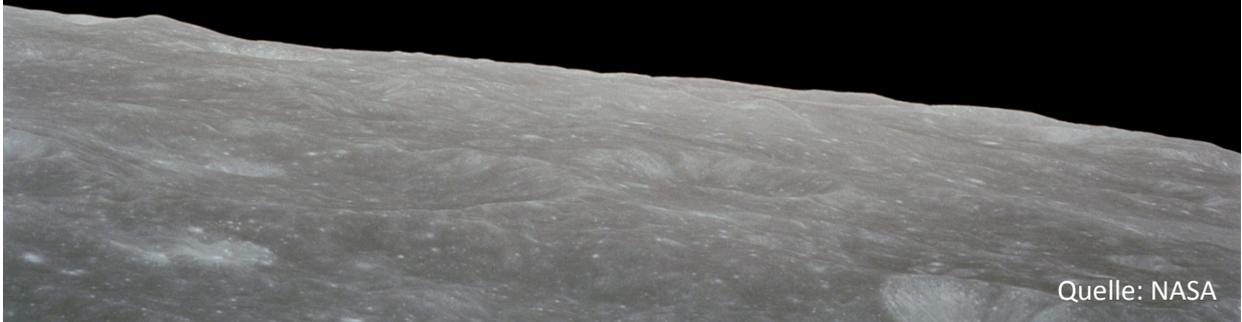




Seeing beyond ZEISS Convention 2019

Pressemappe

21. und 22. Oktober 2019 | Berlin



Quelle: NASA



Inhalt

ZEISS auf einen Blick	3
Meilensteine der ZEISS Sparten	4
Ein ganz besonderer Meilenstein für ZEISS: 50 Jahre Mondlandung	6
Die Kernthemen in Berlin	7
ZEISS SmartLife Brillenglasportfolio	8
Visuelles Verhalten	9
Unsere Augen im Laufe des Lebens	10
ZEISS VISUFIT 1000	11
Green, Safe, Responsible	12
ZEISS als Partner	14
Pressekontakt	15



ZEISS auf einen Blick

ZEISS ist ein weltweit führendes Technologieunternehmen der optischen und optoelektronischen Industrie. In den vier Sparten Industrial Quality & Research, Medical Technology, Consumer Markets und Semiconductor Manufacturing Technology erwirtschaftete die ZEISS Gruppe zuletzt einen Jahresumsatz von über 5,8 Milliarden Euro (Stand: 30.9.2018).

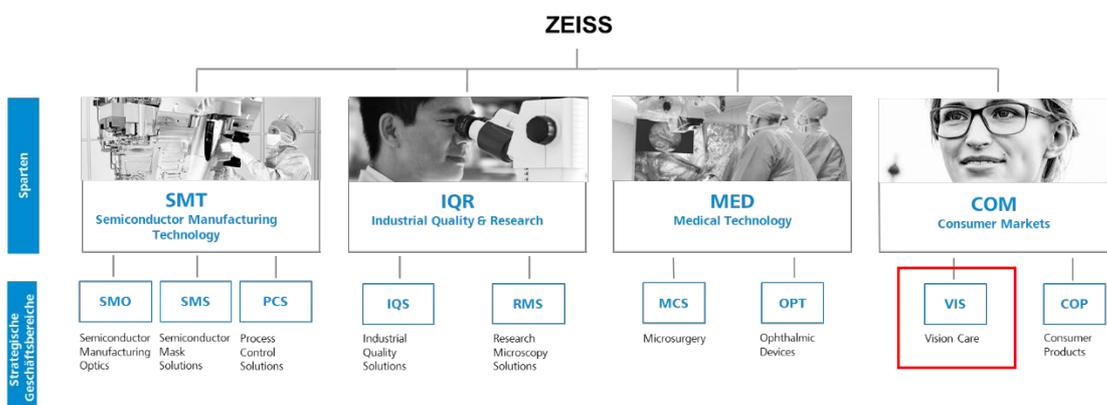
ZEISS entwickelt, fertigt und vertreibt für seine Kunden hochinnovative Lösungen für die industrielle Messtechnik und Qualitätssicherung, Mikroskopielösungen für Lebenswissenschaften und Materialforschung sowie Medizintechniklösungen für Diagnostik und Therapie in der Augenheilkunde und der Mikrochirurgie. ZEISS steht auch für die weltweit führende Lithographieoptik, die zur Herstellung von Halbleiterbauelementen von der Chipindustrie verwendet wird. ZEISS Markenprodukte wie Brillengläser, Fotoobjektive und Ferngläser sind weltweit begehrt und Trendsetter.

