

### opti 2015: Alle Wege führen nach München

Vier Hallen gefüllt mit Neuheiten, Informationen und viel Zukunft. So präsentiert sich die opti in München vom 9.1. bis 11.1.15. Die rund 500 Firmen inklusive der „Big Four“ der Augenoptikindustrie versprechen eine Messe der Vollständigkeit, intelligenten Präsentation, professionellen Organisation und Produkttiefe. An Bord sind zahlreiche Neuaussteller, die die internationale Messe für Optik & Design bereichern und erfrischen. Zudem kann das Messepublikum auf einige Neuerungen gespannt sein. Tickets sind ab sofort online verfügbar.



Die Basis der opti ist nicht Quantität, sondern Qualität. „Schritt für Schritt, Messe für Messe, Jahr für Jahr versuchen wir die opti den Wünschen des Marktes anzupassen. Damit hat sich die Messe für viele Augenoptiker zum wichtigsten internationalen Branchenevent entwickelt“, erklärt Dieter Dohr, CEO des Messeveranstalters GHM Gesellschaft für Handwerksmessen mbH.

**Bild:** GHM

„Das Markenzeichen der opti ist der hohe, verlässliche Wiedererkennungswert. Nichtsdestotrotz werden sich das Gesicht und das Profil des opti-Tableaus 2015 wieder leicht verändern.“ (GHM)

Seite 2

### At the Beginning of the New Seeing Revolution was opti ...

As the first optics trade show, opti shows the future of vision. In the new "Vision 3.0" tunnel between halls C2 and C3, the following exhibitors will present the revolution of vision of the 21<sup>st</sup> century: Rochester Optical, Vuzix, Trylive or Fittingbox show data glasses and 3D software technology for opticians that allows customers to try spectacle frames virtually. Furthermore, exhibitors such as Ipro or ihuman will bring products and presentations on this topic to the four halls and to the opti forum. Wearable technologies, which include data glasses, are the new human-machine products.



For English Reports See Page 12 - 15



According to Credit Suisse, this market will grow ten times larger over the next three to five years up to 50 billion U.S. dollars. This includes all types of technology that are worn on the body, for instance in the face. (GHM)

**Continued on page 12**

Anzeige

Ich sehe was,  
was du nicht siehst...  
Stand C3.317 oder unter [www.oculus.de](http://www.oculus.de)

### Durchstarten mit den opti-Boxen

Die opti-Boxen sind das Sahnehäubchen in der Halle C4. Sie sind der Ort, auf dem die Fachbesucher neue Ideen jenseits des Mainstreams finden. Auch die Produkte der zwölf Jungunternehmen in den opti-Boxen 2015 werden sicherlich auffallen, sich abheben und Trends setzen. (GHM)

Seite 4

### Mehr Maschinen für den letzten Schliff

Die opti erweitert ihr Angebot. 2015 setzen immer mehr nationale und internationale Hersteller von Optikmaschinen auf die opti als Jahresauftakt. Das Angebot von Maschinen für Oberflächenbearbeitung, Hart- und Antireflexbeschichtung oder Randbearbeitung verzeichnet ein Wachstum. (GHM)

Seite 5

### Mehr Lebens- qualität durch ver- größernde Sehhilfen

Vergrößernde Sehhilfen: Sie sind die Lösung für sehbehinderte Menschen, wenn die TV-Zeitschrift, die Briefe der Enkel oder auch die Schrift auf der Medikamentenpackung nicht mehr zu lesen sind. (ZVA)

Seite 8

### Die Neuen in der opti-Familie

Messen sind spannend. Jedes Mal können Fachbesucher Neues entdecken, weil sich das Produktangebot verändert. Dies hängt unter anderem an wechselnden Ausstellern. Denn durchschnittlich zehn Prozent der Aussteller entscheiden sich bei der Folgeveranstaltung nicht mehr teilzunehmen. (GHM)

Seite 10

### Die Grafikgalerie des Brillendesigns

Design – ein Wort mit vielen Bedeutungen. Denn jeder definiert Design anders. Wie vielfältig die Welt des Brillendesigns ausfällt, sehen Fachbesucher der opti in München. Die opti war neugierig und fragte in den Designstudios der Firmen nach, welche neuen Brillenmodelle auf der opti zu erwarten sind. (GHM)

Seite 16

**Kompetenz  
für Ihren Erfolg!**

Unter diesem Motto präsentiert sich **bon** auf der kommenden OPTI in München.

Erleben Sie spannende Showcases, Fachvorträge und Multimedia-Präsentationen von renommierten Referenten live auf dem **bon** Messestand.



Das ausführliche Vortragsprogramm finden Sie auf [www.bon.de](http://www.bon.de) oder direkt am Stand 502 in Halle C3.

**Bild:** bon Optic

Dem interessierten Augenoptiker werden zukunftsweisende Instrumente und Technologien vorgestellt und dabei Themen wie Trockenes Auge, Meibographie, Tränenfilm-Analyse, KL-Anpassung, OCT, Screening, Augeninnendruck und Marketing-Software-Tools behandelt.

**Halle C3, Stand**

Fortsetzung von Seite 1

**Neue Berufsperspektiven für  
europäischen Augenoptikernachwuchs**

Denn neue und erstmalig teilnehmende Unternehmen würzen die Messe mit neuen, spannenden Zutaten. Sie wird viel Überraschendes bereithalten.“ So kann das Fachpublikum auf neue Firmen gespannt sein. In allen Branchensparten sind neue Namen vertreten. So feiern beispielsweise folgende Unternehmen ihre Messepremiere auf der opti: RVS, Victoria Beckham, Aprospectacles (Brillenfassungen), Falco Linsen, Prolens (Kontaktlinsen), Asahi-Lite, Wetzlich, Visio Services International (Gläser), Schneider GmbH, AGP, Tecoptique (Optikmaschinen).

Diese und die übrigen rund 500 Firmen versprechen Neuheiten und mehr. Damit steht auch der Suche nach Produktpremieren nichts mehr im Wege – diesen Grund gaben die Augenoptiker für ihren Messebesuch 2014 als wichtigsten an. Mehr als 23.000 Fachbesucher aus dem In- und Ausland werden erwartet. Die opti bietet auf einer Fläche von rund 6 Fußballfeldern (40.000 m<sup>2</sup>) die 360-Grad-Übersicht über das gesamte augenoptische Spektrum, von Gläsern und Kontaktlinsen über Fassungen bis hin zu Shopdesign. 2015 wird zudem der Bereich der Optikmaschinen wachsen. (GHM)

**Seite 6**

Die analoge Datenbrille

**Die Brille der Zukunft ist aus Papier**

Davon sind zwei kreative Südtiroler fest überzeugt. Der Grafiker Werner Oberrauch und der Maler Fabio Gasparini sind keine nostalgischen Spinner, sie hatten nur eine etwas ungewöhnliche Idee und die Ausdauer sie umzusetzen. Knapp drei Jahre hat es gedauert. Jetzt ist die Brille aus Papier marktreife Wirklichkeit.



**Bild:** PaperStyle Eyewear

„Unser beider Stärken, Grafik und Handwerk, zusammenzuführen und etwas ganz Neues zu schaffen, das hat uns gereizt“, so Fabio Gasparini. „So haben wir unsere Idee schließlich zu Papier gebracht, im wahrsten Sinne des Wortes.“

„Wir haben mit Papier, Schere und Kleber herumexperimentiert“, sagt Werner Oberrauch über die bescheidenen Anfänge der papierenen Brillenneuheit. Doch von einem verkaufsfertigen Produkt war man noch weit entfernt. Die beiden Kreativdenker ließen nicht locker und fanden eine Möglichkeit Papierschichten, ohne Zusatz von anderen Materialien, zu einem festen, aber biegsamen Werkstoff zu verarbeiten. Der Rohstoff für die Papierbrille war geboren.

Komfortabel, stabil, bruchsicher und vor allem leicht sollte sie sein, geradezu papierleicht. Beim Design ebenfalls keine Kompromisse: „Die Papierschichten sind wie eine leere Leinwand“, so Werner Oberrauch. „Farblich sind uns keine Grenzen gesetzt und durch die manuelle Verarbeitung wird jede Fassung quasi zum Unikat.“

**Die Brille aus der Manufaktur**

Ein handwerkliches Meisterstück braucht Zeit und Geduld. In einem aufwändigen, Verfahren werden bis zu 20 Schichten italienisches Feinpapier von Fedrigoni übereinandergelagert, in Form gebracht und anschließend unter Vakuum mit hautverträglichem Kunstharz untrennbar verbunden. Anschließend wird die Brillenfassung mit einer Präzisionsfräse herausgeschnitten. Dann folgt das manuelle „Feintuning“, das Feilen und Polieren. Die letzte Schicht bildet ein Speziallack, der Wasser und Schmutz abperlen lässt. An die 90 Arbeitsschritte später ist sie fertig, die Brillenfassung aus Papier.

