

SCHWEIZER

Ausgabe 4 | 2024
ISSN 1420-0821

Optiker

Opticien suisse | Ottico svizzero

MARQUE DE VERRE DE PREMIUM
PREMIUM-GLASMARKE



L'ESSENCE DE LA VUE
DAS WESEN DES SEHENS



NOVACEL
SWISS OPTICAL



ROCK & Royal

WILLIAM MORRIS | LONDON

Info.de@designeyeweargroup.com / +49 461 995 890 69 / designeyeweargroup.com

Wertschätzung, Kompetenz und Überraschungen

Estime, compétence et surprises

Editorial von Denise Dollinger



«Bewusst zu kommunizieren ist der Türöffner zum Erfolg», sagt Petra Schwegler. Als Mitglied der Agentur Juni unterstützt die Luzernerin Augenoptikfachgeschäfte mit einem spezifischen Trainingskonzept bei der professionellen Kund:innenberatung. Dass sie dies mit grosser Leidenschaft macht, werden Sie, liebe Leserinnen und Leser, auf den folgenden Seiten gleich selbst bemerken. Im Interview unterstreicht die gelernte Augenoptikerin zudem, wie zentral Wertschätzung, Kompetenz und positive Überraschungen sind, wenn man die Kundenschaft zu Fans machen will.

Und mit ebenjenen Attributen wartete auch die jährliche Frühlingstagung des SBAO im letzten Monat auf. Zahlreiche Rednerinnen und Redner, die zu aktuellen und spannenden Fachthemen referierten, Preisverleihungen und angeregte Diskussionen standen im Zentrum der zweitägigen Veranstaltung in Bern.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Unterhaltung mit der aktuellen Ausgabe des Schweizer Optikers.

«Communiquer consciemment est la clé du succès», dit Petra Schwegler. En tant que membre de l'agence Juni, cette Lucernoise aide les magasins d'optique oculaire à conseiller leur clientèle de manière professionnelle grâce à un concept de formation spécifique. Vous constaterez vous-même, chères lectrices et chers lecteurs, dans les pages suivantes, qu'elle le fait avec beaucoup de passion. Dans l'interview, l'opticienne de formation souligne en outre l'importance de l'estime, de la compétence et de la surprise si l'on veut transformer la clientèle en fans.

Et c'est justement ces attributs que le congrès annuel de printemps de la SSOO a présentés le mois dernier. De nombreux orateurs et oratrices se sont exprimés sur des sujets d'actualité passionnants, des prix ont été décernés et des discussions animées ont été au centre de cette manifestation de deux jours à Berne.

Je vous souhaite un divertissement stimulant avec le numéro actuel de l'Opticien suisse.

Inhalt

Beratungsgespräch

4 Wie die Kundenschaft zum Fan wird

Verkaufsgespräch

6 Emotionen im Verkauf

Publireportage

8 OSS – eine Einkaufsgruppe im Dienst der Unabhängigkeit

Einkaufsgruppen | Groupements d'achat

9 Wer bietet was, für wen?
Qui propose quoi, pour qui?

Binokularsehen

15 Binokulare Auffälligkeiten erkennen und korrigieren

SBAO-Fachberatung

21 Optometrie auf dem neusten Stand

Eingerichtet

27 Wenn sich moderner Anstrich und alter Charme verbinden

30 Reklame | Publicité

Optic 2000

41 25 Jahre in der Schweiz

Open Day

44 Tag der offenen Tür des Technischen Berufsbildungszentrums in Teravano

Open Day

45 L'Open Day del Centro Professionale Tecnico di Teravano

Zwei Experten

46 Fragen aus dem optometrischen Alltag:

Recht im Alltag

48 Mietrecht

Gestion d'entreprise

50 Indispensable: slogan et logo

52 Personalien

53 Veranstaltungskalender

54 OPTIKSCHWEIZ | OPTIQUESUISSE

56 VBAO | AFPO

58 SBAO | SSOO

59 Terminplan

60 Stellenmarkt

66 Impressum | Blick zurück

Wie die Kundschaft zum Fan wird

Die Agentur Juni hat ein Trainingskonzept ausgearbeitet, das mit klaren Tools punktet und Einkaufserlebnisse schafft.

Text von Denise Dollinger

Ursprünglich war sie Augenoptikerin, bildete sich dann zur Verkaufsführerin weiter und absolvierte einen CAS an der HWZ Zürich in Customer Behavior. Geht es darum zu verstehen, was Kundinnen und Kunden wünschen, brauchen und warum sie welche Entscheidungen treffen, ist Petra Schwegler ganz vorne mit dabei. Im Interview mit dem «Schweizer Optiker» erklärt die Luzernerin mit viel Leidenschaft, was bei Beratungsgesprächen zentral ist. «In erster Linie geht es um Emotionen, Wertschätzung und Überraschungen und nicht um den Verkauf», sagt sie.

Frau Schwegler, was verstehen Sie unter einer professionellen und umfassenden Kund:innenberatung?

Petra Schwegler: Eine professionelle und umfassende Beratung soll ein Einkaufs-

erlebnis schaffen. Die Kundinnen und Kunden sollen überrascht werden, Wertschätzung erhalten und ihr Kaufentscheid soll bestätigt werden. Für mich fängt die professionelle und umfassende Beratung nicht erst bei der Refraktion oder bei der

Glasberatung an. In jedem einzelnen Bereich der «Kundenreise» ist es wichtig, die Kundinnen und Kunden abzuholen – und das von der Terminvereinbarung bis hin zur Kundennachbetreuung. Auch gehören zu einer professionellen und umfassenden Beratung die psychologischen Aspekte des Menschen. Diese zu kennen und zu berücksichtigen, gibt uns die Möglichkeit, den Beratungsprozess bis ins Detail zu optimieren.

Welche Skills braucht es dafür beziehungsweise wie kann man das erlernen?

Primär ist es wichtig, alle Phasen im Verkaufs- und Beratungsprozess aufeinander abzustimmen, damit diese ineinandergreifen und ein roter Faden entsteht. Zusätzlich sollten Werkzeuge und Hilfsmittel definiert werden, welche den Prozess unterstützen und vereinfachen. In einem Fachgeschäft sind es oftmals Details, welche den entscheidenden Unterschied machen. Wichtig ist für mich auch, dass es für alle – also von der Inhaberin bis hin zum Auszubildenden – umsetzbar ist. Ein zusätzlicher entscheidender Faktor ist, sich mit dem heutigen Konsumverhalten auseinanderzusetzen. Dies hat sich stark verändert.

Gibt es Schlüsselsätze für solche Gespräche?

Ja klar, die gibt es. Bewusst zu kommuni-

zieren ist der Türöffner zum Erfolg. Deshalb unterstütze ich dabei auch aktiv in meinen Trainings. Denn oftmals sind Einstiegsätze oder «wie sage ich etwas?» die erste kleine Hürde, die bezwungen werden muss. Storytelling und endverbraucherfreundliche Sprache runden diesen wichtigen Bereich ab. Unsere Kommunikation löst Emotionen aus, und diese sind massgebend für den Kaufentscheid. Würden Sie eher den «Haferbrei» oder den «Porridge» wählen?

Als Beraterin sind Sie regelmässig in Augenoptikfachgeschäften und analysieren die dortige Beratungssituation. Welche Situationen treffen Sie wiederholt an?

Ich habe immer wieder das Privileg, in bereits sehr erfolgreichen Fachgeschäften meine Analysen durchführen zu dürfen. Diese Geschäfte haben aber auch den Ansporn, sich den eigenen Prozessen zu stellen und sie durch Inputs von aussen weiterzuentwickeln. Durch das gemeinsame Durchleuchten, kritische Hinterfragen und Integrieren neuer Denkansätze kann ich oftmals damit überraschen, in wie vielen Bereichen noch einse Weiterentwicklung und Optimierung erzielt werden kann. Denn mit der Zeit wird man verständlicherweise etwas betriebs-, aber auch branchenblind. Ich hatte das Glück, all meine Überlegungen und Ideen selbst als Augenoptikerin am Kunden «testen» zu können. Dies gibt mir die Sicherheit, dass unsere Ansätze funktionieren und positive Erlebnisse entstehen.

Und positive Erlebnisse führen dazu, dass man darüber spricht ...

Genau. Die grössten Emotionen entstehen im Geschäft. Mit Wertschätzung, Überraschung und Kompetenz macht man die Kundschaft zu Fans. Zentral ist, dass man dies nur gemeinsam als Team erreicht. Möglich wird dies durch das Einhalten der definierten Prozesse und die Zusammenarbeit als eingespieltes Team in den unterschiedlichen Phasen.

Wie schafft man es, dass die Bindung über dieses einmalige Erlebnis bestehen bleibt?

Indem man die beim Kunden aufgebauten Emotionen immer wieder reaktiviert. Nach der überzeugenden Beratung und der angemessenen Brillenübergabe geht die Kundschaft stolz und zufriedener nach Hause. In ihrem Umfeld erhalten sie Komplimente und erzählen vom tollen Einkaufserlebnis. Längst wieder im All-

Die wichtigsten Punkte auf einen Blick:

- Bewusst ein Einkaufserlebnis schaffen und die Kund:innen immer wieder überraschen.
- Die Kundschaft in den Mittelpunkt stellen. Konsequenterweise auf die Individualität, die jeweiligen Bedürfnisse und die Interessen eingehen.
- Den Verkaufs- und Beratungsprozess aktiv durchleuchten, kritisch hinterfragen und bis ins Detail optimieren. Erst wenn man das Gefühl hat, «das ist übertrieben», ist man auf dem richtigen Weg.
- Sich mit seiner eigenen Einstellung auseinandersetzen und die Komfortzone verlassen.
- Die Kompetenzen sämtlicher Mitarbeitenden stärken.

tag angekommen, erhalten sie nach rund einem Monat eine wertschätzende Überraschung, die das positive Erlebnis nochmals aktiviert. Es ist wichtig, den Kunden nicht erst wieder zu kontaktieren, wenn

ein möglicher Neukauf ansteht, sondern ihn über die Jahre bis zum Wiederkauf zu begleiten und zu betreuen. Hierfür bieten wir das Kundennachbetreuungssystem «Kube» an.

Anzeige

Ihre Vorteile unter branchenversicherung.ch



Lassen Sie jeden Tag Ihr Herz sprechen

Sport ist gesund – für Kopf, Geist und Herz. Darum: Einmal am Tag 30 Minuten Schwimmen, Joggen, Radfahren oder Walken und Sie bieten Viren, Bakterien und Stress die Stirn.

Branchen Versicherung **Einfach sicher. Seit 1902.**

Branchen Versicherung
Assurance des métiers
Assicurazione dei mestieri





Die Agentur Juni GmbH

Die Agentur Juni GmbH legt den Fokus auf die augenoptische Branche. Sie wurde 2020 gegründet und zählt heute vier Mitarbeitende, wovon drei Berufs- und Branchenerfahrung in der Augenoptik haben. Dies birgt den Vorteil, dass die Agentur Juni GmbH ihr Branchenwissen mit den Fachkenntnissen aus den unterschiedlichen Disziplinen des

Marketings kombiniert. Vom Strategieprozess über die Jahresplanung bis hin zur Kundennachbetreuung und zum Verkaufstraining im Geschäft begleitet sie ihre Kundinnen und Kunden bei der Gestaltung und Umsetzung einzigartiger Kundenreisen.

www.agentur-juni.ch

Mit diesen drei Tipps einfach mehr Umsatz machen.

Text von Jens Löser



In unserer hektischen und technologisierten Welt spielen gute Gefühle zwischen Menschen im Verkauf eine entscheidende Rolle. Das Gespräch von Angesicht zu Angesicht ist immer noch der Erfolgs- und Umsatzgarant Nummer eins. Spannend zu wissen, welche psychologischen Abläufe dahinterstecken.

Mitarbeiter überlegen oft während des Verkaufsgesprächs, mit welcher Strategie sie Kunden überzeugen und mit welchen Sachargumenten sie punkten können. Das ist ohne Zweifel wichtig! Der entscheidende Schlüssel zum Verkaufserfolg ist allerdings, ob diese Mitarbeiter den Kunden emotional erreichen können.

Herz schlägt Kopf – und nicht umgekehrt!

Kunden kaufen zunächst die Emotion, die der Verkäufer in ihnen auslöst, und erst dann das Produkt beziehungsweise dessen Nutzen und Mehrwert. Die emotionale Performance eines Verkäufers entscheidet somit: «Liebt» ein Kunde den Verkäufer,

«liebt» er auch das Unternehmen und die Produkte. Treffen Menschen – und das ist in 70 bis 90 Prozent der Fälle so – unbewusst Entscheidungen, die sie sich nicht rational erklären können, werden sie von ihren Emotionen beeinflusst. Damit Mitarbeiter Verkaufsgespräche erfolgreich steuern können, sind die Fähigkeit, die Emotionen des Kunden erkennen, verstehen und beeinflussen zu können, sowie die Kontrolle der eigenen Emotionen von elementarer Bedeutung. Letzteres ist eine Grundvoraussetzung für emotionales Verkaufen. Leider lassen sich viele Verkäufer von Glaubenssätzen wie «Morgens/am Montag bin ich nicht so gut drauf» beeinflussen. Ihnen ist nicht bewusst: Du hast Gefühle, aber du bist nicht deine Gefühle! Du kannst dich von ihnen distanzieren und sie ändern. Aktives Zustandsmanagement ist im Verkauf eine Grundtugend, die trainiert werden muss. Ein Verkäufer sollte vom Kunden authentisch und sympathisch erlebt werden. Eine ausgeprägte Begegnungs- und Beratungsqualität lebt von der Fähigkeit, unabhängig von den Rah-

menbedingungen den Kunden zu einem «temporären Freund» zu machen.

Manchmal helfen dabei kleine Hacks: Neben dem Eingang zu deinem Büro ist ein Mülleimer. Wirf morgens, bevor du ins Büro kommst, deinen ganzen Ballast in diese Tonne. So kannst du im Kundenkontakt mental frei agieren. Wenn du abends die Firma verlässt, gehe wieder am Eimer vorbei und entscheide selbst, ob du den Gedankenschrott mitnehmen oder einfach hinter dir lassen willst.

Freund oder Feind?

Diese Frage steht am Anfang einer jeden Begegnung. Auch die unausgesprochenen Fragen eines Kunden zielen deshalb zunächst nicht auf die Sache, sondern immer auf die Person des Verkäufers: Kann ich mit ihm persönlich – oder nicht? Ist er fachlich kompetent? Meint er es ehrlich mit mir oder will er nur irgendetwas verkaufen? Wer in anderen Emotionen auslösen will, der muss erst einmal selber Emotionen zeigen. So erhält der Kunde ein klares Signal, dies eben-

falls zu tun – die Basis für ein individuelles und zugleich emotionalisierendes Verkaufsgespräch ist gelegt. Sympathie, Vertrauen und Kompetenz – Verkäufer sollten sich auf diese drei Aspekte fokussieren, um bei ihrem Gegenüber positive Emotionen auszulösen.

1. Sympathie

Wenn wir auf fremde Menschen treffen, führen wir alle eine Art unbewussten «Sympathie-Check» durch und überprüfen später unseren «ersten Eindruck» – der übrigens zu circa 70 Prozent valide ist. Auf dem Weg zum sympathischen Wirken ergeben sich daraus zwei Erkenntnisse: Wir entscheiden schnell und meist zuverlässig, wer uns sympathisch oder unsympathisch ist. Und wir entscheiden intuitiv, d. h., wir können oft nicht in Worte fassen, wenn wir nach Gründen für unsere Entscheidung gefragt werden. Es gibt verschiedene Wege, Sympathie zu erzeugen:

Attraktivität steigern

An dieser Schraube lässt sich mehr drehen, als den meisten Menschen bewusst ist. Nicht nur durch ordentliche Kleidung und ein gepflegtes Äußeres. Auch exzellente Umgangsformen, eine geschliffene Rhetorik oder Grosszügigkeit erhöhen die eigene Attraktivität. Attraktiven Menschen wird oft automatisch jede Menge positiver Eigenschaften zugeschrieben wie Ehrlichkeit, Sachverstand und Intelligenz.

Namen nennen

Menschen mit ihrem Namen ansprechen

ist ein oft vernachlässigtes Basiswerkzeug der Verkaufspsychologie. Wenn ich mir Aufzeichnungen unserer Live-Akquise-Telefonate mit Teilnehmern im Training anhöre, merke ich immer wieder, welche positive Wirkung die Namensnennung hat.

2. Vertrauen

Alles, was der Verkäufer «tut», wird emotional bewertet. Glaubwürdigkeit ist das A und O. «Kein Vertrauen» ist der Ureinwand aller potenziellen Kunden. Die meisten Geschäfte scheitern nicht am Produkt/Preis, sondern an mangelndem Vertrauen. Wie schaffen es gute Verkäufer, sich das Vertrauen ihrer Kunden zu verdienen?

Vereinbarungen einhalten

Topverkäufer versprechen nichts, was sie nicht halten können. Hinsichtlich Vereinbarungen ist ihr Credo: «Underpromise and overdeliver», also versprich weniger und liefere mehr.

Authentizität zeigen

Unser Gehirn prüft innerhalb kürzester Zeit die Glaubwürdigkeit unseres Gegenübers. Es wägt ab, ob der Verkäufer vertrauenswürdig erscheint und authentisch auftritt. Sind diese Punkte positiv «gecheckt», stehen die Einkaufsampeln auf «Grün».

3. Kompetenz

Kunden können die Kompetenz eines Verkäufers oft nicht wirklich einschätzen und überprüfen. Sie vertrauen ihrem «Bauchgefühl». Idealerweise muss der Verkäufer

seine Kompetenz nicht bezeugen, sondern der Kunde entdeckt und erlebt sie selbst. Dies zu fördern, ist ein starkes Werkzeug der Verkaufspsychologie. Denn der Kunde kann sich gegen alles wehren, was gesagt wird, aber nicht gegen das, was er selbst erlebt und sich selbst erklärt.

Referenzen angeben

Beim Zeigen von Kompetenz helfen Referenzen: Wenn die Kunden in Referenzschreiben oder Videos von der Problemlösungskompetenz berichten, steht deinem Kaufabschluss kaum noch etwas im Wege.

Fragen stellen

Mit den «richtigen» Fragen können wir eine Kompetenzvermutung beim Kunden aufbauen. Wir können nicht alles behaupten, aber wir können nach allem fragen. Und fragen ist viel einfacher und ungefährlicher, weil wir nicht wirklich die Antwort kennen müssen.

Mehrwert bieten

Ich frage Verkäufer gern: «Würde Ihr Kunde für einen Termin mit Ihnen bezahlen? Welchen Nutzen und damit welchen Mehrwert stiften Sie mit Ihrem Besuch/Termin/Gespräch?» Wer Mehrwert liefert, zeigt Kompetenz.

Fazit

Menschen hinterfragen Fakten, aber selten ihre Gefühle. Machen Sie sich das zunutze. Wer die Herzen der Menschen gewinnt, hat mit den Köpfen leichtes Spiel.



Jens Löser
Nie mehr Pech beim Denken – Das neue Mindset im Vertrieb
227 Seiten, 24,99 Euro
ISBN: 978-3658409944



Jens Löser steht für maximale Vertriebspower. Als Keynote-Speaker und Sales-Consultant befreit er seit mehr als 20 Jahren mit Mut, Freude und System dem Vertriebsberuf vom Zufall. Ob Training oder Onlinekurs, individuelles Coaching oder Umsatz-Bootcamp, Jens Löser erzählt, erklärt und berät nicht, er macht vor und setzt um. Kreative Ansätze in der täglichen Verkaufsarbeit und inspirierende Gedanken für mehr Selbstverantwortung prägen das neue Mindset im Vertrieb. Mehr unter: www.jensloeser.de

OSS – eine Einkaufsgruppe im Dienst der Unabhängigkeit

Das Ziel seit 25 Jahren: Augenoptikfachgeschäfte
im Alltag zu unterstützen

Optic Swiss Services feiert dieses Jahr das 25-jährige Bestehen. Die Einkaufsgruppe, einst von Augenoptikern für Augenoptiker gegründet, zählt heute über 110 Partner und ist mit ihrem Angebot sehr gut aufgestellt. Sie verfolgt auch nach einem Vierteljahr-

hundert noch dasselbe Ziel: die Augenoptikfachgeschäfte in ihrer Unabhängigkeit zu unterstützen. Dies gelingt mit einem übersichtlichen Produkt, welches den Partnern ermöglicht günstiger einzukaufen und diverse Dienstleistungen zur Unterstützung im Alltag bietet.

Die Augenoptikpartner profitieren bei derzeit 40 Partnerlieferanten von attraktiven Konditionen für Brillengläser, Fassungen, Kontaktlinsen und Hörakustik. Zusätzlich haben sie Zugang zu wettbewerbsfähigen Privat-Labels bei Kontaktlinsen und Pflegemitteln sowie spannende Konditionen bei den Bankkarten. Nicht zuletzt steht ihnen ein engagiertes Team zur Seite, das die Partnergeschäfte in vielen Bereichen des Daily Business unterstützt.

OSS ist die ideale Lösung für Augenoptikfachgeschäfte jeder Grösse, die sich einer Einkaufsgruppe anschliessen möchten, ohne sich mit einer Jahresgebühr zu binden. Die grosse Dienstleistungspalette erleichtert den Alltag und unterstützt in Bereichen, in denen zusätzliches Fachwissen gefragt ist. Dadurch gewinnen die Augenoptikpartner Zeit, um sich auf ihr Kerngeschäft zu konzentrieren. Die Dienstleistungen können frei nach Bedarf

Kontakt



Anja Bruderer
Deutschschweiz

Expansionsleiterin
Tel. 079 634 63 66
anja.bruderer@
opticswisservices.ch



Romain Berthet
Westschweiz und Tessin

Expansionsleiter
Tel. 079 552 70 63
romain.berthet@
opticswisservices.ch

OPTIC SWISS SERVICES SA

Avenue de la Gare 41
1003 Lausanne
043 311 79 80
info@opticswisservices.ch
www.opticswisservices.ch



Publireportage en français

Ihre Vorteile



Gruppe
100%
kostenlos



Vielzahl an
Marketing-
instrumenten
zur Verfügung



Premium
Einkaufskondi-
tionen bei den
Lieferanten



Grafikservice



Wer bietet was, für wen? Qui propose quoi, pour qui?

Die Einkaufsgruppen stellen sich vor.
Les groupements d'achat se présentent.

Text von Denise Dollinger | Texte par Denise Dollinger

Die Angebote sind vielfältig, die Bedürfnisse unterschiedlich: Auf den folgenden Seiten haben die verschiedenen Einkaufsgruppen die Möglichkeit genutzt, sich anhand eines von uns definierten Fragenkatalogs vorzustellen:

Les offres sont variées, les besoins différents: dans les pages suivantes, les différents groupements d'achat ont profité de l'occasion pour se présenter à l'aide d'un catalogue de questions défini par nos soins:

Dynoptic Partner AG

Auf was legt Ihre Einkaufsgruppe den Fokus?

Wir stärken unsere Partner langfristig, indem wir auf ihre individuellen Bedürfnisse eingehen, sie in ihrer Rolle als eigenständige Unternehmer unterstützen, fördern und fordern. Der offene Dialog hilft uns, Veränderungen früh zu erkennen und unsere Dienstleistungen am Anspruch höchster Qualität auszurichten.

Welchen Mehrwert bieten Sie Ihren Mitgliedern?

Dynoptic macht es seinen Partnern so einfach wie möglich. Wirksame Marketingtools und zukunftsorientierte Dienstleistungen ebnen den Weg zu den Zielgruppen. Die Stärke des Netzwerks fördert den Wissensaustausch und erlaubt eine optimale Aus- und Weiterbildung.

Welche Dienstleistungen bieten Sie an?

Dynoptic versorgt seine Partner mit allem, was sie für den Markterfolg benötigen: beste Einkaufskonditionen, starke Eigenmarken sowie hervorragende Serviceleistungen, die von einer weitsichtigen Strategie orchestriert werden.

Wieso sollten Augenoptiker:innen bei Ihnen Mitglied werden?

Dynoptic sorgt als verlässlicher Qualitätsleader dafür, dass seine Partner Raum und Zeit für das wirklich Wichtigste gewinnen: die bestmögliche Betreuung ihrer Kundenschaft.



Was unterscheidet Ihre Einkaufsgruppe von den anderen?

Wir legen unseren Fokus konsequent auf den Service für unsere Partner. Durch standardisierte Prozesse, Services und Instrumente entlasten wir sie im täglichen Wirken.

Bitte vervollständigen Sie folgenden Satz: Unsere Einkaufsgruppe ist ...
...eine grosse Familie.

www.dynoptic.ch

Dynoptic Partner SA

Sur quoi votre groupement d'achat met-il l'accent?

Nous renforçons nos partenaires sur le long terme en répondant à leurs besoins individuels, en les soutenant, en les encourageant et en exigeant le meilleur d'eux-mêmes dans leur rôle d'entrepreneurs indépendants. Le dialogue ouvert nous aide à identifier rapidement les changements et à aligner nos services sur les normes de qualité les plus élevées.

Quelle valeur ajoutée offrez-vous à vos membres?

Dynoptic facilite au maximum la tâche de ses partenaires. Des outils de marketing efficaces et des services orientés vers l'avenir ouvrent la voie vers les groupes cibles. La force du réseau favorise l'échange de connaissances et permet une formation et un perfectionnement optimaux.

Quels services proposez-vous?

Dynoptic fournit à ses partenaires tout ce dont ils ont besoin pour réussir sur le

marché: les meilleures conditions d'achat, des marques propres fortes ainsi que d'excellentes prestations de service, le tout orchestré par une stratégie visionnaire.

Pourquoi les opticiennes et opticiens devraient-ils devenir membres de votre groupement d'achat?

En tant que leader fiable en matière de qualité, Dynoptic veille à ce que ses partenaires gagnent de l'espace et du temps pour ce qui est vraiment le plus important: le meilleur service possible à leur clientèle.

Qu'est-ce qui distingue votre groupement d'achat des autres?

Nous mettons systématiquement l'accent sur le service à nos partenaires. Grâce à des processus, des services et des instruments standardisés, nous les soulageons dans leur travail quotidien.

Veillez compléter la phrase suivante: Notre groupement d'achat est ...

... une grande famille.

www.dynoptic.ch

Visus

Auf was legt Ihre Einkaufsgruppe den Fokus?

- Persönliche Werte
- Fachkompetenz
- Unabhängigkeit
- Produktequalität
- First-Class-Service
- Nachhaltigkeit
- Vorsorge Augengesundheit

Welchen Mehrwert bieten Sie Ihren Mitgliedern?

- Themenspezifische Think Tanks
- Trendreferate mit Konsumverhaltensradar
- Overhead-Kommunikationspool
- Eigene Bildwelten für alle Medien
- Website- und Social-Media-Content
- Einkaufsvorteile und Datenpool
- Regelmässige Treffen
- Förderung von Weiterbildungen

Welche Dienstleistungen bieten Sie an?

- Kommunikationsplanung
- Content-Management
- Betriebswirtschaftliche Tätigkeiten
- Recherchen und Verwaltung
- Organisation und Events
- Lieferantenverhandlungen
- Datenverwaltung und -sicherheit
- Akquisitionsunterstützung
- Administration und Statistik

Wieso sollten Augenoptiker:innen bei Ihnen Mitglied werden?

- Klare und hohe Positionierung am Markt
- Grosse Kampagnen für wenig Geld
- Fokus auf die Bedürfnisse der Member
- Fokus auf die Regionen
- Weil bei uns Klasse statt Masse zählt
- Weil wir inhabergeführt und unabhängig sind

- Preisvorteile bei Kommunikation und Einkauf
- Nah am Markt dank Trendreferaten und Austausch
- Freundschaft und Offenheit untereinander
- Support bei der Suche nach Fachpersonal

Was unterscheidet Ihre Einkaufsgruppe von den anderen?

- Klein, fein und konsequent
- Marktnah, authentisch und kostensensibel
- Fokussiert auf nachhaltige Qualität
- Mitsprache erwünscht
- Kurze und einfache Wege
- Massnahmen reduziert aufs Maximum
- Kein Tanzen auf allen Hochzeiten

Bitte vervollständigen Sie folgenden Satz: Unsere Einkaufsgruppe ist ...

... agil wie ein Schnellboot und den persönlichen Werten verpflichtet.

www.visus.ch



Visus

Sur quoi votre groupement d'achat met-il l'accent?

- Valeurs personnelles
- Compétence professionnelle
- Indépendance
- Qualité des produits
- Service de première classe
- Durabilité
- Prévention de la santé oculaire

Quelle valeur ajoutée offrez-vous à vos membres?

- Think tanks sur des thèmes spécifiques
- Rapports de tendances avec radar des comportements de consommation
- Pool de communication overhead
- Univers imagés propres pour tous les médias
- Contenu du site web et des médias sociaux
- Avantages d'achat et pool de données
- Rencontres régulières
- Promotion de la formation continue

Quels services proposez-vous?

