

100 JAHRE
PRÄZISIONS-BRILLENGLÄSER
VON CARL ZEISS

Wir feiern das Sehen!

100 Jahre besser sehen. 100 Jahre ZEISS Augenoptik.

Einzigartige Umsatzchancen für Sie.

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

www.besser-sehen.zeiss.de

ZEISS



01

Feuerwerk der Produktinnovationen.

2012 bringt Ihnen viele neue Produkte und deutliche Verbesserungen bestehender ZEISS Produkte. So definieren wir die Zukunft von besser sehen.

02

Verkaufsaktionen im Rahmen von ZEISS 100.

Im Lauf der letzten 100 Jahre haben uns die ZEISS Kunden viel gegeben – und das geben wir nun an sie zurück: Mit dem Fokus, dass Ihre Kunden besser sehen.

03

Mehr Kunden durch gezielte Kommunikation.

Mit den Marketing-Aktivitäten zu „Wir feiern das Sehen!“ steigert ZEISS über eine groß angelegte Markenkampagne und Verkaufsaktionen die Kundenfrequenz in Ihrem Geschäft. Nehmen Sie teil und profitieren Sie davon.

100 Jahre besser sehen. 100 Jahre ZEISS Augenoptik.

Der Grundstein für den Erfolg der Marke ZEISS wurde 1846 gelegt. Damals machte sich ZEISS auf den Weg, in vielen unterschiedlichen präzisionsoptischen Bereichen eine führende Position einzunehmen. Das Jahr 1912 brachte den Quantensprung. Den Entwicklern von ZEISS gelang es, die vielfältige optische Kompetenz des Unternehmens auf Brillengläser zu übertragen. Mit Punktal® konnte ZEISS das branchenweit erste achsensymmetrische, punktuell abbildende Brillenglas entwickeln. Seitdem fühlen wir uns einem Anspruch besonders verpflichtet: besser sehen.

Unsere Mission seit 1912: besser sehen.

Unsere Mission 2012 und für die Zukunft: besser sehen.

100 Jahre später ist der Mittelpunkt unseres Denkens und Handelns nach wie vor das bessere Sehen. Mit dem Jubiläum ist eine groß angelegte Kampagne zur Förderung Ihrer Verkaufschancen verbunden. Damit möchten wir allen danken, die uns auf diesem erfolgreichen Weg begleitet haben. Feiern Sie mit uns! Lassen wir die Korke für ein erfolgreiches Jahr knallen!

Drei wesentliche Erfolgschancen für Sie:

01 Neue Produkte.

Feuerwerk der Produktinnovationen.

Geben Sie Ihren Kunden genau das, was sie benötigen. Besser sehen ist heute leichter möglich als jemals zuvor, weil es dafür innovative, hochentwickelte Produkte und augenoptische Messgeräte von ZEISS gibt.



ZEISS Gleitsicht Plus 2

Optimierte binokulare Sicht: Das neue ZEISS Gleitsicht Plus 2 mit synchronisierten und größeren binokularen Sehbereichen sorgt für noch höheren Sehkomfort.



ZEISS Gleitsicht Superb

Exzellente Sicht, endlose Möglichkeiten: das neue ZEISS Gleitsicht Superb mit variabler Progressionszonenlänge. Passend für jede Fassung.



ZEISS Einstärken Superb

Noch bessere Sicht in den Randbereichen: Das neue ZEISS Einstärken Superb erweitert das Seherlebnis bis in die Randzonen dank Punkt-für-Punkt-Optimierung für jede Brillenglas-Stärke.



DuraVision® Platinum Veredelung

Besser sehen, unabhängig davon, was ein Brillenglas aushalten muss: Das gewährleistet die bisher härteste Veredelung im anspruchsvollen ZEISS Sortiment.



ZEISS officelens Programm

Am Arbeitsplatz mühelos noch besser sehen: Die M.I.D. Technologie von ZEISS ermöglicht klares und scharfes Sehen in nahen und mittleren Entfernungen.

i.Terminal® 2

Besser sehen noch exakter prüfen und messen: Das neue ZEISS Zentriersystem macht es möglich. Schnell. Einfach. Hochpräzise. 2011 mit dem redden Design-Preis prämiert.



reddot design award
winner 2011



i.Profiler®plus

Ideal für eine Besser-Sehen-Analyse: Der i.Profiler®plus ist Autorefraktometer, okulärer Wellenfrontaberrrometer und Hornhauttopograf in einem. Mit erweiterten Funktionen für die sichere Analyse der Messung. Dieses Hightech-Messinstrument ist die Verbindung zur innovativen i.Scription® Technologie.

Besser sehen im historischen Rückblick.