**PaperStyle**

Der Name ist Programm: Paper für den Rohstoff und Style für den unverwechselbaren Stil, den sie ihrem Träger verleiht. In der Zwischenzeit haben die beiden ein Team um sich geschart, das sich von der Idee einer handgefertigten Designerbrille aus erneuerbaren Rohstoffen sofort hat begeistern lassen. Raffael Clara, Designer und Marketingberater Hannes Gasser haben es sich zum Ziel gesetzt, der Papierbrille aus Südtirol zum Durchbruch zu verhelfen.

**Hand made in Südtirol**

„Wir stellen unsere Fassungen in unserer Manufaktur in Brixen her und werden dies auch in Zukunft so machen. Südtirol hat einen exzellenten Ruf, was die Qualität seiner Produkte anbelangt“, davon ist Oberrauch überzeugt. Nicht nur auf Südtirols Straßen sind die Brillen längst keine Seltenheit mehr und ein 15-köpfiges Verkaufsteam versorgt den Optikfachhandel in Deutschland, Italien, Österreich, Schweiz, Holland und Spanien mit stylischen Papierbrillen.

**Halle C4, Stand 614**

Anzeige



## **Ich sehe was, was Du nicht siehst! OCULUS zeigt das größte Wimmelbild der Branche!**

Die Firma OCULUS Optikgeräte GmbH aus Wetzlar lässt sich für seine Kunden wieder etwas ganz Besonderes einfallen: Am Stand C3.317 in Halle C3 erwartet Sie das größte Wimmelbild der Opti 2015.



In diesem Wimmelbild sind einige Kuriositäten versteckt – und natürlich auch Augenkrankheiten. Spielerisch vermittelt OCULUS damit: Man muss genau hinschauen! Und mit den OCULUS Geräten für Augenoptiker und Optometristen ist es ganz leicht, alle Details des Auges zu erkennen.

Wer die gesuchten Themen im Bild erkennt und auf der Gewinnspielkarte markiert, hat die Chance hochwertige Preise zu gewinnen. Als Hauptpreis erwartet den glücklichen Gewinner ein Besuch des Miniatur Wunderland Hamburg inklusive Übernachtung und einem Candle-Light-Dinner für zwei Personen.

Auch wer nicht zur Opti kommt, kann am Gewinnspiel teilnehmen. Unter [www.oculus.de/opti-2015](http://www.oculus.de/opti-2015) finden Sie das Wimmelbild mit den fünf versteckten Szenen zu den Themen: Trockenes Auge, Visusminderung, Refraktion, Grauer Star und Hornhautauffälligkeiten.

Den Finde-Füchsen viel Glück!

**Halle C3, Stand 317**

**[www.oculus.de](http://www.oculus.de)**

Fortsetzung von Seite 1

### opti-Boxen: Neue Ideen jenseits des Mainstreams

Doch die opti-Boxen sind in erster Linie Sprungbretter, um mit einem eigenen Stand wiederzukommen. Diesen Schritt wagten in der Vergangenheit schon einige Firmen. Nun wird diese Liste 2015 um drei ehemalige „opti-Box-Aussteller“ aus Italien, den Niederlanden und Spanien erweitert.

Woody Allen sagte einmal: „Dabeisein ist 80% des Erfolgs“. Dieser Spruch stößt wahrscheinlich bei allen aktuellen und ehemaligen opti-Boxlern auf große Zustimmung. Mit der Erfahrung sich der Meinung der internationalen Augenoptikerbranche auf der Messe zu stellen, haben viele Karrieren junger Unternehmen erst richtig Fahrt aufgenommen.



Bild: GHM

Junge Firmen wie Woo Class aus Italien, Suzy Glam aus den Niederlanden oder Charmossas aus Spanien legten mit ihren Auftritten 2014 in den opti-Boxen den Grundstein für eine erfolgreiche Geschäftsentwicklung. Sie sind mit ihrer unverwechselbaren Designsprache im Markt angekommen, verankert und freuen sich über eine „Fangemeinde“. Vom 9. bis 11. Januar 2015 kehren alle drei Unternehmen mit einem eigenen Stand nach München zurück und haben somit, um bei Woody Allen zu bleiben, nochmals 20 Prozent draufgesetzt. Sie haben nämlich den Sprung vom Talent zum Stammussteller geschafft! (GHM)

Seite 9

KBL Eyewear

## Kind of Bohemian Lifestyle

„We take inspiration from everything we love.“ Das ist die schönste Liebeserklärung, die das Brillen-Label KBL machen kann. Das innovative Brillen-Label, Kind of Bohemian Lifestyle, wurde 2009 in New York gegründet. KBL steht für: jung, ehrgeizig, erfahren, Verarbeitung, Qualität, handgemacht, Perfektion, Preisleistung.



Bild: KBL Eyewear

KBL versteht sich als innovatives und kreatives Brillen-Label, welches die Vision hat, aus der Kombination von Design und Qualität global erfolgreich zu sein. Daher fokussiert sich KBL auf Personen als Kundengruppe, die das Künstlerische, ebenso wie Design, Lifestyle, Understatement sowie die Handwerkskunst schätzen.

KBL startete im September 2009 mit seiner ersten Sonnenbrillenkollektion und wurde von Adam und Kara Mendelsohn sowie Dave Barton gegründet. 2011 beteiligte sich Ralph Albrecht an KBL, gibt seither seine Erfahrung im Vertrieb an KBL weiter und setzt Impulse in Design und Produktentwicklung. Seit März 2011 ist KBL auch in Europa präsent.



Bild: KBL Eyewear

### Die Kollektion

Die aktuelle Kollektion umfasst eine Vielzahl von Sonnenbrillen und optischen Modellen. Italienisches Azetat und japanisches Titan zählen unter anderem zu den „Baustoffen“. Alle KBL-Brillen werden mit einer speziellen Lasertechnik gefertigt. Die Kennzeichen der Brillen sind: ein neu entwickeltes Scharnier, welches das KBL-Logo enthält, das in der Metalleinlage zu sehende Empire State Building, sowie das neue KBL Kennzeichen im Bügelende.

In der aktuellen Kollektion spiegelt sich der „Bohemian Lifestyle“ wieder. Metropolen und Künstlerviertel auf der ganzen Welt liefern die Inspiration für die Namen der Brillen, z.B. Liberty Island, Rockaway Beach, The Hamptons, Gotham City, Barrios, Wynwood & Kings Cross.

Die Oberflächen sind handmattiert, halb gesandet oder teils poliert. Dem Fashion-Trend entsprechend werden immer wieder Pastellfarben verwendet.

Halle C4, Stand 314

Fortsetzung von Seite 1

## Angebot von Maschinen für Oberflächenbearbeitung wächst

So sind beispielsweise die Schneider GmbH, AGP oder Tecoptique erstmals in München vertreten. Insgesamt erleben vom 9.1. bis 11.1.15 Augenoptiker aller Betriebsgrößen die Welt der Maschinen für die unterschiedlichen Produktionsschritte vom Roh- bis hin zum montierbaren Brillenglas.

„Ich mach gut Brillen / klar und licht“, so schrieb der Meistersinger Hans Sachs im 16. Jahrhundert über die Kunst und Fertigkeiten der ersten Brillenmacherzunft in Nürnberg, die dort 1535 gegründet wurde. Was hätten die Optikmaschinen der Jetzt-Zeit für eine Reaktion bei den Nürnberger Augenoptikern des Mittelalters ausgelöst, wenn sie nächstes Jahr ihr 480-jähriges Gründungsjubiläum auf der opti gefeiert hätten? Überraschung über den 2015 stark gewachsenen Angebotsbereich auf der Augenoptikmesse in München? Staunen über die angebotenen Komplettlösungen für die Oberflächenbearbeitung? Faszination über die präsentierten Vergütungstechnologien, die die Qualität der Beschichtung erhöht? Oder einfach nur die Neugierde auf technische Neuheiten? Hersteller wie z. B. die Schneider GmbH, AGP Abrasifs Grains & Poudres, Tecoptique, OptoTech GmbH, Satisloh GmbH, Silcon Plastic srl, Cotec GmbH zeigen in München neue automatisierte und manuelle Technikhösungen für Freiform Oberflächen genauso wie für konventionelle, sphärische und torische Brillengläser aller Materialien. Sie zeigen ein breites Spektrum von Anlagen für die gesamte Brillenglasfertigung – von Blockern und Deblockern bis hin zu Maschinen zum Generieren, Polieren, Beschichten und Randbearbeiten von Brillengläsern. Dabei erhalten mittelständische Familienunternehmen genauso einen Marktüberblick wie industrielle Großbetriebe. (GHM)

Seite 7



### Mark Forster sagt „Au Revoir“ zu seiner alten Brille und „Hallo“ zu ONKEL FERDI

Seit kurzer Zeit sieht man Mark Forster, Sänger des Chart-Hits „Au Revoir“ und Gewinner mehrerer goldener Schallplatten mit einer neuen Brille und zwar: „Konni“ von ONKEL FERDI.



