



Sehen neu erleben

Seit mehr als 100 Jahren führend in der Augenoptik: ZEISS Vision Care

Die Innovationskraft und die wissenschaftlich fundierte, optische Expertise des 1846 gegründeten Unternehmen ZEISS prägen seit 1912 auch die Welt der Augenoptik. Der 1. April 1912 stellt den Beginn der Medizintechnik und der Augenoptik bei ZEISS aufgrund zweier zentraler Erfindungen dar: ZEISS bringt mit PUNKTAL das weltweit erste, punktuell abbildende Präzisionsbrillenglas auf den Markt, ein revolutionär neues, nach wissenschaftlichen Grundsätzen entwickeltes Glasdesign, auf dem alle modernen Brillengläser basieren. 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. Am gleichen Tag kommt die erste Spaltlampe zur Augenuntersuchung auf den Markt. Bis heute ist die Kombination medizinischer und optischer Expertise weltweit einzigartig.

Der strategische Geschäftsbereich ZEISS Vision Care ist heute in der ZEISS Sparte Consumer Markets angesiedelt. Das Unternehmen entwickelt und produziert technologisch exzellente Instrumente und Angebote für die gesamte Wertschöpfungskette der Augenoptik. Dazu zählen die Entwicklung, Herstellung und der Vertrieb hochwertiger Brillengläser, diagnostischer Geräte und Dienstleistungen wie zum Beispiel:

- Einstärkengläser (mineralisch, organisch),
- Lagergläser (mineralisch, organisch)
- Funktionsgläser für Autofahrer, Büroarbeit, Digital Natives, Kontaktlinsenträger,
- Mehrstärkengläser (Gleitsicht, Bifokal, Trifokal),
- Voller UV-Schutz bis 400 Nanometern in allen klaren ZEISS Markengläsern und allen Sonnenbrillengläsern
- Filtergläser (Sonnengläser, phototrope Gläser, Spezialfilter-Gläser),
- Vergrößernde Sehhilfen (für Sehbehinderte sowie für Medizin und Technik),
- Systeme und Instrumente zur Analyse und Kundenberatung (Screening, Refraktion, Zentrierung, Bestellung) ,
- Digitale Systeme zur Kundenberatung, Prozessabwicklung und Gerätesteuerung,
- Dienstleistungen und Marketinglösungen für Augenoptiker (ZEISS Experience, ZEISS Relaxed Vision Center). und
- Konsumenten-Apps für Sehanalyse und Anamnese des Konsumentenbedarfs.

Mit Standorten für die Fertigung von Halbfabrikaten, Lager-, Sonnen- und selbsttönenden Gläsern, globalen Rezeptfertigungen in Amerika, Europa und Asien, mit lokalen Service- und Einschleifwerkstätten sowie Rezeptfertigungen weltweit, vier globalen Distributionszentren (USA, Mexiko, China und Ungarn), regionalen Distributionszentren (Brasilien, Indien und Australien), Forschungsstandorten in Deutschland und Australien sowie etwa 100 regionalen und lokalen Auslieferungszentren ist ZEISS Vision Care ein weltweit führendes Unternehmen, das in mehr als 60 Märkten weltweit aktiv ist.

Sehen neu erleben

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. Innovationen wie ZEISS DriveSafe Brillengläser, Instrumente und Plattformen wie ZEISS i.Profiler, ZEISS i.Terminal und Apps wie „Mein Sehprofil“ sind mehrfach für ihr Design und Benutzerfreundlichkeit sowie ihre technologische Exzellenz ausgezeichnet worden.

Austausch spielt innerhalb des Geschäftsbereiches 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. Daher setzt ZEISS auf Markenpartnerschaften mit Kunden – die Marke ZEISS wird im Store erlebbar, von der Glasberatung bis zur Kundeninformation. Dabei gilt: ZEISS Vision Care ist Partner seiner Kunden, nicht ihr Wettbewerber. Im Unterschied zu anderen globalen Anbietern betreibt ZEISS keine eigenen Shops, weder on- noch offline. Alle Angebote, Produkte und Innovationen dienen einzig dem Zweck, die Kunden von ZEISS erfolgreich zu machen: Augenoptiker, Einkaufsgruppen, Markenhersteller und Handelsketten. Auch Stores, die auf die Marke ZEISS setzen, werden von unabhängigen Augenoptikern, Fachhändlern oder Einkaufsgruppen geführt.