- Planification de la communication
- Gestion du contenu
- Activités commerciales
- Recherches et administration
- Organisation et événements
- Négociations avec les fournisseurs
- Gestion et sécurité des données
- Soutien aux acquisitions
- Administration et statistiques

Pourquoi les opticiennes et opticiens devraient-ils devenir membres de votre groupement d'achat?

- Positionnement clair et élevé sur le marché

- Grandes campagnes pour peu d'argent
- Focalisation sur les besoins des membres
- Focalisation sur les régions
- Parce que chez nous, la classe prime sur la masse
- Parce que nous sommes gérés par nos propriétaires et sommes indépendants
- Avantages de prix pour la communication et l'achat
- Proche du marché grâce aux rapports sur les tendances et aux échanges
- Amitié et ouverture d'esprit les uns envers les autres
- Soutien dans la recherche de personnel qualifié

Qu'est-ce qui distingue votre groupement d'achat des autres?

- Petit, raffiné et conséquent
- Proche du marché, authentique et sensible aux coûts
- Focalisé sur la qualité durable
- Participation souhaitée
- Des voies courtes et simples
- Mesures réduites au maximum
- Pas de jeux sur plusieurs tableaux

Veillez compléter la phrase suivante: Notre groupement d'achat est ...

... agile comme un hors-bord et engagé envers ses valeurs personnelles.

www.visus.ch

Eyeworkers

Auf was legt Ihre Einkaufsgruppe den Fokus?

Wir legen Wert darauf, dass jedes Geschäft seine Individualität behalten kann. Ohne Verpflichtung bieten wir gute Einkaufskonditionen.

Welchen Mehrwert bieten Sie Ihren Mitgliedern?

Einerseits finanzielle Vorteile, indem wir sehr gute Konditionen aushandeln und dies zu einem bescheidenen Jahresbeitrag – andererseits Zeitersparnis, weil wir alle Lieferantenverhandlungen übernehmen. Networking unter Optikergeschäften und ein kollegiales Verhältnis unter den Mitgliedern sind für uns selbstverständlich.

Welche Dienstleistungen bieten Sie an?

Ein Intranet mit Mitglieder-Login, mit vielen Informationen und einem Marktplatz. Gegenseitige Unterstützung, z. B. bei der Suche nach alten, seltenen Fassungen, Occasionsgeräten oder Personal. Weiterbildungen in kleinen Gruppen, meist kostenlos oder zu günstigen Preisen. Exklusiv für Mitglieder: individuelle, recycelbare Brillenetuis, hergestellt in der Schweiz.

Wieso sollten Augenoptiker:innen bei Ihnen Mitglied werden?

Übersichtliche Gruppengrösse von ca. 50 Geschäften über die ganze Schweiz verteilt, unkompliziert, persönlich, speditiv. Für die Administration wird keine zusätzliche Stelle finanziert, ein einziges Optikergeschäft erledigt dies im Auftrag der Gruppe.



Was unterscheidet Ihre Einkaufsgruppe von den anderen?

Wir sind basisdemokratisch organisiert, d. h., bei uns haben die Mitglieder das Sagen. Durch die schlanke und nebenamtliche Administration bleibt der Mitgliederbeitrag mit Fr. 155.– pro Jahr sehr tief. Die Wahl der Lieferanten ist frei.

Bitte vervollständigen Sie folgenden Satz: Unsere Einkaufsgruppe ist ...

...ideal für kleinere bis mittlere Geschäfte, die zwar individuell bleiben möchten, jedoch von besseren Einkaufsbedingungen profitieren wollen.

www.einkaufsgruppe-eyeworkers.ch

Eyeworkers

Sur quoi votre groupement d'achat met-il l'accent?

Nous attachons une grande importance à ce que chaque magasin puisse conserver son individualité. Nous offrons de bonnes conditions d'achat sans engagement.

Quelle valeur ajoutée offrez-vous à vos membres?

D'une part, des avantages financiers, car nous négocions de très bonnes conditions, et ce, pour une cotisation annuelle modeste – d'autre part, un gain de temps, car nous nous chargeons de toutes les négociations avec les fournisseurs. Le réseautage entre maga-

sins d'optique et une relation collégiale entre les membres sont pour nous une évidence.

Quels services proposez-vous?

Un intranet avec un login pour les membres, avec de nombreuses informations et une place de marché. Un soutien mutuel, par exemple lors de la recherche de vieilles montures rares, d'appareils d'occasion ou de personnel. Formations continues en petits groupes, généralement gratuites ou à des prix avantageux. En exclusivité pour les membres: des étuis à lunettes individuels et recyclables fabriqués en Suisse.

Optic Swiss Services

Auf was legt Ihre Einkaufsgruppe den Fokus?

Den Augenoptikfachgeschäften ein effizientes Produkt anzubieten, das ihre Unabhängigkeit unterstützt und Instrumente zur Verfügung stellt, die die Margen verbessern und den Arbeitsalltag erleichtern.

Welchen Mehrwert bieten Sie Ihren Mitgliedern?

- Einkaufen ohne Verpflichtung und Gebühren
- Grosse Dienstleistungspalette zur freien Nutzung
- Zentrales Abrechnungssystem
- 25 Jahre Markterfahrung

Welche Dienstleistungen bieten Sie an?

- Attraktive Konditionen bei Augenoptik, Hörakustik und Bankkarten
- Privat-Label (KL und Glas)
- Marketing-Service: Beratung, Grafikdesign, Kommunikationsmittel, Social-Media-Kampagnen usw.
- Kontaktlinsenabonnement
- Onlineterminvereinbarungstool
- Betriebssoftware
- Intranet

Wieso sollten Augenoptiker:innen bei Ihnen Mitglied werden?

OSS ist die perfekte Lösung für Geschäfte jeder Grösse, die sich eine einfache, aber effiziente Einkaufsgruppe mit reaktivem und motiviertem Team im Hintergrund wünschen.

Was unterscheidet Ihre Einkaufsgruppe von den anderen?

- Keine Mitgliedsgebühr
- Keine Verpflichtungen

Pourquoi les opticiennes et opticiens devraient-ils devenir membres de votre groupement d'achat?

Un groupement aux dimensions humaines d'environ 50 magasins répartis dans toute la Suisse, simple, personnel et rapide. Aucun poste supplémentaire n'est financé pour l'administration, un seul magasin d'optique s'en charge pour le compte du groupement.

Qu'est-ce qui distingue votre groupement d'achat des autres?

Nous sommes organisés de manière dé-

- Einfachheit
- Unabhängigkeit

Bitte vervollständigen Sie folgenden Satz: Unsere Einkaufsgruppe ist...

...ein tolles Produkt, das die Augenoptikfachgeschäfte schweizweit in ihrem «Daily Business» mit einem Service «à la carte» unterstützt und allen die Möglichkeit bietet, ohne Gebühren von Topkonditionen zu profitieren.

www.opticwisservices.ch

Optic Swiss Services

Sur quoi votre groupement d'achat met-il l'accent?

Offrir aux magasins d'optique un produit efficace qui soutient leur indépendance et met à leur disposition des outils qui améliorent les marges et facilitent le travail au quotidien.

Quelle valeur ajoutée offrez-vous à vos membres?

- Achats sans engagement ni frais
- Large gamme de services à utiliser librement
- Système de facturation centralisé
- 25 ans d'expérience sur le marché

Quels services proposez-vous?

- Conditions attractives pour l'optique oculaire, l'audioprothèse et les cartes bancaires
- Label privé (lentilles de contact et verres)
- Service marketing: conseil, conception graphique, outils de communication, campagnes sur les réseaux sociaux, etc.

mocratique, ce qui signifie que ce sont les membres qui décident. Grâce à une administration légère et à temps partiel, la cotisation de membre reste très basse, à savoir 155 francs par an. Le choix des fournisseurs est libre.

Veillez compléter la phrase suivante: Notre groupement d'achat est...

...idéal pour les petits et moyens commerces qui souhaitent rester individuels tout en bénéficiant de meilleures conditions d'achat.

www.einkaufsgruppe-eyeworkers.ch

- Abonnement aux lentilles de contact
- Outil de prise de rendez-vous en ligne
- Logiciel d'exploitation
- Intranet

Pourquoi les opticiennes et opticiens devraient-ils devenir membres de votre groupement d'achat?

OSS est la solution parfaite pour les magasins de toutes tailles qui souhaitent un groupement d'achat simple mais efficace avec une équipe réactive et motivée en arrière-plan.

Qu'est-ce qui distingue votre groupement d'achat des autres?

- Pas de cotisations des membres
- Aucune obligation
- Simplicité
- Indépendance

Veillez compléter la phrase suivante: Notre groupement d'achat est...

...un produit formidable qui soutient les magasins d'optique spécialisés dans toute la Suisse dans leur «daily business» avec un service «à la carte» et qui offre à tous la possibilité de profiter de conditions exceptionnelles sans frais.

www.opticwisservices.ch



Ihre Einkaufsgruppe
Votre centrale d'achat
Il vostro centro d'acquisto

Team 93

Was steht im Fokus Ihrer Einkaufsgruppe?

Team 93 hat sich zu einem Marketing- und Vertriebsverbund entwickelt. Im Fokus stehen Schaffung von USPs sowie Stärkung von Positionierung und Wettbewerbsfähigkeit der Mitglieder.

Welchen Mehrwert bieten Sie den Mitgliedern?

Augenoptiker:innen erhalten bei uns Zugang zu einem starken Netzwerk und innovativen Dienstleistungen, wie sie Einzelbetriebe nicht realisieren könnten. Zudem verfügen wir über ein Handels- und Logistikzentrum für Kontaktlinsen, welches die vollautomatische Beschaffung bis zur Lieferung an den Endkunden sicherstellt.

Welche Dienstleistungen bieten Sie an?

Dazu gehört die Zertifizierung und Positionierung «Gesundheitsoptik», die optometrische Dienstleistungen hervorhebt. Das inkludiert Marketing und Kommunikation. Mit «Frequentlens» haben wir ein Multichannelvertriebssystem für Kontaktlinsen etabliert. Wir bieten das grösste Weiterbildungsprogramm für Augenoptiker:innen in der Schweiz. So entwickelten wir u. a. mit der Universität St. Gallen das «Unternehmerseminar für Augenoptiker». Im Herbst beginnt bereits der vierte Lehrgang.

Wieso sollten Augenoptiker:innen bei Ihnen Mitglied werden?

Gemeinsam stärken wir die Wettbewerbsfähigkeit jedes Einzelnen und schaffen Rahmenbedingungen und Handlungsräume, in denen sich Mitglieder und deren Mitarbeiter entfalten und entwickeln können.



Was unterscheidet Ihre Einkaufsgruppe von den anderen?

Als Genossenschaft und Gemeinschaft von Individualisten bieten wir volle Transparenz bei minimalsten Verbindlichkeiten und maximaler Handlungs- und Entscheidungsfreiheit. Wir begegnen uns auf Augenhöhe, und unsere Herbsttagung «ASPECT» fühlt sich wie ein grosses Familienfest an.

Bitte vervollständigen Sie folgenden Satz: Unsere «Einkaufsgruppe» ist...

...der grösste und stärkste Verbund von Augenoptiker:innen, die gemeinsam Neues kreieren und mutig wie verantwortungsbewusst handeln.

www.team93.ch

Team 93

Sur quoi votre groupement d'achat met-il l'accent?

Team 93 s'est développé en un groupement de marketing et de distribution. L'accent est mis sur la création d'USPs ainsi que sur le renforcement du positionnement et de la compétitivité des membres.

Quelle valeur ajoutée offrez-vous à vos membres?

Chez nous, les opticiennes et les opticiens ont accès à un réseau solide et à des ser-

vices innovants que les entreprises individuelles ne pourraient pas réaliser. Nous disposons en outre d'un centre commercial et logistique pour les lentilles de contact, qui assure l'approvisionnement entièrement automatisé jusqu'à la livraison au client final.

Quels services proposez-vous?

La certification et le positionnement «optique de santé» qui met en avant les services optométriques en font partie. Cela inclut le marketing et la communication. Avec «Frequentlens», nous avons établi un système de distribution multicanal pour les lentilles de contact. Nous proposons le plus grand programme de formation continue pour les opticiennes et les opticiens en Suisse. Nous avons notamment mis au point «Unternehmerseminar für Augenoptiker (le séminaire d'entrepreneuriat pour opticiens)» avec l'Université de Saint-Gall. Le quatrième cycle de formation débutera à l'automne.

Pourquoi les opticiennes et opticiens devraient-ils devenir membres de votre groupement d'achat?

Ensemble, nous renforçons la compétitivité de chacun et créons des conditions-cadres et des marges d'action dans lesquelles les membres et leurs collaborateurs peuvent s'épanouir et se développer.

Anzeige

...und Feste feiern können wir auch!



30 JAHRE GEMEINSAM STÄRKER




Qu'est-ce qui distingue votre groupement d'achat des autres?

En tant que coopérative et communauté d'individualistes, nous offrons une transparence totale avec un minimum d'obligations et un maximum de liberté d'action et de décision. Nous nous rencontrons d'égal à

égal et notre réunion d'automne «ASPECT» ressemble à une grande fête de famille.

Veillez compléter la phrase suivante: Notre «groupement d'achat» est...

...la plus grande et la plus forte association d'opticiennes et d'opticiens qui créent

ensemble des nouveautés et agissent de manière courageuse et responsable.

www.team93.ch

Opticoach GmbH

Auf was legt Ihre Einkaufsgruppe den Fokus?

Im Zentrum des Denkens und Handelns von Opticoach steht, den Namen jedes Mitgliedbetriebs als Marke lokal und regional möglichst gut zu positionieren. Aus dieser Haltung heraus entwickeln wir unsere Aktivitäten und Tools, die unseren Mitgliedern den Alltag erleichtern.

Welchen Mehrwert bieten Sie Ihren Mitgliedern?

Durch die Leistungen von Opticoach haben Mitglieder von Opticoach deutlich mehr Zeit, um sich auf ihre Kernkompetenzen, fachliche Beratung und Kundennähe, zu konzentrieren. Gleichzeitig profitieren sie von ausgezeichneten Einkaufskonditionen und vielen Tools, die den Alltag erleichtern.

Welche Dienstleistungen bieten Sie an?

Die hervorragenden Einkaufskonditionen bei den vielen referenzierten Lieferanten geben den Mitgliedern eine breite Wahlmöglichkeit. Opticoach stellt seinen Mitgliedern weitere Leistungen wie Eigenmarken, das Kontaktlinsenabo oder Agenturleistungen zur Verfügung.

Wieso sollten Augenoptiker:innen bei Ihnen Mitglied werden?

Die Mitglieder von Opticoach geniessen über die eigene, sehr intuitive Optimedia-Plattform geniale Möglichkeiten in der Kommunikation mit ihren Kunden (Print & Digital) sowie ausgesprochen attraktive Einkaufsmöglichkeiten. Wünsche der Mitglieder werden durch unser engagiertes Team mit Begeisterung umgesetzt.

Was unterscheidet Ihre Einkaufsgruppe von den anderen?

Die familiäre Atmosphäre im Team und gegenüber den Mitgliedern. Beim Einsatz unseres vielseitigen fachlichen und kommunikativen Know-how haben wir immer den Fokus, dass unsere Mitglie-

der mit dem eigenen Namen als Marke wahrgenommen werden.

Bitte vervollständigen Sie folgenden Satz: Unsere Einkaufsgruppe ist...

...für seine Mitglieder in allen Bereichen da, damit jedem Fachgeschäft das Maximum an Zeit für seine Kunden zur Verfügung steht.

www.opticoach.ch

Opticoach Sàrl

Sur quoi votre groupement d'achat met-il l'accent?

Au cœur de la réflexion et de l'action d'Opticoach, il y a la volonté de positionner au mieux le nom de chaque entreprise membre en tant que marque au niveau local et régional. C'est dans cet esprit que nous développons nos activités et nos outils qui facilitent le quotidien de nos membres.

Quelle valeur ajoutée offrez-vous à vos membres?

Grâce aux prestations d'Opticoach, les membres d'Opticoach ont nettement plus de temps pour se concentrer sur leurs compétences clés, à savoir le conseil professionnel et la proximité avec les clients. En même temps, ils bénéficient d'excellentes conditions d'achat et de nombreux outils qui facilitent le quotidien.

Quels services proposez-vous?

Les excellentes conditions d'achat auprès des nombreux fournisseurs référencés

donnent aux membres une large possibilité de choix. Opticoach met à la disposition de ses membres d'autres prestations comme les marques propres, l'abonnement lentilles de contact ou les prestations d'agence.

Pourquoi les opticiennes et opticiens devraient-ils devenir membres de votre groupement d'achat?

Les membres d'Opticoach bénéficient, grâce à leur propre plateforme Optimedia très intuitive, de possibilités géniales dans la communication avec leurs clients (print et digital), ainsi que de possibilités d'achat particulièrement intéressantes. Notre équipe engagée met en œuvre avec enthousiasme les souhaits de nos membres.

Qu'est-ce qui distingue votre groupement d'achat des autres?

L'ambiance familiale au sein de l'équipe et vis-à-vis des membres. En utilisant notre savoir-faire polyvalent en matière de communication et d'expertise, nous veillons toujours à ce que nos membres soient perçus comme une marque avec leur propre nom.

Veillez compléter la phrase suivante: Notre groupement d'achat est...

...à la disposition de ses membres dans tous les domaines, afin que chaque magasin spécialisé dispose d'un maximum de temps pour ses clients.

www.opticoach.ch



Binokulare Auffälligkeiten erkennen und korrigieren

Funktionsmessungen für die Beurteilung von Störungen der Akkommodation und Vergenz.

Text von Xenia Knobel und Volkhard Schroth

Anknüpfend an die Einführung in das Thema der nichtstrabismischen Störungen vom Heft März 2024, werden im nachfolgenden Artikel die Funktionsmessungen genauer beschrieben. Es wird aufgezeigt, worauf Fachpersonen achten müssen, um aussagekräftige Messresultate zu erhalten. Dazu werden wichtige Funktionsmessungen im Detail auch mit den möglichen Fehlerquellen beschrieben, und somit die nachfolgende Auswertung und Analyse der Messergebnisse bestens vorbereitet, welche in der kommenden Ausgabe erscheinen wird.

Es gibt viele verschiedene Funktionstests, von denen jeder Aufschluss über einen kleinen Bereich des binokularen Status gibt. Ein Messwert ermöglicht noch keinen umfassenden Überblick des Status. Vielmehr müssen alle Messresultate wie auch die Symptome der Patienten analysiert und in Zusammenhang gebracht werden. Erst dann ergibt sich ein Gesamtbild über den binokularen Status des Patienten. Für Ungeübte ist dies alles andere als einfach: Die Herausforderung besteht darin, bei den vielen verschiedenen Messergebnissen den Überblick zu behalten, die für eine binokulare Abklärung erforderlich sind. Hier kommt die BTSO-Lern-App zum Zug. Sie ist ein Lern- und Screeningtool, um einfach und schnell eine Aussage über den Status zu erhalten und anschliessend eine zielführende Lösung aufzuzeigen. Somit ist die Vorgehensweise in jedem Screening vereinfacht, um bei allfälligen Auffälligkeiten in die detailliertere Analyse gezielt einsteigen zu können.

Funktionstests

In der BTSO-Lern-App werden primär die Messergebnisse der minimalen Testbatterie verwendet. Diese Testbatterie besteht aus den folgenden drei Tests: (1) Konvergenznahpunkt mit Rotglas und Penlight, (2) Monokulare Akkommodationsflexibilität und (3) die Differenz zwischen Maddox-Nah- und Fernphorie. Des Weiteren können in der App auch die Werte der Akkommodationsbreite und Stereopsis eingetragen

werden. Alle diese Werte werden auf der sogenannten Profillinie grafisch ausgewiesen. Zu jedem der Messwerte sind die Normdaten hinterlegt, und über eine Z-Normierung wird errechnet, ob sich der Wert noch innerhalb einer Standardabweichung befindet (im grünen Bereich) oder ob er auffällig ist, weil er ausserhalb davon liegt.

Konvergenznahpunkt mit Rotglas und Penlight

Bei der Prüfung des Nahpunkts der Konvergenz mit Penlight und Rotfilter braucht man lediglich ein Penlight sowie einen hellen Rotfilter. Durchgeführt ist der Test schnell und die Kriterien sind sehr einfach einzuhalten. Nichtpresbyope Patienten tragen ihre Korrektionswerte für die Ferne (sofern vorhanden) und presbyope Patienten werden mit ihrer Nahkorrektur gemessen. Der Prüfer leuchtet mit dem Penlight in ca. 50cm Entfernung auf den Nasenrücken des Patienten. Nun hält sich der Patient das hellrote Glas vor das rechte Auge und wird gefragt, ob er ein oder zwei Lichter wahrnimmt. Sofern kein Strabismus oder ein extrem weit entfernter Konvergenznahpunkt vorliegt, wird nur ein Licht gesehen. Nachdem dies vom Patienten bestätigt ist, nähert der Prüfer das Penlight langsam, mittig und leicht unter der Horizontalen

des Patienten in Richtung Stirnmitte. Die Geschwindigkeit der Annäherung sollte ca. 3–5cm pro Sekunde betragen. Sobald der Patient das Licht nicht mehr einfach, sondern doppelt sieht, wird gestoppt. Bei diesem Abstand ist der Break Point erreicht und wird von der Mitte der Stirn aus gemessen (beispielsweise mit einem Zentimetermass wie in Abbildung 1.) Anschliessend entfernt der Prüfer das Licht so lange, bis der Patient wieder einen einzelnen Lichtpunkt wahrnimmt. Diese Distanz wird als Recovery Point aufgeschrieben. In seltenen Fällen könnte aufgrund von starken Suppressionen möglicherweise kein Doppelbild vom Patienten wahrgenommen werden. Ist dies der Fall, so müssen der Break and Recovery Point objektiv ermittelt werden. Falls für die Durchführung des objektiven Tests das Rotglas störend für die Beurteilung wäre, wird das Penlight ohne Rotglas angenähert. Sobald für den Untersucher sichtbar wird, dass eines der beiden Augen die Konvergenzstellung aufgibt und nach aussen abdriftet, ist der objektive Break Point erreicht. Gleichermassen beurteilt der Untersucher, wann das abgedriftete Auge bei Distanzvergrösserung zwischen Licht und Patienten wieder die Konvergenz aufnimmt: Dies ist der objektive Recovery Point.



Konvergenznahpunkt mit Rotglas und Penlight.



Monokulare
Akkommodations-
flexibilität.

In Studien zur Ermittlung der minimalen Testbatterie wurde die Variante des Konvergenznahpunkts mit Penlight als optimal treffsicher befunden, eine Konvergenzinsuffizienz anzeigen zu können.¹ Es ist aber zu beachten, dass die Messung des Konvergenznahpunkts mit Stift oder einem anderen akkommodativen Objekt zu unterschiedlichen Ergebnissen führen kann. Bei der Penlight-Messung ist absichtlich die akkommodative Komponente der Konvergenz stark reduziert. Wenn ein Patient seine Konvergenz vor allem über die Akkommodation erhält, wäre der Nahpunkt mit Stift deutlich kürzer und somit besser als der Nahpunkt mit Penlight. Dies führt zu der Konsequenz, dass man zwischen den beiden Komponenten von Disparitäts- und Akkommodationskonvergenz nur dann differenzieren kann, wenn man auf beide Arten den Konvergenznahpunkt bestimmt. Auch wenn der Test mit Rotglas und Penlight sehr simpel erscheint, verbirgt sich dennoch die eine oder andere Fehlerquelle dahinter. Der Rand des Rotfilters darf nie die Sicht auf das Penlight behindern, was bei Verwendung des abgebildeten Rotglases praktisch nicht passieren kann. In jedem Fall soll der Patient genügend motiviert werden, um möglichst lange und konzentriert den Lichtpunkt zu fixieren. Unkonzentriertheit oder eine geringe Motivation des Patienten würden dazu führen, dass ein zu weit entfernter Konvergenznahpunkt ermittelt wird. Ausserdem sollte das Penlight nie zu hoch oder zu tief gehalten werden; am besten leicht unter

der Hauptblickrichtung. Auch das Tempo ist entscheidend: Um eine einfach zu beurteilende Situation für den Patienten zu schaffen, soll die Annäherung nicht zu schnell und nicht zu langsam, sondern gleichmässig bis zum Endpunkt eingehalten werden. Ein häufiger Fehler liegt darin, dass beim Break Point zu lange verweilt wird, anstatt sofort wieder mit dem Penlight den Abstand gleichmässig zu vergrössern. Hierbei würde das Vergenzsystem länger als notwendig gezwungen, in einer anstrengenden Position zu verweilen, was Auswirkungen wie einen zu hohen Recovery Point haben könnte. Natürlich könnte es auch bei der Distanzmessung Fehlergebnisse geben, wenn der Massstab nicht korrekt von der Nasenwurzel/Mitte der Stirn bis zum Penlight gehalten wird oder ein Ablesefehler passiert.

Monokulare Akkommodationsflexibilität

Die monokulare Akkommodationsflexibilität kann sinnvollerweise nur bei Patienten geprüft werden, deren Akkommodationsbreite > 5.5dpt beträgt. Sollte sie geringer sein, liesse sich nicht mehr zwischen Insuffizienz, Exzess oder Unflexibilität der Akkommodation unterscheiden. Beim Testen trägt ein nichtpresbyoper Patient seine Fernkorrektur (falls vorhanden) und schaut auf ein Testobjekt in 40cm Entfernung. Als Testobjekte eigenen sich kleine Sehzeichen mit hoher Visusanforderung. Für Screenings mit der BTSO-App wird ein Flipper mit ± 2.0 dpt verwendet, ansonsten gibt es Normwerte für verschiedene

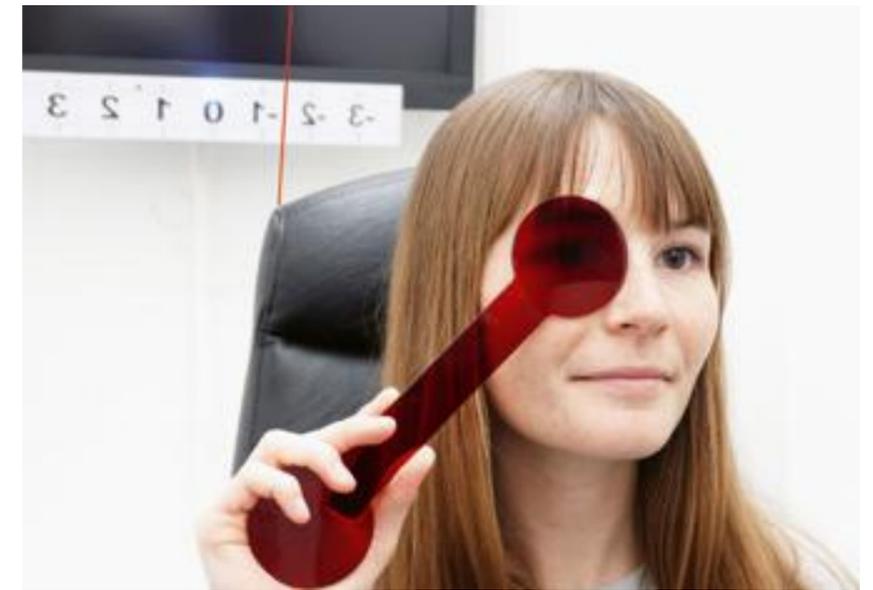
Flipperstärken und Distanzen je nach vorhandener Akkommodationsbreite.² Der Patient wird aufgefordert, während der gesamten Testdauer auf das Sehzeichen zu schauen und zu melden, sobald es klar wahrgenommen wird. Der Flipper wird zuerst mit der Pluskorrektur vor das zu prüfende Auge gehalten. Sobald der Patient das Symbol wieder scharf sieht, muss er dies mit z. B. «jetzt» dem Prüfer mitteilen, damit dieser umgehend auf den Minuswert wechseln kann. Sobald das Symbol wieder scharf gesehen wird, teilt es der Patient mit, damit sofort anschliessend ein erneuter Wechsel auf den Pluswert erfolgen kann. Dieser Vorgang wird für den Zeitraum von genau einer Minute ständig wiederholt. Dabei wird die Anzahl der Wechsel zwischen der Plus- und Minusstärke gezählt. Als Beispiel entsprechen 20 Wechsel einem Messwert von 10cpm (Zyklen pro Minute). Bei der BTSO-App gelten alle Werte < 7cpm als auffällig.

Während des Tests sollen normale Lichtverhältnisse vorliegen, daher darf die Raumhelligkeit nicht reduziert sein. Auch ist darauf zu achten, dass der Flipperwechsel unmittelbar nach der Ansage des Patienten erfolgen muss. Um sicherzugehen, dass die notwendige Schärfe des Testobjekts vom Patienten richtig angegeben wird, braucht es vor Beginn der eigentlichen Messung eine Übungsphase. Dabei demonstriert der Untersucher dem Patienten, ob und wie sich die Schärfe beim Vorgeben der beiden unterschiedlichen Flipperstärken verändert.

