



Sehen neu erleben

ZEISS: Seit mehr als 100 Jahren führend in der Augentoptik Porträt des Unternehmensbereichs Vision Care

Die Innovationskraft und die wissenschaftliche optische Expertise von ZEISS prägen seit 1912 auch die Augentoptik. 1903 beginnen Ernst Abbes ehemaliger Assistent, Moritz von Rohr, und der schwedische Mediziner und spätere Nobelpreisträger Allvar Gullstrand mit ihrer Zusammenarbeit, um die wissenschaftlichen Erkenntnisse auf dem Gebiet der Optik auch für die Augentoptik anzuwenden. 1912 wird der Bereich Augentoptik bei ZEISS gegründet. Mit Punktal bringt das Unternehmen ein revolutionär neues, nach wissenschaftlichen Grundsätzen entwickeltes Glasdesign auf den Markt. Erstmals ist die Dynamik des menschlichen Sehens bei einem Brillenglas berücksichtigt. Statt des "Tunnelblicks" wie bei Lupen bieten Brillengläser jetzt eine unerreicht gute Abbildung über die gesamte Glasfläche, auch bei Drehungen des Kopfes, Bewegungen der Augen oder Veränderungen der Sehentfernung.

Carl Zeiss Vision ging 2005 aus dem Merger der börsennotierten SOLA International (USA) mit der Augentoptik von ZEISS (Deutschland) hervor und ist heute mit rund 8.300 Mitarbeitern einer der weltweit führenden Anbieter von Brillengläsern. Das Unternehmen erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2013/2014 einen Umsatz von 761 Millionen Euro. Carl Zeiss Vision mit Sitz in Aalen gehört seit Oktober 2010 zur Carl Zeiss Gruppe und repräsentiert den Unternehmensbereich Vision Care.

Der Unternehmensbereich ZEISS Vision Care verbindet als einer der weltweit führenden Hersteller augentoptische Expertise mit einer international starken Marke. Er entwickelt und produziert technologisch exzellente Instrumente und Angebote für die gesamte Wertschöpfungskette der Augentoptik. Dazu zählen die Entwicklung, Herstellung und der Vertrieb hochwertiger Brillengläser, diagnostischer Geräte und Dienstleistungen wie zum Beispiel:

- Einstärkengläser (mineralisch, organisch),
- ZEISS Digital Brillengläser
- Mehrstärkengläser (Gleitsicht, Bifokal, Trifokal),
- Filtergläser (Sonnengläser, phototrope Gläser, Spezialfilter-Gläser),
- Vergrößernde Sehhilfen (für Sehbehinderte sowie für Medizin und Technik),
- Geräte zur Bestimmung der Refraktion (Brillenglasbestimmung, Brillenglaszentrierung, Präzisionsmessbrille),
- Digitale Systeme zur Kundenberatung und Gerätesteuerung,
- Dienstleistungen und Marketinglösungen für Augentoptiker (ZEISS Retail Experience, ZEISS Relaxed Vision Center).



Zu den Kunden weltweit zählen neben Augenoptikern und Optikerketten auch Handelsketten sowie Markenhersteller. Kunden bietet ZEISS die wirkungsvolle Unterstützung seiner Initiativen bei der Vermarktung an, die professionelle Marketing- und Werbeberatung, einen Online-Shop und Instrumente für die Kundenberatung wie i.Pad Apps und Online-Sehchecks.

Etwa 100 Millionen Brillengläser produziert der Unternehmensbereich Vision Care von ZEISS pro Jahr, mehr als 200.000 Aufträge werden pro Tag bearbeitet. Mit Standorten für die Massenfertigung und Sonnengläser, über 45 Rezeptfertigungen in allen Kontinenten, vier globalen Distributionszentren (USA, Mexiko, China und Ungarn), drei regionalen Distributionszentren (Brasilien, Indien und Australien), zwei Forschungsstandorten (Deutschland, Australien) sowie etwa 100 regionalen und lokalen Auslieferungszentren ist Carl Zeiss Vision ein globales Unternehmen, das in mehr als 50 Märkten weltweit aktiv ist.

Jede Sekunde entscheiden sich zwei Menschen für Brillengläser von ZEISS. Insgesamt vertrauen mehr als 200 Millionen Brillenträger auf Qualität von ZEISS. Der Erfolg gibt dem Unternehmen Recht: Vision Care ist einer der drei größten Produzenten von Brillengläsern weltweit.

Sehen neu erleben

Sehen ist selbstverständlich und natürlich. Das beste individuelle Seherlebnis ist seit einhundert Jahren die Aufgabe von ZEISS. Im Mittelpunkt der täglichen Arbeit stehen dabei die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden, weil jedes Auge so individuell ist wie ein Fingerabdruck, und weil individuelle Anforderungen an besseres Sehen individuelle Lösungen erfordern.

Genauer betrachtet überzeugt ZEISS bei der Optik sogar im doppelten Sinn: Denn nicht nur in puncto Funktion ist ZEISS ausgezeichnet. Bereits drei Mal erhielt die Marke den begehrten Designerpreis „red dot Award“. Zuletzt ging der Preis 2011 an das ZEISS i Terminal II ein Gerät, das bis auf einen Zehntel Millimeter genau die Abstände der Augen zu Brillengläsern und -fassung misst. Im Sinne der „Best Vision Experience“ wird damit der Wirkungsgrad der Gläser für den Brillenträger optimal nutzbar gemacht.

Austausch spielt aber nicht nur innerhalb des Unternehmensbereiches eine zentrale Rolle. Der enge Kontakt zu den Augenoptikern ist elementarer Bestandteil der Geschäftsphilosophie von ZEISS. Denn es sind die Kunden, die täglich mit den Brillenträgern in Kontakt stehen. Ein partnerschaftlicher Dialog ist daher eine wichtige Voraussetzung für Lösungen, die dem Brillenträger bestes Sehen und damit zusätzliche Lebensqualität bieten.

Umgesetzt wird diese Philosophie auch bei „ZEISS Erleben“: Dieses ganzheitliche und einzigartige Konzept unterstützt ZEISS Augenoptiker dabei, höchste Standards in den Bereichen Analysetechnologie, Brillenglaslösungen, Beratung und Atmosphäre im eigenen Shop umzusetzen. Mit klarem Blick für die Zukunft treibt ZEISS die Entwicklung innovativer Lösungen auch auf diesem Feld kontinuierlich voran.

Stand: Januar 2015