Mark Forster sagt „Hallo“ zu ONKEL FERDI

Bild: ONKEL FERDI

Deutsche Qualitätsmusik trifft auf 100% deutsche Handfertigung und geben gemeinsam ein perfektes Duo ab. Mark Forster war vom ersten Augenblick begeistert von Design und Qualität seines neuen Freundes aus der ONKEL FERDI Familie - Konni.

„Konni“ unterstreicht den lässig coolen Look und Lifestyle des äußerst sympathischen Sängers.

„Mark hat sich sofort mit den Qualitätsmerkmalen, dem Design und den Details unserer Brillen identifiziert. Unsere Geschichte um ONKEL FERDI - heute 91, Sattlermeister und immer noch chick, verbindlich und gut drauf - hat Mark gefesselt und begeistert. Von da an war uns allen klar dass Mark Forster & ONKEL FERDI super zusammenpassen und zusammengehören.

„Wir sind richtig stolz dass Mark Forster unseren Konni trägt und mit seiner Musik Millionen Fans begeistert und ONKEL FERDI immer ein wenig dabei ist“, berichten die drei hinter ONKEL FERDI: Ingo Herrmann, Christiane Hetjens und Ulrich Bittlinger. Mark Forster reiht sich ein in die Liste der prominenten ONKEL FERDI Freunde, die Details wie 100%ige Handfertigung, Gehrungsschnitte, Heißstempelprägungen und sandgestrahlte Oberflächen zu schätzen wissen.

Halle C1, Stand 332

### Hamburg Eyewear

## Viel neues zum Kieken im neuen Jahr!

Auf der OPTI München wird Hamburg Eyewear mit den neuen Modellen PAULI, OSKAR und BIRTE wieder einmal zur Schau stellen, dass gerade kühler nördlicher Charme selbstbewussten Brillenträgerinnen und -trägern zeitlos und perfekt zu Gesicht steht.

Es hat lange gedauert, aber nun hat sich ein gebührendes Design für den Hamburger Namen aller Namen gefunden. PAULI, die neueste Schöpfung von Hamburg Eyewear, hat den Sanktus zwar nicht im Namen, erhält aber von allen bisherigen Kritikern den wohlverdienten Segen, ein ganz großes Modell im klassischen Sortiment der Sonnen- und Korrekturbrillen der Hamburger Marke zu werden. Mit doppeltem Steg, sanft gerundetem Rahmen und tief angesetzten Bügeln schon jetzt ein zeitloser Hingucker.

Nicht weniger bedeutend ist OSKAR, der – wie der Name verrät – jeden Träger zum Star macht. Markant und dezent in Einem, sorgen einprägsame Schwünge beim Rahmen für weitaus mehr als nur für bloßen Tragekomfort.

Mit BIRTE, der femininen Allrounderin, ist das neue Triumvirat des Jahreswechsels komplett. Ob zu Abendkleid, Jeans, Lederhose oder Shorts – Birte schafft mühelos den Spagat zwischen Tradition und Moderne.

Und es gibt noch mehr Neues aus Hamburg: Ergänzt wird das Sortiment ab 2015 um einen Sonnendclip für JAN, sowie um drei neue Farben für ausgewählte Modelle. Alles das und viel mehr gibt es zu sehen auf der OPTI in München!

Halle C1, Stand 322



Modell „PAULI“

Bild: Hamburg Eyewear



Modell „OSKAR“

Bild: Hamburg Eyewear

### AWE - Handgefertigte Brillengestelle made in Austria

Das englische Wort AWE ist ein kompliziertes Gefühl welches gut oder schlecht sein kann und für Ehrfurcht und Staunen, Freude oder Angst steht – es überwältigt einen mit großer emotionaler Kraft und gibt einem völlig neue Perspektiven. Genau mit diesem Ansatz startet ANDY WOLF EYEWEAR in die neue Saison um uns alle daran zu erinnern, die Wunder in unserem Leben zu bestaunen. Egal ob groß oder klein, monumental oder scheinbar unwichtig. Im dieses Gefühl einzufangen gibt es neun verschiedene Geschichten von persönlicher Ehrfurcht.



**Bild:** ANDY WOLF EYEWEAR

Viele unterschiedliche Menschen machen ANDY WOLF zu einem Teil ihrer Leben und Erfahrungen – Davor hat ANDY WOLF Ehrfurcht.

Seit der Gründung 2006 dreht sich bei ANDY WOLF alles um handgefertigte Brillengestelle made in Austria. In der Welt der Massenproduktion und Schnelllebigkeit von Trends ist das ein Statement, dass sowohl Optiker und Brillenträger zu schätzen wissen. Die Detail- und Passgenauigkeit jedes einzelnen Rahmens, zusammen mit der menschlichen Note, schafft sehr persönliche und charakteristische Brillen.



**Bild:** ANDY WOLF EYEWEAR

ANDY WOLF gleichermaßen jung wie gut etabliert - zeigt sich abenteuerlustig, anspruchsvoll und auch ein wenig exzentrisch und provokant. Die Korrekturbrillen von ANDY WOLF gibt es für Männer/Unisex und Frauen, die Sonnenbrillen sind auf 500 Stück pro Style und Farbe limitiert und bei ausgesuchten Optikern weltweit erhältlich.

**Halle C4, Stand 414**

Fortsetzung von Seite 2

## Mehr Design für den „Walk of Frame“

Sei es ein Studienabschluss oder ein Auslandsaufenthalt – angehende Augenoptiker suchen nach Möglichkeiten, während ihres Studiums umfassende Erfahrung zu sammeln, und das am besten international. Aus diesem Grund wird die opti eine Art „Karriereweg“ anbieten. Hier kann sich der Nachwuchs über universitäre und praktische Aus- und Fortbildungsmöglichkeiten auf einen Blick informieren.

Neun Fachakademien und Hochschulen aus Deutschland und der Schweiz werden auf diesem opti-Campus vertreten sein. Mit diesem Angebot werden die Themen Karrierechancen, Nachwuchs, Ausbildung und Talent Management verstärkt in den Mittelpunkt gerückt. Schließlich befindet sich der Campus mit den Lehrinstituten sichtbar im Übergang zwischen den beiden Hallen C1 und C2. Europas Augenoptikernachwuchs ist eingeladen, auf dieser Informationsplattform alles Wissenswerte über Online Studiengänge bis hin zu den europaweit anerkannten Bachelor- und Masterstudiengängen zu erfahren. Außerdem erfahren hier künftige Absolventen, welcher Studiengang vom European Council of Optometry and Optics zertifiziert wurde. Denn nur dann ist der Erwerb des Europäischen Diploms in Optometrie möglich. (GHM)

**Seite 11**

OSOGNA EYEGLASSES

## Handgefertigte hochwertige und langlebige Brillen seit 2012

Die Marke OSOGNA ist nach einer kleinen Ortschaft in der Region Riviera im Tessin benannt und wurde 2012 gegründet. Der Name ist während eines Klettertrips in OSOGNA entstanden.

OSOGNA EYEGLASSES steht für schnörkellose und funktionelle Brillen - nach dem Motto „form follows function“. Für die Brillen verwenden das Unternehmen nur ausgesuchte Materialien von höchster Qualität. So beispielsweise bruchsichere Sonnenbrillen von Carl Zeiss, welche entspiegelt sind und der höchsten UV-Schutzklasse UV-400 entsprechen.

Die Brillen werden in Handarbeit in der Manufaktur in Stuttgart hergestellt. Faire und ressourcenschonende Herstellungsbedingungen sind dabei für pavian design entscheidend. Seit 2014 hat das Unternehmen sein Produktsortiment von Sonnenbrillen auch auf Korrektur- und Kinderbrillen erweitert.

Die Geschichte der Brillen begann im Zusammenhang mit einer Fahrradreise durch Marokko, abseits von befestigten Strassen durch das Antiatlas- und Atlasgebirge sowie durch Ausläufer der Sahara. Dafür musste eine spezielle Brille entwickelt werden. Stabilität, Zuverlässigkeit, geringes Gewicht und Funktion waren die ausschlaggebenden Kriterien. Herausgekommen ist dann die YETI. Zwei kreisrunde Gläser, angelehnt an eine Gletscherbrille aus den 50er Jahren, geben einen unverkennbaren und extrovertierten Look.