Nah- und Fernphorie mit Maddox

Mithilfe des Maddox-Tests können die dissoziierten Heterophorien in der Ferne sowie in der Nähe gemessen werden. Bei diesem Test trägt der Patient während der Messung die aktuelle refraktive Korrektur. Für die Messung der Fernwerte schaut der Patient auf ein kleines, helles Licht in der Ferne, welches beim Nullwert einer Skala angebracht ist. Eine Skaleneinheit entspricht genau 1pdpt in der vorgegebenen Messdistanz. Diese Skala wird auch «modifizierte Thorington-Karte» genannt und muss schwarze Zeichen auf weissem Grund verwenden. Nun wird ein Maddox-Zylinder in horizontaler Ausrichtung vor das rechte Auge gehalten, sodass der Patient mit rechts eine vertikale rote Linie sieht und mit links den hellen Lichtpunkt. Falls die rote Linie nicht gut genug erkennbar ist, muss der Raum leicht abgedunkelt werden. Ist die Heterophorie gering, dann kann der Wert direkt auf der Skala abgelesen werden. Der Patient wird aufgefordert, die Zahl oder den Ort zu nennen, wo sich die vertikale Linie befindet, während er sich immer auf den Lichtpunkt konzentriert. Dieser Ort/diese Zahl ergibt die Heterophorie in Prismendioptrien. Befindet sich die Linie rechts von der Zahl 0, so bedeutet dies eine Esophorie (Prismenbasis aussen). Befindet sie sich hingegen auf der linken Seite der 0, bedeutet es eine Exophorie (Prismenbasis innen). Nicht bei allen Patienten kann der Wert abgelesen werden, weil möglicherweise die rote Linie ausserhalb der Skala erscheint. Ist dies der Fall, werden Prismen in der entsprechenden Basis vorgehalten und so lang verstärkt, bis der Lichtstrich mittig gesehen wird. Die Prismengläser oder die Prismenleiste wird noch vor den Maddox-Zylinder gehalten, damit das linke Auge weiterhin ohne Prisma und mit dem optimalen Fernvisus den Lichtpunkt fixieren kann. Der gesuchte Messwert ist derjenige Prismenwert, bei dem der Strich und der Lichtpunkt am besten in Übereinstimmung sind.

Bei der Messung in die Nähe schaut der Patient auf die modifizierte Thorington-Karte (Bernell Muscle Imbalance Card #BC1209N) in 40cm Distanz. Gleich wie bei der Messung in die Ferne wird der rote Maddox-Zylinder in horizontaler Ausrichtung vor das rechte Auge gehalten, damit rechts wieder eine rote senkrechte Linie erscheint. Die Nahmessung wird immer bei voller Raumbeleuchtung durchgeführt, damit die Akkommodation so gut wie möglich kontrolliert werden kann. Mit einem Penlight wird die zentrale Öffnung der Karte von der Rück-



Differenz zwischen Maddox-Nah- und Fernphorie.

seite beleuchtet. Der Patient soll die Zahlen immer klar erkennen können. Anschliessend soll er ablesen, wo bzw. bei welcher Zahl die Zahlenreihe von der roten vertikalen Linie geschnitten wird. Dieser Schnittpunkt ergibt die Heterophorie in die Nähe. Eine wichtige Fehlerquelle ist die ungenügende Kontrolle der Akkommodation. Dies ist zu vermeiden, indem der Patient wiederholt darauf hingewiesen wird, die Zahlen und die Skala immer scharf einzustellen. Eine Messung mit Phoropter wird nicht empfohlen, weil es damit zu einer deutlich höheren Streuung der Messwerte kommt.³ Eine weitere, häufige Fehlerquelle wäre ein zu dunkler Raum, in dem die Hellakkommodation und -vergenz nicht mehr gegeben ist. Patienten sollten gut instruiert werden, sich auf den

Lichtpunkt zu konzentrieren und die Zahlen scharf zu sehen, damit die Akkommodation bestmöglich kontrolliert ist. Falls sich die rote Linie bewegt und unruhig erscheint, hilft es manchmal, die Konzentration auf das Licht und die Zahlen zu richten. Falls nicht, wird der Mittelwert genommen, um den die rote Linie schwankt.

Mit dem Maddox-Zylinder und der Thorington-Karte kann zusätzlich die vertikale Heterophorie gemessen werden, auch wenn in der BTSO-App lediglich die horizontalen Werte bestimmt werden.

Weiterführende Funktionstests

Sind die drei Tests der minimalen Testbatterie auffällig, so werden weitere Funk-

tionstests durchgeführt, um in jedem Einzelfall die mögliche Analyse zu bestätigen oder vielleicht auch zu verwerfen. In den weiterführenden Tests wird die Leistungsfähigkeit von Vergenz und Akkommodation mit weiteren Daten untermauert. Es sollten laut Literatur mindestens folgende Messungen vorgenommen werden:^{2,4} Akkommodationsbreite, MEM-Skiaskopie, binokulare Akkommodationsflexibilität, Konvergenznahpunkt mit akkommodativem Objekt, Vergenzflexibilität und Vergenzbreiten in der Ferne und in der Nähe.

Akkommodationsbreite

Bei der Akkommodationsbreitenmessung wird die Leistungsfähigkeit der Nahakkommodation bestimmt. Diese Messung wird monokular durchgeführt, wobei das nicht gemessene Auge okkludiert wird und die Raumbeleuchtung normal hell eingestellt ist. Eine kontrastreiche Testfigur z. B. die Duane-Figur, wird idealerweise in einem Testgerät im Durchlicht oder zumindest gleichmässig hell von vorne beleuchtet. Vor Beginn der eigentlichen Messung muss sichergestellt sein, dass der Patient die Linie oder die Testfigur scharf erkennt, wenn er sie in ca. 50 cm in den Händen hält. Bei älteren, presbyopen Patienten ist dies nicht zu erwarten. Daher wird in der Altersgruppe 50 bis 60 Jahre eine Voraddition von +1.50 dpt und bei > 60 Jahren von +2.00 dpt eingesetzt. Bis zum Alter von ca. 24 Jahren wird mit einem Minusvorsatz von üblicherweise -4.0 dpt gemessen. Dies ist sinnvoll aufgrund der extrem kurz gemessenen Distanzen, in denen jeder Zentimeter sich sehr stark auf das Ergebnis auswirkt, der falsch abgelesen oder falsch gemessen wurde. Der Patient hat nun die Aufgabe, die Testfigur immer mehr in Richtung seiner Augen anzunähern. Wird mit der Duane-Figur geprüft, so muss der Patient den Moment mitteilen und mit dem Annähern stoppen, in dem er die feine Linie der Duane-Figur das erste Mal blasser oder unschärfer sieht. Wird mit einer anderen Testfigur geprüft, so teilt der Patient den Moment mit, in dem die Figur oder die Sehzeichen unscharf werden.



Duane-Strichfigur bei Presbyopen mit/ohne Voraddition.



MEM-Messung mit Skiaskop und Aufsteckkarte.

Die Messung der Akkommodationsbreite sollte mit der Messbrille und den aktuellen Korrekturwerten durchgeführt werden. Wichtig ist bei beiden Prüfsituationen, dass der Patient wirklich den ersten Moment ansagt, in dem er eine erstmalige Verschlechterung der Schärfe wahrnimmt. Um die Akkommodationsbreite zuverlässig zu erhalten, wird der Mittelwert zweier Testläufe gewertet. Die gemessene Distanz zwischen der Testfigur und dem Nasenrücken des Patienten ergibt im Kehrwert die Akkommodationsbreite. Normwerte für den Mindestwert der Akkommodationsbreite können gemäss Hofstetter-Formel berechnet werden oder werden aus der Kurve nach Duane abgelesen:

$$\Delta A_{\max} = 15 - \frac{\text{Alter}}{4}$$

Sind die Akkommodationsbreiten festgestellt, so müssen nicht nur die Werte zwischen dem Soll- und Istwert verglichen werden, sondern auch die Werte zwischen dem rechten und dem linken Auge. Zeigt sich eine zu tiefe Akkommodationsbreite, welche ausserhalb der Norm liegt und auch mit den subjektiven Beschwerden des Patienten einhergeht, so ist meist eine Korrektur mit einer Addition die erste Wahl. Unterschiedliche Akkommodationsbreiten zwischen den beiden Augen sind normal bei höheren Anisometropien, ansonsten liefern sie einen Hinweis auf ein noch nicht vorhandenes Refraktionsgleichgewicht. Fehlerquellen verstecken sich auch bei dieser Messung. Häufig sind es Messfehler, die im presbyopen Alter passieren: Die Patienten sehen die

Testfigur oder Duane-Strichfigur von Anfang an nicht scharf und können somit zu schlecht zwischen «etwas unscharf» und «ganz undeutlich» differenzieren (siehe Abbildung 4). Auch kann eine zu schnelle Annäherung zu Messfehlern führen oder eine nur einmalig durchgeführte Messung. Bei den jüngeren Personen gibt es immer wieder Messfehler, weil entweder nicht mit einem Minusvorsatz gearbeitet wird oder die Patienten nicht genügend motiviert worden sind, das Testobjekt so lange wie möglich scharf zu behalten.

MEM-Skiaskopie

Dies MEM-Skiaskopie oder auch «Monocular Estimation Methode» hat das Ziel, die Akkommodationsgenauigkeit unter binokularen Bedingungen zu prüfen.² Hierbei handelt es sich um eine objektive Messung, welche bei normaler Raumhelligkeit durchgeführt wird. Es wird getestet, ob auf eine am Skiaskop aufgebrachte Fixationskarte eher zu wenig oder eher sogar zu viel akkommodiert wird. Um dies zu prüfen, skiaskopiert der Untersucher in der habituellen Lesedistanz. Der Patient wird aufgefordert, die Sehzeichen scharf zu stellen und vorzulesen, während der Prüfer den Flackerpunkt mit sehr kurzem Vorhalten verschiedener sphärischer Ausgleichgläser bestimmt. Für die Untersuchung ist es wichtig, dass der Prüfer und der Patient auf gleicher Augenhöhe sind. Während des gesamten Tests trägt der Patient seine übliche Korrektur, sofern vorhanden. Zudem wird kein Auge okkludiert, da der Test zwar monokular, jedoch unter binokularen Bedingungen durchgeführt wird. Die Wer-

te sollten normalerweise bei +0.25 oder +0.5 dpt liegen. Abweichungen davon zeigen an, dass bei Werten in Richtung «plus» zu gering akkommodiert wird bzw. bei Werten in Richtung «minus» die Akkommodation überhöht ist. Fehlerquellen für diese Messung könnte ein abgedunkelter Raum sein. Oder die Ausgleichgläser werden zu lang vorgehalten, anstatt nur für einen sehr kurzen Moment, denn die Akkommodation soll ohne den Einfluss dieser Gläser gemessen werden.

Binokulare

Akkommodationsflexibilität

Bei der binokularen Akkommodationsflexibilität wird ähnlich wie bei der monokularen Akkommodationsflexibilität vorgegangen, allerdings sollte während der Messung auf Suppressionen geachtet werden. Dafür ist eine polarisierende Testvorlage verfügbar: das Bernell-Vectogramm No. 9. Reihen mit unterschiedlich grossen Optotypen werden entweder nur einem der beiden Augen präsentiert oder beiden Augen gleichzeitig. Zusätzlich zur Frage nach der Schärfe wird der Patient auch darauf hingewiesen, dass immer alle Reihen sichtbar sein müssen. Falls dies nicht der Fall ist, wäre der Messwert bedeutungslos, und die Messung muss entweder wiederholt oder kann nicht binokular durchgeführt werden. Normalerweise sind 10 cpm oder besser die erwarteten Werte. Diese zusätzliche Testung ermöglicht eine weitere Aussage über den akkommodativen Status des Patienten. Da bei der monokularen Messung die Werte oft innerhalb der Norm liegen, obwohl die Patienten vielleicht unter subjektiven Beschwerden leiden, ist eine binokulare Bestimmung hilfreich, wenn sie Werte ausserhalb der Norm anzeigt. Um Fehler zu vermeiden, sollte der Flipper immer auf beiden Augen gleichzeitig und gut positioniert vorgehalten werden. Ausserdem soll beim Blick auf das Vectogramm ein heller und gleichförmiger Hintergrund vorhanden sein, damit die Sehzeichen zuverlässig erkennbar sind.

Konvergenznahpunkt mit akkommodativem Objekt

Die Testung des Konvergenznahpunkts mit einem akkommodativen Objekt verläuft ähnlich wie beim Prüfen mit Penlight und Rotfilter. Die Erkennung des Doppeltsehens beim Annähern mit dem Stift ist für manche Patienten eher schwieriger, weil es keine farbliche Unterscheidung der beiden Seheindrücke im Doppeltsehen gibt. Als Testobjekt dient eine Stiftspitze oder



Binokulare Akkommodationsflexibilität.



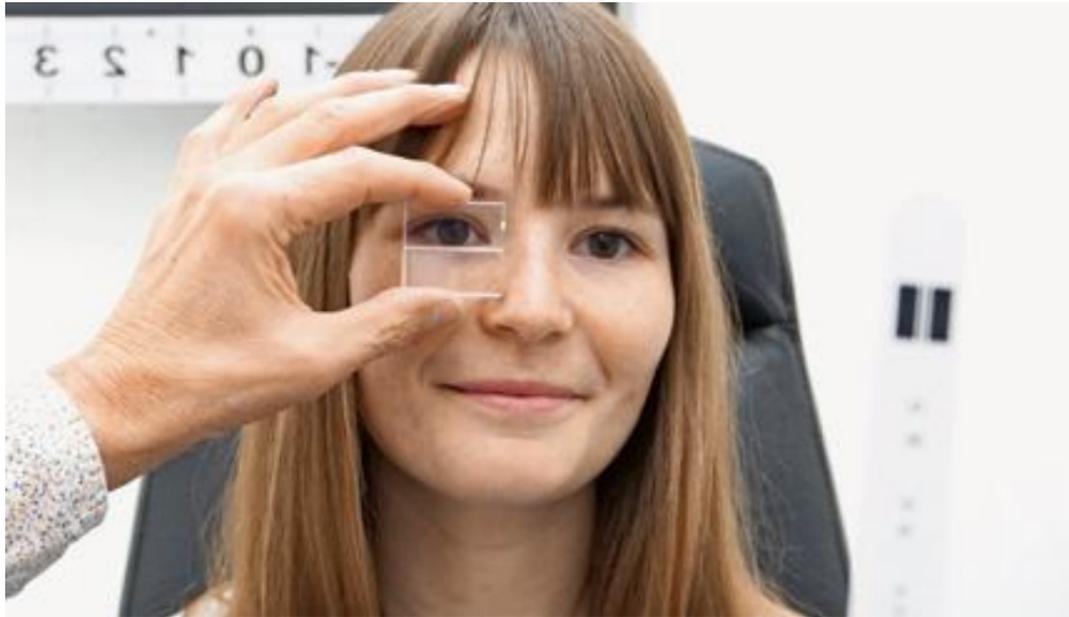
Konvergenznahpunktmessung mit Stift.

es werden Optotypen auf einem schmalen Fixationsstab gezeigt. Da die Akkommodation und die Konvergenz Hand in Hand gehen, findet man bei diesem Test nicht selten nähere Konvergenznahpunkte als bei einem nichtakkommodativen Testobjekt.

Vergenzflexibilität in der Nähe

Bei der Vergenzflexibilität in der Nähe wird die Fähigkeit zur schnellen Änderung der Vergenz getestet. Der Test wird mit der getragenen Korrektur durchgeführt. Der Test wird in 40 cm Distanz mit einem Fixierstab und einem akkommodativen Testobjekt durchgeführt. Der Patient wird nun aufgefordert, die Zeichen einfach einzustellen, wenn probeweise der Flipper vorgehalten wird. Dieser Flipper besteht aus zwei kombinierten Prismengläsern mit 12.0-pdpt-

Basis aussen und 3.0-pdpt-Basis innen. Die Messung dauert genau eine Minute lang, wobei der Patient bei jedem Wechsel die Zeichen wieder erneut einfach stellen muss. Ist ihm dies gelungen, so muss er das Einfachsehen mit z. B. einem «jetzt» bestätigen, damit der Prüfer unmittelbar einen erneuten Wechsel vornehmen kann. Vergleichbar mit der Akkommodationsflexibilität wird die Anzahl der Wechsel in Zyklen pro Minute gezählt. Als Erinnerung: Zwei Wechsel ergeben einen Zyklus. Bei diesem Test sollte eine normale Raumhelligkeit eingestellt sein. Um Fehler zu vermeiden, die durch vorschnelle Aussagen des Patienten entstehen können, wird zusätzlich zur subjektiven Meldung des Patienten die Augenstellung beobachtet und das Glas erst dann gewechselt, wenn die notwendige Vergenzstellung eingenommen wurde.



Messung der Vergenzflexibilität.

Vergenzbreiten

Die Messung der Vergenzbreiten ist einfach durchführbar an einem Phoropter oder mit einer Prismenleiste. Allerdings sind die Normwerte unterschiedlich, je nachdem ob die Prismen am Phoropter gleichmässig oder mit der Prismenleiste sprunghaft verändert werden.² Es wird getestet, wie lang die Fusion gehalten werden kann, wenn Prismen vorgegeben und verstärkt werden. Während der Patient seine Fernkorrektion trägt, schaut er auf ein Fixationsobjekt in der Ferne, das ohne Prismenbelastung einfach gesehen wird. Weil es eine anhaltendere Adaptation bei Basis aussen gibt, muss immer zuerst mit Basis innen geprüft werden. Diese Prismen werden so lange erhöht, bis der Patient das Testobjekt doppelt sieht: Dies ist der «Break». Gleich im Anschluss werden die Prismen so lange abgeschwächt, bis wieder Einfachsehen besteht: Der «Recovery» ist erreicht. An-

schliessend werden Break und Recovery mit Basis aussen gemessen. Danach wird die Messung in 40cm Distanz ebenfalls beim Blick auf ein akkommodatives Objekt durchgeführt, um Break und Recovery für die beiden Basislagen zu bestimmen. Sofern vorhanden, trägt der Patient dazu die Nahkorrektion.

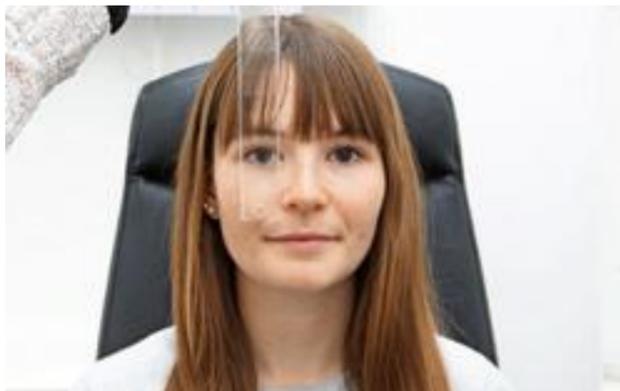
Klassifizierung aller möglichen Einzelfälle

Dank der BTSO-Lern-App und der dort verwendeten minimalen Testbatterie können mit einem geringen Aufwand die verschiedenen Auffälligkeiten im Binokularesehen und in der Akkommodation festgestellt werden. Diese Informationen helfen dabei, die richtige Richtung für zusätzliche Untersuchungen einzuschlagen, welche für eine Klassifizierung schlussendlich notwendig sind. Hat man alle Tests notiert und festgestellt, ob sie in der Norm

liegen oder ausserhalb, ergibt sich daraus eine Klassifizierung. Die dafür notwendige schrittweise Vorgehensweise wird im dritten Teil dieser Artikelserie in der nächsten Ausgabe beschrieben.

Literatur:

- ¹ Hussaindeen, J. R., et al., The minimum test battery to screen for binocular vision anomalies: report 3 of BAND study. Clin Exp Optom, 2018. 101(2): p. 281–287.
- ² Scheiman, M. and B. Wick, Clinical Management of Binocular Vision. 2020, Philadelphia: Wolters Kluwer. Lippincott Williams & Williams.
- ³ Casillas Casillas, E. and M. Rosenfield, Comparison of subjective heterophoria testing with a phoropter and trial frame. Optom Vis Sci, 2006. 83(4): p. 237–41.
- ⁴ Hussaindeen, J. R., et al., Prevalence of non-strabismic anomalies of binocular vision in Tamil Nadu: report 2 of BAND study. Clin Exp Optom, 2017. 100(6): p. 642–648.



Messung der Vergenzbreiten mit Prismenleiste in der Ferne und in der Nähe.

Optometrie auf dem neusten Stand

Bedeutet aktuell zu sein auch immer digital zu sein?

Text und Bilder von Anja Grommek

An der Generalversammlung zu Beginn der Frühlingstagung des SBAO stellt Präsident Manuel Kovats die neue Vision des Vorstandes vor. Durch die Wandlung zum Gesundheitsberuf hat sich die Branche verändert und OPTIKSCHWEIZ wird zu einem reinen Arbeitgeberverband. Diese Reformen haben neue Aufgaben, Verantwortlichkeiten und Lücken geschaffen. Der Schweizerische Berufsverband für Augenoptik und Optometrie will sich dieser Verantwortung stellen und bewusst die fachliche und berufspolitische Vertretung für alle Optometristinnen und Optometristen sein, unabhängig von Arbeitsumfeld und Landessprache. Um auch fortbildungstechnisch mit der Zeit zu gehen, werden im nächsten Jahr wieder vermehrt digitale Weiterbildungen in allen Landessprachen angeboten. Für junge Optometristen wird derzeit eine Austauschplattform mit dem Namen «Optom Next» aufgebaut. Um sich dem Fortbildungsobligatorium der neuen Gesetzgebung anzupassen, wird darüber hinaus gemeinsam mit den anderen Schweizer Verbänden und der FHNW an neuen Möglichkeiten für gemeinsame Weiterbildungen gearbeitet.

SBAO-Preisverleihung Bachelorarbeit

Stephan Bitterli, Präsident der Stiftung SBAO, überreicht den diesjährigen SBAO-Preis an Sara Biasco und Estelle Reymond für ihre Bachelorarbeit zum Thema «Der Einfluss von Social Media auf die Blinzelfrequenz des Auges». Die Studie, die zum grössten Teil in Stockholm durchgeführt wurde, zeigt, dass bei den meisten Testpersonen, insbesondere aber bei Personen mit trockenen Augen, die Blinzelfrequenz während der Nutzung von Social Media stark abnimmt. Dazu muss aber noch mehr geforscht werden.

Was tun, wenn sich das Gesicht um die Augen verändert?

Eine Endokrine Orbitopathie ist eine Krankheit, bei der ein unbekannter Trigger eine Autoimmunreaktion des Körpers auslöst, welche die Schilddrüse angreift. Die Folge davon sind strukturelle und grössenmässige Veränderungen des hinter dem Augapfel gelegenen Muskel-, Fett- und Bindegewebes. Klinisch äussert sich das mit einem deutlichen Hervortreten der Augen (Exophthalmus), hochgezogenen Ober-

lidern (Oberlidretraktion) und einer damit verbundenen Erweiterung der Lidspalten. Den betroffenen Menschen sieht man das aber nicht nur an Veränderungen der Augen an. Da neben der Schilddrüse oft auch das Gehirn in Mitleidenschaft gezogen ist, sind die Betroffenen meist keine glücklichen Menschen. Manchmal sind sie sogar eher aggressiv, berichtet Dr. Dr. Paridaens in seinem Vortrag. Die medikamentöse Behandlung zeigt leider nur geringen Erfolg und ist mit starken Nebenwirkungen wie Hörverlust verbunden. Der Augenarzt bevorzugt darum eine Operation. Um den Druck auf den Augapfel zu verringern, öffnet er den Lidrand von der Seite, schiebt das Auge nach oben und entfernt Knochen und Fett von unten. Der Eingriff kann zu einer leichten Bewegungseinschränkung des Auges führen, aber die Betroffenen fühlen sich danach besser. In der augenoptischen Praxis gut zu wissen ist: Von dieser Krankheit betroffen sind fünfmal mehr Frauen als Männer. Hat ein Kunde ein zunehmend hervorstehendes Auge, kann man ihn nach unten blicken lassen und das Oberlid hochziehen. Bleibt es oben, ist die Chance gross, dass es sich um eine Endokrine Orbitopathie handelt.



Marion Beeler geht nun ganz in den Ruhestand. An der GV wird sie aus dem Stiftungsrat des SBAO verabschiedet und Martin Kündig wird neu gewählt.



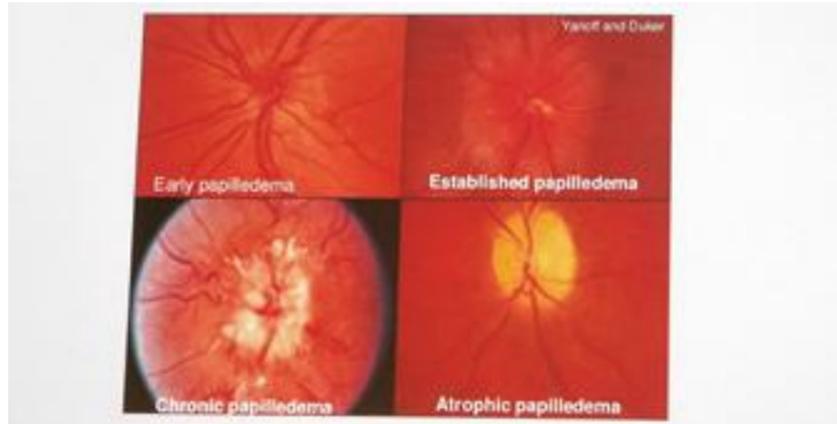
Manuel Kovats verabschiedet Nina Müller nach sechs Jahren im SBAO-Vorstand. Neu gewählt wird Emanuele Käser, zurzeit Doktorand an der FHNW Olten.



Preisübergabe (v.l.n.r.): Estelle Reymond, Sara Biasco, Stephan Bitterli und Léonard Kollros.



So sieht Herr Paridaens' Archetyp Simon aus.



Verschiedene Stadien eines Papillenödems aus dem Vortrag von Lorcan Butler.

Herr Paridaens operiert aber nicht nur bei Endokriner Orbitopathie. Die Patienten kommen mit unterschiedlichen Veränderungen rund um die Augen zu ihm. Ziel solcher Lidoperationen ist, nicht nur die pathologischen Probleme zu lösen, sondern auch die ästhetischen. Abhängig sind diese Ziele vom Alter, der Kultur, der Zeit und dem Geschlecht des Patienten. Vor einem Eingriff muss unbedingt geklärt werden, ob die Vorstellungen und die Möglichkeiten zusammenpassen. Bilder von früher helfen dem Operateur, das Gesicht wieder dem anzupassen, wie es ehemals ausgesehen hat. Der Chirurg stellt dem Publikum die Archetypen Simon und Sylvia vor. SIMON ist der Prototyp des Kunden, der auf keinen Fall operiert werden sollte. Dieser Patient ist Single, Immature (unselbstständig), Male, Overly expectant (mit sehr hohen Ansprüchen), Narcissistic. Er wird nie zufrieden sein. SYLVIA ist hingegen der Prototyp des Patienten, der ohne Probleme behandelt werden darf. Secure (selbstsicher), Young (jung), Listen (hört zu), Verbal (kann sich gut ausdrücken), Intelligent und Attractive.

Hirntumore können auch Veränderungen im und um das Auge zur Folge haben. Lorcan Butler, ein irischer Augenarzt aus England, sprach darüber, worauf geachtet werden kann, um einen solchen Tumor nicht zu übersehen. Ein Indiz ist immer die Veränderung des Gesichts ohne bewussten Trigger. Auch plötzliche Persönlichkeitsveränderungen, Gleichgewichts- und Sprachprobleme sowie Gewichtsprobleme können

«Wähle den Beruf, den du liebst, und du musst keinen Tag mehr arbeiten.»
ist das Motto von Dr. Med. Tamer Tandogan.



ein Merkmal sein. Kopfschmerzen sind meist nur im Zusammenhang mit anderen Symptomen ein Hinweis auf einen Tumor. Reagieren sollte man bei neuen Kopfschmerzen, oft solche, die in der Nacht auftreten und im Liegen schlimmer sind als im Stehen. Aber auch ein pulsartiger Tinnitus oder kurzzeitige Sehverluste können Hinweise auf einen Tumor sein. Nach diesen Symptomen muss aber oft ganz konkret gefragt werden. Das OCT zählt heute als gutes Werkzeug zur Differenzierung. Ein Papillenödem ist ein Zeichen, dass weitere Untersuchungen dringend angezeigt sind. Wie kann ein echtes Papillenödem von einem unechten Papillenödem (Pseudoödem) unterschieden werden? Dr. Butler spricht bei einem echten Papillenödem von einer wütenden Papille. Sie sei rot und vorgewölbt. Im OCT sehe man im Schnitt die Bruch'sche Membran oft nach oben gebogen. Bei einem Pseudopapillenödem sei die Papille zwar auch angeschwollen, aber nicht rot. Fänden sich Drusen im Kopf des Nervus opticus, sei es kein echtes Ödem. Vom Seminarraum «Szenario» im Kurhotel Bern sieht man direkt in die schneebedeckten Alpen. Dr. Butler genießt diesen Ausblick und macht sogleich einen Vergleich: Drusen sehen im OCT aus, wie wenn man einen Berg durchleuchten würde. Unten schwarz und hart wie Stein, obendrüber eine weisse Decke.