Zahlen, Daten, Fakten

Firmensitz	Aalen, Deutschland
Leitung	Dr. Matthias Metz (President & CEO), Dr. Marc Wawerla (DTO & CTO), Dr. Benjamin Viering (COO), Sven Hermann (CSO/CMO), Paul Bilsdorfer (CFO), Jens Boy (Nordamerika)
Struktur	Der strategische Geschäftsbereich gehört zu 100 % zur ZEISS Gruppe und ist in der ZEISS Sparte Consumer Markets angesiedelt. Im Geschäftsjahr 2018/19 erwirtschaftete ZEISS einen Umsatz von 6,4 Milliarden Euro und die ZEISS Sparte Consumer Markets 1,2 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 Amerika, Europa und Asien ▪ Globale Distributionszentren in Deutschland, USA, Mexiko, China und Ungarn ▪ regionale Distributionszentren auf allen Kontinenten ▪ regionale und lokale Auslieferungszentren in über 50 Ländern
Portfolio (Auswahl)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einstärkengläser: mineralisch, organisch ▪ Mehrstärkengläser: (Gleitsicht, 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 Gläser (ZEISS PhotoFusion, ZEISS Adaptive Sun, Sonnenbrillengläser, Spezialfilter-Brillengläser) ▪ Voller UV-Schutz in klaren und getönten Kunststoff-Brillengläsern bis zu 400 nm ▪ Vergrößernde Sehhilfen für Sehbehinderte sowie für professionelle Anwendungen ▪ Systeme und Instrumente zur Analyse, Prozessabwicklung und Kundenberatung (Screening, Refraktion, Zentrierung): ZEISS i.Profiler plus, ZEISS i.Terminal (mobile), ZEISS

- ESSENTIALS, ZEISS i.Com mobile, ZEISS VISUCONSULT 500, ZEISS VISUFIT 1000, 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 Glasberatung in ZEISS Applikationen für Augenoptiker

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 beteiligt 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 und damit der ersten Sonnenbrille mit gleichmäßiger Tönung und definierten Transmissionsgraden bei optischen Augengläsern.
1932	Einführung der PERIVIST Brillenfassungen, die erstmals den verdrehsicheren Sitz der Gläser sichern und die 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. 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 der 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 Brillenglasherstellers SOLA International.
2006	Einführung von Gradal Individual® FrameFit®, dem ersten Gleitsichtglas, das sich allen Brillenfassungen anpasst.
2007	Mit i.Scription® ist mittels der 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 Bausteinen vorgestellt: ZEISS Seh-Analyse, Marketing und Beratungs-Tools sowie ein spezielles Shop-Design.
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™ von ZEISS ist ein speziell für asiatische Kinder entwickeltes Brillenglas, das mit Hilfe der Peripheral Vision Management Technology™ das Fortschreiten 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. 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. 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.
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 mit individueller Anpassung an den persönlichen Lebensstil. ZEISS stellt mit i.Com mobile ein neues, Tablet-basiertes System für die Steuerung der Vermessungsgeräte, die zentrale Sammlung von Daten und die persönliche Beratung vor – das System wird mit dem reddot Award ausgezeichnet.

	<p>ZEISS erweitert das ZEISS DuraVision Beschichtungsportfolio um ZEISS DuraVision Silver und ZEISS DuraVision Blue Protect.</p> <p>Weltweiter Launch der ZEISS DriveSafe Brillengläser. Sie sind darauf ausgelegt, brillentragenden Autofahrern Komfort zu bieten und das psychologische (subjektive) Blendungsempfinden zu reduzieren. Sie können dabei den ganzen Tag getragen werden.</p>
2017	<p>Weltweiter Launch der ZEISS EnergizeMe Brillengläser speziell für Kontaktlinsenträger.</p> <p>„Mein Seh-Profil“ von ZEISS – die App für Konsumenten, die einen ersten Test der Sehanforderungen bietet und ein guter Einstieg in die ZEISS Seh-Analyse beim Optiker ist – wird mit dem reddot Award für ihr Design ausgezeichnet.</p>
2018	<p>Mit ZEISS UVProtect bietet ZEISS als erster Brillenglashersteller weltweit vollen UV-Schutz bis zu 400 Nanometer in allen klaren Kunststoffbrillengläsern.</p> <p>ZEISS VISUFIT 1000 ist eine neue Plattform für die 3D-Zentrierdatenerfassung auf einen Klick. Mit 9 Kameras und 45 Punkten kann zudem ein 180-Grad-Gesichtsavatar des Brillenträgers erstellt werden.</p>
2019/20	<p>Einführung von ZEISS SmartLife, einem vollständigen Premium-Portfolio von Markenbrillengläsern für alle Verbraucher – unabhängig vom Alter. Das Brillenglasdesign der ZEISS SmartLife Gläser berücksichtigt unseren modernen Lebensstil, dynamisches Blickverhalten, individuelle Seh-Bedürfnisse und das Alter.</p>

Stand: Januar 2020

Ansprechpartnerin für die Presse

Miriam Kapsegger
ZEISS Vision Care
PR Managerin D/A/CH
Tel. +49 (0) 7361 591 1261
E-Mail: miriam.kapsegger@zeiss.com

www.zeiss.de/augenoptik-newsroom