Mit diesem auf Wachstumfelder der Zukunft wie Digitalisierung, Gesundheit und Industrie 4.0 ausgerichteten Portfolio und einer starken Marke gestaltet ZEISS die Zukunft weit über die optische und optoelektronische Branche hinaus. Grundlage für den Erfolg und den weiteren kontinuierlichen Ausbau der Technologie- und Marktführerschaft von ZEISS sind die nachhaltig hohen Aufwendungen für Forschung und Entwicklung.

Mit rund 30.000 Mitarbeitern ist ZEISS in fast 50 Ländern mit rund 60 eigenen Vertriebs- und Servicegesellschaften sowie 30 Produktionsstätten und Entwicklungsstandorten weltweit aktiv. Hauptstandort des 1846 in Jena gegründeten Unternehmens ist Oberkochen, Deutschland. Alleinige Eigentümerin der Dachgesellschaft, der Carl Zeiss AG, ist die Carl-Zeiss-Stiftung, eine der größten deutschen Stiftungen zur Förderung der Wissenschaft.

ZEISS Vision Care ist einer der weltweit führenden Hersteller für Brillengläser und augenoptische Instrumente. Der Bereich ist Teil der Sparte Consumer Markets und entwickelt und produziert Angebote für die gesamte Wertschöpfungskette der Augenoptik, die weltweit unter der Marke ZEISS vertrieben werden.

Weitere Informationen unter www.zeiss.de und www.zeiss.de/augenoptik-newsroom





Meilensteine der ZEISS Sparten

Consumer Markets

Die ersten Fotos auf der Oberfläche des Mondes wurden **1969** mit den Fotoobjektiven von ZEISS geschossen. Auch das ursprünglich für die US-Raumfahrtbehörde entwickelte, extrem lichtstarke ZEISS Objektiv Planar 0.7/50 erlangte schließlich Kultstatus durch die Regie-Legende Stanley Kubrick, der es **1975** für seinen Film Barry Lyndon verwendete. Aber auch ZEISS selbst hat bereits drei „technische“ Oscars für seine Kamertechnologie erhalten.



Seitdem ZEISS **1912** das erste Präzisionsbrillenglas Punktal auf den Markt gebracht hat, ist Außerordentliches geschehen. Das erste Sonnenbrillenglas mit gleichmäßiger Tönung im Jahr **1924**, die erste patentierte Entspiegelung im Jahr **1959**, **2000** das erste individualisierte Gleitsichtglas oder **2015** ZEISS DriveSafe Brillengläser für sicheres Autofahren – all das sind ZEISS Entwicklungen. Herausforderungen der Zukunft heißen für ZEISS Digitalisierung und Gesundheit. ZEISS kreiert Produkte, die stark von diesen Megatrends beeinflusst sind und zeigt: ZEISS UVProtect und ZEISS VISUFIT 1000 (**2018**). Dieses Jahr – **2019** – kommt ein neues vollständiges Premiumportfolio für das dynamische, vernetzte Sehen, und damit ein weiterer Meilenstein im Brillenglasdesign auf den Markt.



Medical Technology

Das Operationsmikroskop ZEISS Kinevo 900 wird seit **2017** in der Neurochirurgie eingesetzt und ist das erste Visualisierungssystem mit einer vom Chirurgen gesteuerten Robotik. ZEISS hat außerdem eine Technologie entwickelt, mit deren Hilfe der Blutfluss in den Gefäßen einfach und schnell sichtbar wird: das





Fluoreszenzmodul INFRARED 800. Auf Knopfdruck bekommt der Chirurg während der Operation in Echtzeit entscheidende Informationen zum Blutfluss im Gehirn, ohne den Eingriff unterbrechen zu müssen.