Neuster Stand bei intraokulären Linsen

Dr. med. Tamer Tandogan, Chefarzt der Palace Klinik, erzählt, dass die Idee einer möglichen Linsenimplantation entstand, weil im Zweiten Weltkrieg das Gewebe die Glassplitter in den Augen von Militärpiloten gut integrierte. Seither sind viele Jahre der Forschung an Typen und Material von Intraokularlinsen (IOLs) vergangen. Heute

findet man verschiedene hydrophile und hydrophobe Materialien auf dem Markt. Dr. Tandogan bevorzugt die hydrophoben Materialien. Selten würden «Glistening» (winzige, mit Wasser gefüllte Mikrovakolen) in der Linse auftreten, aber in den meisten Fällen bleiben sie klar. Viel öfter kommt es vor, dass die hydrophilen Linsen mit der Zeit eintrüben und dann wieder herausoperiert werden müssen.

Dr. med. univ. Jascha Wendenstein erklärt in seinem Vortrag zur Staroperation, dass vor einem Eingriff das Ergebnis der Restkorrektur nach der Operation nur mit einer Genauigkeit von $\pm 0,5$ dpt bestimmt werden kann. Deswegen und wegen der fehlenden Akkommodation erhalten die meisten Patienten nach einer Staroperation eine Nachversorgung. Seit ein paar Jahren ist die IOL-Trifokallinse auf dem Markt, bei den Patienten schneidet sie aber aufgrund des starken Kontrastverlusts nicht so gut ab. Am besten vertragen werden die EDOF (Extended Depth of Focus) und die Monofocal Plus IOLs mit positiver sphärischer Aberration und mehr Tiefenschärfe. Bei beiden IOL-Typen muss zum Lesen meist noch eine Brille benutzt werden, die Ferne und die Zwischendistanz werden aber ohne Unterstützung gut gesehen. In manchen Fällen werden auch Linsentypen gemischt oder auch Monovision angepasst. Bis die Korrektur nach circa drei Monaten nach dem Eingriff stabil ist, macht eine einfache und günstige Brillenkorrektur Sinn. Danach können kleinere Abweichungen mit dem Laser nachkorrigiert oder mit angepassten Kontaktlinsen oder einer Brille die Ferne und Nähe ausgeglichen werden. Dabei ist eine gute Zusammenarbeit von Optikern, Ärzten und Optometristen sehr wichtig. Nach dem Eingriff erhält jeder Patient ein Kärtchen mit Daten seiner IOLs. Für die



Gesprächsrunde «News aus der Industrie» (v.l.n.r.): Enrico Giarrusso, Optiswiss; Pascal Forrer, Appenzeller; Yves Bargetzi, Rodenstock; Marcus Vogt, Cooper; Stefan Kettler Zeiss; Patricia Dallinger, Alcon, und Manuel Kovats.

Wahl der richtigen Brillengläser oder Linsen ist es wichtig, zu wissen, welche IOL implantiert wurde. Im Sehtest kann sonst, gerade bei implantierten Linsen mit ausgehnter Tiefenschärfe oder Mehrstärkenlinsen, eine viel zu hohe Myopie gemessen werden. Auf der Webadresse IOLCON.org sind alle Linsentypen gelistet, sodass mit der Nummer auf dem Kärtchen für jeden Patienten die implantierte Linse zu finden ist.

Künstliche Intelligenz in der Ophthalmologie

Die KI wird den Alltag verändern wie vor ein paar Hundert Jahren die Elektrizität, so Prof. Dr. Dr. Marion Munk in ihrem Vortrag. Hinter einer guten KI stehen gute

Statistiken mit sehr vielen unabhängigen Daten. Teilweise sind die Programme heute bereits treffsicherer als der Mensch. Nach wie vor ist die Hybridlösung aber die kosteneffizienteste. Es wird teuer, wenn zu viele falsch-positive Diagnosen gestellt werden, und genauso unangenehm, wenn eine Pathologie nicht erkannt wird. Die KI wird niemandem den Arbeitsplatz wegnehmen, aber eine Person, die mit KI arbeitet, wird einen ersetzen, der es nicht kann, so Dr. Munk.

Benjamin Fassbind ist ein Softwareentwickler mit Interesse an Medizintechnologien. Vor einiger Zeit litt er an sehr trockenen Augen, bis zu chronischer Augenentzündung. So kam er dazu, sich mit dem Auge und der Hornhaut zu beschäftigen. Er hat in seiner Bachelorarbeit mittels neuronalen Netzwerken eine Applikation entwickelt, die anhand von Hornhaut-Topografien diverse Hornhaut-Pathologien diagnostizieren kann.

In einer Diskussionsrunde lädt der SBAO seine Firmenmitglieder ein, zum Thema «Warum auch in Zukunft sich nicht alles online abspielen wird» zu diskutieren. Ein Betrieb sollte einen Onlineauftritt haben, da dies vieles vereinfacht. Aber die persönliche Beratung und die Haptik sind nach wie vor wichtig, so die meisten Antworten. Die Industrie möchte den Optiker an der Front gerne weiterhin unterstützen.



Verschiedene IOL-Typen haben unterschiedliche Schwerpunkte, Vorteile und Nachteile.



In den Pausen besteht wie jedes Jahr die Möglichkeit, die Industrieausstellung zu besuchen und sich auf den neusten Stand zu bringen.



Nina Müller diskutiert mit Hendrik Edenthalhammer und Markus Ritzmann über ihre Praxisfälle.

Am Montagnachmittag stellte Dr. med. univ. Gabor Mark Somfai in provokanter Weise die Lasertherapie dem ChatGPT bei der Behandlung von diabetischen Augenkomplicationen gegenüber. Ist der Patient motiviert, sich an die Diät zu halten und seinen Lebensstil zu ändern, muss oft gar nicht oder sehr spät therapiert werden. Die Erfahrung zeigt aber leider, dass sich Patienten oft nicht daran halten. Es wurden Studien durchgeführt, in denen Aufklärungsgespräche von Ärzten mit solchen verglichen wurden, die über einen ChatGPT geführt wurden. Dabei schnitt ChatGPT als empathischer und erfolgreicher ab. Der Augenarzt hat oft einfach zu wenig Zeit. Wenn jedoch eine Behandlung notwendig ist, zieht Dr. Somfai den einmaligen Eingriff des Lasers den regelmässigen Spritzen vor. Für die Spritzen werden zahlreiche Alternativen erforscht. Es wird versucht, die Häufigkeit der Injektionen zu verringern und damit die Zeit des Augenarztes und des Patienten zu schonen. In den USA wurde die Therapie mit Spritzen schon von einem Implantat ersetzt, welches das Medikament kontinuierlich freigibt. Diese sind aber in Europa noch nicht zugelassen.

Das (Neuste?) aus der Myopieforschung

Nicht die aktuellste, aber eine der besten Studien zu diesem Thema ist die von Herrmann Cohn aus dem Jahr 1892. Laut Cohn nimmt die Myopie von der Dorfschule bis zum Gymnasium zu, ist in der Stadt viermal häufiger anzutreffen als auf dem Land und hängt oft mit kurzsichtigen Eltern zusammen. Auch ihm war schon klar, dass Naharbeit und ergonomisch ungünstige Schul-

möbel die Myopie begünstigen, ebenso wie eine schlechte Beleuchtung. Die Kurzsichtigkeit ist also keine neue Pandemie, betont Redner Prof. Dr. med. Hakan Kaymak. Was man heute weiss, ist, dass das Augenlängenwachstum schon vor der Myopisierung beginnt. Bei einem Kind mit Verdacht auf Myopie ist eine biometrische Abklärung alle 6 Monate, mindestens aber jedes Jahr nötig. Die Augenlänge sollte gemessen und der Augenhintergrund nach Veränderungen überprüft werden. Der Redner selbst therapiert erst mit Atropin, wenn mit den optischen Möglichkeiten nichts erreicht wurde.

Spezielllinsen, was ist möglich?

Die innovative Idee der Freiformlinse ist seit einem Jahr Realität. Bernd Brückner zeigt in seinem Vortrag die Möglichkeiten dieser von der Firma Appenzeller hergestellten Linse auf. In der Folge stellen Hendrik Edenthalhammer und Markus Ritzmann zwei Fälle aus ihrer Praxis vor. Herr Edenthalhammer passte einer Kundin mit beidseitiger Vestibulopathie (Schwindelsyndrom) eine EDOF-Kontaktlinse an, da die Kundin mit ihrer Gleitsichtbrille nicht zurechtkam. Markus Ritzmann stellt eine Sklerallinsenanpassung über eine alte Keratoplastik vor. Um die Kundin gut zu versorgen, passte er am Ende eine etwas kleinere Sklerallinse mit Belüftungslöchern an. Fazit: Manchmal kommt es anders, als man denkt. Schwierige Situationen erfordern kreatives Denken.

Dies gilt auch bei der Kontaktlinsenanpassung nach Lasik. Dominik Lohri erläutert in seinem anschliessenden Vortrag, wie wichtig es ist, die individuellen Bedürfnisse und

Einschränkungen der Patienten im Vorfeld zu besprechen. Neben den medizinisch erforderlichen Kontaktlinsenanpassungen kommen oft Kunden mit beginnender Presbyopie und «Simons» (siehe Vortrag oben), die wieder sehen wollen wie früher. Dies sei eigentlich nie möglich, so der Redner. Nach einer Lasik-Operation leiden viele Patienten unter trockenen Augen. Lohri hält sich bei der Anpassung an den Spruch der ehemaligen Professorin der FHNW Olten, Frau Andrea Müller: Auf ein trockenes Auge gehört eine trockene Linse. Um eine gute Passform zu erreichen, muss bei der Anpassung von formstabilen Kontaktlinsen der zentrale Radius auf die ursprüngliche Hornhautform zurückgerechnet werden. Für jede 0,5-dpt-Korrektur, die weggelassen worden ist, rechnet er $\frac{1}{10}$ Radius zurück, um den ursprünglichen Hornhautradius zu erhalten. Anschliessend flacht er für die Linsenbestellung den Radius aber wieder leicht ab, um kein zu starkes zentrales Pooling zu erhalten. Die Linse kann dann fast in der ursprünglichen Korrektur vor der Lasik bestellt werden. In der Diskussion mit dem Publikum wurde nach dem Vortrag noch über die Möglichkeit von OrthoK-Linsen über einer Lasik diskutiert. Herr Andy Dättwiler von Pfarrerkontaktlinsen in Bern macht das sehr oft, der Referent nur als letzte Möglichkeit. Der Flap, der beim Lasern abgetrennt wird, wird nie wieder ganz anwachsen und so bleibt das Risiko des Abreissens immer bestehen.

Binokulares Sehen und Amblyopie

Etwa 30% der Menschheit leiden unter binokularen Sehproblemen, das zeigen

die Studien von Garcia-Munoz, Carbonell-Bonete et al. 2016 und Hussaindeen, Rakhit et al. 2017. Volkhard Schroth plädiert in seinem Vortrag über «Die minimale Testbatterie für binokulares Sehen» dafür, dass mehr Fachleute den Mut haben sollten, ein binokulares Screening anzubieten. Das Thema ist komplex, deshalb hätten viele Angst, es zu wagen. Um den Einstieg zu erleichtern, wurde diese minimale Testbatterie erarbeitet. Als weitere Hilfestellung soll ein neues Netzwerk entstehen, in dem sich Kolleginnen und Kollegen mit Berufserfahrung auf dem Gebiet des Bin-

okularsehens und solche, die es werden wollen, regelmässig austauschen und unterstützen können. Bei Interesse kann man sich gerne bei Herrn Schroth melden.

Bei einer Amblyopie kann das Binokularsehen stark eingeschränkt sein oder ganz fehlen. Jessica Lepori ist Orthoptistin und arbeitet in verschiedenen Praxen in der Westschweiz. Sie spricht über die Therapiemöglichkeiten bei zwei unterschiedlich starken Augen. Je früher die Behandlung beginnt, desto besser kann therapiert werden. Ihre bevorzugte Therapie ist Okklusion

oder optische Penealisation (einseitig ein +3.0 dpt zu starkes Glas in der Brille) des besseren Auges über ein paar Stunden am Tag. Sehr selten braucht sie Atropin. Aber aufgepasst: Die Zeiten müssen eingehalten werden, sonst kann die Amblyopie auch umgekehrt werden.

Wenn die Makula aufgrund einer Makuladegeneration ausfällt, wird das Sehen grundsätzlich schwierig. Karin Schwarz spricht darüber, wie den Betroffenen geholfen werden kann. Bei einem Netzhautdefekt entstehen keine schwarzen Flecken, wie es bildliche Darstellungen oft suggerieren. Durch den Ausfall der Makula wird vor allem alles unscharf gesehen. Dieser visuellen Beeinträchtigung lässt sich nicht mit einer üblichen Brille abhelfen, das Einzige, was noch hilft sind vergrössernde Sehhilfen. Was grösser ist, kann besser aufgelöst werden. Auf der Website des SZB gibt es Sehproben in angepassten Grössen, für einen optimalen Nahsehtest bei schlechtem Visus.

Forschung

Alex Müntz, Leiter Institut für Optometrie an der FHNW, bringt Äpfel mit und zeigt, wie man mit etwas Kraft und Geschick von Hand einen Apfel entzweibricht. Optometrische Forschung ist zwingend, muss aber kein Kraftakt sein, ist seine Meinung. Fragen stellen sei menschlich und Forschen heisse, Fragen zu stellen. Bereits im Kindesalter lerne man, Fragen zu stellen, am besten höre man damit nicht auf. Forscht man nicht selbst, machen das andere und man gerät in eine



Professor Müntz zeigt, wie mit viel Kraft und Geschick ein Apfel von Hand zerteilt werden kann.

Abhängigkeit. Darum plädiert Müntz für Neugier, Hartnäckigkeit und Ausdauer.

In der Industrie werden zurzeit Alternativen für die Stoffklasse PFAS erforscht. Per- und Polyfluoralkylstoffe (PFAS) sind Stoffe, die in vielen Alltagsprodukten enthalten sind. In Europa sollen sie ab einer gewissen Konzentration verboten werden, da sie biologisch schlecht abbaubar sind und sich in der Natur ansammeln. Teilweise gelten sie auch als krebserregend. Dieses Verbot betrifft in unserer Branche Brillengläser, Verpackungen für Kontaktlinsen und die RGP-Linse. Die Regelung sieht vor, dass diese Artikel bis zum Jahr 2030 aus dem Verkehr gezogen werden müssen. Da bis zum heutigen Tag kein Ersatzstoff gefunden worden ist, wurde bei allen EU-Mitgliedstaaten eine Ausnahmeregelung eingereicht, berichtet Laure-Anne Martinet, die Generalsekretärin von EuromContact, dem europäischen Verband der Hersteller von Kontaktlinsen und Kontaktlinsenpfe-

gemitteln. Diese Ausnahmeregelung würde der Industrie weitere 12 Jahre geben, um eine Alternative auf den Markt zu bringen. Da die betroffenen Materialien nicht als krebserregend gelten, besteht die Hoffnung, dass der Antrag angenommen wird. Nun läuft die Prüfungsphase. Man hofft auf eine Antwort bis Ende des Jahres. Trotzdem muss weiter geforscht, mit der Aufklärung der Kunden begonnen und die Abfallsammlung bzw. das Recycling der Produkte verbessert werden.

Zum krönenden Abschluss der Tagung zeigte Dr. Med. Philipp Huber mit vielen Bildern einige seiner klinischen Fälle aus der Augenklinik Bern und wies auf spezifische Differenzialdiagnosen hin.

Die Tagung, die erstmals zwei volle Tage mit Vorträgen in englischer, französischer und deutscher Sprache umfasste, war mit 310 Teilnehmern gut besucht. Die nächsten Termine zum Vormerken sind die OptiX24

am 22./23. September in Baden und die Frühlingstagung 2025 Paul Klee Bern am 16. und 17. März 2025.



Dr. Med. Philipp Huber von der Berner Augenklinik. Er ist dort im Bereich Medical Retina, Katarakt- und Netzhautchirurgie tätig.



Anzeige



Die Marke, mit der Optikergeschäfte mehr Erfolg sehen.



Ihre Probon Vorteile auf einen Blick:
Effiziente Kundenbindung, Umsatzsteigerung, bessere Sichtbarkeit und Stärkung des Fachhandels sind nur ein paar von vielen Benefits von Probon, dem bewährten Treuepunktesystem.

Jetzt Probon beitreten: probon.ch

probon
Starke Geschäfte.
Starke Region.

f @ in

Wenn sich moderner Anstrich und alter Charme verbinden

Einstoffen mit eigenem Laden im denkmalgeschützten Handelshaus.

Text von Laurent Gröflin, Bilder Einstoffen



In der Rubrik «Eingerichtet» präsentieren wir Einblicke in die unterschiedlichsten Augenoptik-Fachgeschäfte auf der ganzen Welt, welche uns überrascht und überzeugt haben. Aufgrund ihres Stils, ihrer Ästhetik, der Farben, Möbel und/oder der Gesamt-

idee. Die vorgestellten Geschäfte sollen/dürfen Ihnen, liebe Leserinnen und Leser, als Motivation und Inspiration für das Weiterdenken am eigenen Geschäft dienen. Wir freuen uns auf Grosses und Kleines, Wildes und Schlichtes, Fernes und Nahes.

Das Einstoffen nach 15 Jahre Onlinehandel nun ein eigenes Geschäft haben, ist einem glücklichen Zufall zu verdanken. Ramon Studer, Raphael Büsser und Christian Gisler flanierten am denkmalgeschützten Handelshaus in der Altstadt von St. Gallen vorbei und sahen, dass dieses leer steht. Kurzum kontaktierten sie den Eigentümer, dieser bot ihnen die Liegenschaft zur Miete an. Es

folgten sechs Monate Sanierung und dann, am 1. Dezember 2023, die Eröffnung des ersten Einstoffen-Ladens in der Heimatstadt der drei Freunde.

Ramon Studer, was hat Sie zur Gestaltung Ihres Geschäfts inspiriert? Der Laden sollte einen modernen Anstrich bekommen, ohne den alten Charme und die vorhandene Substanz zu verlieren. Die Mö-

bel wurden restauriert und Ergänzungen wurden im herkömmlichen Stil gebaut. Wir wollten einen Laden schaffen, der unserer Brand-Philosophie «Raw & Noble» entspricht.

Was ist das Herzstück Ihrer Filialen? Eigentlich die Siebträger-Kaffeemaschine. Diese erfreut uns und unsere Gäste täglich.

Was macht ein attraktives Augenoptikfachgeschäft für Sie aus?

Der Gast soll sich wohlfühlen und seine neue Brille in einem entspannten Umfeld aussuchen. Bei einem guten Kaffee und einer netten Beratung und ohne Zeitdruck.

Was ist das Schönste an Ihrem Beruf?

Die unterschiedlichen Menschen, die man kennenlernt. Bunt wie das Leben selbst!

Was wünschen Sie Ihren Berufskolleg:innen?

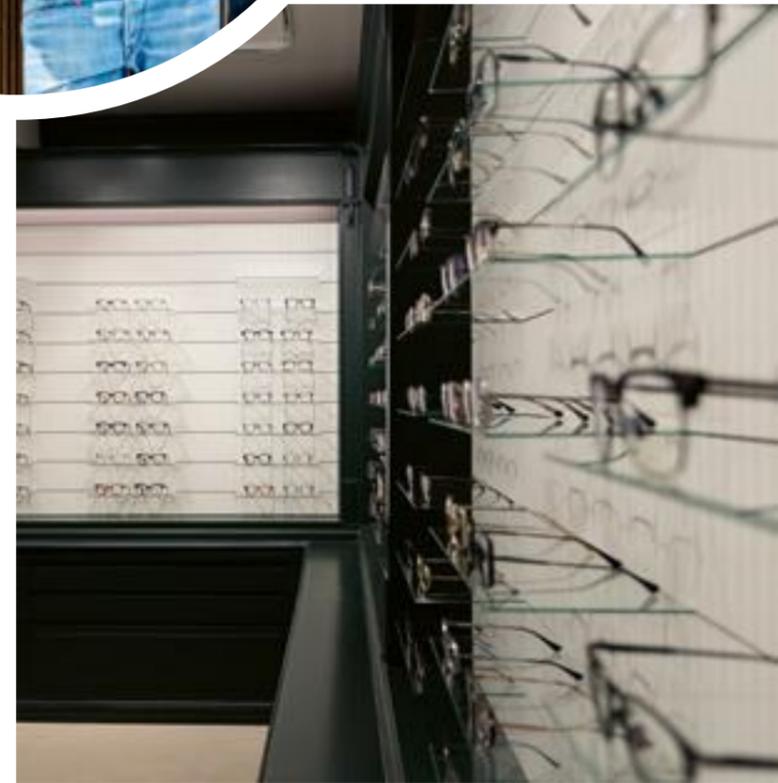
Viel Freude an schönen Brillen und interessante Kundschaft.

Ihre Philosophie als Optiker in zwei Sätzen?

Ich denke, dass es für jedes Gesicht die perfekte Brille gibt. Wir finden sie und sonst entwerfen wir sie.

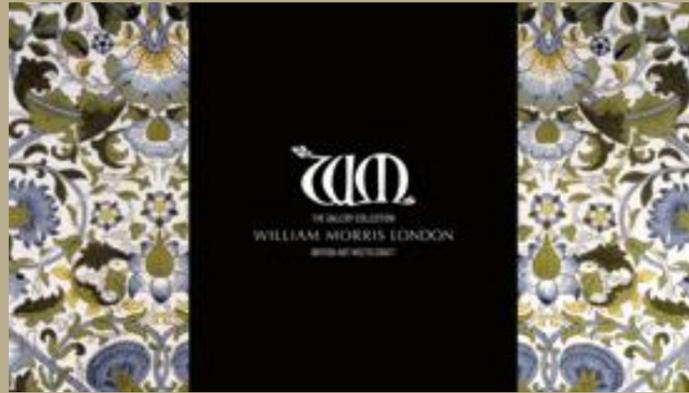


Ramon Studer,
Raphael Büsser,
Christian Gisler.



Produktneuheiten

Nouvelles des produits



The Gallery Collection – britische Kunst trifft Handwerkskunst

Zusammenarbeit vom Feinsten – William Morris London ist stolz darauf, mit der William Morris Gallery zusammenzuarbeiten. Diese neue Brillenkollektion greift die besten dieser ikonischen Drucke und Stoffe auf und bringt sie in eine atemberaubende Kollektion von tragbaren Brillen ein.

The Gallery Collection – quand l'art rencontre l'artisanat

William Morris London est fier de travailler en partenariat avec The William Morris Gallery. Aujourd'hui, cette nouvelle gamme Gallery reprend le meilleur de ces imprimés et tissus emblématiques et les applique sur une gamme étonnante de lunettes. www.designeyeweargroup.com



Forever Summer – Carolina Herreras strahlende Brillenkollektion für den Sommer

Carolina Herrera und Safilo präsentieren die neue Brillenkollektion und Kampagne für Frühjahr/Sommer 2024. Mit Stella Maxwell und anderen Models feiern sie die Freuden des Sommers in eleganten Porträts. Die Kollektion vereint klassische und moderne Eleganz, reflektiert die vielseitigen Facetten der Weiblichkeit und die fröhliche Ästhetik der Marke. Ein Highlight ist das Korrekturgestell HER 0232 «Essential» mit rechteckiger Fassung aus Azetat und Metall sowie den Signature-Streifen aus Emaille.

www.safilogroup.com/en



Nika Eyewear – neue Fassungskollektion 2024

Reize Optik präsentiert die brandneue Fassungskollektion der Marke Nika. Die Kollektion umfasst 64 aufregende und stilvolle Fassungen, die sowohl Funktionalität als auch Ästhetik vereinen. Fachoptiker:innen profitieren zudem vom ganzjährigen attraktiven Nika-Komplettbrillen-Angebot. Wer sich eine Nika-Fassung mit den gewünschten Reize-/Nikon-Gläsern bestellt, zahlt einen Fixpreis für das Set. Bei Fragen geben die Reize Key Account Manager oder der Kundendienst gerne Auskunft.

Nika Eyewear – nouvelle collection de montures 2024

Reize Optik présente la toute nouvelle collection de montures de la marque Nika. La collection comprend 64 montures passionnantes et élégantes qui allient fonctionnalité et esthétique. Les opticiens spécialisés profitent en outre de l'offre attrayante de lunettes complètes Nika tout au long de l'année. En commandant une monture Nika avec les verres Reize/Nikon souhaités, on paie un prix fixe pour l'ensemble. Les Key Account Managers Reize ou le service client sont à votre disposition pour toute question. www.reize.ch

Hoya präsentiert Neuheit: Zentriergerät mit KI-Unterstützung

Der visuReal Master^{AI}, eines der führenden Zentriersysteme in der Branche, hat durch die Integration von KI eine Transformation erfahren. Der KI-gestützte Algorithmus wurde sorgfältig trainiert, um den manuellen Aufwand deutlich zu reduzieren. Die in das System eingebettete KI ermöglicht eine schnellere und genauere Zentrierung und Anpassung. Manueller Einfluss und damit menschliche Fehler werden praktisch ausgeschlossen. Dies führt zu einem einfacheren, effizienteren und präziseren Prozess. Interessierte können sich gern beim Hoya-Aussendienst melden.



Hoya présente: utilisation de l'IA pour le centrage vidéo

Le visuReal Master^{AI}, l'un des principaux systèmes de centrage du secteur, a été transformé par l'intégration de l'IA. L'algorithme basé sur l'IA a été rigoureusement entraîné pour réduire considérablement l'effort manuel, ce qui se traduit par un processus plus simple, plus efficace, plus précis et moins dépendant de l'utilisateur. L'IA

intégrée dans le système permet un centrage et un ajustement plus rapides et plus précis. L'influence manuelle et donc les erreurs humaines sont pratiquement exclues. Les personnes intéressées sont invitées à prendre contact avec le service extérieur de Hoya. www.hoya.ch

Next Level im 3D-Druck

Halbtransparente Brillen aus dem 3D-Drucker? Revolutionär präsentiert sich die neueste Entwicklung auf dem Brillenmarkt: Das dänische Label Monoqool hat das Unmögliche geschafft und setzt neue Massstäbe in Sachen Designfreiheit und Farbvielfalt. Mit der neu entwickelten «Liquid 3D Technologie» wird flüssiges, harzähnliches Material im Niedrigtemperaturverfahren Schicht für Schicht zu wunderschönen, semitransparenten Fassungen ausgehärtet. Das Extra-Plus? Die neue Technologie ermöglicht eine speziell feine Oberfläche und erzielt erstklassige Ergebnisse bezüglich Energieverbrauch und Nachhaltigkeit. Next Level in jedem Bereich.



Next Level en 3D-imprimé

Lunettes semi-transparentes de l'imprimante 3D? Le dernier développement sur le marché des lunettes est révolutionnaire: le label danois Monoqool a réalisé l'impossible et établi de nouvelles normes en termes de liberté de conception et de variété de couleurs. Grâce à la nouvelle «technologie Liquid 3D», un matériau liquide ressemblant à celle de la résine est durci

couche par couche à l'aide d'un processus à basse température pour créer de magnifiques montures semi-transparentes. L'Extra-Plus? La nouvelle technologie permet d'obtenir une surface particulièrement fine et d'obtenir des résultats de premier ordre en termes de consommation d'énergie et de durabilité. Next level dans tous les secteurs. www.luks-eyewear.com

Charmant Titanium Perfection: Moderne Klassiker mit Charme

Diese hochwertigen Brillenfassungen sind für Menschen jeden Alters geeignet, die ruhige Raffinesse zu schätzen wissen. Moderne Designästhetik trifft auf klassischen Charme in trendigen, minimalistischen Profilen, die leicht, flexibel und langlebig sind. Immer gut gestylt mit diesem Klassiker von Charmant Titanium Perfection. Die ikonische Unisex-Panto besticht durch ihre einzigartigen Eigenschaften, wie den hochwertigen Azetat-Windsor-Rahmen in einer Vollrandvariante und den Bügelenden aus Bio-Azetat. Die Fassung ist in fünf schönen Farbkombinationen erhältlich, darunter Blau oder Schwarz mit sattem Grün. www.charmant.com



CH29744

Cava and Cillian – hard but heartfelt

Expressive, eye-catching and light. These are Cava and Cillian, the new titanium classics from Götti Switzerland. Despite their solid appearance, they are true lightweights. High-quality titanium meets 3D-printed polyamide – the hybrid among eyewear frames. The power duo is expressive and solid without being heavy. www.gotti.ch



Ørgreen – funktionale Ästhetik

Ørgreen ist Vorreiter in der Kombination von 3D-Druck und Titan. Das Resultat sind Sonnenbrillen mit einem perfekten Gleichgewicht zwischen Leichtigkeit und Robustheit. Die neueste Innovation von Ørgreen ist die Integration eines 3D-Rings in den Fassungsrand des Brillengestells. Der Seitenschutz verleiht der Brille Tiefe und eine neue Dimension. Es ist ein einzigartiges ästhetisches Element, das auch einen farblichen Akzent setzt. Dadurch wird es möglich, auch stärkere Gläser ästhetisch und schön in eine Brillenfassung einzuarbeiten. Dies ergibt einen eleganten und stilvollen Look auch bei starker Korrektur.