Die eigentliche Besonderheit ist aber das patentierte Gelenk. Der Bügel wird nicht eingeklappt wie bei einer herkömmlichen Brille, sondern ist über einen 45-Grad Winkel drehbar an der Brillenfront angebracht. Auf diese Weise lassen sich die Bügel mittels einer Schwenkbewegung öffnen und schliessen. Vorteilhaft bei dieser Konstruktion ist, dass sich die Brille besonders flach zusammenlegen lässt und praktisch in jede Tasche passt. Zudem legen sich die Bügel aufgrund ihrer Krümmung optimal an die Kopfform an. Auch im Alltag bewährt sich eine wüstenerprobte Brille.

**Halle C4, Stand 628**



„Butterfly“

**Bild:** pavian design



„Yeti“

**Bild:** pavian design



„Ladykiller“

**Bild:** pavian design

Feb31<sup>st</sup>

## Eine neue Holz Ära

Holz begegnet Metall - ist das MOTTO für die Opti 2015. Eine spezielle Holzsonnenbrillenkollektion mit Metallbügeln zu einem interessanten Preis. Individualität steht bei Feb31<sup>st</sup> im Vordergrund. Jede Brille, die hergestellt wird, ist ein Einzelstück - speziell für Ihren Kunden angefertigt.



Holz begegnet Metall -  
Neue Holzsonnenbrillen-  
kollektion mit Metallbügeln

**Bild:** Feb31<sup>st</sup>

Das verwendete Verglasungs- und Anpassungssystem ist einzigartig und erlaubt Ihnen hohe Minus- und Plusstärken, Astigmatismus und Gleitsichtgläser problemlos zu verglasen. Die Qualität und die Liebe zum Detail wurden schon unzählige Male mit Auszeichnungen prämiert.

Die handgefertigten italienischen Holzbrillen können Sie gemeinsam mit Ihren Kunden farblich so zusammenstellen, dass es den Wünschen Ihres Kunden entspricht. Sie können von Titanholz, Metallbügelholz, Randlos und Vollholz wählen. Es besteht auch die Möglichkeit die Bügel mit anpassbaren Acetatendungen zu erhalten, damit der Komfort der Brille bei schwierigeren Kunden noch besser gegeben ist. Feb31<sup>st</sup> ist ein junges italienisches Unternehmen. Die Manufaktur liegt in Brembilla in einem kleinen Dörfchen neben der Stadt Bergamo. Das Unternehmen legt besonders Wert auf Nachhaltigkeit und Innovation.

**Halle C4, Stand 131**

KOLLEKTION BLACKFIN PREVIEW F/S 15

## Essentielles Design und aussergewöhnliche Qualität

Für das kommende Frühjahr setzt Blackfin, die Marke für ausschließlich in Italien hergestellte Titanbrillen, wieder einmal auf die Bekräftigung ihres Stils - minimalistisches Design, exklusive Details und eigens entwickelte Farben, die der Fassung und dem Brillenträger Persönlichkeit geben.

Die hervorragende Qualität des Materials vereint mit der Verarbeitung von Hand, die mit modernster Technik einhergeht, bringt ein Produkt hervor, das jedes Mal seine Kraft in einem modernen und linearen, absolut einzigartigen Stil wiederfindet. Und so befinden sich unter den in Deutschland präsentierten Neuheiten zwei Vorschläge aus Titan - einer für den Mann und einer für die Frau. Zwei optische Brillenfassungen, die die einzigartigste Essenz von Blackfin und deren Stolz „Italienerin zu sein“ auszudrücken wissen.



**Bild:** Blackfin | Pramaor Srl

Mit ihrer charakteristischen, von Blackfin überarbeiteten Panto-Form ist das Modell BF728 KEY WEST dazu bestimmt, ein Must-have für die Liebhaber des Genres zu werden. Die Profile im Vintage-Stil bewahren ein sauberes und präzises Design. Verstärkt wird dieses von tendenziell nüchternen, aber in einem kontrastreichen Spiel kombinierten Farben, die Raum für die originellsten Farblösungen geben: Nachtblau/Hellblau, Mattdunkelgrau/Fluo-Grün, Dunkelbraun/Orange, Dunkellila/Mattpink, Mattschwarz/Silber.

Und für die Frau mit dynamischem Temperament: die Fassung BF727 MELVILLE. Die Form des leicht ovalen Mittelteils und die Zweifarbigkeit wurden kreiert, um dem weiblichen Publikum eine moderne Brille „ready-to-wear“ zu bieten, die mit Stil und frei von Gedanken getragen wird. Erhältlich ist das Modell in den Farben Dunkelbraun/Navyblau, Nachtblau/Hellblau, Mattgrau/Pink, Lila/Dunkelgrau,

**Halle C4, Stand 323**

Fortsetzung von Seite 5

### Erhöhter Zuspruch durch die Industrie

„Wir freuen uns, dass die opti auch bei Unternehmen von Optikmaschinen immer stärker punktet. Von diesem erhöhten Zuspruch der Industrie profitiert wiederum der Augenoptiker, der unsere Messe besucht,“ sagt Dieter Dohr, Vorsitzender der Geschäftsführung des Messerveranstalters GHM Gesellschaft für Handwerksmessen mbH. „Es ist ein weiteres Mosaiksteinchen, um dem Augenoptiker das komplette 360 Grad Spektrum der Augenoptik an einem Ort zum besten Zeitpunkt des Geschäftsjahres anzubieten.“ (GHM)

### Neue Kollektion über- zeugt durch Modernität und Stilbewußtsein

Die neue Kollektion von Kurt Bachmann, in den wesentlichen Teilen in der Schweiz gefertigt, überzeugt durch Modernität, Stilbewußtsein und Zeitlosigkeit.



**Bild:** Bachmann Eyewear

Die Brillen wurden zusammen mit der Designerin Beate Leinz aus Berlin entworfen. Die Herstellung erfolgt im schweizerischen Jura, in den Hochburgen der weltbekanntesten Uhrenmanufakturen.

Dort erfahren die Brillenfassungen mittels Nanotechnologie die zurzeit beste und hochwertigste Farbbeschichtung. Unser Ziel war, es ohne Kompromisse einzugehen, ein einzigartiges, individuelles Qualitätsprodukt zu schaffen.

Die ausschliesslich in Kleinserien hergestellten Fassungen finden Sie in ausgesuchten Optik Fachgeschäften.

**Halle 4, Stand 408**

### Digitallupe mit hervorragender Ausstattung

Die Firma DIGIPHOT stellt auf der diesjährigen Opti an Ihrem Stand C1.139 eine sensationell günstige Digitallupe mit hervorragender Ausstattung vor: Mit der DIGIPHOT DM - 43 ist es möglich, jede Vorlage nach den Bedürfnissen des Benutzers darzustellen. Neben der farbigen Wiedergabe der Vorlage auf dem brillanten 4,3" LC-Display (10,9 cm Diagonale) ist es möglich, das Bild schwarzweiß oder negativ weiß auf schwarz zu zeigen.



**Bild:** Digiphot e.K.

Außerdem gibt es noch die Farbmodi gelb auf schwarz, blau auf gelb, blau auf weiß und gelb auf blau.



**Bild:** Digiphot e.K.

Der Vergrößerungsfaktor lässt sich per Tastendruck von 6 fach bis 25 fach einstellen.



**Bild:** Digiphot e.K.

Damit ist es möglich, auch extrem kleine Details zu erkennen oder Menschen mit ausgeprägter Fehlsichtigkeit zu helfen. Auch eine Freeze - Funktion ist vorhanden. Damit lässt sich die Vorlage einfrieren. Für eine perfekte Ausleuchtung der Vorlage verfügt die DM - 43 über eingebaute LED's, die jedes Objekt schattenfrei ins rechte Licht setzen. Mit dem eingebauten Akku ist eine Betriebsdauer von ca. 4 Stunden möglich. Wahlweise ist auch die Wiedergabe über ein TV - Gerät möglich.

**Halle C1, Stand 139**

Fortsetzung von Seite 1

Vergrößernde Sehhilfen

## Augenoptiker sind hier die richtigen Partner

Augenoptiker sind hier die richtigen Partner, Menschen zu helfen, aktiver am Leben teilzunehmen. Viele der rund 12.000 Augenoptikbetriebe mit knapp 50.000 Beschäftigten bieten neben dem bekannten Angebot und den Dienstleistungen rund um Brillen und Kontaktlinsen auch die Anpassung von vergrößernden Sehhilfen für Sehbehinderte an.