1912 |



ZEISS führt Punktal® ein, das erste achsensymmetrische Brillenglas mit punktueller Abbildung.

1917 |



ZEISS ist Mitbegründer der Optikerschule in Jena, die 1918 den Unterrichtsbetrieb aufnimmt.

1935 |



ZEISS meldet ein Beschichtungsverfahren zur Reflexionsverminderung auf optischen Oberflächen zum Patent an. Die Entspiegelung ist erfunden.

02 Verkaufsaktionen im Rahmen von ZEISS 100.

Steigern Sie Ihren Umsatz mit attraktiven Verkaufsaktionen.

2012 ist ein ganz besonderes Jahr. Denn „100 Jahre besser sehen. 100 Jahre ZEISS Augenoptik.“ haben volle Aufmerksamkeit verdient. Mit der Einführung der neuen Produkte können Sie sich bereits heute auf Verkaufsaktionen freuen, die Ihren Umsatz steigern und Ihre Marge erhöhen.

03 Mehr Kunden durch gezielte Kommunikation.

Erhöhte Kundenfrequenz in Ihrem Geschäft durch eine fokussierte Kommunikation.

Wir feiern in 2012 das Sehen! „100 Jahre besser sehen. 100 Jahre ZEISS Augenoptik.“ Mit dieser Kampagne bringen wir Ihnen über eine deutschlandweit angelegte Markenkampagne, neue Produkte und attraktive Verkaufsaktionen Kunden in Ihr Geschäft. Das Ziel der Kampagne ist es, bei Endkunden das Bewusstsein für das Thema „besser sehen“ zu schärfen und sie von der besonderen ZEISS Produktqualität zu überzeugen. Deshalb garantieren wir 100 % Kundenzufriedenheit*. Über PR- und Online-Maßnahmen sensibilisieren wir Kunden in Ihrem Umfeld für die Notwendigkeit eines regelmäßigen Sehtests.

Hier zeigen wir Ihnen, wie ZEISS Ihre Kunden aktiviert.

Print-, Radio- und Online-Werbung schaffen Aufmerksamkeit.

In verschiedenen Medien werden wir mit einer deutschlandweiten Jubiläumskampagne für starke Aufmerksamkeit sorgen. Sie selbst können Teil dieser Kommunikation sein – nutzen Sie die Möglichkeiten, die wir Ihnen bieten.



PR sensibilisiert die Kunden und thematisiert „besser sehen“.

Von Januar bis September 2012 werden verschiedene Themen rund um das ZEISS Markenversprechen „besser sehen“ in bundesweiten Medien im Fokus stehen. Im April legen wir zusätzlich einen Schwerpunkt auf die regelmäßige Prüfung des persönlichen Sehvermögens und laden die Kunden zum Online-Sehtest ein.

* Bei Unverträglichkeit können Kunden die ZEISS Präzision-Brillengläser umtauschen.

1959 |



Als allererstes augenoptisches Unternehmen bringt ZEISS die Entspiegelungstechnologie bei mineralischen Brillengläsern als sogenannte ET®-Schicht auf den Markt.

1970 |



Nach einer gemeinsamen Produktentwicklung mit SCHOTT kann ZEISS die ersten phototropen Mineralbrillengläser in der Farbe Braun einführen. Sie tragen den Namen Umbramatic®.

1983 |



ZEISS feiert die Produktpremiere von Gradal HS®, dem ersten horizontalsymmetrischen Gleitsichtglas. Im gleichen Jahr wird die Gravur des neuen Markenzeichens auf allen Brillengläsern eingeführt.

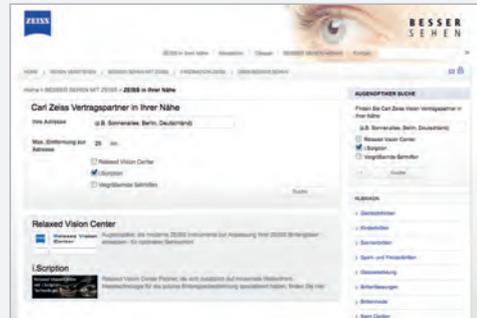
Online: Sehtest für Kunden.

Von April bis September 2012 erhalten die Teilnehmer des Online-Sehtests einen Gutschein für einen kostenlosen Sehtest bei einem Augenoptiker vor Ort, nachdem sie ihre Adressdaten auf www.besser-sehen.zeiss.de eingetragen haben.



Online: Augenoptikersuche auf www.besser-sehen.zeiss.de.

Nehmen Sie an der Aktion teil! Dann kann Ihr Geschäft Absender der Gutscheine für einen kostenlosen Sehtest sein.



So aktivieren Sie persönlich Ihre Kunden.