Ørgreen – l'esthétique fonctionnelle

Ørgreen est un pionnier dans la combinaison de l'impression 3D et du titane. Il en résulte des lunettes de soleil offrant un équilibre parfait entre légèreté et robustesse. La dernière innovation d'Ørgreen est l'intégration d'un anneau 3D dans le bord de la monture. Ceci donne de la profondeur

et une nouvelle dimension aux lunettes. C'est un élément esthétique unique qui apporte également une touche de couleur. Il est ainsi possible d'intégrer de manière esthétique des verres plus forts dans la monture. Il en résulte un look élégant et stylé, même avec une forte correction.

www.wenger-eyewear.ch/orgreen



Wenn exzellente Bildqualität auf innovative Technologie trifft – die neue Funduskamera TRC-NW500 von Topcon

Die neue NW500 ist eine vollautomatische Funduskamera für Echtfarb-Fundusaufnahmen in exzellenter Qualität. Der leistungsstarke Bild-

sensor ermöglicht eine noch bessere Bildqualität. Das Sichtfeld von 50 Grad liefert Netzhautbilder in scharfer Qualität für eine exakte Kontrolle und Analyse. Dank innovativer Slit-Scan Technologie können ausgezeichnete Aufnahmen bereits ab 2 mm Pupillengr sse aufgenommen werden.

Lorsque qualité d'image excellente rime avec technologie innovante – le nouveau rétino- graphe de Topcon

La NW500 est une caméra entièrement automatique qui permet de prendre des photos de fond d'oeil en couleurs réelles et d'une qualité remarquable. Le puissant capteur d'image permet d'obtenir une qualité d'image encore meilleure et le champ de vision de 50 degrés fournit des images rétiniennes d'une grande netteté pour un contrôle et une analyse précis. Grâce à la technologie innovante Slit-Scan, il est possible de prendre d'excellentes photos avec une taille de pupille d s 2 mm. nw500.mediconsult.ch

384 Kombinationen für mehr Nachhaltigkeit – die Glasklar-Flaschen

In eigener Herstellung mit 100% Ökostrom produziert und mit einem langlebigen Siebdruckverfahren individualisiert, machen die 100% recycelbaren Glasklar-Flaschen den entscheidenden Schritt in Richtung Nachhaltigkeit. Sie sind immer wieder nachf llbar und sparen damit Plastikmüll ein. Der Individualität des Augenoptikers sind dabei keine Grenzen gesetzt: Die Kombinationen aus 12 Farben und 2 Grössen – selbstverständlich auch mit schwarzen Zerstäubern und schwarzem Druck – bieten ihm viele CI-Möglichkeiten. «Last but not least» sind die kurzen Lieferzeiten ein weiterer grosser Vorteil. Nachhaltige Kundenbindung kann so einfach sein! www.glasklar.com



ic! berlin x Swiss-Air-Force-PC-7-Team

«Was das PC-7-Team heute an den Himmel zeichnet, bringt mich jedes Mal ins Staunen!» – Res Dubs, Alt-Turbo Uno, erster Leader des PC-7-Teams (1989–1992). Die Geschichte des PC-7-Teams reicht zurück bis in die 70er-Jahre, als mit zwei Pilatus P-3 Akrobatik geflogen wurde. 1983 folgten Solovorf hrungen mit dem neuen orange-silbrigen Pilatus PC-7. Die erste PC-7-Team-Brille designte Markus Moser 2004. Seit der offiziellen Gründung 1989 hat das Team Zuschauer weltweit mit atemberaubenden Vor-

führungen fasziniert. Heute ist das PC-7-Team auch international anerkannt und erscheint in den Nationalfarben Rot-Weiss. Zum 35-Jahre-Jubiläum präsentiert Alpengl hn eine neue PC-7-Team-2024-Sonnenbrille.

ic! berlin x Swiss Air Force PC-7 Team

«Ce que l'équipe PC-7 nous offre aujourd'hui dans le ciel, me laisse chaque fois  merveill !» – Res Dubs, Alt-Turbo Uno, premier leader de l'équipe PC-7 (1989–1992). L'histoire de l'équipe PC-7 remonte aux années 70, avec des acrobaties sur le Pilatus P-3. En 1983, les solos avec le nouveau Pilatus PC-7 ont suivi. La première paire de lunettes de l'équipe PC-7 a été cr e e par Markus Moser en 2004. Depuis sa fondation officielle en 1989, l'équipe a captivé un public mondial avec des démonstrations spectaculaires. Aujourd'hui, l'équipe PC-7 est également reconnue   l'international. Pour son 35  anniversaire, Alpengl hn présente une nouvelle paire de lunettes de soleil PC-7 Team 2024. www.alpengluehn.swiss

«Seed 1dayPure moisture»-Tageslinsen

Für Ihre Kunden entwickelt. Perfektioniert von der Natur. Mit wasserbindenden Wirkstoffen aus natürlichem Algenextrakt. Die «Seed 1dayPure moisture»-Tageslinsenlinie kann gezielt innerhalb des gesamten Spektrums an Fehlsichtigkeiten eingesetzt werden. Sie ist in vier verschiedenen Produktvarianten erhältlich. Das Ergebnis ist eine flexibel einsetzbare Tageslinse, die nicht nur reine Kurz- oder Weitsichtigkeit (Spheric), sondern auch Astigmatismus (Toric) korrigiert. Zwei weitere Varianten sind als Mehrst rkenlinse mit Simultansystem oder neuem Edof-Design mit Tiefenschärfe erhältlich.



Seed 1dayPure moisture lentilles journalières

Conçues pour vos clients. Perfectionn es par la nature. Avec des substances actives qui retiennent l'eau, issues d'un extrait d'algue naturel. La gamme Seed 1dayPure moisture, lentilles journalières, peut être utilisée de manière ciblée sur l'ensemble

du spectre des amétropies. Elle est disponible en quatre variantes de produits. Le résultat est une lentille journalière utilisable de manière flexible qui corrige non seulement la myopie ou l'hyperm tropie pure (Spheric), mais aussi l'astigmatisme (Toric). Deux autres variantes sont disponibles en tant que lentilles multifocales avec système simultan  ou nouveau design Edof avec profondeur de champ.

www.rothschild-optik.ch



Es wird ein aufregendes Jahr!

Bei Unico Graber beginnt ein aufregendes Jahr! Die letzten Monate haben wir intensiv genutzt, um unser Angebot zu verfeinern und zu erweitern. Es ist uns eine besondere Freude anzukündigen, dass wir Platz für eine innovative Kollektion neuer Modelle und erweiterter Grössen schaffen, indem wir einige unserer bisherigen Produkte auslaufen lassen. Unsere Leidenschaft für Qualität und Innovation treibt uns an, die Sicherheit

am Arbeitsplatz zu verbessern und die Trageakzeptanz unserer Produkte zu steigern. Bleiben Sie gespannt. Vielen Dank für Ihre Unterstützung und Treue. Wir freuen uns darauf, gemeinsam mit Ihnen in ein aufregendes Jahr 2024 zu starten!

Cette une année passionnante!

Chez Unico Graber, c'est une année passionnante qui commence! Ces derniers mois, nous avons travaillé pour affiner et élargir notre gamme. Nous sommes heureux de pouvoir vous annoncer que nous faisons de la place pour une collection innovante de nouveaux modèles et une offre de tailles élargie en abandonnant certains de nos produits actuels. Notre passion pour la qualité et l'innovation nous pousse à augmenter le niveau de sécurité au travail et à faire en sorte que nos produits soient mieux acceptés par les utilisateurs. Restez curieux. Merci beaucoup pour votre soutien et votre fidélité. Nous nous réjouissons de commencer une année 2024 excitante avec vous!

www.unicograber.com

Für starke und moderne Frauen – Amàlia Eyewear

Amàlia Eyewear reflektiert perfekt die Werte des Selbstbewusstseins, der Empathie, der Toleranz sowie des Stils und der Eleganz der modernen Frau. Inspiriert von der Fado-Ikone Amàlia Rodrigues, bietet diese Kollektion in jedem Modell ein Zusammenspiel aus klassischem und modernem Design.

Pour femmes fortes et modernes – Amàlia Eyewear

«Un hommage à l'inoubliable icône du fado Amàlia Rodrigues.» Inspirée par l'icône Fado, la collection Amàlia s'adresse aux femmes modernes, sûres d'elles et élégantes. Un style classique et élégant avec une touche de mode.

shop.beckoptik.ch/fr/LUNETTES/Amalia-Eyewear/



Dänisches Design – handgefertigt in Japan

Jede nine-eyewear-Fassung wird in mehr als 250 Produktionsschritten hergestellt. Die ersten Schritte finden in Dänemark statt, wo Skizzieren und Farbabstimmung die Grundlage für je-

des neue Produkt bilden. Anschliessend werden alle entsprechenden Teile von einem erfahrenen Produktionsteam in Japan gefertigt, abgestimmt und zusammengefügt. Eine perfekte Fusion aus dänischem Minimalismus und japanischer Handwerkskunst.

Design danois – fabriqué à la main au Japon

Chaque monture de nine eyewear est réalisée en plus de 250 étapes de production. Les premières étapes ont lieu au Danemark, où le croquis et l'harmonisation des couleurs posent les bases de chaque nouveau produit. Ensuite, toutes les pièces délicates sont fabriquées, assorties et assemblées par une équipe de production qualifiée au Japon. Une fusion parfaite entre le minimalisme danois et l'artisanat lunetier japonais.

www.nine-eyewear.com



Lars Brillen: Der Frühling kann kommen

/einstein, /spyri oder /piccard: So heissen die neuen Korrektur- und Sonnenbrillenmodelle von Lars Brillen, die ab sofort die Kollektion des jungen Berner Labels ergänzen. Die Modellnamen leiten sich von bekannten Schweizer Persönlichkeiten ab. Die runde Formgebung des Modells /einstein steht für Einfallsreichtum. Die Panto-Form vom Modell /spyri ist eine Hommage an die Schweizer Schriftstellerin Johanna Spyri. Und /piccard, in Anlehnung an Bertrand Piccard, kommt im abenteuerlichen Aviator-Design daher. Die Frühlingskollektion ist ab sofort verfügbar. Je nach Modell sind die Fassungen in den Farben Graphitschwarz, Schiefer, Nachtblau, Pecanbraun und Salbeigrün erhältlich.

Lars Brillen: Le printemps peut arriver

/einstein, /spyri ou /piccard: Voici les nouveaux modèles de lunettes de correction et de soleil de Lars Brillen, qui viennent désormais compléter la collection de la jeune marque bernoise. Les noms des modèles sont inspirés de personnalités suisses célèbres. La forme ronde du modèle /einstein symbolise l'ingéniosité. La forme panto du modèle /spyri est un hommage à l'écrivaine suisse Johanna Spyri. Et /piccard, en référence à Bertrand Piccard, se présente dans une forme d'aviateur aventureuse. La collection de printemps est désormais disponible. Selon le modèle, les montures sont disponibles en noir graphite, ardoise, bleu nuit, brun noix de pécan et vert sauge.

www.newidentity.ch



WIDR mit ColorMatic® 3 – dynamisches Sehen bei jedem Licht

Die perfekte Kombination: Unsere WIDR® Lens Technology erhalten Sie auch mit ColorMatic® 3! Phototrope Brillengläser sorgen für angenehmes Sehen, auch bei lichtempfindlichen Augen, und vermindern den Sehstress, verursacht durch blau-violette Strahlung im Aussen- und Innen-

bereich. Sie sind optimal in jeder Jahreszeit durch perfekte Eindunklung und Klarheit, 365 Tage im Jahr. Durch 30% schnellere Aufhellung im Vergleich zu ColorMatic® IQ 2 High Index sind sie unglaublich leistungsstark. In Innenräumen klar wie eine herkömmliche Brille, in der Sonne mit tiefer, angenehmer Eindunklung. Höchste Präzision – German Engineering!

WIDR avec ColorMatic® 3 – une vision dynamique quelle que soit la lumière

Une combinaison parfaite: notre WIDR® Lens Technology est également disponible avec ColorMatic® 3! Les verres photochromiques assurent une vision agréable, même pour les yeux sensibles à la lumière, et réduisent le stress visuel causé par la lumière bleu-violet à l'extérieur et à l'intérieur. Ils sont idéals en toute saison grâce à un obscurcissement et une clarté parfaits. Avec un éclaircissement 30% plus rapide par rapport à ColorMatic® IQ 2 High Index, ils sont incroyablement puissants. À l'intérieur, ils sont clairs comme des lunettes classiques, au soleil, ils offrent un assombrissement profond et agréable.

www.optovision.com/widr

Own Your Difference! Brendel

eyewear präsentiert eine vielseitige Kollektion, die die verschiedenen Facetten der Weiblichkeit betont, von burschikos bis elegant. Entwickelt von Frauen für Frauen für die Brillen die individuelle Persönlichkeit jeder Trägerin. Die aktuellen Modelle bieten eine breite Auswahl an Designs und Farben, die die Einzigartigkeit jeder Frau hervorheben. Gegensätze in Formen, Farben und Materialien werden als Schönheit gefeiert. Die Brillen ermutigen dazu, eigene Unterschiede zu zeigen und bieten ein einzigartiges Statement für jede Trägerin.



Own Your Difference! Brendel

eyewear présente une collection polyvalente qui souligne les différentes facettes de la féminité, de la plus androgyne à la plus élégante. Conçue par des femmes pour les femmes, les lunettes soulignent la personnalité individuelle de chaque porteuse. Les modèles actuels offrent un large choix de designs et de couleurs qui mettent en

valeur le caractère unique de chaque femme. Les contrastes de formes, de couleurs et de matériaux sont célébrés comme une forme de beauté. Les lunettes encouragent à afficher ses différences et permettent à chaque porteuse d'afficher son style personnel. www.brendel-eyewear.com



Der Rodenstock-Einschleifservice

Rodenstock bietet Services, die Ihnen die Arbeit erleichtern, damit Sie mehr Zeit für Ihre Kunden haben. Entdecken Sie den massgeschneiderten Einschleif- und Formrandungsservice.

Ihre Vorteile auf einen Blick:

- Expertise und Qualität
Spezialisierte Werkstattprofis bieten höchste Qualität und Fachwissen
- Umweltschonend
Moderne Maschinen, die kein Wasser verwenden und kein Mikroplastik freisetzen
- Effizienzsteigerung
Konzentrieren Sie sich auf Kundenbetreuung und Beratung
- Kosteneinsparung
Keine teuren Werkstatteinrichtungen und Wartungskosten
- Skalierbarkeit
Flexibilität bei Auftragsspitzen
- Werkstattbruchrisiko
Entfällt und wird durch Rodenstock abgedeckt

Le service de montage de Rodenstock

Rodenstock propose des services qui vous facilitent le travail et vous permettent de consacrer plus de temps à vos clients. Découvrez le service de montage sur mesure.

Vos avantages en un coup d'œil:

- Expertise et qualité
Des professionnels d'atelier spécialisés offrent une qualité supérieure et d'expertise
- Respectueux de l'environnement
Des machines modernes qui n'utilisent pas d'eau et ne libèrent pas de microplastiques
- Augmentation de l'efficacité
Pas de frais d'équipement d'atelier et d'entretien
- Réduction des coûts
Pas d'équipements d'atelier coûteux ni de frais d'entretien
- Évolutivité
Flexibilité en cas de pics de commandes
- Risque de rupture d'atelier
Est couvert par Rodenstock et n'est donc pas à votre charge

www.rodenstock.net

Titan Minimal Art Cosmic

Mit der neuen Titan Minimal Art Cosmic bekommt die weltraumzertifizierte Ikone von Silhouette ein neues Crew-Mitglied mit futuristischem Shield-Look. Hier trifft digitales Zeitalter auf Retro-Glamour der 60er- und 70er-Jahre: Damit hat die markante Titan Minimal Art Cosmic beste Voraussetzungen dafür, sowohl Streetstyle-Ikone als auch Eyecatcher auf den internationalen Laufstegen zu werden. Für einen G-Force-starken Auftritt sorgt dabei das unvergleichliche Wrap-around-Sichtfeld der Sonnenbrille. Mit der Kollektion gelingt es Silhouette, scheinbare



Gegensätze in einem Design-Meisterwerk harmonisch miteinander zu verbinden: weich und hart, Vergangenheit und Zukunft.

www.silhouette.com

Die Marke, mit der Optiker- geschäfte mehr Erfolg sehen

Probon, das älteste Treuepunktesystem der Schweiz, setzt sich stark für den lokalen Fachhandel ein. Auch für Optikerfachgeschäfte, eine Branche, die in der Welt von Probon mit ihren über 1000 Geschäften ihren festen Platz hat. Probon-Wertmarken können in diversen Geschäften gesammelt und eingelöst werden. Für eine volle Sammelkarte gibt es ein 10-er-Nötli auf die Hand. Der Fachhandel profitiert in vielerlei Hinsicht: Probon unterstützt den Umsatz und loyalisiert die Kundschaft effizient. Dank attraktiver Rahmenverträge ist eine Gebührensenkung möglich. Werbematerial für mehr Visibilität wird kostenlos zur Verfügung gestellt und die Marke kann für eine bessere Onlinepräsenz genutzt werden.

www.probon.ch



gloryfy G21 Pistacchio – Home is where the mountains are!

Damit du auch in den Bergen unbreakable unterwegs bist, bieten dir die High-Performance-Sportbrillen von gloryfy die besten Features und beste Sicht für deine Lieblingsaktivität. Cooler Style im Shield-Look, unzerbrechlich, höchste Glasqualität, selbst anpassbare Bügel und kristallklare Präzisionsgläser, damit du kein Hindernis übersiehst! Unsere Brillen überzeugen mit maximalem Sichtfeld und minimalem Gewicht. All das macht gloryfy-Brillen zu den ultimativen Begleitern am Berg!

Hightech-Funktionen:

- Unbreakable Rahmen und Linse
- Höchste optische Qualität
- Federleichtes Material
- Selbst anpassbare Bügel
- Made in Europe

www.gloryfy.ch



25 Jahre in der Schweiz

Die Optic-2000-Franchisegruppe feiert.

Text von Denise Dollinger

Ein Vierteljahrhundert ist ein guter Grund zum Feiern. Und um auf die Anfänge zurückzuschauen. Alors, on y va!

Im Jahr 1999 gründeten Michel Sonnard und Raphael Houllmann mit zwei weiteren Augenoptikern Optic 2000 Schweiz mit der Idee, den grossen Augenoptikketten entgegenzuwirken. Mit der Gründung eröffneten in der Romandie 19 Geschäfte ihre Türen, kurz darauf folgten die drei ersten Geschäfte in der Deutschschweiz: in Brugg und Nidau im Mai 1999 und in Frauenfeld im Juni desselben Jahres.

25 Jahre später gibt es nun 49 Filialen – fünf davon in der Deutschschweiz, zwei weitere sind für dieses Jahr geplant.

Parallel zu den Optic-2000-Geschäften wurde die Einkaufsgruppe OSS gegründet. Nach 25 Jahren ist diese mit 67 Partnern in der gesamten Schweiz gut vertreten.

Optic 2000 hat in den vergangenen Jahren diverse Kundenkampagnen lanciert. Das Hauptangebot der 2. Brille, welches in Frankreich im Jahr 1987 erstmals von einer Optikgruppe angeboten wurde, liegt noch immer stark im Fokus. Das Angebot, hatte bereits eine grosse Beliebtheit als Optic 2000 Schweiz seine Türen 1999 öffnete. Durch den Rockstar Johnny Hallyday als Markenbotschafter, wurde diese Bekanntheit noch vergrössert. Auch heute, 25 Jahre später, ist es nicht mehr wegzu-denken. Seit letztem Jahr wir das Angebot mit dem Markenauftritt Dooble und einem

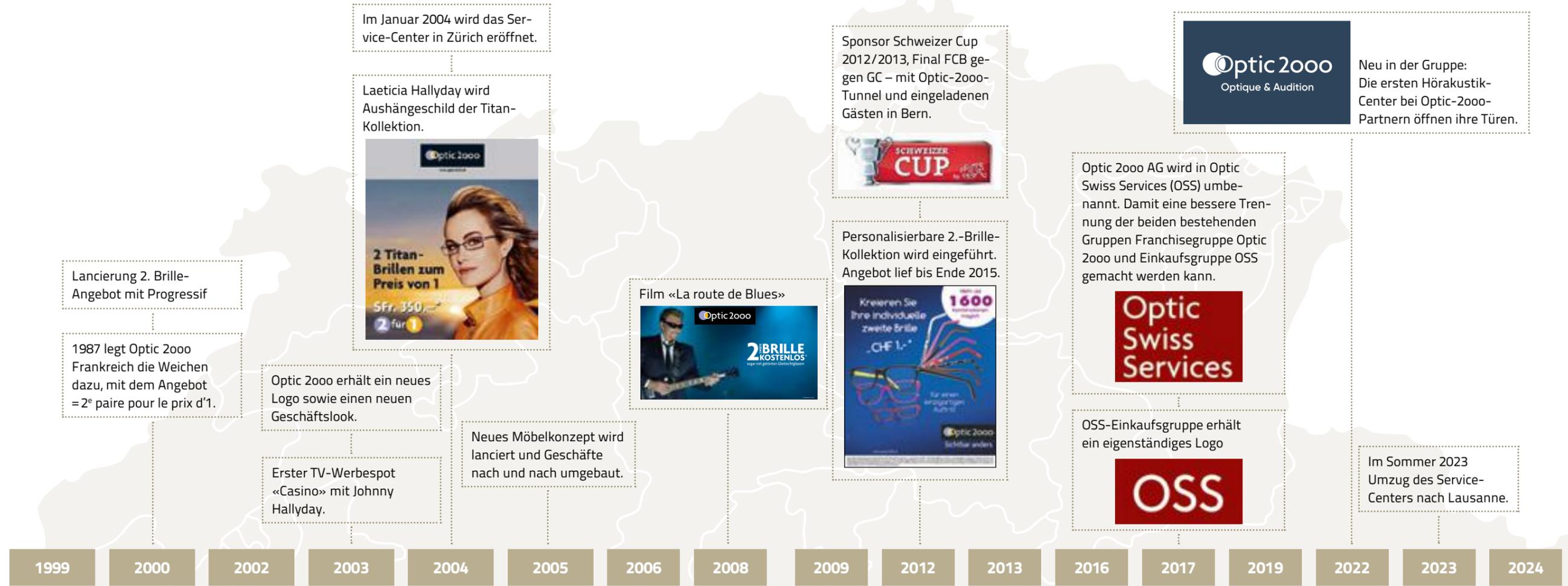
grösseren Glas- und Fassungs-sortiment vermarktet, und ist nach wie vor sehr beliebt bei den Kunden.

Seit das Angebot 2. Brille gratis auf 1 Franken geändert wurde (Gesetzesanpassung in Frankreich), spenden die Optic-2000-Geschäfte pro verkaufte 2. Brille 1 Franken an Hilfsorganisationen. Seit 2020 wird der Beitrag an Pro Juventute und ihre Notrufnummer für Kinder, 147, gespendet. Jährlich kommen so über 20000 Franken zusammen.

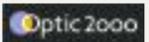


Rock 'n' Roll: Zehn Jahre lang war Johnny Hallyday, der französische Sänger, Songwriter und Schauspieler, in TV-Spots und Print das Kampagnengesicht von Optic 2000. Im Jahr 2012 beendet die Gruppe die Zusammenarbeit. Sie möchte den Fokus vermehrt auf bürgerliche Werte legen.





Gründung mit 15 Geschäften in der CH.



Johnny Hallyday wird Aushängeschild der Kampagne Optic 2000 Pack Progressif – und trägt dazu bei, dass die Gruppe Bekanntheit erlangt.



Im Januar 2004 wird das Service-Center in Zürich eröffnet.

Laetitia Hallyday wird Aushängeschild der Titan-Kollektion.



Optic 2000 erhält ein neues Logo sowie einen neuen Geschäftslook.

Erster TV-Werbespot «Casino» mit Johnny Hallyday.

Neues Möbelkonzept wird lanciert und Geschäfte nach und nach umgebaut.

Die Kampagne 2. Brille gratis wird allen Zielgruppen angeboten.

Neues Kundenbindungsprogramm Club 2 für 1.



Optic 2000 publiziert das Ende der Partnerschaft mit Johnny Hallyday nach 10 Jahren. Die Gruppe möchte in Zukunft den Fokus vermehrt auf bürgerliche Werte legen.

Sponsor des Gstaad Classic



2.-Brille-Angebot neu ab CHF 1.– nach Gesetzesänderung in Frankreich.

Neuer Franchisevertrag, was zu vielen Abgängen oder Entscheid zu definitiven Schliessungen führte: – Klarere Regeln mussten zum Schutz der Marke eingeführt werden. – Software wurde obligatorisch.

Sponsor Schweizer Cup 2012/2013, Final FCB gegen GC – mit Optic-2000-Tunnel und eingeladenen Gästen in Bern.



Personalisierbare 2.-Brille-Kollektion wird eingeführt. Angebot lief bis Ende 2015.



Der Wechsel des Krankenkassensystems (tiers payant) in Frankreich ist der Start von Optic 2000 Schweiz in seine werbetechnische Eigenständigkeit.

2016 werden die ersten Schweizer Kampagnen lanciert.



Neu in der Gruppe: Die ersten Hörakustik-Center bei Optic-2000-Partnern öffnen ihre Türen.



Optic 2000 AG wird in Optic Swiss Services (OSS) umbenannt. Damit eine bessere Trennung der beiden bestehenden Gruppen Franchisegruppe Optic 2000 und Einkaufsgruppe OSS gemacht werden kann.



OSS-Einkaufsgruppe erhält ein eigenständiges Logo



Im Sommer 2023 Umzug des Service-Centers nach Lausanne.

20 Jahre Optic 2000: Anlässlich dieses Jubiläums wird die Kampagne «Gratis Fassung» eingeführt. Sie findet so guten Anklang, dass sie heute noch in der Romandie genutzt wird.

Alle Partnergeschäfte feiern das Jubiläum bei einer gemeinsamen Reise nach Marokko.



25 Jahre Optic 2000 Schweiz.



Tag der offenen Tür des Technischen Berufsbildungszentrums in Trevano

Am Samstag, 2. März 2024, fand zum ersten Mal der Tag der offenen Tür des Centro Professionale Tecnico in Trevano, Tessin, statt.

Text von Marco Cristallo, Dozent für Optik an der CPT-Trevano

Die Veranstaltung war eine spannende Gelegenheit für Menschen jeden Alters, Jugendliche und Familien, die vielfältigen Ausbildungs- und Karrieremöglichkeiten unserer Institution und unserer grössten Schule im Kanton Tessin zu entdecken.

Die Höhepunkte der Veranstaltung waren die interaktiven Workshops; die Möglichkeit, an Aktivitäten und praktischen Workshops in verschiedenen technischen und beruflichen Disziplinen teilzunehmen, einschliesslich der schönen Welt der Optik, die bei den Jugendlichen grosses Interesse weckte!

Es gab eine optimale Synergie zwischen den Optiklehrern der Berufsschule, den Ausbildern der überbetrieblichen Kurse und auch den Schülern, die sich derzeit in einer Optikausbildung befinden.

Die Dozenten konnten die Ausbildung erläutern und wertvolle Informationen über die vielfältigen Berufsmöglichkeiten der AFC-Augenoptiker geben und unsere Programme besprechen, die auf die Bedürfnisse eines sich ständig verändernden Arbeitsmarkts zugeschnitten sind.

Die Augenoptiker-Azubis begrüsst den jungen Besucher und ihre Familien in ver-

schiedenen praktischen Beratungswshops und praktischen Vorführungen...

Der Tag bot eine Führung durch unsere hochmodernen Einrichtungen, die mit modernen Labors und Lernräumen ausgestattet sind, die Kreativität, Innovation und die Entwicklung operativer Fähigkeiten fördern sollen.

Der Tag der offenen Tür im Technischen Berufsbildungszentrum in Trevano war die perfekte Gelegenheit, die Möglichkeiten zu entdecken, die jungen Menschen in der Ausbildung offenstehen, nicht nur in der Welt der Optik.



L'Open Day del Centro Professionale Tecnico di Trevano

Sabato 2 Marzo 2024 si è svolto per la prima volta l'Open Day del Centro Professionale Tecnico di Trevano, in Ticino.

Testo da Marco Cristallo, Docente di Ottica presso il CPT-Trevano

L'evento è stata un'opportunità entusiasmante per le persone di tutte le età, giovani e famiglie, di esplorare la vasta gamma di percorsi formativi e professionali disponibili presso la nostra istituzione e la nostra scuola più grande del Cantone Ticino.

I punti salienti dell'evento sono stati i laboratori interattivi; il poter partecipare ad attività e laboratori pratici in varie discipline tecniche e professionali, tra cui anche il mondo bellissimo dell'ottica che ha suscitato molto interesse tra le giovani e i giovani!

