



ZEISS Unternehmensbereich Vision Care

Zahlen, Daten, Fakten

Firmensitz	Aalen, Deutschland
Leitung	Dr. Matthias Metz (President & CEO), Dr. Marc Wawerla (COO), Sven Hermann (CSO/CMO), Paul Bilsdorfer (CFO), Dr. Timo Mappes (Innovation), Jens Boy (Nordamerika)
Struktur	Der Unternehmensbereich gehört zu 100 Prozent zur ZEISS Gruppe und ist in der Sparte Vision Care/Consumer Optics angesiedelt. Mit rund 9.770 Mitarbeitern erwirtschaftete die Sparte im Geschäftsjahr 2016/17 einen Umsatz von 1,1 Milliarden Euro.
Standorte	<ul style="list-style-type: none">▪ Forschungsstandorte in Deutschland und Australien▪ Globale Rezeptfertigungen, Fertigung photochromer Brillengläser sowie Fertigung von Halbfabrikaten und Lagergläsern sowie Sonnenbrillengläsern in Europa, Amerika und Asien▪ Regionale Rezeptfertigungen in allen Kontinenten▪ Globale Distributionszentren in Deutschland, USA, Mexiko, China und Ungarn▪ Regionale Distributionszentren in Brasilien, Indien und Australien▪ Regionale und lokale Auslieferungszentren in über 50 Ländern
Portfolio (Auswahl)	<ul style="list-style-type: none">▪ Einstärkengläser: mineralisch, organisch▪ Mehrstärkengläser: ZEISS Gleitsichtbrillengläser, , Bifokal, Trifokal▪ Funktionale Brillengläser: ZEISS Digital Brillengläser (für Prä-Presbyope), ZEISS DriveSafe (Autofahrerbrille), ZEISS EnergizeMe (für Kontaktlinsenträger), ZEISS MyoVision und ZEISS MyoKids (für myope Kinder)▪ Filter- und getönte Brillengläser (ZEISS PhotoFusion, Sonnenbrillengläser, Spezialfilter-Brillengläser)▪ Vergrößernde Sehhilfen für Sehbehinderte sowie für professionelle Anwendungen▪ Systeme und Instrumente zur Analyse und Kundenberatung (Screening, Refraktion, Zentrierung): ZEISS i.Profiler plus, ZEISS i.Terminal, ZEISS ESSENTIALS



	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Digitale Systeme zur Kundenberatung, Prozessabwicklung und Gerätesteuerung: ZEISS i.Com mobile, ZEISS i.Terminal mobile, ZEISS VISUSTORE ▪ Dienstleistungen und Marketinglösungen für Augenoptiker: ZEISS Seh-Analyse, ZEISS Marketingshop, ZEISS Relaxed Vision Center, ZEISS Vision Center, ZEISS Markenpartner ▪ Sehanalyse-Apps und Online-Konsumenteninformation: Mein Sehprofil, Besser Sehen, integrierte Brillenglasberatung in ZEISS Applikationen für Augenoptiker
Produktion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ etwa 100 Millionen Rezept- und Standardbrillengläser pro Jahr ▪ etwa 200.000 Bestellungen pro Tag ▪ 200 Millionen Menschen weltweit tragen Brillengläser von ZEISS