Straßenschilder, Fahrpläne oder die normale Tageszeitung gehören zum Leben. Eine vorhandene Fehlsichtigkeit wird dabei in der Regel mit einer Brille oder mit Kontaktlinsen korrigiert. Manche Menschen aber stehen bei diesen alltäglichen Sehaufgaben vor schier unlösbaren Problemen. Sehbehinderten ist mit einer normalen Brille nicht zu helfen. Oft ist das Sehvermögen krankheitsbedingt reduziert, Werte von weniger als 20% der normalen Sehfähigkeit sind beispielsweise bei einer altersbedingten Makula-Degeneration (AMD) keine Seltenheit. Der Augenoptiker kann diesen sehbehinderten Menschen mit einer vergrößernden Sehhilfe (z.B. eine Handlupe, eine so genannte Fernrohr Lupenbrille oder auch ein Bildschirmlesegerät) ein Stück Lebensqualität zurückgeben: sie ermöglicht es wieder, zu lesen oder fernzusehen.

**Bild:** ZVA

Die Palette vergrößernder Sehhilfen ist mit mobilen und stationären Produkte sehr groß. Besonders wichtig für die optimale Versorgung mit vergrößernden Sehhilfen sind das ausführliche Beratungsgespräch beim Augenoptiker und das Wissen um die Vielzahl verschiedener Sehbehinderungen. Denn nur auf der Grundlage der individuellen Bedürfnisse und Anwendungsgebiete des Sehbehinderten kann der Augenoptiker die passende Sehhilfe anpassen. Häufig erfolgt dies in enger Absprache mit dem behandelnden Augenarzt. (ZVA)

## Technologie für blinde und sehbehinderte Menschen

Wenn die Brille nicht mehr ausreicht ... Das Auge ist eines Ihrer wichtigsten Sinnesorgane! Die Sehleistung kann jedoch beeinträchtigt sein. Die Ursachen dafür sind alters- oder krankheits-



bedingt. Das selbsterklärte Ziel des Unternehmens ist es, seinen Kunden das Gefühl der Freiheit und Selbstständigkeit zurück zu geben.

*In diesem Jahr präsentiert die Optelec GmbH das revolutionär neue Bildschirmlesegerät ClearView C*

**Bild:** Optelec GmbH

Seit mehr als 25 Jahren ist Optelec Ihr Ansprechpartner, wenn die Brille nicht mehr ausreicht. Unsere Entwicklungen, Produkte und Innovationen unterstützen Sie im täglichen Leben damit Sie sehen können, was wirklich wichtig ist. Die Optelec GmbH versorgt blinde und sehbehinderte Menschen mit Hilfsmitteln, wie elektronischen Lupen, Bildschirmlesegeräten, Vorlesegeräten, Braillezeilen und Daisyplayern.

In Deutschland ist die Optelec GmbH bundesweit vertreten, arbeitet mit Optikern, Augenärzten und Beratungsstellen zusammen und ist Vertragspartner aller Krankenkassen. Die Optelec Produkte sind als Hilfsmittel gelistet und damit ist eine Kostenübernahme möglich.

**Halle C2, Stand 124**

iOLANi eyewear

## Exklusivität, Hochwertigkeit und modische Innovationen

*Brille liebt Schmuck.* Exklusivität, Hochwertigkeit und modische Innovation sind die kennzeichnenden Faktoren für iOLANi eyewear, dem Münchner Brillenlabel, das in Handarbeit gefertigte Brillen mit einzigartigen Preziosen ausgewählter Schmuckdesigner in eine unverwechselbare Komposition bringt. Die Unternehmensphilosophie von iOLANi eyewear zeichnet sich durch neuartige Produktkreationen und den nachhaltig zukunftsorientierten Umgang mit Materialien aus.



Bild: iOLANi eyewear

### Nachhaltiger und zukunftsorientierter Umgang mit Materialien

*Trend.* Die Brille dient schon lange nicht mehr als reine Sehhilfe und zum Schutz der Augen, vielmehr hat sie sich in den vergangenen Jahren zu einem Kultaccessoire entwickelt – insbesondere angetrieben durch den Hype um die beliebte Retrobrille. Lange war der Markt von günstigen Anbietern dominiert: Quantität statt Qualität schien das Credo zu lauten. Dieser Trend ist erfreulicherweise rückläufig; der Fokus liegt nun auf Innovationen samt neuen Design- und Qualitätsstandards.

*Produkt.* iOLANi eyewear begeistert mit einer modisch originellen Idee, einhergehend mit außergewöhnlichen Produktkombinationen. Die Designerinnen Maria Ding und Stephanie Hannemann lassen ihre Brillen mit wunderschönen Preziosen, die mittels einer kleinen Öse (925er Silber oder 14karätiges Gold) am Bügel befestigt werden, veredeln. Neben der Handarbeit sind hochwertige Materialien bezeichnend für die Exklusivität der Brillen. Für die Herstellung werden ausschließlich edle Naturmaterialien wie Horn, (Baumwoll-)Acetat und Holz verwendet. Das Resultat ist eine modische, luxuriöse und einzigartige Brille, die Träger und Trägerin – durch Optik und Qualität – bereichert und begeistert. Im Sortiment befinden sich Korrektions- und Sonnenbrillen. Raffiniert anspruchsvolle Schmuckstücke aus Gold und Silber, wie auch charmante Brillenkettchen komplettieren die Produkte von iOLANi eyewear. Die Preziosen entstehen durch eine enge Zusammenarbeit mit ausgewählten und erfahrenen Schmuckdesignern.

*Zielgruppe.* Die Zielgruppe von iOLANi eyewear definiert sich durch Individualität, Selbstverwirklichung und Experimentierfreudigkeit. Der Genuss eines luxuriösen und ausgefallenen jedoch bewussten Lebensstils besitzt einen hohen Stellenwert und wird ausgelebt.

*Schmuckkooperationen.* iOLANi eyewear bietet das Fundament: einzigartige, handgefertigte Brillen, die mit einer kleinen handgeschliffenen Öse am Brillenbügel verziert werden. Ausgewählte Kooperationspartner wie CADA Schmuck ([www.cada-schmuck.de](http://www.cada-schmuck.de)) oder COCii ([www.cocii.de](http://www.cocii.de)) komplementieren das Design von iOLANi eyewear mit erlesenen Preziosen, die eigens für die Kooperation mit iOLANi eyewear gefertigt wurden. Das Resultat sind unverwechselbare und extravagante Schmuckstücke, die die Brillen von iOLANi eyewear optisch ideal ergänzen und die luxuriöse Optik unterstreichen. Die Preziosen bestechen durch hochwertige Edelmetalle, feinste Edelsteine und neuartige Designs.

**Halle C1, Stand 624**

Fortsetzung von Seite 4

### opti-Box hilft beim Sprung auf die Ausstellungsfläche

Charmossas war zweimal als Newcomer (2013, 2014) in den opti-Boxen. 2015 werden die Spanier mit einem 16 m<sup>2</sup> großen Stand in der Halle C4 vertreten sein. „Die opti-Box gab uns die Sicherheit, dass wir mit unseren Brillenfassungen richtig liegen. Diese Fläche war uns eine sehr große Hilfe bei der Suche nach dem perfekten Produkt. Die in vielen Gesprächen gewonnenen Anregungen waren Gold wert: Sie waren Auslöser für ein Überdenken, nochmaliges Hinterfragen und letztlich Perfektionieren unserer Fassungen. Das positive Feedback vieler ausländischer Augenoptiker hat uns bestärkt, jetzt in München mit einem eigenen Stand dabei zu sein“, erklärt Carla Isabel Pires, Miteigentümerin von Charmossas SL. Dieses große und neue Projekt „Messeauftritt mit eigenem Standbau“ rückt näher. Dementsprechend ist in der Firma „ein Mix aus Aufregung, die Aussicht auf viel Arbeit in den nächsten Wochen und die Vorfreude endlich wieder in München zu sein“ vorherrschend. Für die nächste opti hat sich das junge Unternehmen aus Barcelona etwas Spezielles ausgedacht. Die Spanier werden eine „bezaubernde, sexy, sehr attraktive“ – alles Adjektive, mit denen das Wort charmossas übersetzt werden kann – neue Kollektion im Gepäck haben. Das Amsterdamer Label Suzy Glam kommt auf die opti zurück, weil „die Messe für uns fantastisch war und uns einen großen Erfolg bescherte“, so Etienne Frederiks, neben Susanne Klemm der Gründer des Labels. Ihn hat vor allem die „sehr entspannte Atmosphäre und die perfekte Organisation der Messe“ überzeugt. 2015 wird Suzy Glam ihren Nachbarn aus dem Vorjahr, das Holzbrillen-Start-up Woo Class, in der Halle C4 wiedertreffen. „Wir kommen nach München, um unsere erfolgreiche Arbeit fortzusetzen und unsere aufgebauten Geschäftsverbindungen zu konsolidieren“, erklärt Jochen Andreas Zeh, Designer und Entwickler von Woo Class, und verrät zugleich: „Auf der opti werden wir die internationalen Augenoptiker auf unserem Stand mit einer neuen Kollektion überraschen.“ (GHM)

Fortsetzung von Seite 1

### Premiere für 58 Firmen auf der opti 2015 in München

Hierin besteht die jährliche und nicht ungewöhnliche Herausforderung von Messeleitungen die so entstandene Lücke mit neuen Unternehmen zu füllen. Daher wird auch die 500 Aussteller zählende opti-Familie um neue, teilweise in der Branche noch unbekannt Mitglieder bereichert. Insgesamt werden 58 Firmen vom 9. bis 11. Januar 2015 ihre opti-Premiere feiern. Im Folgenden stellen Augenoptiker aus der Schweiz, Schweden, Frankreich, Italien, Kroatien und Deutschland eine Auswahl der Neuaussteller 2015 vor.