Semiconductor Manufacturing Technology

Gras wächst **30** Nanometer pro Sekunde. Die kleinste Strukturgröße der Transistoren eines leistungsfähigen Mikrochips liegt zurzeit ungefähr bei dieser Größe. Um so feine Strukturen auf Mikrochips abzubilden, muss auch die optische Lithografie – die Schlüsseltechnologie zur Fertigung von Mikrochips – immer genauer werden. ZEISS ist der führende Hersteller dieser Lithografie-Optiken, ohne die heute und in Zukunft ein Smartphone, ein Laptop oder ein Mikrochip in der Industrie nicht denkbar wären.



Industrial Quality & Research

Charles Darwin bat in einem Brief an Ernst Haeckel, damals Prorektor der Universität Jena, für seinen Sohn Francis um ein Mikroskop von Carl Zeiss. Dieser verschickte tatsächlich am 11. März **1881** das 4876te Mikroskop an Darwin. **1882** entdeckte Robert Koch mit einem ZEISS Mikroskop den Erreger der Tuberkulose. Seitdem wurden mehr als **35** Forscher, die ZEISS Mikroskope nutzten oder nutzen, mit dem Nobelpreis ausgezeichnet.



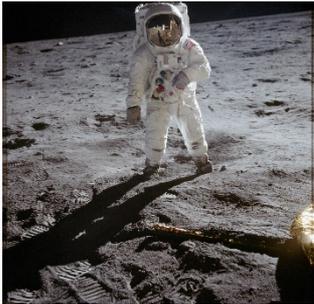
Heute arbeitet ZEISS auch aktiv in den Zukunftsgebieten Industry 4.0 und Smart Production. So ist ZEISS Industrielle Messtechnik heute voll vernetzt und verbindet Produktion mit moderner Informations- und Kommunikationstechnologie.

Mehr faszinierende ZEISS Geschichten unter www.zeiss.com/stories



Ein ganz besonderer Meilenstein für ZEISS: 50 Jahre Mondlandung

Ein kleiner Klick auf den Auslöser – große Aufnahmen für die Menschheit



Auch 50 Jahre nach der Mondlandung am 20. Juli 1969 haben die Bilder nichts von ihrer Faszination verloren. Dass sich dieses Ereignis so stark im Gedächtnis vieler Menschen verankert hat, liegt vor allem an den einzigartigen Fotos der Apollo-Missionen. Nicht nur die ersten Aufnahmen vom Mond, auch der Blick vom Mond zurück auf die Erde inspiriert bis heute Generationen. Immer auf den Missionen dabei: Kameras mit Objektiven von ZEISS.



Im Oktober 1968 wird ein Objektiv für die erste Mondlandung bei ZEISS in Auftrag gegeben. Bis zum Praxiseinsatz bei Apollo 11 vergingen nur neun Monate. „Das war eine enorm kurze Entwicklungszeit“, resümiert Dr. Vladan Blahnik, Forschung und Entwicklung bei ZEISS. Wurden beim Vorgängermodell ZEISS Biogon 4.5/38 die Optikdaten noch äußerst zeitaufwändig per Hand ausgerechnet, liegen die mathematischen Ergebnisse für das Mondobjektiv mithilfe eines Großrechners in nur wenigen Wochen vor. Dr. Erhard Glatzel (1925-2002), leitender Mathematiker im Bereich Fotografie bei ZEISS, erhält dafür und für die Entwicklung weiterer Weltraum-Spezialobjektive den Apollo Achievement Award.

Neben dem ZEISS Biogon für den Einsatz auf der Mondoberfläche hat ZEISS in den 1960er Jahren noch weitere Spezialobjektive für den Weltraum entwickelt: Objektive, die auch für UV-Lichtwellen durchlässig sind, oder extrem lichtstarke Objektive, wie das ZEISS Planar 0.7/50. Von den Erkenntnissen dieser Entwicklungen profitieren die Ingenieure bei ZEISS noch heute, zum Beispiel bei der Entwicklung von professionellen lichtstarken Filmobjektiven, von Luftbildobjektiven für die Vermessung der Erdoberfläche oder von Lithographie-Objektiven zur Herstellung von Mikrochips.