Vi è stata una sinergia ottimale tra i docenti di ottica della scuola professionale, i formatori dei corsi interaziendali, anche gli allievi che attualmente sono in formazione ottico/a.

I docenti hanno potuto illustrare il percorso formativo e dare informazioni preziose sull'ampia gamma di opportunità di carriera disponibili per gli ottici AFC. Argomentare i nostri programmi che sono stati concepiti per soddisfare le esigenze di un mercato del lavoro in continua evoluzione.

Le persone in formazione ottico/a hanno accolto i giovani visitatori con le loro fa-

miglie in laboratori pratici di consulenza e dimostrazioni pratiche diverse...

La giornata ha permesso una visita guidata alle nostre strutture all'avanguardia, dotate di laboratori moderni, e spazi di apprendimento progettati per favorire la creatività, l'innovazione e lo sviluppo delle competenze operative.

L'Open Day del Centro Professionale Tecnico di Trevano è stata l'occasione perfetta per scoprire le possibilità che attendono i giovani in formazione, non solo nel mondo dell'ottica.

Fragen aus dem optometrischen Alltag:

Zwei Experten antworten.

Von Andreas Tsiounis und Dr. Martin Lörtscher

Frage: Bei einem Patienten wurde an beiden Augen Katarakt operiert. Vor der Operation war er stark kurzsichtig. Daher auch die Intraokularstärken von RA +3.63 + 6.45 102° und LA + 4.00 + 6.25 60°. Beide Augen waren fast 30 mm lang. Postoperativ zeigt sich aktuell folgende Refraktion: RA + 1.50 - 4.75 80° und links plan - 0.50 160°. Wie man sieht, passt die Refraktion am rechten Auge nicht. Dies ist der Fall, weil sich die Intraokularlinse verdreht hat. Die IOL-Achse sollte auf 102° liegen, hat sich aber auf 46° verdreht. Die Intraokularlinse wird in einem zweiten Eingriff in drei Wochen auf die korrekte Achse rotiert. Damit der Patient drei Wochen lang visuell trotzdem einsatzfähig ist: Was würden Sie ihm empfehlen oder welche Lösungen könnten Sie ihm anbieten?

Antwort Martin Lörtscher zum Thema torische IOL:

Wenn eine torische IOL implantiert zur Astigmatismuskorrektur wird, muss die IOL-Achse mit der Achse des kornealen Astigmatismus übereinstimmen. Da gelten die gleichen Regeln wie bei der Brille. Dieser Fall, der hier beschrieben wird, ist einer meiner aktuellen Patienten. Wir implantieren ungefähr 200 bis 250 torische IOL pro Jahr. Die vergangenen fünf Jahre, mussten wir drei IOL rotieren, welche nicht in der richtigen Achse geblieben sind. Im aktuellen Fall hat sich die IOL sehr stark aus der implantierten Achse gedreht. Das ist möglich, wenn auch selten, aber der Patient wurde vor der Operation eingehend über diese und andere mögliche Komplikationen aufgeklärt. Bei diesem Patienten wurde in beide Augen eine torische IOL implantiert. Anhand der schwachen sphärischen Korrektur erkennt man, dass dieses Auge stark kurzsichtig ist und dementsprechend eine Augenlänge von mehr

als 29,00 mm aufweist. Bei einem langen Auge sind die intraokularen Strukturen häufig feiner, dünner und mehr gestreckt. Bei der Kataraktoperation kommt zusätzlich hinzu, dass die Kunstlinse immer dünner und feiner ist als die kristalline Linse, welche entfernt wird.

Weshalb kann eine IOL ausdrehen? Der Kapselsack ist bei der primären IOL-Implantation zu gross (zu locker) für die IOL. Daher kann sich zum Beispiel bei einem Augendruckanstieg oder bei starker Erschütterung die IOL innerhalb der ersten paar Tage noch verschieben bzw. verdrehen. Der Kapselsack macht postoperativ eine natürliche Schrumpfung und nach circa vier bis sechs Wochen ist die ganze IOL gut umschlossen und fest verbunden mit dem Kapselsack. In unserem Fall haben wir zwei Risikofaktoren, welche ein Verdrehen der IOL begünstigen können. Der erste ist die grosse Augenlänge. Der Kapselsack ist gross. Intraoperativ hat

man dies gemerkt, weil die Rotation der IOL innerhalb des Kapselsacks relativ einfach ging. Zweitens hatte der Patient postoperativ einen Augeninnendruck-Anstieg auf 32 mm Hg am zweiten Tag nach der Operation. Das sind zwei Punkte, welche suboptimal sind und die IOL-Ausdrehung begünstigt haben.

In einem solchen Fall gilt es zuerst, sicherzustellen, dass für die überraschende postoperative Refraktion tatsächlich eine IOL-Rotation verantwortlich ist. Wir kontrollieren immer zuerst die IOL-Berechnungen. Wir schauen das Operationsvideo an und prüfen ob auf die richtige Achse implantiert wurde. Am Patienten messen wir an der Spaltlampe die aktuelle Achse der IOL und mittels Raytracing-Aberrometrie messen wir die IOL-Stärke und -Achse im Auge. Damit können wir auch berechnen, wie viel eine IOL rotiert werden muss, und können damit die erwartete Brillenkorrektur nach der Rotation berechnen. In diesem Fall haben alle diese Messungen gezeigt, dass die IOL nicht mehr in der geplanten Achsenlage liegt.

Auch wenn es selten vorkommt, für den Patienten, den es betrifft, ist es mühsam und enttäuschend. Daher sind eine gute Kommunikation und die Hilfe aus der Optik notwendig. Wenn die Refraktion wie in diesem Fall hoch ist, braucht es eine Übergangskorrektur, da man bis zur Nachrotation am besten drei bis vier Wochen wartet, damit der Kapselsack Zeit hat, sich zusammenzuziehen. Rotiert man die IOL zu früh, kann es sein, dass es nochmals ein Ausdrehen der IOL gibt. Daher habe ich diesen Patienten mit einem Brillenrezept in ein Optikgeschäft geschickt, mit der Frage, ob eine Korrektur für drei Wochen möglich sei. Natürlich sollte diese Lösung, wenn möglich, kostengünstig sein, da es nur eine temporäre Lösung sein wird.

Welche optischen Möglichkeiten können Sie anbieten, was muss beachtet werden? Antwort Marco Wyss, Augenoptikermeister und Inhaber von Optik Meyer in Möhlin:

Nach einer Kataraktoperation, bei der sich die Intraokularlinse (IOL) verdreht hat, ist es von höchster Bedeutung, dem Patienten eine möglichst rasche visuelle Unterstützung zu bieten, um Komfort und Sehqualität zu gewährleisten. Angesichts der kurzfristigen Zeitspanne von nur drei Wochen und der Notwendigkeit einer schnellen Lösung empfiehlt sich eine vorübergehende Anpassung einer temporären Brille oder von Lagerkontaktlinsen. Um die beste Lösung für den Patienten zu finden, ist es wichtig, zu klären, auf welche Distanz die jeweilige visuelle Korrektur optimiert werden soll. Basierend auf den Refraktionswerten und den postoperativen Befunden, müssen wir die visuellen Bedürfnisse des Patienten berücksichtigen und eine temporäre Lösung finden, die seinen Anforderungen entspricht.

Lagerkontaktlinsen

Aufgrund des Zylinders von -4.75 dpt nach der Operation ist die Anpassung einer Lagerlinse nur begrenzt möglich. Weiche torische Lagerkontaktlinsen können helfen, die refraktiven Abweichungen und den Astigmatismus zu reduzieren, der durch die verdrehte IOL verursacht wird. Da uns keine Lagerkontaktlinsen mit dieser spezifischen Korrektur bekannt sind, wäre unser erster Versuch (falls die Topografie passt), dem Patienten eine Acuvue-Oasys-14-Tages-Linse mit den verfügbaren Werten von 0.0-2.75 80° BC 8.6 anzubieten. Es ist jedoch wichtig, zu beachten, dass diese Linse nicht die richtige Refraktion und damit einhergehend Sehqualität bieten wird.

Temporäre Brille

Alternativ zur Anpassung von Kontaktlinsen würden wir eine temporäre Brille anfertigen. Da gibt es zwei Möglichkeiten, entweder mit Lagergläsern, welche mit einem reduzierten Zylinder von -3.0 dpt eingeschliffen werden können, oder mit einem Anfertigungsglas, vorzugsweise einem CR39-Material, da in diesem Fall die kürzeste Produktionszeit zu erwarten ist, da keine Beschichtungen aufgebracht werden müssen. Bei der Berücksichtigung der aktuellen Refraktionswerte und der Differenz zwischen den beiden Augen besteht jedoch das Risiko von Unverträglichkeiten aufgrund der Anisometropie.

Unser Ansatz

Wir hätten zuerst mit der Messbrille die beste Sehleistung, welche mit einem -3.0-dpt-Zylinder möglich wäre, ermittelt. Dann hätten wir eine Übergangsbille mit

unseren Lagergläsern aus 1.6er-Kunststoff gefertigt. Eine Kombination von Brille und Kontaktlinsen wäre natürlich auch denkbar. Wichtige Information für den Kunden wären, dass es zu veränderten Wahrnehmungen von Distanzen und Geschwindigkeiten kommen kann, welche vor allem im Strassenverkehr spürbar sein würden.

In jedem Fall ist es wichtig, zu betonen, dass diese vorübergehenden Lösungen nur dazu dienen, die Sehfähigkeit des Patienten bis zur Korrektur der IOL in drei Wochen zu unterstützen. Die geplante Rotationskorrektur der IOL sollte nicht vernachlässigt werden, um langfristig die optimale Sehkraft für den Patienten sicherzustellen.



Marco Wyss.



Dr. Martin Lörtscher
(PhD, M.Sc.)

Anzeige

Kennen Sie schon unseren monatlichen Newsletter?

Jetzt anmelden unter www.schweizeroptiker.ch

Mietrecht

Im Speziellen Heiz- und Nebenkostenabrechnungen.

Text von Daniel R. Frey

Dieser Artikel beleuchtet das Mietrecht mit Fokus auf die Heiz- und Nebenkostenabrechnung. Viele Mietende von Geschäftsräumen sind sich oftmals nicht bewusst, dass die rechtlichen Regeln nicht gleich wie bei «gewöhnlichen» Mietverhältnissen (von Privatwohnungen) sind. Es gelten im Allgemeinen für Geschäftsmieten spezielle gesetzliche Bestimmungen. Um es vorwegzunehmen, kann darauf hingewiesen werden, dass im Allgemeinen die Regelung der Heiz- und Nebenkosten und die Regelung der Heiz- und Nebenkostenabrechnung im Privatbereich und im Bereich der Geschäftsraummieten grundsätzlich den gleichen Regeln folgen. Nachstehend werden die Heiz- und Nebenkosten und die Abrechnung derselben näher beleuchtet. Es lohnt sich, Heiz- und Nebenkostenabrechnungen jeweils auf ihre Stichhaltigkeit und ihre Rechtskonformität zu überprüfen. Vor dem Hintergrund der massiv gestiegenen Energiekosten erscheint dies umso wichtiger.

1. Regelung von Nebenkosten im Mietvertrag über Wohn- und Geschäftsräume

Gegen Bezahlung eines Mietzinses vereinbaren die Parteien in einem Mietvertrag die Überlassung von Geschäftsräumlichkeiten. Einzige geschuldete Gegenleistung für die Überlassung der Sache zum Gebrauch ist grundsätzlich der Mietzins. Die Vermieterschaft kann durch besondere Vereinbarung im Mietvertrag aber weitere Kosten (Nebenkosten) auf die Mieterschaft überwälzen.

Inzwischen ist die Vereinbarung über die Übernahme von Nebenkosten durch die Mieterschaft insbesondere auch bei Geschäftsräumlichkeiten zum Standard geworden. Die Abgrenzung von anderen Kosten und Nebenkosten ist nicht immer klar und einfach, aber rechtlich relevant, da nur Nebenkosten auf Mietparteien überwälzt werden können. Es gilt, was denn Nebenkosten sind und wie solche rechtlich bindend vertraglich stipuliert werden können. Massgeblich sind recht-

lich einerseits das Obligationenrecht (zit. OR) und die Verordnung über die Miete und Pacht von Wohn- und Geschäftsräumen (zit. VMWG).

2. Der Begriff der Nebenkosten

Das Gesetz regelt die Nebenkosten in Artikel (zit. Art.) 257b Absatz (zit. Abs.) 1 OR:

Art. 257b Abs. 1 OR Wohn- und Geschäftsräume

1. Bei Wohn- und Geschäftsräumen sind die Nebenkosten die tatsächlichen Aufwendungen des Vermieters für Leistungen, die mit dem Gebrauch zusammenhängen, wie Heizungs-, Warmwasser- und ähnliche Betriebskosten, sowie für öffentliche Abgaben, die sich aus dem Gebrauch der Sache ergeben.
2. Der Vermieter muss dem Mieter auf Verlangen Einsicht in die Belege gewähren.

Das Gesetz definiert die Nebenkosten bei Geschäftsräumen (wie bei normalen Wohnräumen) als die tatsächlichen Aufwendungen des Vermieters für Leistungen, die mit dem Gebrauch der Sache zusammenhängen. Keine Nebenkosten sind folgerichtig demzufolge alle Kosten, die unabhängig vom Gebrauch der Sache anfallen. Zu diesen Kosten gehören bspw. Kanalisationsgebühren, Gebäudeversicherungsprämien, Hypothekarkosten etc. Sie resultieren aus dem Grundeigentum an sich, fallen also an, unabhängig davon, ob das infrage stehende Grundeigentum in Gebrauch steht oder nicht, also unabhängig davon, ob die Geschäftsräumlichkeiten vermietet sind.

Keine Nebenkosten stellen auch sogenannte Verbraucherkosten dar. Verbraucherkosten fallen bei der Mieterschaft durch den Bedarf der Mieterschaft selbst an. Diese Kosten hat die Mieterschaft selbst, ohne Zutun der Vermieterschaft, zu bezahlen. Dazu zu zählen sind Kommunikationskosten für Telefon und Internet, Abfallgebühren und Ähnliches.

Zwischen den beiden vorgenannten Arten von Kosten, die gut unterscheidbar sind, gibt es noch eine Vielzahl von weiteren Kosten. Zu diesen zählen Betriebskosten und Unterhaltskosten. Betriebskosten sind in der Regel als Nebenkostenpositionen zu qualifizieren, während Unterhaltskosten grundsätzlich von der Vermieterschaft zu tragen sind (diese dürfen nicht auf die Mieterschaft überwälzt werden).

Typischerweise gelten als Betriebskosten Kosten für eine Waschmaschine, die Reinigung von Treppenhäusern, Gebühren für den TV-Kabelanschluss und Gemeinschaftsantennenanlagen.

Als Unterhaltskosten demgegenüber gelten Kosten im Zusammenhang mit der Reinigung von Fassaden und der Ersatz von alten Küchengeräten.

Zuzugeben ist, dass die Abgrenzung in einigen Bereichen schwer ist. Gartenarbeiten in grösserem Umfang sind nicht immer einfach einer Kostenart zuzuweisen. Geht es bei Gartenarbeiten um das Fällen von Bäumen, die Neubepflanzung oder Umgestaltung eines bestehenden Gartens, sind solche Kosten als Unterhaltskosten

zu qualifizieren. Geht es um Rasenmähen, Unkrautjäten, Schnitt von Hecken und Sträuchern, stellen solche Gartenarbeiten Betriebskosten dar.

Servicedienstleistungen im Zusammenhang mit einer Lift- bzw. Aufzugsanlage oder dergleichen können, je nach Inhalt, als Betriebs- oder Unterhaltskosten betrachtet werden. Periodische Kontrollen und/oder kleinere Wartungsarbeiten sind, je nach den Umständen, auf die Mieterschaft abwälzbar. Grössere Reparaturen oder das Auswechseln von Ersatzteilen gelten als Unterhaltskosten und müssen von der Mieterschaft finanziert werden.

3. Vertragliche Vereinbarung von Nebenkosten

Will die Vermieterschaft nebenkostenfähigen Aufwand überwälzen, muss sie diesen der Mieterschaft vertraglich überbinden. Als Grundsatz gilt Art. 257a Abs. 2 OR, wonach die Mieterschaft Nebenkosten nur dann übernehmen muss, wenn dies besonders vereinbart wurde.

Werden keine Nebenkosten vereinbart, darf die Mieterschaft davon ausgehen, dass sämtliche Nebenkosten im Mietzins abgegolten sind.

Die Nebenkosten müssen im Vertrag klar umschrieben und definiert sein. Hinweise auf standardisierte allgemeine Vertragsbedingungen (AGB) sind unbehelflich. Es muss der Mieterschaft klar sein, welche Nebenkosten sie nebst dem Mietzins zu bezahlen hat.

Für eine Ausscheidung von Nebenkosten müssen die Positionen zusätzlich einzeln und konkret bezeichnet werden. Die Mieterschaft muss erkennen können, welche Kosten sie zusätzlich zum Mietzins zu tragen hat. Eine Vertragsklausel, wonach sämtliche Nebenkosten von der Mieterschaft übernommen werden, reicht nicht aus und wäre unzulässig. Enthält der Mietvertrag etwa eine Klausel, wonach Heizungs- und Warmwasserkosten als Nebenkosten von der Mieterschaft zu tragen seien, dürfen auch nur diese Posten als Nebenkosten verrechnet werden. Weitere mögliche Nebenkosten wie etwa Hauswartkosten oder Kosten der Gartenpflege dürfen später nicht zusätzlich in Rechnung gestellt werden. Dies gilt auch, wenn die Aufzählung Zusätze wie «insbesondere» oder «nicht abschliessend» oder «namentlich» enthält.

Die Voraussetzung, dass Nebenkosten besonders vereinbart werden müssen, bedeutet nicht, dass sie nur schriftlich vereinbart werden können. Von der Mieterschaft zu tragende Nebenkosten können sich auch aus den Umständen ergeben, so bspw. bei einer Waschmaschine, die mit Münzeinwurf funktioniert (sogenannte konkludente Umstände).

4. Verschiedene Arten der Erhebung von Nebenkosten

Es gibt verschiedene Arten der Erhebung von Nebenkosten. So können Nebenkosten als Akontozahlung, als Pauschale, als Direktzahlung an einen Dritten oder als eine Kombination dieser drei Typen stipuliert werden. Will die Vermieterschaft Pauscha-

len erheben, hat sie diese gestützt auf die Durchschnittswerte dreier Jahre festzusetzen (Art. 4 Abs. 2 VMWG). Gemäss Art. 257b Abs. 2 OR hat der Mieter Anspruch auf Einsicht in die Belege des Vermieters, sodass er sich einen Überblick über die tatsächlichen Kosten verschaffen kann.

Erhebt eine Vermieterschaft Akontozahlungen, muss sie periodische Abrechnungen erstellen, welche den tatsächlichen Aufwand ausweisen. Gestützt darauf, kann entweder die Mieterschaft einen allfälligerweise zu viel einbezählten Betrag zurückfordern oder die Vermieterschaft eine Nachforderung stellen. Die Mieterschaft kann sich nicht darauf verlassen, dass die Akontozahlungen den tatsächlichen Kosten entsprechen.

5. Rechtsfolgen bei Zahlungsrückstand

Das Nichtbezahlen von korrekt vereinbarten Nebenkosten kann massive Konsequenzen haben. Gerät die Mieterschaft mit fälligen Nebenkosten in Zahlungsrückstand, gelten dieselben Regeln wie bei einem Zahlungsverzug von Mietzinsen. Die Vermieterschaft hat der Mieterschaft eine mindestens 30-tägige Frist zur Zahlung der ausstehenden Nebenkosten anzusetzen und ihr anzuandrohen, dass bei unbenütztem Ablauf der Frist das Mietverhältnis gekündigt werde. Bezahlt die Mieterschaft die ausstehenden Nebenkosten innert dieser Frist nicht, so kann die Vermieterschaft mit einer Frist von 30 Tagen auf das Ende eines Monats kündigen. Dies auch dann, wenn der Mieter den Mietzins selbst stets fristgerecht bezahlt hat.

Eine Kündigung wegen Zahlungsrückstands ist auch dann gültig, wenn die Mieterschaft fälschlicherweise glaubt, die Nebenkostenvereinbarung sei nicht korrekt vereinbart worden, und deshalb diese Kosten nicht mehr bezahlt. Es ist der Mieterschaft daher grundsätzlich davon abzuraten, die Zahlung von Nebenkosten eigenmächtig einzustellen.

6. Rechtsfolgen bei mangelhaft vereinbarten Nebenkosten

Die strengen Regeln zu den Nebenkosten sind zwingend. Vereinbarungen, die gegen diese Regeln verstossen, sind nichtig. Werden der Mieterschaft nicht nebenkostenfähige Aufwände als Nebenkosten verrechnet, so schuldet sie nichts und hat einen Anspruch auf Rückerstattung bereits geleisteter Zahlungen. Dasselbe gilt, wenn die Nebenkosten nicht, wie in Art. 257a Abs. 2 OR verlangt, besonders vereinbart worden sind.

Bild: depositphotos / stadtrate

Viele Mietende von Geschäftsräumen sind sich oftmals nicht bewusst, dass die rechtlichen Regeln nicht wie bei «gewöhnlichen» Mietverhältnissen von Privatwohnungen sind.





Photo: unsplash/taras chernus

Tout le monde connaît la griffe incomparable de Coca-Cola.

Indispensable: slogan et logo

Plus simple, c'est généralement mieux.

Texte par Rolf Leicher, diplômé en gestion d'entreprise, Heidelberg

Coca-Cola a une griffe incomparable. La société Apple a la pomme croquée comme logo. Chez Jaguar, c'est le chat sauvage qui bondit. Les logos sont des marques figuratives qui rappellent une entreprise et qui entrent dans la mémoire à long terme de l'observateur. Les fournisseurs de l'opticien possèdent également un logo et s'en servent pour faire du marketing avec succès.

Logo – un signe distinctif

Du point de vue du marketing, il est souhaitable que les clients réfléchissent au lien entre l'opticien et un logo imagé. De nombreux fournisseurs ont déjà adopté les lunettes comme logo, un autre élément graphique attire davantage l'attention et apporte une «corporate identity», une identité unique. Le graphisme particulier du nom de l'entreprise fait également partie du logo. Même les petites entreprises ont fait une bonne expérience dans ce domaine. Le logo est un vecteur d'image efficace sur le plan publicitaire et attire l'attention du public. Lors de l'introduction, il y a souvent des doutes quant à l'effet que cela pourrait avoir sur les clients: «Nous n'avons pas besoin d'un logo», «Cela n'apporte absolument rien, les gens me connaissent», «Cela

n'intéresse pas nos clients.» «Jusqu'à présent, on pouvait très bien s'en passer et les clients attachent de l'importance à l'examen de la vue, au conseil, au choix, à l'emplacement de l'opticien et aux heures d'ouverture.» Et finalement, personne ne s'est encore plaint parce qu'il n'y a ni slogan ni logo.

Mais si de nombreuses entreprises ont un logo et un slogan, cela doit être judicieux. Une police particulière pour l'entreprise devient un logo si une seule lettre est en gras, plus grande ou biseautée sur le bord. Les couleurs ont également leur importance, toutes les couleurs ne sont pas appropriées. Le bleu est inhabituel et le rouge est déjà utilisé dans de nombreux autres secteurs.

Les couleurs douces ont fait leurs preuves, les couleurs vives ont généralement tendance à être envahissantes. Une seule couleur est utilisée, le logo n'est pas un livre d'images. L'emplacement doit être planifié: le logo doit-il être placé librement dans l'espace? Ou dans un encadré? Il doit également être mis en valeur dans différentes tailles.

Les marques figuratives qui n'ont aucun lien avec le nom de l'entreprise sont également très appréciées, par exemple la silhouette du Cervin pour une entreprise de Zermatt. Ou le pont dit Kapellbrücke à Lucerne. Les domaines d'utilisation du logo sont multiples: page d'accueil, papier à lettres, flyer, facture, emballage, annonces, tenue du personnel. Plus le logo apparaît

Conseils pour la conception d'un logo

- Il est absolument unique et suscite des associations.
- Les éléments de visualisation sont rapidement compris.
- Il est coloré, deux couleurs au maximum.
- Les lignes claires et sans fioritures ont un impact sur toutes les générations.
- Il doit être reconnu même en cas de réduction de la taille.
- Il est intemporel et ne sera pas modifié.

souvent, plus vite il sera mémorisé. L'introduction doit se faire d'un seul coup et doit couvrir tous les domaines en même temps. On se demande toujours: comment mon client pourrait-il percevoir mon logo? Les petites modifications apportées au graphisme existant passent souvent inaperçues et n'ont pas d'impact majeur sur les clients. Un graphisme moderne est assimilé à une entreprise moderne. Les personnes créatives optent pour une conception personnelle. Pour cela, on peut aussi utiliser Internet pour s'informer sur d'autres logos. On trouve souvent de bonnes idées dans des secteurs totalement différents. Sous «Logomarket», on trouve sur le net de nombreux bons exemples.

Trouver des slogans qui se gravent dans la mémoire

Le logo et le slogan vont de pair, comme les verres et les montures. Un slogan est une déclaration courte et facile à retenir qui permet à l'opticien de se rappeler au bon souvenir de ses clients. Pour le slogan, les progressions se sont révélées très efficaces, par exemple «bien-meilleur-le meilleur». Les deux premières étapes de la progression créent une tension. La troisième étape concerne l'entreprise et les lunettes. Le chiffre trois a en principe une signification particulière. Les gens aiment construire leur réalité en procédant par trois: bon, très bon, excellent. On appelle cette méthode le parallélisme, lorsque l'on trouve un parallèle pour une affirmation. Exemple: «Mieux voir – mieux vivre.» Qui voit mieux vit mieux. Le lecteur ne s'attarde qu'une seconde sur le texte, mais transpose sa bonne vision grâce à ses lunettes à toute sa vie.

L'écriture ne doit poser aucune énigme. Qu'il s'agisse de majuscules ou de minuscules, l'essentiel est d'être rapidement lisible, sans jouer avec les différentes tailles de lettres ou les couleurs. Les textes placés en oblique prennent beaucoup de place et n'ont pas fait leurs preuves partout, même s'ils attirent l'attention.

Un bon slogan agit en n'utilisant que quelques mots qui entrent rapidement dans la mémoire du lecteur. Et il doit être sympathique. Des déclarations courtes et émotionnelles, de préférence de trois ou quatre mots seulement, sont bien accueillies: «Tout sauf ordinaire.» Très imagé aussi: «Nouvelles lunettes – nouvelle vision» et peut être transformé en «Mieux voir – immédiatement». Rédiger un texte facile

Exemples de slogans

- «Tout simplement mieux voir – Opticien Mustermann»
- «Quand ça doit être bon – Optique Boll»
- «Clairvoyance et transparence – opticien Mustermann»
- «Opticien Mustermann – celui qui a 5 étoiles»
- «Opticien Mustermann – heureusement que nous sommes là»
- «Optimal pour vos yeux»
- «Optique Mustermann – bon, meilleur, le meilleur»
- «Le meilleur pour vos yeux – Optique Mustermann»
- «Mustermann Optique avec les 5 *****»
- «Maintenant faites confiance à vos yeux – Optique XY»

à mémoriser signifie utiliser des mots qui ont une connotation émotionnelle et qui sont habituels dans le langage courant. «Un bon slogan ne doit pas être compris, il a quelque chose à voir avec l'ADN de l'entreprise», estime Walter Gunz, fondateur de Media Markt. Même si les adolescents ne font pas partie du groupe cible principal des clients, ils constituent un bon public test pour la valeur et l'impact d'un slogan. Si vous concevez vous-même un slogan, il est recommandé de consulter la base de données www.slogans.de.

Les polices de caractères modernes, ou tout le texte en minuscules, conviennent aux jeunes lecteurs et aux clients. Les lecteurs associent un message publicitaire d'aspect moderne à des pensées concernant un fournisseur moderne. Cette association d'idées influence l'image. À propos: les soulignages ou les majuscules pour mettre en valeur certains mots sont «de l'histoire ancienne».

Possibilités d'application

Plus le message publicitaire est répété, mieux c'est. «Find' ich gut» («Je trouve ça bien»), d'Otto Versand se lit partout, dans la publicité, sur les factures, les commandes, les emballages, sur les véhicules de livraison, tout simplement partout et tout le temps. Lors d'un sondage, près de 80% des personnes interrogées se souvenaient qu'il s'agissait d'Otto Versand uniquement grâce au slogan. Plusieurs tests auprès de différents groupes d'âge l'ont prouvé. On n'achète alors plus chez une entreprise, mais chez «Find' ich gut». Cela devient plus difficile avec une rime, qui se mémorise certes rapidement, mais qui se compose généralement de nombreux mots et nécessite un temps de lecture plus long. (Exemple: «Haribo macht Kinder froh und

Erwachsene ebenso.» («Haribo rend les enfants heureux et les adultes aussi.») Un slogan qui a l'étoffe d'une rime se répand très rapidement, par exemple: «Jeder kennt Brillen Wendt.» («Tout le monde connaît les lunettes Wendt.») Lors de la première lecture, le lecteur ne prend que deux secondes pour le percevoir, si la perception se répète, les émotions s'ajoutent et un slogan est parfois remis en question. C'est justement l'objectif du marketing, le lecteur doit s'intéresser au slogan. L'objectif est atteint lorsque les clients discutent même d'un slogan. Le nom de l'entreprise peut apparaître avant ou après le slogan. On trouve dans les annonces de nombreux bons exemples de slogan.