Victoria Beckham, Tom Rebl, RVS Eyewear, Apro Spectacles, ihuman, Conservatoire oder Eric Lauer Brillenmanufaktur haben alle eines gemeinsam: Sie werden alle zum ersten Mal auf der opti 2015 mit einem Stand vertreten sein. Die opti hat Experten, sieben Augenoptiker aus Europa, interviewt, was die neuen Brillenlabels auszeichnet. Schließlich wissen sie am genauesten, was die Kunden wünschen, was in der nächsten Saison 2015 angesagt ist, warum die neuen Labels eine Bereicherung für jedes Augenoptikgeschäft sind. Um sich selbst ein Bild von den Fassungen zu machen, tragen die sieben Augenoptiker auf den selfies ein Modell aus der jeweiligen Kollektion.

Daniela Casty (Burri Optik, Zürich, [www.burrioptik.ch](http://www.burrioptik.ch)) über das Label Victoria Beckham (Halle C4.508): „Mit Brillen von Victoria Beckham setzt jeder auf den Bürgersteigen der Welt eine klare Botschaft. Sie sind cool, schick, extravagant. Klassiker wie Pilotenbrillen interpretiert dieses Label vollkommen neu. Es sind spannende Formen, die das Feminine auf besondere Art und Weise hervorheben. Man fällt auf, obwohl man sich hinter den Gläsern verstecken kann. Unsere Kunden lieben es, dass sie mit diesen Brillen zu jeder Uhrzeit eine tolle Figur machen. Denn sie passen zum legeren Outfit genauso wie zum eleganten Etuikleid. Für mich zählt diese Sonnenbrille auf jeden Fall zu einem der wichtigsten Accessoires, die ich dabei haben muss, wenn ich das Haus verlasse.“ (GHM)

Seite 17

## Positives Gespräch mit EU-Kommission über den Meistervorbehalt

Das Evaluierungsgespräch zwischen der EU-Kommission und den Mitgliedstaaten am 24.11.14 über Reglementierungen der Augenoptik ist sowohl nach Auffassung des Zentralverbandes der Augenoptiker (ZVA) als auch nach der des Bundeswirtschaftsministeriums (BWMi) äußerst positiv verlaufen. Das BWMi hat Deutschland in Brüssel vertreten.



Es wurde deutlich, dass Deutschland im Hinblick auf bestehende Berufszugangsschranken in Form des Meistervorbehalts keine Sonderrolle einnimmt. Schließlich könne jeder, ohne besonders qualifiziert zu sein, einen Augenoptikbetrieb eröffnen, sofern die fachliche Leitung des Betriebes mit einem Augenoptikermeister (oder einer gleichgestellten Person) besetzt ist. Auch die besondere Ausbildungsleistung der zulassungspflichtigen Handwerke (Anlage A-Gewerke) wurde von der Kommission als wichtige soziale Komponente dieses Systems bewertet, die auf keinen Fall außer Acht gelassen werden dürfe.

Dr. Jan Wetzel, ZVA-Geschäftsführer

Bild: ZVA

Die Einordnung der Augenoptik/Optomietrie in den Bereich „sales and retail“ durch die EU ist nicht endgültig, die Kommission möchte vielmehr vor einer möglichen Neueinordnung erfahren, wie die einzelnen Länder ihre Position selber sehen. Mit Interesse wurde in Brüssel zudem aufgenommen, dass sich die Augenoptik/Optomietrie bereits intern um einen einheitlichen Standard in Form des ECOO-Europadiploms bemüht.

Erkenntnisse aus dem Evaluierungsverfahren werden voraussichtlich gegen Ende des Jahres 2015 in Empfehlungen für die einzelnen Mitgliedsstaaten zusammengefasst. „Die Unterstützung des ZVA für das Bundesministerium hat sich ausgezahlt, Deutschland hat sich bestens vorbereitet in Brüssel präsentiert und dadurch nicht nur inhaltlich einen äußerst positiven Eindruck hinterlassen“, erklärt ZVA-Geschäftsführer Dr. Jan Wetzel. (ZVA)

Neues aus dem Hause EBM DESIGN

## Zahlreiche Neuheiten und exklusive Modelle für Sie und Ihn

Am 9.1.15 ist es wieder soweit, die internationale Messe für Optik & Design in München öffnet ihre Pforten. Auch EBM DESIGN GmbH wird dort mit einem Stand vertreten sein und den Besuchern auf 300 m<sup>2</sup> zahlreiche Neuheiten präsentieren:

„switch it“, die Marke mit dem Wechselsystem zeigt neue Garnituren, die jeden Geschmack treffen, von farbenfroh kreativ bis schlicht. Ein Highlight dabei sind zweifelsohne die „switch it“ Modelle, bei denen sich magnetische Masken aus HD-Acetat jederzeit austauschen lassen und blitzschnell ein neuer Look entsteht.



„P1 EYES“

Bild: EBM Design

Auch von Strellson Eyewear, einer weiteren Marke im Hause EBM DESIGN GmbH, gibt es neue Modelle in den Bereichen Strellson Premium und Strellson Sportswear. Fassungen in klaren, reduzierten Formen aus Metall passen zu jedem Look, Fassungen aus dünnem Kunststoff sind die perfekten Begleiter zum Businessoutfit.

Bei P1 EYES findet sich durch Kombinationen aus Edelstahl und NXT sowohl für die Damen als auch für die Herren exklusive Modelle. Einmalig werden zur Münchner Messe auch Modelle lanciert, die mit der bewährten „switch it inside“ Technologie ausgestattet sind. Aber nicht nur neue Kollektionen werden auf der opti präsentiert, auch auf die Verleihung des goldenen MIM-Teils im Wert von 2.000 Euro als Dankeschön für das millionste verkaufte MIM-Set und die Übergabe einer Spende für die Stiftung Kinderherz in Höhe von 5.000 € können sich die Besucher freuen.

Halle C1 Stand 102

„winIPRO“

## Gewinnbringende Features mit Mehrwert

Auf dem IPRO-Messestand wird es wieder eine Reihe von Vorträgen geben, mit denen ausgewählte Experten zentrale winIPRO Anwendungen erklären. Natürlich geht es dabei nicht um die alltäglichen Programmfunktionen, die jeder Anwender nach der Einweisung durch seinen IPRO-Berater beherrscht, sondern um ebenso anspruchsvolle wie gewinnbringende Features mit Mehrwert für Fortgeschrittene. Anwender und Interessenten sind gleichermaßen willkommen.

### PASKAL 3D-Erlebnisrefraktion

mit Fritz Paßmann (Leiter Fachbereich Augenoptik an der HWK Dortmund, Autor und Seminarleiter, Experte für alle Fragen der Refraktion) und Dieter Kalder (Augenoptikermeister, Ehrenmitglied der WVAO, Fachbuchautor und Fachmann für die Entwicklung und Anpassung neuer Gleitsichtgläser).

Die PASKAL 3D-Version zur opti 2015

enthält nicht nur weitere Tests, sondern auch zentrale neue Funktionen, die konkrete Wünsche von Anwendern umsetzen; z. B. den optionalen grauen Hintergrund für Kunden, die mit der 3D-Situation nicht zurechtkommen und die oft gewünschte nutzerfreundliche Integration der Nahsehprobe IPRO Eyetest. Außerdem konnten die Wünsche der Internationalen Vereinigung für binokulares Sehen IVBS erfüllt werden: Der „Stollenwerk-Test“ ist nun ebenso Teil der Testbibliothek wie zahlreiche neue Kreuz-, Haken- und Zeigerteste. Insgesamt kann der Refraktionsist nun mehr als 60 Tests kombinieren.