Das Objektiv war ein kleiner, aber wichtiger Baustein bei der Mondmission von Apollo 11. Die Kameras mit den Objektiven von ZEISS sind übrigens immer noch auf dem Mond, denn man wollte jedes Gramm beim Rückflug zu Gunsten von Mondgesteinsproben sparen. Nur das wertvolle Filmmaterial trat mit den Astronauten die Rückreise zur Erde an.

[Erfahren Sie mehr über ZEISS und 50 Jahre Mondlandung](#)



Die Kernthemen in Berlin



ZEISS SmartLife Brillenglasportfolio

ZEISS SmartLife: Neues Brillenglas-Portfolio für ein modernes und dynamisches Leben



Viel unterwegs, das Smartphone immer dabei, häufige und schnelle Blickwechsel zwischen Bildschirm und Umgebung: Unser modernes, dynamisches Leben verändert unsere Sehgewohnheiten. ZEISS hat ein neues, vollständiges Brillenglas-Portfolio für Menschen jeden Alters entwickelt, das diese neuen visuellen Herausforderungen im Design berücksichtigt. In Kombination mit dem individuellen Alter, den

persönlichen Sehanforderungen und neuester optischer Technologie wird ZEISS SmartLife zum Brillenglas für höchsten Sehkomfort in einer vernetzten, dynamischen Welt für jeden Tag – über Altersgrenzen hinweg.

Aus drei Faktoren Alter, Lebensstil und Blickverhalten in Verbindung mit der individuellen Korrektur entsteht ein maßgeschneidertes Brillenglas. Für Brillenträger ist dabei unerheblich, um welches Glastype – ob für eine Korrektur von Kurz- oder Weitsichtigkeit, von Alterssichtigkeit oder von anderen Fehlsichtigkeiten – es sich handelt. Für sie gibt es beim Augenoptiker einfach ein auf Lebensstil, Alter, modernen Alltag und persönliche Anforderungen abgestimmtes Brillenglas als „ZEISS SmartLife“.

Ein großer Vorteil von ZEISS SmartLife für Augenoptiker: ZEISS setzt in der Kommunikation auf verständliche, nachprüfbare Produktvorteile und verzichtet auf komplizierte, technologische oder nur dem Experten geläufige Terminologien oder die konventionelle Fülle an Produkt- und Featurenamen. Hinter ZEISS SmartLife stecken mehr als 1.000 Einzelprodukte, die für die Online-Bestellung, Preislisten und Produktvergleiche weiterhin benötigt werden. Im augenoptischen Fachgeschäft genügt es aber für den Verbraucher zu wissen, wie das individuelle ZEISS SmartLife Brillenglas für jeden ermittelt wird: mit der bewährten ZEISS Seh-Analyse, mit Altersangaben und einer Anamnese der persönlichen Bedürfnisse. Alles in allem verzichtet ZEISS also bewusst auf traditionelle Begriffe wie „Einstärkenglas“, „Digital Brillenglas“ oder „Gleitsichtglas“ in der Kommunikation. Zum einen hat der technologische Fortschritt in Design und Herstellung individueller Gläser durch Freiformtechnologie längst dazu geführt, dass die früher klaren Grenzen zwischen Brillenglaskategorien mehr und mehr verschwimmen. Zum anderen stellen diese Termini gerade für Verbraucher eine zusätzliche Hürde dar, wenn sie sich für ein Brillenglas entscheiden müssen. Mit ZEISS SmartLife werden Glasberatung, -auswahl und -nutzung so angenehm und komfortabel wie nie zuvor.

**„Ein Brillenglas-Portfolio für Verbraucher von heute“
Treffen Sie unsere Experten am Montag**

Bitte sprechen Sie
mit Miriam
Kapsegger über
Veröffentlichungen
zu ZEISS SmartLife



Visuelles Verhalten

Unsere Augen sind immer in Bewegung | Interview mit Dr. Katharina Rifai, Neurowissenschaftlerin und Physikerin am ZEISS Vision Science Lab in Tübingen



Unsere Augen stehen gefühlt nie still, stimmt das?

