkzeug, wenn es darum geht, aktuelle Marktdaten schnell zur Hand zu haben, ist die jüngste SPECTARIS-ZVA-Branchenstudie „Augenoptik: Deutschland und die Welt – Märkte, Consumer und Trends 2010/2011“.

Neben einer Einführung in die Strukturen der Branche und die Brillen- und Kontaktlinsen-Trends, enthält die 130-seitige Datensammlung (mit 315 Graphiken und Schaubildern) Informationen über die wirtschaftliche Lage des Augenoptiker-Handwerks und der augenoptischen Industrie, über die Gruppe der Fehlsichtigen sowie die zunehmende Bedeutung des Internet-Vertriebs in der Augenoptik. Das Branchenwerk enthält zudem Export- und Importzahlen aller EU-Länder, angereichert um zahlreiche Charts und einen europäischen Vergleich der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), sowie Daten zum europäischen Kontaktlinsen- und Sonnenbrillenmarkt. Darüberhinaus portraitiert die Branchenstudie die Augenoptik-Märkte von Australien, Hongkong, Indien, Japan, Malaysia, Südkorea, Taiwan, USA und den Vereinigten Arabischen Emiraten.

Die Studie ist nur in gedruckter Form erhältlich. Preise und Bestellung unter: www.spectaris.de

Oder gern auch auf dem kurzen Weg direkt bei SPECTARIS: Peter Frankenstein, Fon 030/41 40 21-24, frankenstein@spectaris.de Christine Hentschel, Fon 030/41 40 21-21, hentschel@spectaris.de

Unsere Marken:



Wöhlk Contactlinsen: Seit über 60 Jahren hergestellt in Deutschland.



 **Made in Germany**



wöhlk contactlinsen

PARTNERSCHAFT AUF GLEICHER AUGENHÖHE

SPECTARIS-TRENDFORUM 11/12: Die Frei-Maurer

*Peter Frankenstein
SPECTARIS
Consumer Optics*



*Dr. Tobias Weiler
Geschäftsführer SPECTARIS*



*Jochen Reinke
Kreativdirektor
des Trendforum*



*Jürgen Bräunlein
Text*



*Bernd van Meer
Grafik und Layout*

Stand der Technik bei POLARISATIONSGLÄSERN

GROSSE AUSWAHL AN MATERIALIEN UND KORREKTIONSWERTEN

1.5
KUNSTSTOFF

1.598
POLYCARBONAT

1.53
TRILOGY

1.60
MR8

1.67
MR10

PRODUKTMERKMALE

HOCHEFFIZIENTE TECHNOLOGIE
DES POLARISATIONSFILTERS

PRÄZISE FILMPOSITIONIERUNG
FÜR DÜNNERE GLÄSER

EXTREM HALTBARE
VERBINDUNG ZWISCHEN
POLARISATIONSFILM
UND GLASMATERIAL

GROSSE AUSWAHL
AN FARBEN UND GLASTYPEN

Produkteinführung von NuPolar 1.6®



POLARISATIONSGLÄSER VERBESSERN DIE SICHT ZU JEDER TAGESZEIT

www.nupolar.com

www.youngeroptics.com

e-mail: info@youngereurope.com

NUPOLAR®
polarisierende Korrektionsgläser

**YOUNGER
OPTICS** 
The Optical Lens Innovators

Notizen



MODERNE IMPULSE FÜR AKTIVES MARKETING UND MEHR KONTAKT VOM ZVA.

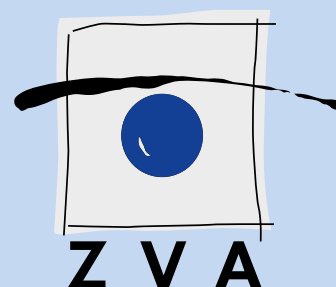


GUTE AUSSICHTEN FÜR IHR MARKETING.

Auch in den Jahren 2011 / 2012 wird es wieder TV-Spots der ZVA-Werbekampagne geben.

TV-Spots zu den Themen Sonnenbrille, Sehtafel und Dämmerung werden saisonal unterschiedlich eingesetzt.

Über die reine Image-Kampagne hinaus, wird die Werbung unter dem Motto „Alles zum Thema Gutes Sehen, Brille virtuell anprobieren und ein iPad-Gewinnspiel unter www.brillenprobe.de; Ihre Augenoptiker der Innung“ ins Internet verlängert. Die Kampagne wird dort mit Anzeigen, Bannern und einer eigenen Facebook-Kampagne kombiniert und erreicht so einen höheren Wirkungsgrad. Insgesamt haben die Werbespots ein moderneres und aktuelleres Ambiente bekommen und führen jetzt aktiv zurück zum einzelnen Innungsmitglied.



ES WIRD HEISS!

Internationale Optik-Trendmesse
13. - 15. Januar 2012
Neue Messe München
www.opti-munich.com



Ab Oktober
Tickets online kaufen:
www.opti-munich.com
Sparen Sie Zeit
und Geld!

GHM
Your Fair Partner

IDEEN, INNOVATIONEN & NEUE KREATIONEN – DIE OPTI '12 IST IHRE PREMIEREN-PLATTFORM!

Wir sehen uns in München!