Termine: 9.1.15, 11 und 15 Uhr | 10.1.15, 11 und 15 Uhr | 11.1.15, 11 und 13 Uhr

Halle C3, Stand 312



Bild: IPRO

IPRO PASKAL 3D

ic! Berlin

## Impossible Eyewear

Blech? Gemeistert. Acetat? Ebenfalls. Jetzt folgt die nächste Herausforderung. ic! berlin präsentiert plotic – 3D-gedruckte Brillen durch Selektives-Laser-Sintern. Mit plotic wird das Unmögliche möglich und der Weg geebnet für Designs und Formen die durch traditionelle Herstellungsprozesse bisher unvorstellbar waren. Nach Jahren intensiver Forschung und Entwicklung freut sich ic! berlin, plotic und plotic-hybrid Brillen zur Opti 2015 präsentieren zu können.

Man muss es sehen, um es glauben zu können. Ein ultra-feiner Laserstrahl schmilzt innerhalb von Sekundenbruchteilen einzelne Polyamid-Pulverteilchen zusammen und formt eine hauchdünne Schicht.

Nach und nach wächst Schicht um Schicht so eine Brille: noch leichter, robuster, flexibler und umweltfreundlicher als herkömmliche Materialien. plotic gibt ic! berlin die unbegrenzte Freiheit in Form und Textur jegliche Experimente zu machen.

### Vier plotic Modelle in acht knalligen Farben

Zur Opti 2015 launcht ic! berlin vier plotic Modelle in acht knalligen Farben: Zwei plotic-metall Hybride mit einer einzigartigen Halb-Ring-Konstruktion und zwei plotic Gestelle mit einer innovativen Nasenaufgabe, die nur durch die 3D-Druck-Technologie machbar ist. Mit plotic ist in Zukunft alles möglich. Dies ist nur der Anfang ...

Halle C4, Stand 235 + Halle C4, Stand 329



Bild: ic! Berlin

Fortsetzung von Seite 6

### Etablierte Lifestyle- marken und attraktive Kollektionen in München

Damit eröffnen sich vielfältige Berufsperspektiven in Europa. Und wer beispielsweise ein Erasmus-Jahr plant, kann sich bei den teilnehmenden Einrichtungen über das entsprechende Hochschulangebot und das Netzwerk von Partneruniversitäten informieren.

Er ist das Herzstück in der Halle C1, der Walk of Fame. Seit 2009 werden hier die neuen Produkte vorgestellt. Doch die beim Publikum und Ausstellern geschätzte Präsentation ist in die Jahre gekommen. Künftig werden die Produkte inszeniert. Diese Neugestaltung überzeugt mit einer modernen, frischen, transparenten Art. Die reduzierten, gläsernen und freischwebenden Präsentationsebenen eröffnen dem Besucher den Blick, ohne abgelenkt zu werden, auf die gezeigten Designprodukte aus Acetat, Holz und Titanium. Die optiBAR mit einem Loungebereich lädt zum Verweilen und Genießen dieser neuen Inszenierung der „Stars der Branche“ ein.



### Innovative, ausgefallene und originelle Designneuheiten

Neue Produkte und Entwicklungen, neue Marken, Labels und Kollektionen erwarten den Fachbesucher in allen vier opti-Hallen. Sei es in Halle C1, in denen etablierte Lifestylemarken und attraktive Kollektionen zu Hause sind, in den Hallen C2 und C3, in denen sich marktführende Brillenfassungs-, Glas- und Kontaktlinshersteller präsentieren, und Neuheiten aus den Bereichen Präzisionswerkzeuge und Low Vision zu finden sind oder in Halle C4 mit dem YES! – Young Eye Styles-Bereich, wo innovative, ausgefallene und originelle Designneuheiten zu sehen sind und Newcomer sowie etablierte Aussteller ihre neuen Kollektionen vielfach erstmals der Öffentlichkeit vorstellen. (GHM)

### Optelec's Mission is Simple

"Improving the quality of life for the visually impaired and blind by reaching out with simple and effective solutions."



Image: Optelec GmbH

Low vision is a visual impairment that cannot be fully corrected with regular eyeglasses, contact lenses, medication or surgery. Our aim is to help anyone with a visual impairment, whether it is blindness, or any degree of low vision with a wide range of products including electronic video magnification, speech and daily living aids. Our products are designed to help you lead an independent and full life: to allow you to stay in touch with those around you, to enable you to continue school or work and to help you continue doing your hobbies.

Hall C2, Booth 124

Advertisement



Continuation page 1

## As the First Optics Trade Show, opti Shows the Future of Vision

Data glasses, also called smart glasses, display information, and in combination with augmented reality even contextual information about the surroundings and directly about specific objects. In 2015, opti shows what potential and chances optometrists and ophthalmologists have in becoming part of this next great revolution in the area of consumer



technology. Because for every augmented reality application, a pair of glasses is necessary, preferably with the respective individual prescription. For the eyes will not only be the remote control of the data glasses, but the user also wants to be able to read the displayed information despite poor eyesight.

Michael Pfiffner is an executive consultant of optometrists and ophthalmologists. Since 2007, the 53-year-old manages his optics business in the Cologne city centre.

Image: GHM

Since May 2014, Pfiffner has been implementing Google Glasses in customer dialogues, according to him as the "only optician in Europe". Pfiffner will talk about his experiences on Saturday of the trade show (10. January 2015) from 2:35 to 3:10 at the opti forum. Before this, he reveals in an interview what potential smart glasses have for the future.

### opti: What advantages do opticians get by using smart glasses?

Pfiffner: The Google Glasses have two functions in my store: First of all, we implement this technology during consultations. We film the customer as he or she tries on different frames. The image is directly transferred to a large TV monitor. Now, even people with poor eyesight have the possibility of seeing live whether they like the frame or not. For it is now even possible to zoom in on individual details of the glasses. The tedious attempt to judge a frame based on a look into a small hand mirror is thus part of the past. Additionally, the Google Glasses are also good marketing for my store. On Facebook, I inform people than anyone can try these glasses. This way, I made many existing customers happy and also gained new ones who came to my store for the first time.

### opti: How important is it for you, as a master optician, to be involved with smart glasses?

Pfiffner: Smart Glasses are not a futuristic vision from some Hollywood science fiction movie. But unfortunately, many people in the optics industry still pretend that this lies very far away. However,



augmented and virtual reality is reality. Think of logistics companies, automobile groups, medical technology or the military – smart glasses are already being used everywhere. And who helps near and far-sighted people? Should they give up their profession because they can't see? And this is where we, the opticians, enter the playing field. Because only we can create glasses in a way that satisfies customers. If you don't use this chance today, you will sooner or later be replaced by Internet providers.

Image: GHM

### opti: In your opinion, what potential does the use of smart glasses have for the optician of the future?

Pfiffner: The future of optics lies in smart glasses. Because today's generation of youths wants to use this new technology for interactive games or watching movies. But the youths don't only want to see blurry images if they have poor eyesight. Here, opticians as specialists are in demand: We consult with regards to the prescription and adjust the temples. It's not about getting as much money as possible out of the customer; the customer wants service, maintenance and help from an optician he or she trusts and who is open to new technologies. Thus, it is wise for opticians to inform themselves about smart glasses. (GHM)

## "Cubika" Designer Piero Massaro's new collection

"Cubika" is the result of a project in which geometry and its shapes fully enter a glasses collection, the one of the designer Piero Massaro.

With experimental audacity, the designer succeeded in making this matter the thread running through his new collection, creating some frames whose shapes and colours play with each other: the temples of some models sport four small rotating cubes in cellulose acetate and the different colours of the four visible faces can be arranged and disarranged just like in a game, leaving to the one wearing these glasses the freedom and the taste to change the chromatic scheme to obtain different effects every time.

An easy game, a little trick behind which a meticulous and technical research work lies hidden, supported by countless tests and attempts before getting to the final result. Moreover, colour geometry in the fine lines of the acetate tops glued between thicker layers that chase each other, from the front to the temples and from the temples to the front, in another different play of shapes and colours.

To emphasize geometries, the fronts have quiet shapes, from round to butterfly, from square to rectangular. Eventually, bayonet hinges and numbered limited edition according to custom, complete the precious collection.

**Hall C4, Booth 506A**



Image: Italiana Design



Image: Italiana Design

"Komono Crafted"

## Premium Level Accessories with High-end Materials

'Komono Crafted' is a new Komono portfolio of premium level accessories with high-end materials and details that deserve closer inspection. Each color, curve and component is an ode to authentic craftsmanship.

Komono is kicking off its new range of cutting edge quality accessories with six exquisite sunglasses in four distinct colors.

Premium look & feel: Don't be afraid to fondle the superior Italian acetate that makes the design of your preferred pair of Komono glasses so durable and its details so crystal clear.

Image: KOMONO



**Premium craftsmanship:** The details of the 'Komono Crafted' series deserve closer inspection. Inside the design you'll discover its strong, lightweight metal alloy core. The movement of its limbs will remain supple and reliable, thanks to the enhanced quality of its five arm hinges.

**Premium protection:** To protect its precise angles, smooth ends and shimmering surfaces, each pair of sunglasses is encased in a vintage, all-black, supremely efficient hard casing with velvety soft inside finishing.