In einer Unterhaltung hat das jeder schon einmal beim Gegenüber bemerkt: Unsere Augen bewegen sich permanent. Wir richten sie gezielt dorthin, wo wir etwas wahrnehmen wollen. Das macht das Sehen zu einem aktiven Prozess. Sehen läuft also nicht einfach wie bei einer starren Videokamera ab. Die Augen stehen also nie wirklich still.

[...]

Heute sind wir ja fast alle digital unterwegs, sind viel in Bewegung, immer auf dem Sprung. Was bedeutet das für mein Sehverhalten, wenn ich viele Dinge gleichzeitig tue?

Für die Augen heißt das nur bedingt mehr Bewegungen, denn die Sakkaden beispielsweise passieren weiterhin ständig, auch bei Fixation. Aber man muss natürlich die Aufmerksamkeit gezielter steuern, wenn viele Informationen vorhanden sind und wir diese auch noch in Bewegung aufnehmen. Das ist eine kognitive Mehrleistung. Und was ganz sicher passiert, ist, dass sich unsere Blicke anders verteilen und dass das Auge viel akkomodieren, also scharf stellen muss. Wenn ich zum Beispiel mit dem Handy in der Hand durch eine belebte Straße laufe, die S-Bahn erreichen will, an Menschen und Autos vorbeimuss, muss ich vieles wahrnehmen, um mich sicher zu bewegen. Viel, was in unterschiedlicher Entfernung ist und trotzdem meiner Aufmerksamkeit bedarf. Das ist eine Mehrleistung für die Augenlinse. Manches werde ich gezielt wahrnehmen, in dem ich direkt hinschaue und scharf stelle, anderes nur peripher – sozusagen aus dem Augenwinkel. Manchmal werde ich nur die Augen kurz auf das interessante Objekt stellen, ein anderes Mal den Kopf mitbewegen und das Objekt fixieren. Das ist natürlich ein großer Unterschied zu einer Situation, in der ich in Ruhe ein Buch lese oder aber auch eine Unterhaltung an einem ruhigen Ort führe, ohne dass ich nebenbei noch auf mein Smartphone schaue.

“Wie wird visuelles Verhalten messbar”
Treffen Sie unsere Experten am Montag

[Vollständiges Interview inklusive Video mit Dr. Katharina Rifai](#)



Unsere Augen im Laufe des Lebens

Wir werden immer älter – so auch unsere Augen | Interview mit Dr. Alexander Leube, Augenoptiker und Visual Scientist am ZEISS Vision Science Lab in Tübingen



Wir werden immer älter und somit natürlich auch unsere Augen. Gibt es denn tatsächlich ständig Veränderungen mit sagen wir 30, 40 oder 50 Jahren?

Ja, das ist tatsächlich so. Auch unsere Augen unterliegen ganz normalen physiologischen Prozessen, die nie aufhören. Insbesondere die Fähigkeit des visuellen Systems auf nahe Objekte scharf zu stellen, wird immer schlechter. Das ist, wie gesagt, ein gradueller

Prozess, der auch schon mit 30 stattfindet. Merklich wird es dann vor allem um die 40. Dann benötigen die ersten von uns auch in ihren Brillengläsern, sofern sie schon fehlsichtig sind, eine Unterstützung für den Nahbereich. Wer 50 Jahre alt ist, bemerkt dann schon ganz deutlich, dass das Smartphone recht weit weggehalten werden muss, damit man es scharf sieht. Das heißt, die Augenlinse kann nur noch schlecht für die Nähe einstellen, wir nennen das „akkommodieren“. Für Brillenträger wird spätestens dann eine Gleitsichtbrille relevant. [...]

Verändert sich das Auge immer weiter, je älter wir werden?

