



Presseinformation

ZEISS sorgt für entspannten Blick auf Tablet, Smartphone & Co.

Könnten unsere Augen sprechen, wüssten wir: Der Blick auf digitale Endgeräte über mehrere Stunden kann puren Sehstress bedeuten.

Aalen, 10. Januar 2014

Mittlerweile gibt es mehr mobile digitale Endgeräte als Menschen auf der Erde. Im Juni 2013 wurden allein rund 36 Millionen Smartphone-Nutzer in Deutschland verzeichnet.¹ Die größten Handy-Displays sind bis zu 5 Zoll (5 Zoll entsprechen 12,7 Zentimeter Bilddiagonale) groß. Dennoch: Für das menschliche Auge kann der digitale Konsum eine Herausforderung darstellen, die Nutzung von Smartphones, Tablets & Co. echter Stress. Doch darauf achten die wenigsten, vor allem diejenigen nicht, die keine Brille oder Kontaktlinsen tragen.

Das Auge erbringt Höchstleistungen bei der Anpassung an schwierige Sehbedingungen. Das hat seinen Preis: Eine Umfrage unter rund 800 Teilnehmern im Alter von 30 bis 45 Jahren aus Deutschland und Österreich zeigt, dass 61 Prozent von ihnen bei der Nutzung von digitalen Endgeräten über Augenermüdung klagen, 38 Prozent über brennende Augen, knapp zwei Drittel über Nackenverspannungen und 31 Prozent über Kopfschmerzen.²

Intensive Nutzung digitaler Geräte – purer Stress für die Augen

Unsere Augen sind im Schnitt rund eine Stunde am Tag nur auf unsere Smartphones gerichtet.³ Dazu kommen die Bildschirmarbeit am Arbeitsplatz oder der Blick aufs Navigationssystem beim Autofahren. Dabei leisten unsere Augen nicht nur Höchstleistung beim Scharfstellen für den Blick auf das Display, sondern vor allem bei den ständigen Blickwechseln zwischen nah, der Zwischensicht und fern. Das Ergebnis: spürbare Beschwerden bei häufiger Nutzung von digitalen Geräten.

Abhilfe können da spezielle Brillengläser, die ZEISS Digital Brillengläser, schaffen. Für deren Entwicklung hat sich ZEISS im Besonderen mit den Sehgewohnheiten von Menschen, die häufig und den ganzen Tag über mobile digitale Geräte nutzen, beschäftigt: mit der Körperhaltung, dem Sehabstand zum Gerät und dem Blickwechsel zwischen den Sehbereichen. Denn: Der Sehabstand zwischen mobilen digitalen Geräten und Augen beträgt ca. 30 Zentimeter, wogegen es beim Buch oder einer Zeitung ca. 40 Zentimeter sind.

¹ comscore, September 2013

² Online Befragung unter rund 800 Teilnehmern aus Deutschland und Österreich durch IMW-KÖLN, im Auftrag von Carl Zeiss Vision International GmbH (2013)

³ Axel Springer Media Impact, 2013



Es ging darum, Brillengläser zu schaffen, die einen entspannten Blick ermöglichen und die Augen entlasten.

Entspannte Sicht, den ganzen Tag

Die neuen Brillengläser unterstützen die Arbeit des Ziliarmuskels im Augeninnern, der für das Scharfstellen des Auges, der Augenlinse, in die Nähe und Ferne verantwortlich ist. ZEISS Digital Brillengläser zeichnen sich durch einen besonders großen Bereich für die Fernsicht und eine gezielte Unterstützung des Auges für den Blick auf digitale Geräte aus. Mit einem speziell konzipierten Übergangsbereich fällt es dem Auge leicht, zwischen allen Entfernungen zu wechseln, die Sehbereiche sind fließend. Entspanntes und stressfreies Sehen ist das Ergebnis.

Geeignet sind die Brillengläser besonders für 30- bis 45-Jährige – auch als Erstbrille. Denn schon ab 30 Jahren können die Anstrengungen des Auges, sich permanent auf unterschiedliche Sehentfernungen einzustellen, zu einer Belastung werden. In der Regel macht sich die „natürliche“, nachlassende Fähigkeit des Auges, in der Nähe scharf zu sehen, erst ab Mitte bis Ende Vierzig bemerkbar. Jedoch kann diese gerade durch die intensive Nutzung von mobilen digitalen Geräten auch schon in jüngeren Jahren festzustellen sein. Das Ergebnis: spürbare Beschwerden.

Interne Tests haben gezeigt: Träger der neuen Brillengläser hatten rund vier Mal weniger Beschwerden bei der üblichen Nutzung ihrer digitalen Geräte als mit ihren Einstärkenbrillen oder ohne Brille. Allgemein zeigten sich über 90 Prozent der Teilnehmer sehr zufrieden mit den Eigenschaften der ZEISS Digital Brillengläser.⁴ Die Verträglichkeit der Gläser ist hoch, der Wechsel aus dem Fern- in den Nahbereich auch für „untrainierte“ Augen kein Problem.

ZEISS Digital Brillengläser kosten in der veredelten Variante (Kratzschutz und Super-Entspiegelung inklusive) ab etwa 400 Euro pro Paar und können in jede Brillenfassung eingesetzt werden. Sie sind bei allen Augenoptikern in Deutschland, Österreich und in der Schweiz erhältlich, die ZEISS Brillengläser führen.

Weiterführende Informationen: www.zeiss.de/augenstress

Zusätzlich bietet ZEISS mit der Augenstress-App einen kostenlosen mobilen Augen-Stress-Test. Sie kann im iTunes Store sowie im Play Store heruntergeladen werden.

Ansprechpartner für die Presse

Vision Care
Miriam Kapsegger
PR Manager D-A-CH
Tel. 07361 5578-1261, E-Mail: miriam.kapsegger@zeiss.com

⁴ Trageversuch mit ZEISS Digital Brillengläsern durch Carl Zeiss Vision International GmbH, 2013



www.zeiss.de/augenoptik-newsroom
www.zeiss.de/presse

ZEISS

ZEISS ist international führend in Optik und Optoelektronik. Die über 24.000 Mitarbeiter des Konzerns erwirtschafteten im Geschäftsjahr 2012/13 einen Umsatz von rund 4,2 Milliarden Euro. Sitz des 1846 in Jena gegründeten Unternehmens ist Oberkochen. ZEISS trägt seit mehr als 160 Jahren zum technologischen Fortschritt bei. Der Konzern entwickelt und fertigt Lösungen für die Halbleiter-, Automobil- und Maschinenbauindustrie, die biomedizinische Forschung, die Medizintechnik sowie Brillengläser, Foto-/Filmobjektive, Ferngläser und Planetarien. In über 40 Ländern der Welt ist ZEISS präsent mit mehr als 40 Produktions- und rund 50 Service- und Vertriebsstandorten sowie mehr als 20 Forschungs- und Entwicklungsstandorten. Die Carl Zeiss AG ist zu 100 Prozent im Besitz der Carl-Zeiss-Stiftung.

Vision Care

Der Unternehmensbereich Vision Care (Augenoptik) verbindet als einer der weltweit führenden Hersteller augenoptische Kompetenzen und Lösungen mit einer internationalen Marke. Der Unternehmensbereich entwickelt und produziert Instrumente und Angebote für die gesamte Wertschöpfungskette der Augenoptik. Mit rund 8.900 Mitarbeitern erwirtschaftete der Unternehmensbereich im Geschäftsjahr 2012/2013 einen Umsatz von 841 Millionen Euro.