Ihre 100 Jahre ZEISS Jubiläums-Kommunikation.

Die Impulse der deutschlandweiten ZEISS Jubiläums-Kampagne können Sie nutzen und noch verstärken. Für Ihre eigenen regionalen Marketing-Aktivitäten stellen wir Ihnen umfangreiches Deko- und Werbematerial zur Verfügung. Damit aktivieren Sie Ihre Stammkunden und können Neukunden gewinnen.



Ihre Eventpakete zum Mitfeiern.

So ein wichtiger Geburtstag muss auch gefeiert werden. Veranstalten Sie Ihren eigenen Jubiläums-Event bei sich im Geschäft und feiern Sie „100 Jahre besser sehen“ zusammen mit Ihren Kunden. Ordern Sie eines von mehreren starken Eventpaketen mit Aktions-, Deko- und Promotionmaterial.

Wie eine internationale Studie* zeigt, lassen 68 % der Menschen ihre Sehkraft nicht jährlich überprüfen, obwohl Experten dazu raten.

* Online-Studie im November 2011 mit 5.000 befragten Teilnehmern in den USA, China, Brasilien, Italien und Deutschland.

1992 |



Video Infracenter®, das weltweit erste computerbasierte Zentriersystem, setzt neue Maßstäbe für die Brillenglas-Anpassung.

2000 |



Mit der Einführung von Gradal Individual®, dem ersten mit Freiform-Technologie gefertigten Gleitsichtglas, ist es erstmals möglich, die individuellen Parameter des Brillenträgers im Brillenglas-Design zu berücksichtigen.

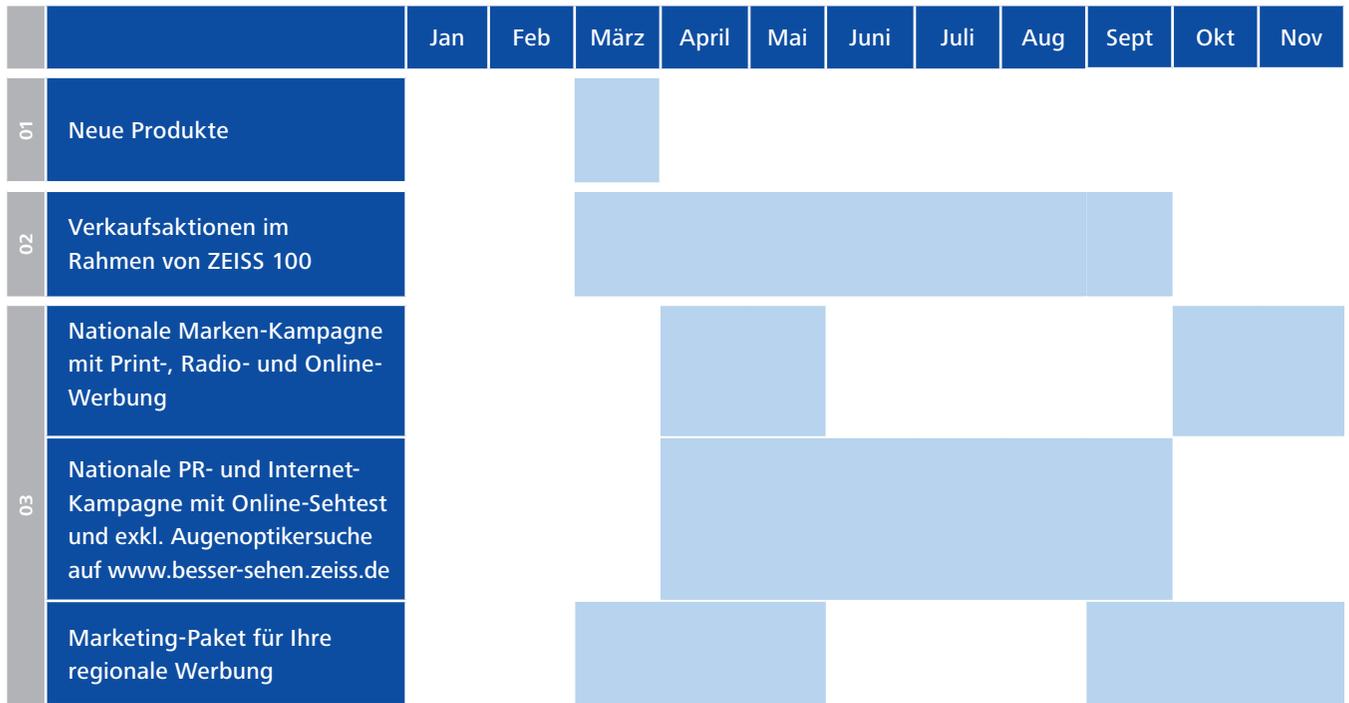
2007 |



Mit i.Scription® bringt ZEISS als Erster eine Technologie auf den Markt, mit der eine Optimierung der Brillengläser durch Berücksichtigung der Fehler höherer Ordnung des Auges und Kombination mit der subjektiven Refraktion möglich ist. Basis hierfür ist das ZEISS Wellenfront-Messgerät i.Profiler®.