Es verändern sich viele Dinge zum Beispiel auch die Zusammensetzung des Tränenfilms. Aber eine besonders wichtige Veränderung betrifft die Pupillengröße. Die Pupillengröße bestimmt, wie viel Licht ins Auge gelangt. Ist es dunkel, so ist für gewöhnlich die Pupille größer, weil wenig Licht vorhanden ist, das jedoch voll genutzt werden muss. Werden wir älter, wird die Pupille immer kleiner. Das ist eigentlich ein Ausgleichsprozess, denn es führt zunächst dazu, dass das Licht gebündelter ins Auge gelangt. Das gleicht bis zu einem gewissen Grad die schlechter werdende Augenlinse aus, man spricht von einer erhöhten Schärfentiefe. Man nimmt die schlechter werdende Linse nicht so stark wahr. Dem kleiner werden der Pupille ist jedoch eine natürliche Grenze gesetzt. Der Ausgleich funktioniert nicht unendlich lang. Auch diese gewöhnliche physiologische Veränderung der Pupillengröße kann heute in modernen Brillenglasdesigns berücksichtigt werden.

„Physiologische Veränderungen am Auge“
Treffen Sie unsere Experten am Montag

[Vollständiges
Interview inklusive
Video mit
Dr. Alexander
Leube](#)

[Interview inklusive
Video über die
Entwicklung des
Sehens bei Kindern
mit
Dr. Arne Ohlendorf](#)



ZEISS VISUFIT 1000

Die digitale Plattform für präzise Brillenanpassung und Individualisierung



Um gutes Sehen zu ermöglichen, sind nicht nur passende Korrektionsgläser nötig. Entscheidend ist auch, wie diese Gläser in der Fassung und zu den Augen zentriert sind. Bereits 1992 hat ZEISS das erste Video-Zentriersystem ZEISS Video Infral eingeführt und ist somit Vorreiter in der Digitalisierung der Zentrierdatenerfassung. Die Neuentwicklung ZEISS VISUFIT 1000 steht für Präzision, Schnelligkeit und eine neue Art der Customer Journey. Als Plattform wird

ZEISS VISUFIT 1000 künftig um Module zur virtuellen Brillenanprobe und -zentrierung erweiterbar sein. ZEISS bietet damit heute schon ein System, das den Wünschen nach mehr Individualisierung und Digitalisierung auch in Zukunft gerecht werden wird. Möglich ist das durch mehr als 20 Jahre Expertise auf dem Gebiet der Zentrierdatenerfassung und intensiver Forschung und Entwicklung unter Einbindung eines globalen Expertenteams.

ZEISS VISUFIT 1000 dient zunächst der Zentrierdatenerfassung (z.B. Augenabstand, Leseabstand oder Vorneigung der Fassung). Mit nur einer Aufnahme wird über neun Kameras eine 180 Grad Ansicht von Kopf und Fassung erstellt. Diese Daten aus 45 Millionen Punkten werden daraufhin vom Augenoptiker bearbeitet. Werden Aufnahmen mit verschiedenen Fassungen erstellt, können diese im Anschluss miteinander verglichen werden. ZEISS VISUFIT 1000 ist außerdem eine digitale Plattform, die künftig noch weit über diese Funktion der Zentrierdatenerfassung hinaus einsetzbar sein wird. Der Umfang und die Präzision der erhobenen Daten, inklusive 3D Ansicht des Gesichts, werden in Zukunft für virtuelle Brillenanproben und individualisierte Fassungen einsetzbar sein.

Die Schnittstelle zwischen ZEISS VISUFIT 1000 und dem Augenoptiker bildet ZEISS VISUCONSULT 500. ZEISS VISUCONSULT 500 ist mehr als ein einfaches Kundendatenmanagement. Als Plattform kann es ZEISS Geräte und Instrumente bedienen, sie untereinander verbinden, Daten erfassen, diese den entsprechenden Kunden zuordnen, Brillenglaslösungen berechnen und den Beratungsprozess mit technikbasierten Erlebnissen unterstützen. Mit Plattformen wie diesen wird die Digitalisierung ein fester Bestandteil im augenoptischen Fachgeschäft.