Les mots qui apparaissent rarement dans le langage courant sont difficilement accessibles à la mémoire du lecteur. Plus simple, c'est souvent préférable. Ce qui est dépourvu d'émotion n'est pas mémorisé. Pourquoi ne pas organiser un concours parmi les clients dans le but de trouver une phrase attractive? La recherche d'un slogan permet d'attirer l'attention du public.

Conclusion

Avec un slogan et un logo, on se crée une image. L'image est perçue par le public et peut conduire à une décision quant à l'opticien à consulter en cas de besoin. Même les non-clients se font une opinion sur l'image de l'opticien. Chaque entreprise a une image, qu'elle le veuille ou non. Les entreprises de taille moyenne, en particulier, ont besoin d'un profil pour être perçues par le public. Une bonne image devient un élément d'identification unique, elle permet de se différencier de la concurrence. Une bonne image ne coûte rien, mais demande quelques efforts. Il faut des mois pour qu'une image s'enracine et se répande.

**Zwei neue Branchenexperten:
Der Schweizer Brillenglaserhersteller
Optiswiss verstärkt die Bereiche
Marketing und International Business
Development**

Maria T. Beuschel verantwortet als Community & Digital Project Manager zukünftig alle Facetten des Onlinemarketings. Zudem ist sie ab sofort die Ansprechpartnerin für die nationale und internationale Presse und betreut marketingseitig Grosskunden sowie Einkaufsgruppen. Mit ihrer langjährigen Erfahrung im Produktmarketing bei Essilor und der damaligen Leitung der Akademie der Oculus Optikgeräte GmbH bringt sie als Dipl.-Ing. (FH), M.Sc. Optometrie/Vision Science und Online Marketing Manager (IHK) ihre Branchenexpertise am Standort Basel ein.

Frederik Zimmermann verantwortet als Head of Global Expansion von nun an den strategischen Ausbau im bestehenden



Frederik Zimmermann.



Maria T. Beuschel.

internationalen Netzwerk. Auf globaler Ebene stehen neue Distributions- und Franchisepartner in seinem Fokus, um die Marke Optiswiss auch international zu stärken. Als M.Sc. Optometrie und Master in Business Administration blickt Frederik Zimmermann mit Stationen in Berlin, Hong-

kong, Sydney und München auf 15 Jahre Branchenerfahrung in der Augenoptik im Marketing, Produktmanagement und Vertrieb zurück. Zuletzt war Frederik Zimmermann bei Rodenstock in leitender Funktion für das Business Development in über 40 Ländern verantwortlich.

Anzeige

«Schweizer Optiker» ist auch online tonangebend

Die digitale Plattform **schweizeroptiker.ch** bietet neben Branchennews zahlreiche weitere Features für die Leserschaft und Werbekunden:

- Hintergründe, Brillen-Modetrends usw.
- Agenda mit relevanten Events im In- und Ausland
- Stellenportal
- Lieferantenverzeichnis
- E-Paper-Archiv für Abonnenten

Newsletter

Der kostenlose monatliche Newsletter erreicht jeweils rund 1000 Branchenleute und greift nationale und internationale Lifestyle-Themen auf.

Vielseitige Werbemöglichkeiten

- Diverse Bannerformate (Website und Newsletter)
- Advertorial
- Attraktive crossmediale Angebote



Beratung aus einer Hand

Egal, ob Print- oder Online-Werbung: Daniel Baer berät Sie gerne über die vielen attraktiven Werbemöglichkeiten – auch crossmedial. Telefon +41 79 338 89 18, daniel.baer@fachmedien.ch



Datum	Veranstaltung	Ort	Kontaktadresse
20. und 21.4.2024	75. WVAO-Jahreskongress	Mainz	www.wvao.org
24. bis 26.4.2024	Silmo	Singapore	www.silmosingapore.com
29.4.2024	GV OPTIKSCHWEIZ	Olten	www.optikschweiz.ch
8. und 9.6.2024	IVBS-Kongress	Magdeburg	www.ivbs.org
15.9.2024	Hall of Frames	Luzern	www.hallofframes.ch
20. bis 23.9.2024	Silmo	Paris	www.silmo.fr
22. und 23.9.2024	OPT-X.24	Baden	www.sbao.ch
15. bis 17.10.2024	IOFT	Tokio	www.ioft.jp
29.10.2024	Low Vision Seminar	Olten	www.optidea.ch
4.11.2024	Spectaris Trendforum	Berlin	www.spectaris-trendforum.de
20. bis 23.11.2024	Silmo	Istanbul	www.silmoistanbul.com
18. und 19.1.2025	Interlook	Dortmund	www.interlook-messe.de
31.1. bis 2.2.2025	opti	München	www.opti.de
8. bis 10.2.2025	Mido	Mailand	www.mido.ch
1. bis 3.3.2025	100 % Optical	London	www.100percentoptical.com
12. bis 14.3.2025	Zukunft Handwerk	München	www.zukunfthandwerk.com
16. und 17.3.2025	SBAO-Fachtagung	Bern	www.sbao.ch

Weitere Einträge siehe unter www.schweizeroptiker.ch
Änderungen vorbehalten

E-Payment	Paieiment en ligne
<p>Worldline-Sonderkonditionen Rechnen Sie das bargeldlose Zahlen über Worldline ab? Haben Sie die Zusatzvereinbarung für OPTIKSCHWEIZ-Mitglieder ausgefüllt und eingereicht? Nur so profitieren auch Sie von den verbandlichen Sonderkonditionen.</p> <p>Die besseren Konditionen (siehe Zusatzvereinbarung im Extranet) für OPTIKSCHWEIZ-Mitglieder werden bei Worldline nicht automatisch aktiviert: D. h., jedes Mitglied muss eine entsprechende Zusatzvereinbarung abschliessen, um von den Sonderkonditionen profitieren zu können. Die nötigen Dokumente (Zusatzvereinbarung, Formular für Änderungen der Stammdaten) finden OPTIKSCHWEIZ-Mitglieder im Extranet (Rubrik: Betrieb).</p> <p>Im Zweifelsfall ist der Kundenservice (customerservices@worldline.com) zu kontaktieren. Teilen Sie bei jeder Anfrage unbedingt Ihre Worldline-Kundennummer (PID) mit. Diese ist auf jeder Abrechnung oben rechts zu finden.</p>	<p>Conditions spéciales Worldline Facturez-vous le paiement sans numéraire via Worldline? Avez-vous rempli et soumis l'accord supplémentaire pour les membres d'OPTIQUESUISSE? C'est la seule façon de profiter vous aussi des conditions spéciales de l'association.</p> <p>Les meilleures conditions (voir l'accord complémentaire sur l'extranet) pour les membres d'OPTIQUESUISSE ne sont pas automatiquement activées sur Worldline: C'est-à-dire que chaque membre doit conclure un accord supplémentaire correspondant pour pouvoir bénéficier des conditions spéciales. Les membres d'OPTIQUESUISSE trouveront les documents nécessaires (convention complémentaire, formulaire de modification des données de base) sur l'Extranet (rubrique: exploitation).</p> <p>En cas de doute, il convient de contacter le service clientèle (customerservices@worldline.com). Communiquez impérativement votre numéro de client Worldline (PID) à chaque demande. Celui-ci figure en haut à droite de chaque relevé.</p>
MDR/MepV	RDM/ODim
<p>Nur noch neurechtliche Produkte einkaufen! Medizinprodukte wie Brillenfassungen und -gläser, die nach alten Vorgaben hergestellt sind, dürfen nur noch bis 26. Mai dieses Jahres eingekauft werden – spätestens ein Jahr später sind sämtliche altrechtlichen Produkte aus dem Angebot zu entfernen. Konforme Produkte nach neuem Recht verweisen in ihrer Konformitätserklärung auf die Verordnung (EU) 2017/745 über Medizinprodukte vom 5. April 2017.</p>	<p>N'achetez plus que des produits conformes à la nouvelle législation! Les produits médicaux tels que les montures et les verres fabriqués selon l'ancienne législation ne peuvent être achetés que jusqu'au 26 mai de cette année – au plus tard un an après, tous les produits fabriqués selon l'ancienne législation doivent être retirés de l'offre. Les produits conformes à la nouvelle législation font référence dans leur déclaration de conformité à l'ordonnance (UE) 2017/745 du 5 avril 2017 relative aux dispositifs médicaux.</p>
Institut für Optometrie FHNW	Institut d'optométrie FHNW
<p>Binokulare Testsequenz Olten (BTSO) Am Institut für Optometrie FHNW wurde die Binokulare Testsequenz Olten (BTSO) neu entwickelt – auch dank namhafter finanzieller Unterstützung durch die Stiftung OPTIKSCHWEIZ. Die BTSO erfasst binokulare und akkommodative Funktionen, stellt sie grafisch dar und zeigt Optionen zum Fallmanagement auf. Die möglichen Ursachen von Sehbeschwerden werden somit in möglichst kurzer Zeit durch ein Screening mit nur drei Messwerten erfasst. Die Ergebnisse der minimalen Testbatterie werden «von Hand» erfasst und in die (kostenpflichtige) BTSO-Lern-App eingegeben. Mit dieser App werden die Messwerte für die Forschung anonym gesammelt, um in Zukunft passgenaue Normwerte zu generieren.</p> <p>Weitere Informationen: www.btso.ch</p> <p>Die BTSO-App ist derzeit erst auf Deutsch verfügbar. Eine französische Ausgabe ist Ende Sommer zu erwarten.</p>	<p>Séquence de test binoculaire d'Olten (BTSO) L'Institut d'optométrie FHNW a développé une nouvelle séquence de tests binoculaires Olten (BTSO), notamment grâce à un soutien financier important de la Fondation OPTIQUESUISSE. La BTSO enregistre les fonctions binoculaires et accommodatives, les représente sous forme de graphiques et propose des options de gestion des cas. Les causes possibles des troubles de la vision sont ainsi identifiées en un minimum de temps grâce à un screening ne comportant que trois mesures. Les résultats de la batterie minimale de tests sont saisis «à la main» et entrés dans l'application d'apprentissage BTSO (payante). Grâce à cette application, les valeurs mesurées sont collectées de manière anonyme pour la recherche, afin de générer à l'avenir des valeurs normatives parfaitement adaptées.</p> <p>Plus d'informations: www.btso.ch</p> <p>L'application BTSO n'est actuellement disponible qu'en allemand. Une édition française est attendue pour la fin de l'été.</p>

Agenda	Agenda
<p>119. ordentliche Generalversammlung OPTIKSCHWEIZ Olten (Hotel Arte), Montag, 29. April 2024</p> <p>OPT-X.24 Baden (TRAFO), So/Mo, 22./23. September 2024</p> <p>Konferenz der Regional- und Kantonalgruppen OPTIKSCHWEIZ Olten, Montag, 25. November 2024</p> <p>120. ordentliche Generalversammlung OPTIKSCHWEIZ Montag, 28. April 2025</p>	<p>119^e assemblée générale ordinaire OPTIQUESUISSE Olten (Hôtel Arte), lundi 29 avril 2024</p> <p>OPT-X.24 Baden (TRAFO), Di/Lu 22/23 septembre 2024</p> <p>Conférence des groupements régionaux et cantonaux OPTIQUESUISSE Olten, lundi 25 novembre 2024</p> <p>120^e assemblée générale ordinaire OPTIQUESUISSE Lundi 28 avril 2025</p>

MUTATIONEN | MUTATIONS

Streichen/Biffer:

Fatzer Optik AG, 8408 Winterthur

Kat. G

Neu/Nouveau:

ONO Optiker GmbH, Zweigniederlassung Winterthur, 8408 Winterthur

Kat. G

Augenoptiker-in EFZ	Opticien·ne CFC	Ottici AFC
Infos für Berufsbildner·innen	Info pour formateurs/formatrices	Info per i formatori
<p>Wichtiger Hinweis! Bitte melden Sie allfällige Änderungen im Lehrvertrag an admin@vbao.ch. Eine Kopie der ersten Seite des Vertrages genügt.</p> <p>Löhne für Lernende Der VBAO empfiehlt für Lernende in der Augenoptik die folgenden Mindestlöhne: 1. Bildungsjahr: CHF 700 2. Bildungsjahr: CHF 1000 3. Bildungsjahr: CHF 1400</p>	<p>Remarque importante! Veuillez signaler les éventuelles modifications apportées au contrat d'apprentissage à admin@afpo.ch. Une copie de la première page du contrat suffit.</p> <p>Salaires pour apprenants L'AFPO recommande pour les apprenants en optique les salaires minimaux suivants: 1^{ère} année: 700 CHF 2^e année: 1000 CHF 3^e année: 1400 CHF</p>	<p>Nota importante! Si prega di comunicare qualsiasi modifica al contratto di apprendistato a admin@afpo.ch. È sufficiente una copia della prima pagina del contratto.</p> <p>Salario per gli apprendisti L'AFPO raccomanda i seguenti salari minimi per gli apprendisti del settore ottico: 1° anno di formazione: 700 CHF 2° anno di formazione: 1000 CHF 3° anno di formazione: 1400 CHF</p>
Überbetriebliche Kurse	Cours interentreprises	Corsi interaziendali
<p>Im Mai findet bereits der Kurs 6, nach neuem Ausbildungsprogramm, statt, bei dem die Mehrstärkenbrillen sowie die Bearbeitung von Reklamationen im Fokus stehen. Die Lernenden werden unter anderem Gleitsichtbrillengläser testen, zu Nahkomfortgläsern beraten, kundenorientiert argumentieren und Reklamationen sowohl aus Kundensicht wie auch aus beratender Perspektive erleben.</p>	<p>En mai aura déjà lieu le cours 6, selon le nouveau programme de formation, qui se concentrera sur les lunettes multifocales et le traitement des réclamations. Les apprentis testeront entre autres des verres multifocaux, conseilleront des verres de proximité et verres de confort, argumenteront en fonction des clients et traiteront les réclamations tant du point de vue du client que de celui du conseiller.</p>	<p>Il corso 6, secondo il nuovo programma di formazione, si svolgerà a maggio, incentrato sui lenti multifocali e sulla gestione dei reclami. Tra le altre cose, gli apprendisti testeranno lenti multifocali, consiglieranno lenti da vicino e lenti comfort. Argomenteranno in modo orientato al cliente e gestiranno i reclami sia dal punto di vista del cliente che del consulente.</p>
www.vbao.ch	www.afpo.ch	www.afpo.ch
<p>Download unter: Berufsbildner</p> <p>> Ausbildungsvorschriften</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bildungsverordnung EFZ (PDF) ▪ Bildungsplan EFZ (PDF) ▪ Ausführungsbestimmungen QV ▪ Nationaler Lehrplan EFZ (PDF) ▪ Ausbildungsprogramm Lehrbetrieb (PDF) ▪ Bildungsbericht (PDF) ▪ Lerndokumentation (PDF) ▪ Arbeitsaufträge gem. Ausbildungsprogramm (docx) ▪ Arbeitsaufträge blanko (docx) <p>Zum Bestellen im Onlineshop:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Duane'sche Kurve (A5); gratis ▪ Augen- und KL-Schablone; CHF 25.00 ▪ Auge und Brillengläser (Fred Staubitz, 1992); CHF 14.00 	<p>À télécharger sous: Formateurs</p> <p>> Disposition relatives à la formation</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ordonnance sur la formation CFC (PDF) ▪ Plan de formation CFC (PDF) ▪ Dispositions d'exécution PQ ▪ Programme de formation national CFC (PDF) ▪ Programme de formation en entreprise (PDF) ▪ Rapport de formation (PDF) ▪ Dossier de formation (PDF) ▪ Missions pratiques selon le programme de formation (docx) ▪ Mission pratique, formulaire blanc (docx) <p>À commander en ligne:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Courbe Duane (A5); gratuit ▪ Gabarit de dessin œil/LC; CHF 25.00 ▪ Œil et verres de lunettes (Fred Staubitz, 1992); CHF 14.00 	<p>Download sotto: Formatori</p> <p>> Prescrizioni di formazione</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ordinanza sulla formazione AFC (PDF) ▪ Piano di formazione AFC (PDF) ▪ Disposizioni d'esecuzione PQ ▪ Piano nazionale di studi AFC (PDF) ▪ Programma di formazione in azienda di tirocinio (PDF) ▪ Rapporto di formazione (PDF) ▪ Documentazione nell'apprendimento (PDF) ▪ Compiti di lavoro secondo il programma di formazione (docx) ▪ Compito di lavoro, modulo vuoto (docx) <p>Per ordinare nel negozio online:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Curva di Duane (A5); libero ▪ Modello di disegno dell'occhio/LC; CHF 25.00 ▪ Œil et verres de lunettes (Fred Staubitz, 1992); CHF 14.00
Kontakt	Contact	Contatto
<p>Der Verein Berufliche Grundbildung Augenoptik unterstützt alle Lernenden und Ausbilder mit Informationen und Ausbildungsmaterialien. Bei Fragen steht die Geschäftsstelle gerne zur Verfügung: Telefon 062 212 80 33 oder admin@vbao.ch</p>	<p>L'Association pour la Formation Professionnelle initiale d'opticien·ne soutient tous les apprenants et formateurs par des informations et du matériel pédagogique. En cas de questions, le secrétariat est volontiers à disposition: téléphone 062 212 80 33 ou admin@vbao.ch.</p>	<p>L'Associazione Formazione Professionale di base degli ottici supporta tutti gli studenti e i formatori con materiale informativo e formativo. Per qualsiasi domanda, l'ufficio è a vostra disposizione: telefono 062 212 80 33 o admin@vbao.ch</p>

EINLADUNG ZUM Berufsbildner-Anlass 2024

Aktuelles aus den Lernorten

Liebe Berufsbildnerinnen und Berufsbildner

Wir freuen uns sehr darüber, Sie zum Online- Berufsbildner-Anlass 2024 des Vereins Berufliche Grundbildung Augenoptik VBAO einladen zu dürfen.

Die Anforderungen an Berufsbildnerinnen und Berufsbildner werden immer komplexer. Sie führen die Lernenden in den Betriebs-, Berufs- und Arbeitsalltag ein, definieren Lernziele, begleiten, unterstützen und fördern die Lernenden in der praktischen Arbeit und beurteilen die Lernergebnisse.

Unser Berufsbildner-Anlass vermittelt Ihnen das Wissen, um unsere Lernenden optimal ausbilden zu können.

Eine Anmeldung ist nicht erforderlich.

Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme und danken für Ihren Beitrag für die Grundbildung Augenoptiker·innen EFZ.

Marcel Marchion
Präsident BBK, Lernortkooperation

Debora Hummel
Vize-Präsidentin BBK, Lernortkooperation

PS: Der Online-Berufsbildner-Anlass wird aufgezeichnet und kann im Nachgang auf www.vbao.ch individuell abgerufen werden!



WANN & WO

Montag, 13. Mai 2024

Online, Microsoft Teams
<https://msteams.link/KCBY>



PROGRAMM

18.00 Uhr
Begrüssung durch Marcel Marchion, Präsident BBK

18.05 Uhr–Teil 1

Homepage VBAO, Stephanie Schneider Betriebe, Roman Nadler Berufsfachschulen, Sven Mehnert, Richard Wittwer, Pius Schmid

19.00 Uhr–kurze Pause

19.05 Uhr–Teil 2

überbetriebliche Kurse, Nick Burkhardt Qualifikationsverfahren, Debora Hummel Fragerunde, Marcel Marchion

Schlusswort und Verabschiedung

VBAO Verein Berufliche Grundbildung Augenoptik
Baslerstrasse 32, Postfach 4601 Olten
062 212 80 33 | admin@vbao.ch



Schweizerischer Berufsverband
für Augenoptik und Optometrie

Société Suisse pour
l'Optique et l'Optométrie



SBAO-Fachtagung 2024

Am 17. und 18. März fand die SBAO-Fachtagung im Kursaal in Bern statt. Wir freuen uns über die beachtliche Zahl von knapp 310 Teilnehmenden – schön, dass Sie da waren! Nicht nur waren die hochqualitativen Fachvorträge gut besucht – wie der von Dr. Jascha Wendelstein über Pseudophakie, siehe Bild – auch das Teilnehmeressen am Sonntagabend erfreute sich mit 47 Gästen grosser Beliebtheit.

An der Generalversammlung vom Sonntag nahmen 61 Mitglieder teil. Sie verabschiedeten Nina Müller nach zwei Amtsperioden aus dem SBAO-Vorstand – an ihrer Stelle wählten sie Emanuele Käser. Der Tessiner arbeitet an seinem PhD an der FHNW und der Universität Basel und bringt eine vielseitige Perspektive in den Vorstand mit.

Congrès SSOO 2024

Le congrès de la SSOO a eu lieu les 17 et 18 mars au Kursaal de Berne. Nous nous réjouissons du nombre considérable de participant·e·s: près de 310 – merci d'être venus! Non seulement les conférences de grande qualité ont bien été suivies – comme celle du Dr Jascha Wendelstein sur la pseudophakie, voir photo – mais le souper des partici-

pant·e·s du dimanche soir a également été très apprécié, avec 47 convives.

61 membres ont participé à l'assemblée générale du dimanche. Ils ont pris congé de Nina Müller après deux mandats au sein du comité de la SSOO – et ont élu Emanuele Käser à sa place. Le Tessinois travaille à son PhD à la FHNW et à l'Université de Bâle et apporte une perspective polyvalente au comité.

Vorstellung an der FHNW

Anfang März stellte sich der SBAO bei den Studierenden der FHNW vor, die im September 2023 das Bachelorstudium Optometrie begonnen haben. Nach einer kurzen Präsentation der Tätigkeiten und Dienstleistungen des Verbands durch einige Vorstandsmitglieder gab es beim vom Verband organisierten Sandwich-Lunch die Möglichkeit für Fragen und Austausch. Gleich 51 Studierende nutzten die Möglichkeit der kostenlosen Gastmitgliedschaft – der SBAO freut sich un- gemein, so viele Vertreter:innen der nächsten Generation von Optometrist:innen in seinen Reihen begrüßen zu dürfen.

Présentation à la FHNW

Début mars, la SSOO s'est présentée aux étudiant·e·s de la FHNW qui ont commencé leurs

études de bachelor en optométrie en septembre 2023. Après une brève présentation des activités et des services de l'association par quelques membres du comité, le dîner offert par l'association a été l'occasion de questions et d'échanges. Pas moins de 51 étudiant·e·s ont profité de la possibilité de devenir gratuitement membres invités – la SSOO se réjouit énormément de pouvoir accueillir dans ses rangs autant de représentant·e·s de la prochaine génération d'optométristes.

Aktivmitglieder |

Membres actifs

Dr. Alexander Müntz
Natascha Kunz

Fördermitglieder |

Membres promoteurs

Yves Alain Greisler

Gastmitglieder |

Membres invités

Alexia Campiche
Amélie Jan
Amer Sirovina
Benjamin Schmutz
Bertil Bouchayer
Ellynn Gonedec
Elodie Chevalley
Emanuel Gomes Paulo
Eva Krattiger
Fanny Lauper
Fiona Quarroz
François-Xavier Poncet
Gaja Salathé
Guillaume Clain
Igor Jukic
Jasmin Hollenstein
Jérémy Rocher
Juliette Groff
Karin Heinrich
Lara Pichard
Léa Caenevet
Lilou Détraz
Lionel Isenschmid
Lisa Podavini

Lucia Troncana
Lucie Fernandes
Lydie Avanthay
Manon Henchoz
Margherita Susnik
Marianne Russo
Marie Verdan
Matthieu Jobin
Maxime Passerat
Mouna Rekhis Jaballah
Myriam Charrière
Nemanja Buovski
Nina Meister
Philipp Reber
Ronja Meier
Serena Hamdan
Sohamy Wuilloud
Sophie Koller
Stéphanie Jacaccia
Tanja Protopapa
Thibaud Lasserre
Thibaud Develay
Tina Huber
Valentin Jaunin
Valentin Stock
Vincent Pellet-Lange
Yann-Eric Hank

Kongresse

OPT-X.24

Sonntag/Montag,
22./23. September 2024
TRAFO, Baden
6 SBAO-Credit Points
Simultanübersetzung

SBAO Fachtagung 2025

16./17. März 2025
Zentrum Paul Klee, Bern
Simultanübersetzung

Congrès

OPT-X.24

Dimanche/lundi
22/23 septembre 2024
TRAFO, Baden
6 crédits SSOO
Avec traduction simultanée

Congrès de la SSOO 2025

16/17 mars 2025
Centre Paul Klee, Berne
Avec traduction simultanée

SCHWEIZER Optiker

Opticien suisse | Ottico svizzero

Werbewirksame Aufmerksamkeit erreichen Sie durch Ihre Werbebotschaften in der Fachzeitschrift der Branche.

Nehmen Sie ganz einfach mit uns Kontakt auf, und wir erläutern Ihnen gerne die verschiedenen Möglichkeiten rund um den «Schweizer Optiker». Nutzen Sie die vielfältigen Angebote.

Terminplan 2024

Ausgabe	Themen (Änderungen vorbehalten)	Erscheinung	Anzeigenschluss kommerz. Inserate	Stelleninserate
5 · 2024	Kinderoptometrie, GV Optik Schweiz	15.05.2024	22.04.2024	07.05.2024
6 · 2024	Fort- und Weiterbildung	14.06.2024	24.05.2024	04.06.2024
7+8 · 2024	Kontaktlinsen	14.08.2024	26.07.2024	06.08.2024
9 · 2024	Personalentwicklung Sonderheft design, trends & fashion	16.09.2024	23.08.2024	06.09.2024
10 · 2024	Nachfolgeregelung, Highlights Silmo	15.10.2024	23.09.2024	04.10.2024
11 · 2024	Nachhaltigkeit, Produktinnovationen Silmo/Silmo d'or	15.11.2024	26.10.2024	05.11.2024
12 · 2024	Low Vision	16.12.2024	28.11.2024	06.12.2024

Ständige Rubriken: Produktneuheiten, Kurznachrichten, Fassungsdesign, Firmenportraits, Reportagen, Recht im Alltag, Betriebsführung, Nachrichten aus den Verbänden OPTIKSCHWEIZ und SBAO, Aus dem Institut, Zwei Experten.

Wir freuen uns über Ihr Interesse am «Schweizer Optiker»-Magazin.

FACHMEDIEN – Zürichsee Werbe AG, Tiefenastrasse 2, 8640 Rapperswil
Tel. 044 928 56 11, optiker@fachmedien.ch, www.fachmedien.ch

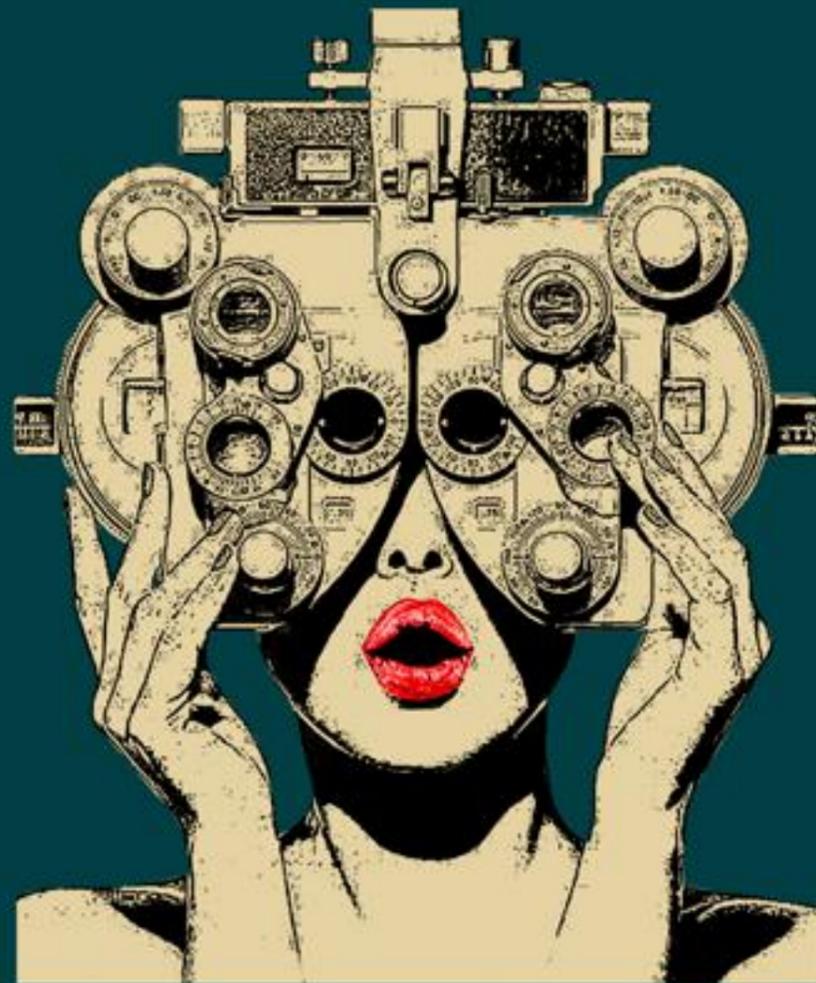


WIR SUCHEN VERSTÄRKUNG

per sofort oder per 01. September 2024
dich erwartet:

- ein kleines, herzliches und engagiertes Brillen-Junkie-Team
- stylische independent Brands
- modernste ZEISS Infrastruktur
- eigene Werkstatt

SOME TIME ALL YOU NEED



IS A NEW PERSPECTIVE

Deine Bewerbung erreicht uns unter bewerbung@optikamstauffacher.ch,
oder schau doch einfach direkt mal bei uns rein.