Meilensteine der Unternehmensgeschichte

1. April 1912	ZEISS gründet den Bereich Augenoptik und bringt das weltweit erste Präzisionsbrillenglas unter der Marke Punktal und die erste Spaltlampe auf den Markt. Maßgeblich an beiden Meilensteinen sind ZEISS Entwicklungschef Moritz von Rohr und der schwedische Augenarzt Allvar Gullstrand, der für seine Arbeiten zur Physiologie des Auges den Medizin-Nobelpreis erhält.
1914	Beginn der Produktion von Zweistärkengläsern (bifokale Gläser).
1924	Einführung des Sonnenschutzglases UMBRAL, der ersten Sonnenbrille mit gleichmäßiger Tönung und definierten Transmissionsgraden bei optischen Gläsern.
1932	Einführung der PERIVIST Brillenfassungen, die erstmals verdrehsicheren Sitz der Gläser sichern und individuelle Anpassung der Fassung ermöglichen.
1945	Trennung von Carl Zeiss in Jena und Carl Zeiss in Oberkochen. Neugründung der Augenoptik in Oberkochen
1959	Erste Entspiegelung für Brillengläser (ET = Einfache Transparenz-Schicht), für die ZEISS seit 1935 ein Patent hält.
Ab 1960	Einführung von Kunststoffgläsern, u.a. durch Scientific Optical Laboratories of Australia (SOLA; wurde 2005 mit der Augenoptik von ZEISS verschmolzen).
1970	Mit UMBRAMATIC bedient ZEISS zum ersten Mal auch das Segment der selbsttönenden Brillengläser
1970	Die ersten Gleitsichtgläser werden als Gradal 1 auf den Markt gebracht.



1983	Mit Gradal HS gelingt der Durchbruch in der Sparte der Gleitsichtgläser; Gradal ermöglicht mit Horizontalsymmetrie die gleichen Sehbedingungen für beide Augen unabhängig von der Blickrichtung.
1987	Erstes Kunststoffglas (organisches Glas) von ZEISS unter dem Markennamen Clarlet Gradal HS.
1991	Erstes höherbrechendes Kunststoffglas der Welt: Clarlet SL von ZEISS; heute ermöglicht ein Brechungsindex bis zu 1.74 um bis zu 40 Prozent dünnere und damit leichtere Gläser, im Vergleich zu herkömmlichen Indizes.
1995	Übernahme der 1869 gegründeten American Optical und Börsengang durch SOLA International.
2000	Mit Gradal Individual® präsentiert ZEISS sein erstes individuelles Gleitsichtglas: Neben der dioptrischen Wirkung fließen erstmals auch individuelle Kundenparameter der Brillenanpassung in die Berechnung der Gleitsichtfläche ein.
2005	Zusammenschluss des Augenoptik-Geschäfts der ZEISS Gruppe und des US-amerikanischen Brillenglaserherstellers SOLA International
2006	Einführung von Gradal Individual® FrameFit®, dem ersten Gleitsichtglas, das sich allen Brillenfassungen anpasst.
2007	Mit i.Scription® ist durch Wellenfrontmessung die Berücksichtigung des individuellen Augenprofils bei der Brillenglasberechnung möglich; diese Technologie verbessert die Korrektur von Sehfehlern bei Brillenträgern wesentlich, vor allem bei nächtlichem Sehen.
2009	ZEISS Erleben wird als modulares Geschäftsmodell mit drei wesentlichen Bausteine vorgestellt: ZEISS Seh-Analyse, Marketing und Beratungs-Tools sowie ein spezielles Shopdesign.
Oktober 2010	Neustrukturierung der Unternehmensfinanzierung: Die Carl Zeiss AG übernimmt 100 Prozent der Stimmrechte an Carl Zeiss Vision, die als Unternehmensbereich ZEISS Vision Care in die Carl Zeiss Gruppe integriert wird.
2010	MyoVision™ ist ein speziell für asiatische Kinder entwickeltes Brillenglas, das mit Hilfe der Peripheral Vision Management Technology™ den Fortschritt von Kurzsichtigkeit und damit die Gefahr späterer deutlicher Einschränkung der Sehfähigkeit signifikant reduziert; etwa die Hälfte aller Kinder zwischen 11 und 13 Jahren, die in asiatischen Städten bzw. urbanen Regionen leben, leiden zu dieser Zeit unter Kurzsichtigkeit – Tendenz steigend.