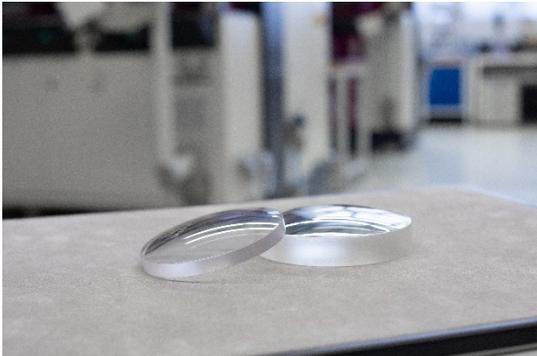
**“ZEISS VISUFIT 1000 -
Weit mehr als nur Zentrierung“**
Treffen Sie unsere Experten am Montag

[Erfahren Sie mehr
über
ZEISS VISUFIT 1000](#)



Green, Safe, Responsible

Die Nachhaltigkeitsinitiative bei ZEISS Vision Care



Bei ZEISS Vision Care werden unter dem Motto „Green, Safe, Responsible“ weltweit an allen Standorten mehr als 240 Initiativen gebündelt, um die Produktion und Logistik grüner zu machen. Sicherheit ist dabei ein Hygienefaktor, etwa beim weiteren Verzicht auf potenziell gefährliche Chemikalien oder der Gestaltung der Arbeitsplätze.

„Verantwortungsvoll“ spielt dagegen für ZEISS als Stiftungsunternehmen seit mehr als 125

Jahren eine besondere Rolle. Wie diese Verantwortung heute durch alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gelebt wird, ist eine Frage, die Kunden, Konsumenten und Partner uns zurecht immer wieder stellen.

Dabei setzt ZEISS auf den Effekt der vielen kleinen und großen Schritte. So war ZEISS dank einer Reihe neuer Halbfabrikate seit November 2018 in der Lage, bis 2019 50 Tonnen Plastikabfall zu vermeiden. Das entspricht einer benötigten Menge Plastik, um 2,5 Millionen Plastiktüten zu produzieren. Hinzu kommt, dass durch den geringeren Materialeinsatz circa 75 Tonnen der entsprechenden CO₂-Emission vermieden wurde. Soviel CO₂ entspricht 40 Flügen von Berlin nach Taiwan. Mit künftigen Halbfabrikat-Reihen wird es sogar möglich sein, 65 Prozent weniger Plastik im Vergleich zu den Ursprungs-Halbfabrikaten zu verwenden.

Mit Lieferanten arbeitet ZEISS daran, auch in Zukunft die Ökobilanz bei Verpackungen weiter deutlich zu verbessern. Neben dem Ziel, die Produktion nachhaltiger zu gestalten, partizipiert ZEISS auch aktiv an den Nachhaltigkeitszielen der UN wie „bezahlbare und saubere Energie“ oder „Maßnahmen gegen den Klimawandel“. Aktuell nutzt ZEISS 9.800 Megawatt-Stunden erneuerbaren Strom für den Energiebedarf der Produktionsstätten, was jedes Jahr eine Gigatonne CO₂ verhindert. Das ist die Menge, die 7.000 Bäume in 30 Jahren an CO₂ binden können. Wasser wird vor allem für Kühlung und zur Reinigung im Herstellungsprozess gebraucht. Die Wasseraufbereitung – die Reinigung – ist Standard in der modernen Brillenglasproduktion. Doch durch Prozessverbesserungen kann Wasser gespart werden. Seit 2018 konnten 180.200 Tonnen Wasser eingespart werden – das ist genug Trinkwasser für den jährlichen Bedarf von rund 180.000 Menschen.

Nachhaltig sozial

Für die augenoptische Industrie ist heute eine der drängendsten sozialen Herausforderungen der Fakt, dass viele Millionen Menschen in Entwicklungs- und Schwellenländern keinen Zugang zu augenoptischer und augenmedizinischer Versorgung haben. Auch für mehr augenoptische Versorgung in der Welt engagiert sich ZEISS Vision Care in vielfältiger Weise und unterstützt zum Beispiel große Initiativen wie Christoffel Blinden-Mission, Helen Keller International, Optometry Giving Sight und Free Lunch Fund, aber auch lokale Projekte. Mit dem Aloka Vision Programme hat ZEISS ein Programm für mehr augenoptische und augenmedizinische Betreuung im ländlichen Indien aufgelegt, mit dem monatlich bis zu 8.000 Menschen erstmals



Sehtests erhalten und bei Bedarf mit Brillen oder augenmedizinisch versorgt werden. Das Social-Business-Modell in Zusammenarbeit mit lokalen und regionalen Nicht-Regierungsorganisationen und Stiftungen sowie lokalen Kleinunternehmerinnen erlaubt es dabei, mit einem kleinen Team von vier Optometristen große Wirkung zu erzielen und kontinuierlich tausende Patienten zu erreichen.