Wir freuen uns von dir zu hören
Roland, Hansjörg, Nicole, Sven & Gabriel
Optik am Stauffacher, Badenerstrasse 41, 8004 Zurich

OPTIKAMSTAUFFACHER.CH

Wann sehen wir uns?

Wir suchen per sofort
oder nach Vereinbarung einen

Augenoptiker

(m/w) 60 – 100%

Über Deine Kontaktaufnahme per Mail
freuen wir uns.

Käslin

Brillen Käslin · Stans · 041 619 09 09
info@brillen-kaeslin.ch · www.brillen-kaeslin.ch



Wir suchen nach Vereinbarung:

Augenoptiker/in EFZ
oder Optometrist/in
30-50%

WIR LIEBEN WAS WIR TUN! DU AUCH?

Dann freuen wir uns auf Deine
Kontaktaufnahme.

diem
OPTIK

Barbara & Sven Diem
Freiestrasse 3 · 8610 Uster
info@diemoptik.ch

www.diemoptik.ch



McOPTIC SUCHT SIE!

Über 70 Filialen schweizweit – werden auch Sie Teil dieser Erfolgsgeschichte. Sie sind aufgeschlossen, flexibel, teamfähig und haben Freude am täglichen Kundenkontakt. Sie sind talentiert im Verkauf und affin für das emotionale Verkaufserlebnis.

Zur Verstärkung unserer Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung:

Filialleitung Frauenfeld
Dipl. Augenoptiker/in / Optometrist/in
oder Augenoptiker/in

Dipl. Augenoptiker/in / Optometrist/in Lenzburg Netstal
Voll- oder Teilzeitpenum Rapperswil Olten
Rorschach Zürich Wiedikon
Wohlen
Zug
Zürich Oerlikon

Augenoptiker/in Altdorf Olten SO
Voll- oder Teilzeitpenum Buchs SG Sarnen
Birsfelden Schwyz
Interlaken Wädenswil
Chur ZH Wiedikon
Frauenfeld Zug
Heerbrugg Zürich Volkiland
Luzern Schönbühl/Shoppyland
Netstal GL

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung:
Mc Optik (Schweiz) AG · Human Resources
Industriestrasse 17 · 4632 Trimbach · jobs@mcoptic.ch · mcoptic.ch/jobs



McOptic

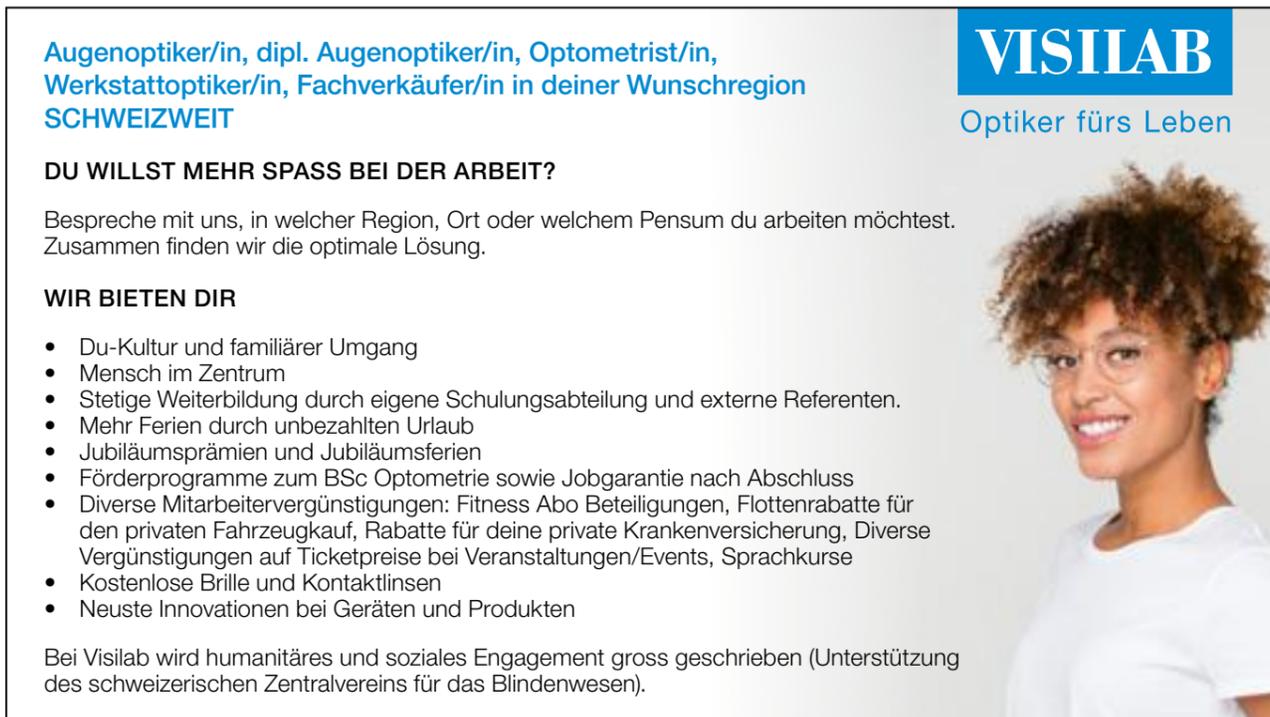


Wenn Sie Freude an der Arbeit mit Kunden haben und gerne in einem dynamischen Umfeld tätig sein möchten, dann sind Sie bei uns genau richtig!

Augenoptiker (M/W/D) ALS KUNDENBERATER/IN IM INNENDIENST

in Teilzeit oder Vollzeit (60 - 100%)

<p>Das erwartet Sie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erstklassige Beratung und Unterstützung unserer geschätzten Kunden • Bearbeiten von Kundenaufträgen in SAP • Kooperation mit dem Aussendienst, Werk, Lager und Logistik • Erstellen von Lieferscheinen und Gutschriften • Key-Account-Betreuung • Beurteilung von Glasdesigns, Materialien und Beschichtungen • Aktive Zusammenarbeit mit dem internen Einschleifatelier • Überwachung der Liefertermine 	<p>Das bringen Sie mit:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abgeschlossene Ausbildung zum Augenoptiker (m/w/d) • Berufserfahrung in der Optikbranche sowie im (Telefon-) Verkauf von Vorteil • Ausgeprägte Serviceorientierung in der Kundenbetreuung und hohes Qualitätsbewusstsein • Sicherer Umgang mit MS-Office-Tools • Sehr gute Deutschkenntnisse, Französisch- und /oder Italienisch von Vorteil • Eigeninitiative und teamorientierte Arbeitsweise 	<p>Darauf können Sie sich freuen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 5 Wochen Ferien • Parkmöglichkeit vorhanden • Spannende Mitarbeiterereignisse • Individuelle Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten <p>Rodenstock (Schweiz) AG Jan Pfiffner +41 44 823 14 03</p> <p>Möchten Sie Teil unseres Teams werden? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen: ch-jobs@rodenstock.com</p>
---	---	--



Augenoptiker/in, dipl. Augenoptiker/in, Optometrist/in, Werkstattoptiker/in, Fachverkäufer/in in deiner Wunschregion SCHWEIZWEIT

VISILAB

Optiker fürs Leben

DU WILLST MEHR SPASS BEI DER ARBEIT?

Bespreche mit uns, in welcher Region, Ort oder welchem Pensum du arbeiten möchtest. Zusammen finden wir die optimale Lösung.

WIR BIETEN DIR

- Du-Kultur und familiärer Umgang
- Mensch im Zentrum
- Stetige Weiterbildung durch eigene Schulungsabteilung und externe Referenten.
- Mehr Ferien durch unbezahlten Urlaub
- Jubiläumssprämien und Jubiläumserien
- Förderprogramme zum BSc Optometrie sowie Jobgarantie nach Abschluss
- Diverse Mitarbeitervergünstigungen: Fitness Abo Beteiligungen, Flottenrabatte für den privaten Fahrzeugkauf, Rabatte für deine private Krankenversicherung, Diverse Vergünstigungen auf Ticketpreise bei Veranstaltungen/Events, Sprachkurse
- Kostenlose Brille und Kontaktlinsen
- Neuste Innovationen bei Geräten und Produkten

Bei Visilab wird humanitäres und soziales Engagement gross geschrieben (Unterstützung des schweizerischen Zentralvereins für das Blindenwesen).

Bewerben ganz einfach gemacht. Sende deine Unterlagen vorzugsweise an die Email-Adresse: personalabteilung@visilab.ch

VisilabGroup - Personalabteilung - Industriestrasse 17 - 4632 Trimbach - Tel. 044 846 54 74

www.visilab.ch/de/visilab-entdecken/bei-uns-arbeiten/stellenangebote




WIR SUCHEN DICH

Augenoptiker:in EFZ 80 - 100%

ab Juni 2024 oder nach Vereinbarung

Du hast Flair für den Verkauf, Spass an Werkstattarbeiten und arbeitest gerne abwechslungsreich. Dann bist Du bei uns genau richtig.

Ein junges Team freut sich auf deine Bewerbung
singenberger@optiksonderer.ch



Ramona Singenberger
Stationsstrasse 50
8472 Seuzach
www.optiksonderer.ch



Optometrist:in oder Augenoptiker:in 40-100%

Wir legen grossen Wert auf die Vereinbarkeit von Familie, Privatleben und Beruf.

Deshalb genießt Du bei uns:

- > 39h Wochenarbeitszeit (bei einem Pensum von 100%)
- > zwei freie Samstage pro Monat
- > alle zwei Wochen ein 3-Tage-Wochenende

Was Dich erwartet

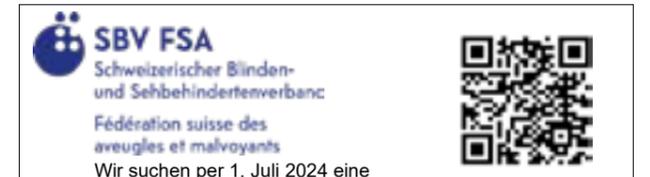
- > Modernste Infrastruktur und Arbeitstechniken, bspw. OCT
- > Stylish Brands
- > Grossartige Kundinnen und Kunden
- > Ein junges, familiäres und traditionsreiches Unternehmen
- > Ein herzliches Team
- > Wohlfühl Ambiente

Wir suchen

- > Teamplayer:innen
- > Experten für Bereiche Myopiekontrolle und Ortho-K
- > Leidenschaftliche Berater:innen
- > Visionäre

Wir freuen uns auf Deine Bewerbung, elektronisch oder in Papierform:
Urech Optik AG | Karin Urech
Vordere Vorstadt 18 | 5001 Aarau
Telefon 062-838 20 00 | leitung@urech.ch

www.urech.ch

Schweizerischer Blinden- und Sehbehindertenverband
Fédération suisse des aveugles et malvoyants
Wir suchen per 1. Juli 2024 eine

Rehabilitationsfachperson Low Vision 60%-80% (m/w/d) für das Projekt Mobile Beratung

für unsere Geschäftsstelle in Bern.
Ein interessantes Tätigkeitsfeld für eine:n Optiker:in!

Nähere Informationen finden Sie unter www.sbv-fsa.ch > Unser Verband > Offene Stellen.

Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme.

Gemeinsam sehen wir mehr Ensemble, on voit mieux sbv-fsa.ch



Optometrist/in B.Sc. Dipl. Augenoptiker/in als Geschäftsführer/in für 80 %-100 %

Wir bieten:

- selbstständiges Arbeiten in geschäftsführender Position
- moderne Geräteausstattung inkl. OCT, Keratograph, Funduskamera & Perimeter
- überdurchschnittliche Bezahlung inkl. 5 Wochen Urlaub
- hervorragende Verkehrsanbindung und Infrastruktur
- gesundheitsorientierte Kundschaft
- das ganze Spektrum der Optometrie und Kontaktlinse in einem etablierten Geschäft

Ihr Profil:

- B.Sc. in Optometrie (Berufseinsteiger willkommen)
- selbstständiges und motiviertes Arbeiten
- kunden- und dienstleistungsorientiert
- Freude am Führen eines kleinen Teams

Arbeitsbeginn per sofort oder nach Vereinbarung
Bewerbung an info@gutoptik.ch z.Hd. Falk Kellermann

Gut Optik | Bahnhofstrasse 32 | 8304 Wallisellen | Tel. 044 830 31 51




Stellenangebot Augenoptikerin EFZ / Praxisassistentin EFZ 40-80 %

Uster: Zur Ergänzung unseres augenärztlichen Teams suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung eine gut motivierte, junge, freundliche, flexible und selbständige

Es erwarten Sie ein moderner Arbeitsplatz und eine elektronische KG-Führung. Arbeitsgebiet: Sprechstunden Organisation, Bedienen von Messapparaten, Praxisadministration usw. in einem kleinen, dynamischen Team.

www.eyeconsultants.ch
Tel. Info: 044 942 92 92, Frau Lorena Grosso
wilanjc@gmail.com



SCHNEIDER

optik + akustik

Für unser attraktives Geschäft im Zentrum von Meilen suchen wir zur Ergänzung unseres Teams per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Augenoptiker/in EFZ 100 % Augenoptiker/in EFZ 60–100 %

Du hast Freude an deinem Beruf und arbeitest gerne selbstständig in allen Bereichen der Augenoptik?

Dann bieten wir dir eine interessante Stelle mit viel Abwechslung und diversen Weiterbildungsmöglichkeiten.

Haben wir dein Interesse an etwas Neuem geweckt, dann freuen wir uns auf deine Bewerbung: schneider@optik-akustik.ch

Schneider Optik + Akustik AG
Thomas Flad
Dorfstrasse 116
8706 Meilen



...bekannt für schöne Brillen



Augenoptiker/in EFZ 40–80 % per 1. August 2024 oder nach Vereinbarung

Ein modernes und exklusives Augenoptikerfachgeschäft im Herzen von Luzern sucht einen engagierten, flexiblen Augenoptiker/in welcher seinen Beruf mit Freude und Leidenschaft ausübt.

Du arbeitest gerne in einem qualitätsorientierten Umfeld mit vielen Stammkunden?

Du arbeitest gerne in der Werkstatt?

Du bist initiativ, kontaktfreudig, besitzt verkäuferischen Flair und gute Umgangsformen?

Wenn wir Dein Interesse geweckt haben, freuen wir uns auf Deine Bewerbung an j.ulrich@centraloptic.ch

GRINDELWALD

Wir suchen Verstärkung für unser Team 80-100%

Bist du Augenoptiker:in EFZ / dipl. Augenoptiker:in oder Optometrist:in?

Dann erwartet dich ein abwechslungsreicher Arbeitsplatz mit Verkauf, Werkstatt und Administration.

MARTINAGLIA OPTIK Martinaglia Optik AG
Grindelwald

Diego Martinaglia 033 853 41 21
grindelwald@martinaglia-optik.ch



RYSER (O) Optometrist B.Sc. (m/w/d)

Ryser, eine führende Kraft in der Optikbranche der Ostschweiz seit 120 Jahren, sucht Optometristen (m/w/d) mit Leidenschaft und Vision. Egal, ob Sie gerade Ihren Abschluss gemacht haben oder bereits Erfahrung mitbringen – bei uns erwartet Sie eine Karriere mit Entwicklungspotenzial und die Möglichkeit, die Zukunft der Optometrie aktiv mitzugestalten.

Was wir bieten:

- Ein dynamisches Arbeitsumfeld, das individuelle und berufliche Entwicklung fördert
- Die Chance, in einem Team zu arbeiten, das Innovation und Exzellenz schätzt
- Vielfältige Aufgaben von optometrischen Untersuchungen bis zur Mitwirkung an Unternehmensstrategien

Ihr Profil:

- B.Sc. in Optometrie, Berufseinsteiger oder erfahrene Fachkräfte willkommen
- Begeisterung für Kundenservice, Teamarbeit und kontinuierliche Weiterbildung

Interessiert?

Besuchen Sie unsere Homepage für weitere Informationen und senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an d.betschart@ryseroptik.ch.

Für direkte Auskünfte kontaktieren Sie Daniel Betschart unter **071 222 31 23**.

Ryser Optik AG T: 071 222 31 23
Metzgergasse 2 d.betschart@ryseroptik.ch
9004 St.Gallen www.ryseroptik.ch



Augenoptiker/in EFZ 100% (TZ-Möglichkeit nach Absprache) (ab August/September 2024)



Für die optimale Work-Life-Balance bieten wir dir als modernes Dienstleistungsunternehmen an zentraler Lage in der Stadt Bern:

- > Selbstständiges Arbeiten, Einbringung von Eigeninitiative
- > Abwechslung: Verkauf, Werkstatt, Administration und KL-Assistenz
- > Unterstützung in der Ausbildung von Lernenden
- > 5 Wochen Ferien inkl. 13. Monatslohn
- > Attraktive Arbeitszeiten:
Montag geschlossen
Dienstag - Freitag 8.45 Uhr - 18.00 Uhr
Samstag 8.45 Uhr - 14.00 Uhr

Wir suchen dich!

Wir freuen uns auf deine schriftliche Bewerbung
Evelyne Burkhalter B.Sc. Optometristin FH, EurOptom
Neugasse 36, 3011 Bern burkhalter@brillen.ch
info@brillen.ch / www.brillen.ch



Werden Sie Teil unseres Teams

- ❖ Uster, Augenoptiker/in 60–100%
- ❖ Baar, Optometrist/in/dipl. Augenoptiker/in 20–40%
- ❖ Baar, Augenoptiker/in 40–80%
- ❖ Bern Westside, Augenoptiker/in 100% oder in Teilzeit
- ❖ Wallisellen Glatzentrum, Optometrist/in/dipl. Augenoptiker/in oder Augenoptiker/in 100% oder in Teilzeit
- ❖ Winterthur, Optometrist/in/dipl. Augenoptiker/in 100% oder in Teilzeit
- ❖ Zürich Bahnhofstrasse, Optometrist/in/dipl. Augenoptiker/in oder Augenoptiker/in 100% oder in Teilzeit
- ❖ Zürich Limmatquai, Optometrist/in/dipl. Augenoptiker/in 20–40%
- ❖ Stans, Augenoptiker/in 100% oder in Teilzeit

Stellenantritt per sofort oder nach Vereinbarung

Ihre Vorteile und Chancen bei Kochoptik

- ❖ Professionalität eines erfolgreichen Unternehmens
- ❖ Persönliches Einarbeitungsprogramm
- ❖ Schulungen und Workshops
- ❖ Eigenverantwortung
- ❖ Abwechslungsreiche Tätigkeit
- ❖ Erfolgsbeteiligung (Prämie)
- ❖ Förderung von Weiterbildung
- ❖ Karrieremöglichkeiten

Weitere Informationen unter www.kochoptik.ch/jobs
Wir freuen uns über Ihre Bewerbung.

Kochoptik AG
Personalabteilung
Industriestrasse 17
4632 Trimbach
personalabteilung@kochoptik.ch



AUGENZENTRUM TOGGENBURG AG

Im Auftrag der beiden Dres. Baumgarten suchen wir für das Augenzentrum Toggenburg AG in Wattwil per sofort oder nach Vereinbarung eine(n)

Augenoptiker/in EFZ oder Dipl. Augenoptiker/in, 80-100%

WAS SIE ERWARTET —
• Interessantes Aufgabengebiet mit Refraktionieren
• Bedienung ophthalmologischer Geräte
• Durchführung von Voruntersuchungen
• Unterstützung bei administrativen Tätigkeiten.

IHRE QUALIFIKATION —
• Sie sind eine motivierte & zuverlässige Persönlichkeit mit abgeschlossener Ausbildung als Augenoptiker/in.
• Zwingend erforderlich ist Erfahrung im Refraktionieren.
• Eine sorgfältige Arbeitsweise & Zuverlässigkeit sind für Sie eine Selbstverständlichkeit.
• Sie arbeiten gerne im Team.
• Über Ihr gepflegtes Äusseres & Ihre freundlichen Umgangsformen verstehen Sie sich als Aushängeschild unserer Praxis.

WIR BIETEN —
• Möglichkeit zum Wechsel vom Optikergeschäft in eine Arztpraxis.
• Offene & kollegiale Teamarbeit in einer modernen Augenarztpraxis.
• Angenehmes & freundliches Arbeitsklima

• Faire Arbeitsbedingungen an einem Arbeitsort mit guter Verkehrsanbindung.

KONTAKT —
Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie Ihre Unterlagen mit aktuellem Foto, Lebenslauf, allen Zeugnissen und Referenzen an:

ACADEMIX Consult AG
Heike Lentens
Berg 26, 9043 Trogen
heike.lentens@academix.ch

Optiker Geschäft zu verkaufen

- zentrale Lage in einem Vorort von Bern
- Stammkundschaft + hoher Kontaktlinsenanteil
- Grösse: Inhaber + 1 Mitarbeiter/in

Kontakt: mit E-Mail BDO Treuhand
Hr. Brändle: pascal.braendle@bdo.ch

Region Bern, Augenoptikerbetrieb sehr günstig zu verkaufen. Umsatz 2023 ca. 600 000 CHF.

Ihre Bewerbungsunterlagen richten Sie bitte unter Chiffre 356 659 an Schweizer Optiker, FACHMEDIEN – Zürichsee Werbe AG, Laubisrütistrasse 44, 8712 Stäfa.

RUFEN SIE UNS AN, UM IHRE ANZEIGE OPTIMAL ZU PLATZIEREN!

Sandra Verardo
044 928 56 35

Daniel Baer
079 338 89 18

E-Mail
optiker@fachmedien.ch

Impressum

Offizielles Organ von OPTIKSCHWEIZ, dem Verband für Optometrie und Optik, und des Schweizerischen Berufsverbandes für Augenoptik und Optometrie (SBAO).

Organe officiel d'Optique Suisse, l'association d'optométrie et d'optique, et de la Société Suisse pour l'Optique et l'Optométrie (SSOO).

Organo ufficiale d'Ottica Svizzera, associazione per l'optometria e l'ottica, e dell'Associazione professionale Svizzera per l'Ottica e l'Optometria (ASOO).
Luzern/Lucerne/Lucerna: 15. April/avril/aprile 2024

99. Jahrgang/99^e année/99^o anno

Inserateschluss für Nr. 5/2024: 22. April 2024

Stelleninsetateschluss für Nr. 5/2024: 7. Mai 2024

Redaktionsschluss für Nr. 5/2024: 15. April 2024

Erscheinungsdatum der nächsten Ausgabe: 15. Mai 2024

Erscheint 11 Mal im Jahr

Paraît 11 fois par an

Esce annualmente 11 volte

Redaktion: Denise Dollinger, Chefredaktorin

Redaktionsadresse: «Schweizer Optiker»

Denise Dollinger, Maihofstrasse 76, 6002 Luzern

Telefon +41 58 344 91 26, E-Mail: denise.dollinger@galledia.ch

Ständige Mitarbeiter: Anja Grommek, Imre Kovats, Daniel R. Frey

Verlag: Galledia Fachmedien AG, Maihofstrasse 76, 6002 Luzern,

Telefon +41 58 344 91 50, fachmedien-luzern@galledia.ch

Verlagsleitung: Angela Ammann,

E-Mail: angela.ammann@galledia.ch

Nachdruck nur mit Genehmigung des Verlages und

der Redaktion gestattet.

Reproduction autorisée seulement avec l'assentiment

de l'éditeur et de la rédaction. Les textes sont publiés sous

la responsabilité de leurs auteurs.

Riproduzione autorizzata solamente con assenso della casa

editoriale e della redazione.

Abonnemente / Abonnements / Abonamenti

Telefon +41 58 344 95 51

E-Mail: abo.schweizer-optiker@galledia.ch

Jahresabonnement/Abonnement annuel/

Abonamento annuale:

Schweiz/Suisse/Svizzera: Fr. 122.–

Ausland/Étranger/Estero: Fr. 159.–

Lernende/Apprentis/Apprendisti: Fr. 62.–

Einzelpreis/Vente au numéro/Prezzo per numero: Fr. 13.–/15.50

Anzeigenmarketing

FACHMEDIEN – Zürichsee Werbe AG,

Tiefenastrasse 2, 8640 Rapperswil

E-Mail: optiker@fachmedien.ch, www.fachmedien.ch

Anzeigenleitung: Daniel Baer

Mobile +41 79 338 89 18, Telefon +41 44 928 56 11

E-Mail: daniel.baer@fachmedien.ch

Innendienst: Sandra Verardo

Telefon +41 44 928 56 35

E-Mail: sandra.verardo@fachmedien.ch

Die irgendwie geartete Verwertung von in diesem Titel

abgedruckten Inseraten oder Teilen davon, insbesondere durch

Einspeisung in einen Onlinedienst durch dazu nicht autorisierte

Dritte, ist untersagt. Jeder Verstoss wird von der Werbegesell-

schaft nach Rücksprache mit dem Verlag gerichtlich verfolgt.

Gesamtherstellung:

Multicolor Print AG, Sihlbruggstrasse 105a, 6341 Baar

Telefon +41 41 767 76 76

Lara Stadelmann

E-Mail: lara.stadelmann@multicolorprint.ch

Telefon +41 41 767 76 73

www.schweizeroptiker.ch

Druckauflage: 1400 Exemplare

Verkaufte Auflage: 1113 Exemplare

Gratisauflage: 135 Exemplare

WEMF/KS-beglaubigt 2022

blick zurück

Flach wie eine CD

Fendissime Y2K

Diese Sonnenbrille ist ein kleines Meisterwerk der Enkelinnen von Fendi-Gründerin Adele Fendi. Die vier Cousinsin Maria Teresa, Maria Ilaria, Silvia und Federica Fendi kreierten Fendissime, um ein jüngeres, trendbewusstes Publikum anzusprechen. Im Jahr 1987 wurde die Kollektion für Sportbekleidung und Accessoires mit grossem Erfolg lanciert. Zehn Jahre später erfanden sie mit der Fendissime SFE 022 das Konzept der austauschbaren Gläser neu. Eine scharnierlose Fassung, die flach in einem eleganten Etui aufbewahrt werden kann, das an die damals beliebten CD-Cases erinnert. Das beiliegende Faltblatt enthält die Anleitung zu einer einzigartigen Möglichkeit, die Gläser zu wechseln, während der Rahmen aus einer einzigen goldenen Metallkurve besteht. Ein unglaublich minimalistisches und effektives Design, das zu einer rand- und scharnierlosen Fassung führt, die sich an verschiedene Outfits anpassen und sogar als Haarband getragen werden kann.

Grégoire «Greis» Vuilleumier ist Musiker und Brillensammler. Wer alte Brillenschätze zu verkaufen hat, darf sich gerne melden auf greis@chlyklass.ch oder 076 319 93 99.

rétroviseur

Fine comme un CD

Fendissime Y2K

Ces lunettes de soleil sont un petit chef-d'œuvre des petites-filles de la fondatrice de Fendi, Adele Fendi. Les quatre cousines Maria Teresa, Maria Ilaria, Silvia et Federica Fendi ont créé Fendissime pour s'adresser à un public plus jeune et plus sensible aux tendances. En 1987, la collection de vêtements et d'accessoires de sport fut lancée avec un grand succès. Dix ans plus tard, ils réinventaient le concept des verres interchangeable avec la Fendissime SFE 022. Une monture sans charnière qui peut être conservée à plat dans un élégant étui rappelant les boîtiers de CD très en vogue à l'époque. Le dépliant qui l'accompagne contient les instructions d'une façon unique de changer les verres, tandis que la monture est constituée d'une seule courbe métallique dorée. Un design incroyablement minimaliste et efficace qui aboutit à une monture sans bord ni charnière, qui peut s'adapter à différentes tenues et même être portée comme un bandeau dans les cheveux.

Grégoire «Greis» Vuilleumier est musicien et collectionneur de lunettes. Si vous avez des trésors de lunettes à vendre, n'hésitez pas à vous adresser à greis@chlyklass.ch ou au 076 319 93 99.



M

BIG
PAGES



DIE SMARTE WAHL FÜR JUNGE AUGEN!

Time to become a

VISION
HERO

1



SMYLE

SWISS MYOPIA LENS EXPERIENCE

optiswiss

Silhouette



Born on Earth. Worn in Space.

Titan Minimal Art. The Choice on Space Missions for 25 Years.