Freuen Sie sich auf ein Jahr mit außergewöhnlichen Geschäftschancen.

Wir haben die Einführung der neuen Produkte perfekt mit den geplanten Verkaufsaktionen und der deutschlandweiten Marketing-Kampagne koordiniert, um Ihren Erfolg das ganze Jahr hindurch zu maximieren. Gemeinsam werden wir beste Ergebnisse erzielen. Stimmen Sie Ihre regionalen Aktivitäten mit der zentralen Kampagne ab. Machen Sie mit!



Deutschlandweite Werbemaßnahmen von Carl Zeiss Vision

Machen Sie mit! Sichern Sie sich die volle ZEISS Unterstützung und profitieren Sie davon:

Weit über 60 Millionen Kundenkontakte werden die Kunden direkt zu Ihnen ins Geschäft lenken. Nehmen Sie teil an unserer Jubiläums-Kampagne und bestellen Sie das Marketing-Paket für Ihre regionale Werbung. Ihr zuständiger Ansprechpartner im ZEISS Außendienst informiert Sie gerne im Detail.

2009 |



Premiere für ZEISS Experience, die integrierte Geschäftslösung mit markenspezifischer Geschäftsausstattung, Brillengläsern auf dem neuesten Stand der Technik, modernsten Messsystemen und einzigartigem Beratungs- und Verkaufskonzept.

2012 |



Mit der DuraVision® Platinum Veredelung stellt ZEISS seine bisher härteste Brillenglas-Beschichtung vor.

Wussten Sie ...

... dass ZEISS Präzisionsoptik die Entdeckung des Planeten Pluto unterstützte? Der Einsatz des ZEISS Blink-Komparators war dabei sogar wegweisend. **... dass Vulkane sogar Glas ausspeien?** Wie ein ZEISS Elektronenmikroskop 2011 bewies, sind in vulkanischen Ascheteilchen winzigste Glaspartikel enthalten. **... dass ZEISS zu den Stammkunden des Patentamts zählt?** Rund 400 Erfindungen und Innovationen werden von uns Jahr für Jahr patentrechtlich angemeldet. **... dass sich in jeder Sekunde zwei Menschen rund um den Globus für ZEISS Präzisions-Brillengläser entscheiden?** **... dass die Präzisionsoptik von ZEISS bei der Herstellung Ihres Autos mitwirkt?** Weltweit setzen Kfz-Produzenten unsere Technologien für die Messung und Analyse in Fertigungsbereichen ein. **... dass ZEISS Gründer des weltweit ersten Planetariums ist?** Es befand sich ab 1923 auf dem Dach einer deutschen ZEISS Produktionsstätte.

Made by Carl Zeiss.

Mit ZEISS Produkten vertrauen Sie und Ihre Kunden auf über 160 Jahre an Erfahrung und kontinuierlicher Innovation in vielen Bereichen der Optik.

Nicht umsonst setzen Astronauten, Google Earth, Nobelpreisträger und Hollywood-Regisseure immer wieder auf uns.

Seit dem Jahr 1912 steckt diese Expertise auch in jedem Paar Brillengläser, das die ZEISS Fertigung verlässt. Das erkennen Sie an dem gravierten , mit dem wir überlegende Präzision für jedes von uns produzierte Brillenglas garantieren – selbstverständlich ohne die Sicht Ihrer Kunden auch nur minimal einzuschränken.



Quelle: NASA

Der erste Mensch auf dem Mond – fotografisch festgehalten am 20. Juli 1969 mit einem ZEISS Kameraobjektiv.



Google Earth nutzt ZEISS Kameraobjektive für spektakuläre Aufnahmen der Erde.



ZEISS Kameraobjektive spielen eine wichtige Rolle, wenn Regisseure und Kameraleute Filme drehen wie „Herr der Ringe“ oder „Das Parfum“.



ZEISS Mikroskope lassen rote Blutkörperchen für Nobelpreisträger sichtbar werden.

Carl Zeiss Vision GmbH
www.vision.zeiss.de
www.besser-sehen.zeiss.de
info-de@vision.zeiss.com

Carl Zeiss GmbH
Vision Care
www.zeiss.at
austria@zeiss.org

Carl Zeiss Vision Swiss AG
www.vision.zeiss.ch
info.swiss@vision.zeiss.com