**“Nachhaltige
Brillenglasproduktion”**
Treffen Sie unsere Experten
am Montag

**“Das Aloka Vision
Programme”**
Erfahren Sie mehr in Berlin

[Artikel über das
Aloka Vision
Programme in
Indien](#)



ZEISS als Partner

Wie ZEISS Augenoptiker dabei unterstützt, auch künftig erfolgreich zu sein

Die Augenoptikbranche verändert sich stetig, die Digitalisierung stellt das Handwerk vor Chancen und Herausforderungen, der Online-Handel nimmt noch weiter zu und die Spieler am Markt ordnen sich neu. In dieser Umbruchzeit ist ZEISS der stabile Partner für Augenoptiker. Gemeinsam und partnerschaftlich will ZEISS mit verschiedenen Lösungen dafür Sorge tragen, dass aktuelle und künftige Marktchancen für Augenoptiker nutzbar sind.



So unterstützt ZEISS Augenoptiker dabei, Verbraucher an jedem Punkt, an dem sie mit dem Thema Brille in Kontakt kommen, zu begeistern. Und das beginnt nicht erst im Fachgeschäft. Fraglich ist ja viel mehr: Wie wird der Verbraucher darauf aufmerksam, dass er eine neue Brille braucht? Wie findet er das nächste, beste

Fachgeschäft? Statt auf eine Insellösung durch einzelne Augenoptiker zu setzen, kooperiert ZEISS beispielsweise auf globaler Ebene mit Google und Facebook. Damit werden Verbraucher, die visuelle Probleme haben, gezielt über Online-Kanäle angesprochen und im Anschluss über den sogenannten Store Locator zum nächsten Fachgeschäft – dem ZEISS Partneroptiker – geleitet. Ein System, welches für einen einzelnen Augenoptiker schwer umzusetzen wäre, aber gemeinschaftlich zu einer Win-Win-Situation führt.

Die Customer Journey von Anfang an begleiten



Auch Lösungen wie „Mein Sehprofil“ von ZEISS stehen für eine zukunftsgerichtete Entwicklung. Verbraucher können zu Hause oder unterwegs online ein eigenes Sehprofil erstellen. Das fragt unter anderem die eigenen Sehgewohnheiten ab und liefert damit mögliche Brillenglaslösungen. Das Ergebnis können die Verbraucher mit ins Fachgeschäft bringen – der Augenoptiker scannt es ein, lädt die Daten und kann

gezielt in die Beratung starten. Vor Ort erfährt der Verbraucher auch alle weiteren digitalen Möglichkeiten, die die moderne Augenoptik mit Hilfe modernster Technologie heute bereitstellt: wie ZEISS VISUCONSULT 500, ZEISS VISUFIT 1000 oder die Wissensvermittlung mit Hilfe sogenannter Demo-Tools. Das sind von ZEISS entwickelte Tools, die zum Beispiel komplexe Themen wie Polarisation, UV-Schutz in klaren Brillengläsern oder Blaulichtfilter direkt erfahr- und verstehbar machen.

Egal, ob auf Online-Ebene als Startpunkt der sogenannten Customer Journey, bei der Beratung im Fachgeschäft, der Wissensvermittlung mit Hilfe von Demo-Tools oder dem Bereitstellen von technisch hochentwickeltem Equipment und Brillengläsern – ZEISS Technologie ist Wegbereiter für erfolgreiche Augenoptiker.

„Die Rolle von ZEISS in der Customer Journey“
Erfahren Sie mehr in Berlin



Pressekontakt

Lust auf mehr ZEISS Stories? Sie wollen ZEISS besser kennenlernen, das ZEISS Museum der Optik besuchen oder hautnah miterleben, wie ein Brillenglas entsteht? Kontaktieren Sie uns, wir freuen uns, mit Ihnen zu arbeiten!

Miriam Kapsegger
PR Managerin D/A/CH
+49 7361 591 1261
miriam.kapsegger@zeiss.com