2011	Das erste ZEISS Vision Center in Berlin eröffnet. Die Idee dahinter ist es, ein völlig neues Einkaufserlebnis des 21. Jahrhunderts zu bieten. Dabei werden alle relevanten Aspekte des Kundenerlebnisses berücksichtigt: Ladenbau, Informationsmaterial, Verkaufsbereich, Instrumente zur Sehanalyse, Refraktion und Zentrierung, sowie modernste ZEISS Brillenglaslösungen – alles in einem innovativen Design.
2012	Mit PhotoFusion® bringt ZEISS die bisher schnellsten selbsttönenden Brillengläser auf den Markt.
2012	Mit der eigens entwickelten Technologie zur Bestimmung der maximalen Sehentfernung im Raum (Maximum Intermediate Distance = M.I.D.) kann ein ZEISS Brillenglas bis auf den Zentimeter genau auf die individuell geforderte Sehentfernung angepasst werden; eingesetzt wird diese Innovation etwa bei officelens Brillengläsern, speziellen Gläsern für das Arbeiten im Büro und für die Freizeit.
2012	DuraVision Platinum ist die bisher härteste Beschichtung von ZEISS
2013	ZEISS Vision Care präsentiert sich weltweit in einem neuen Markenauftritt, der konsequent auf die Kraft der Marke ZEISS setzt; im Fokus stehen die besonderen und faszinierenden Momente, die Kunden mit ZEISS Produkten und Hightech erleben – die „Momente“ in Kombination mit dem neuen Unternehmensauftritt prägen das gesamte Erscheinungsbild von ZEISS Vision Care
2014	Weltweiter Launch der neuen Brillenglaskategorie ZEISS Digital Brillengläser. Diese Brillengläser entlasten die Augen von Nutzern mobiler digitaler Endgeräte, besonders in der Altersgruppe der 30- bis 45-Jährigen.
2015	ZEISS überarbeitet sein gesamtes ZEISS Gleitsichtglas-Portfolio: ZEISS Gleitsichtgläser gibt es in vier Kategorien – mit perfekter Anpassung an das menschliche Auge und die digitale Welt, an Fassungen und Fassungswechsel, an die individuelle Gesichtsanatomie und individueller Anpassung an den persönlichen Lebensstil.
2015	ZEISS stellt mit i.Com mobile ein neues, Tablet-basiertes System für die Steuerung der Vermessungsgeräte, die zentrale Sammlung von Daten und der persönliche Beratung vor – das System wird mit dem Red Dot Award ausgezeichnet.
2015	ZEISS erweitert das ZEISS DuraVision Beschichtungsportfolio um ZEISS DuraVision Silver und ZEISS DuraVision Blue Protect.



2015	Weltweiter Launch der ZEISS DriveSafe Brillengläser. Sie sind darauf ausgelegt, brillentragenden Autofahrern ein Maximum an Sicherheit und Komfort zu bieten und können den ganzen Tag getragen werden.
2017	Weltweiter Launch der ZEISS EnergizeMe Brillengläser speziell für Kontaktlinsenträger.
2017	„Mein Seh-Profil“ von ZEISS – die App für Konsumenten bietet einen ersten Test der Sehanforderungen und ist ein guter Einstieg in die ZEISS Seh-Analyse beim Augenoptiker. Die App wird mit dem Red Dot Award für ihr Design ausgezeichnet.
2018	Mit UVProtect bietet ZEISS als erster Hersteller weltweit vollen UV-Schutz bis 400nm in allen klaren Kunststoffbrillengläsern.
2018	ZEISS VISUFIT 1000 ist eine neue Plattform für die 3D-Zentrierdatenerfassung auf einen Klick. Mit neun Kameras und 45 Aufnahmepunkten kann zudem ein 180-Grad-Gesichtsavatar des Brillenträgers erstellt werden, der die virtuelle Fassungsauswahl ermöglicht

Stand: April 2018

Ansprechpartner für die Presse

Miriam Kapsegger

Tel. 07361 591 1261

E-Mail: miriam.kapsegger@zeiss.com

Alle Presse- und Medieninfos unter: www.zeiss.de/augenoptik-newsroom