



Presseinformation

opti 2015: ZEISS denkt das Gleitsichtglas neu

Auf der opti 2015 stellt ZEISS vor allem das neue Gleitsichtglas-Portfolio in den Fokus

Aalen, 05. Dezember

In den letzten Jahren wurde das ZEISS Gleitsichtglas-Portfolio stetig erweitert und den sich verändernden Kundenwünschen und Marktanforderungen angepasst. Nun hat ZEISS dieses Portfolio neu definiert und grundlegend überarbeitet – mit dem Ziel, Kunden und den Konsumenten eine bessere Orientierung und eine einfache Struktur für die Beratung und Auswahl bei der Fülle an Gleitsichtglas-Angeboten im Markt und verschiedenen Technologien und Optionen zu bieten.

Ausgangspunkt für die Neudefinition dieses Portfolios sind vier Trends, die weltweit die Brillenglasentwicklung bestimmen werden. Brillenglasdesigns müssen in Zukunft der Tatsache Rechnung tragen, dass die Digitalisierung des Alltags für das menschliche Auge neue Stressfaktoren mit sich bringt und Brillen hier Entlastung und Komfort bieten müssen. Modetrends verändern sich schneller und werden immer wichtiger. Moderne Präzisions-Brillengläser müssen perfekt für jede Fassung, jede Größe, jede Form anpassbar sein. Was sich nicht ändern soll, sind die gelernten Sehzonen des Gleitsichtglases. Konsumenten beziehungsweise ihre Augen wollen nicht "umlernen", wenn sie die Fassung wechseln. Die Technologie hat sich dem Menschen, seiner Anatomie anzupassen – bei der Brillenauswahl gilt dies auch für die Besonderheiten, die jedes Gesicht hat. Und der Trend, Produkte individueller zu gestalten und auf den persönlichen Lebensstil abzustimmen, wird auch die Zukunft des Brillenglases bestimmen.

Alles in einem zielt das neue ZEISS Gleitsichtglas-Portfolio darauf ab, dem Augenoptik-Partner Beratung und Verkauf wesentlich zu vereinfachen und dem Konsumenten eine klare, übersichtliche Entscheidungshilfe für die richtige Wahl seines Gleitsichtglases zu geben. Damit geht ZEISS einen entscheidenden Schritt in Sachen Verbraucherinformation. Die bewusste Entscheidung für ein hochwertiges, individualisiertes Markenglas wird deutlich einfacher, wenn Nutzen und Vorteile der unterschiedlichen Gleitsichtglas-Designs auch für Konsumenten verständlich dargestellt werden.

2015 wird ZEISS zudem neue Brillenglasveredelungen und -beschichtungen auf den Markt bringen, die erstmalig auf der opti 15 vorgestellt werden.



10 Jahre Erfolg – 10 Jahre Relaxed Vision® Center

Als zweites wichtiges Messethema feiert Vision Care 10 Jahre ZEISS Relaxed Vision®. 2005 gingen die ersten Relaxed Vision® Center an den Start, inzwischen sind es deutlich über 1.000. Zum Jubiläum hat sich ZEISS besondere Marketingaktionen einfallen lassen, darunter einen eigenen Online-Auftritt.

Der professionelle Brillenverkauf im Fachgeschäft der Zukunft

Wie lässt sich der Brillenverkauf im Fachgeschäft zukünftig optimieren? Wie kann die Beratungsqualität gesteigert, der für Augenoptiker wie Konsumenten größtmögliche Nutzen aus der Digitalisierung gezogen werden? Einerseits werden zahlreiche Untersuchungen und Messungen durchgeführt und dokumentiert, andererseits soll der Kunde im Mittelpunkt der Beratung stehen und nicht das Handling von Daten.

ZEISS erweitert die Beratungs- und Service-Angebote für Augenoptik-Partner aus, die per iPad nutzbar sind. Die Vorteile liegen auf der Hand: Der Augenoptiker steuert Vermessung, Beratung und Empfehlung des Brillenglases aus einer Hand. Zudem kann er dies Seite an Seite mit den Konsumenten tun, ohne hinter einem Gerät „zu verschwinden“. Die Beratung wird so für den Verbraucher persönlicher, direkter und informativer.

Weiterführende Informationen zu ZEISS auf der opti 2015 finden Sie unter:

<http://www.zeiss.de/opti>

Ansprechpartner für die Presse

Vision Care
Miriam Kapsegger
Tel. + 49 (0) 7361 5578-1261
E-Mail: miriam.kapsegger@zeiss.com

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.