**Hall C4, Booth 207**

## EBM DESIGN: Establishment and Tradition at opti 2015

On January 9, 2015 the time has come that the Munich show for optics and design is opening its doors. Also EBM DESIGN GmbH is exhibiting and welcoming visitors on a 300 m<sup>2</sup> booth showing numerous innovations:

"switch it", THE changing system presents new kits to suit every taste, from colorful creativity to simple understatement. Undoubtedly, a highlight will be frames covered by a magnetic mask made in HD-acetate, which just like the temples can be changed within seconds and a new look can be created in a flash.



"switch it"

Image: EBM Design

Also for Strellson Eyewear, another EBM DESIGN GmbH brand, there are new models in the Premium and Sportswear collections. Metal spectacles to fit any look and thin plastic versions to be the perfect companions for business outfits.



"Strellson Eyewear"

Image: EBM Design

With P1 EYES frames combining NXT with stainless steel both ladies and gentlemen find perfect match. Only once at Munich fair models with the unique "switch it inside" technology are being launched.



"P1 EYES"

Image: EBM Design

**Hall C1, Booth 102**

**ELEVENDER -  
Everything Turns Around  
Your Product!**

concept-s presents the next generation of an interactive display which provides an optimum presentation of merchandise with full product information and control by tablet pc and smartphones. In times of high competition and growing online trading we offer the perfect solution for an effective synthesis of local shops and information increasingly available virtually.

ELEVENDER is a display and storage system in one with electronically control and it keeps the goods therein in a constant circulation according to a paternoster elevator principle.

The continuous presentation results in a doubled display area and therefore replaces the storage space. Due to the constant movement, all models are shown. Also this compensates the accompanying effect that goods being stored in drawers are not sold easily.

**Hall C1, Booth 126**

*KBL Eyewear*

**Kind of Bohemian Lifestyle**

"We take inspiration from everything we love." That has to be the most beautiful declaration of love that Eyewear label KBL could make. The innovative eyewear brand, Kind of Bohemian Lifestyle, was founded in New York in 2009. KBL stands for young, ambitious, experienced, craftsmanship, quality, hand-made, perfection and value for money.



PHOTOCHROMIC lenses

**Image:** KBL Eyewear

KBL views itself as an innovative and creative eyewear brand with a vision of global success based on combined design and quality. This is why KBL focuses on people as a customer group that value artistry, as well as design, lifestyle, understatement and craftsmanship.

KBL began life in September 2009 with its own collection of sunglasses and was founded by Adam and Kara Mendelsohn, together with Dave Barton. In 2011, Ralph Albrecht invested in KBL; since then, he has been giving KBL the benefit of his sales experience and providing impetus for design and product development. Since March 2011, KBL has also had a European presence.

**Hall C4, Booth 314**

**Imprint | Impressum**

messe**kompakt**.de

**EBERHARD** print & medien  
agentur gmbh

|                        |   |   |  |
|------------------------|---|---|--|
| <b>Anschrift</b>       | EBERHARD print & medien agentur GmbH<br>Mauritiusstraße 53<br>56072 Koblenz / Germany | Tel. 0261 / 94 250 78<br>Fax: 0261 / 94 250 79<br>HRB Koblenz 67 63 | info @ messekompakt . de<br>www.messekompakt.de<br>IHK Koblenz/Germany |
| <b>Geschäftsführer</b> | Reiner Eberhard   | eberhard @ messekompakt . de  |  |
| <b>Redaktion</b>       | Thorsten Weber (tw)<br>(V.i.S.d.P.)   | redaktion @ messekompakt . de                                       |  |
| <b>Verkaufsleitung</b> | Erika Marquardt<br>R. Eberhard  | marquardt @ messekompakt . de<br>anzeigen @ messekompakt . de       |  |

**Bilder/Logos/Texte**

ANDY WOLF Fashion GmbH, Bachmann Eyewear GmbH, bon Optic Vertriebsges. mbH, concept-s Ladenbau & Objekt-design GmbH, CREDIT SUISSE GROUP AG, Digiphot e.K., EBERHARD print & medien agentur gmbh (epm), EBM DESIGN - Exclusive Brillenmode GmbH, Flaim GmbH, GHM - Gesellschaft für Handwerksmessen mbH (GHM), Hamburger Brillenkonto GbR, ic! berlin brillen gmbh, iOLANI eyewear - Maria Ding & Stephanie Hannemann GbR, IPRO GmbH, Italiana Design srl, KBL Eyewear GmbH, KOMONO HQ, MINIMA GmbH, OCULUS Optikgeräte GmbH, ONKEL FERDI - Ingo Herrmann, Optelec GmbH, PAPERSTYLE SRL, pavian design GmbH, THESTYLEMANIFEST AGENCY Popis & Herrmann GbR, SPECTARIS - Deutscher Industrieverband für optische, medizinische und mecha- tronische Technologien e.V., Zentralverband der Augenoptiker (ZVA), Archiv

**Haftungsausschluss**

Die EBERHARD print & medien gmbh pr üft Werbeanzeigen von Ausstellern bzw. sonstigen Inserenten in diesem Newsletter nicht und haftet unter keinerlei rechtlichen, insbesondere nicht unter wettbewerbsrechtlichen Gesichtspunkten für den Inhalt sämtlicher in diesem Newsletter veröffentlichten Werbeanzeigen. Das gleiche gilt für die veröffentlichten redaktionellen Berichte sowie für die redaktionell gestalteten Anzeigen unter dem Namen des jeweiligen Ausstellers (Firmenname/Verfasser wird in den einzelnen Berichten aufgeführt); diese Einträge hat das einzelne Unternehmen / der jeweilige Aussteller (Halle/Stand) eigenverantwortlich veranlasst.

**Disclaimer**

EBERHARD print & medien agentur gmbh accepts no liability for statements by exhibitors or the content of advertising. EBERHARD print & medien agentur gmbh does not examine the advertisements by exhibitors and other advertisers in this newsletter and is not liable under any aspect of law - and particularly the law on competition - for the content of any advertisements published and editorial advertisements in this newsletter. The same applies to the entries listed under the names of the respective exhibitors (hall, booth); these entries have been actuated by the respective exhibitors on their own authority.

**Gerichtsstand** Koblenz / Germany

ic! berlin

## Impossible Eyewear

They've mastered steel. They've mastered acetate. Now the next frontier. ic! berlin presents plotic – 3D printed eyewear by Selective Laser Sintering. plotic makes the impossible possible and paves the way for new designs and shapes which until now have been unthinkable using traditional manufacturing techniques.

After several years of research and development, ic! berlin is excited to launch plotic and plotic-hybrid eyewear for Opti 2015.



**Image:**  
ic! berlin

It's a process that needs to be seen to be believed. Layer by tiny layer a frame grows as finely tuned lasers fuse together powder particles to create eyewear that is lighter, stronger, more flexible and more environmentally friendly than traditional materials. plotic allows total freedom in design and texture like never before.

For Opti 2015 ic! berlin launches plotic in eight rich new colours, two plotic-metal hybrids with a revolutionary new half ring construction, and two plotic sunglasses with an innovative new nose pad solution that is only possible with this technology. With plotic the future is wide open, and ic! berlin is just getting started.

**Hall C4, Booth 235 + Hall C4, Booth 329**

*Timeless glasses*

## Refined Lines that Never go Out of Style

The lightness and suppleness of titanium, along with a coloured, frosted finish of these acetate frames, translates to unrivalled comfort and exceptional simplicity for the styles of the collection. Minima: creating a refreshing feeling using an ingenious combination.

"MINIMA HYBRID-1"



### MINIMA HYBRID-2

The existing full rimmed Hybrid collection now includes the new Hybrid-2 combination, with nylon frames.

The half rims are made of an aluminum alloy, lending itself to the lightness and comfort of the frame, giving this collection a clean and contemporary style.

**Hall C1, Booth 307**



"MINIMA HYBRID-2"

**Images:** MINIMA

## AWE - Handcrafted Frames Made in Austria

AWE is a complicated feeling that can be good or bad, standing for reverence, wonder, joy or fear and shock - it makes you feel overcome with great emotional power, giving you a whole new perspective. That is the approach ANDY WOLF EYEWEAR is starting this season with, to remind us all to take in the wonders of our lives. However big and small, insignificant or life changing they may be.



**Image:** ANDY WOLF EYEWEAR

To capture this feeling of awe, we've included several stories of personal awe in this lookbook. So many different characters choose ANDY WOLF to become a part of their lives and experiences. That's something we are in awe of. Since our founding in 2006, Andy Wolf has always been about handcrafted frames made in Austria.

In a world of mass production and fast-paced trends we see this as a way to make a statement that opticians and the people that wear our glasses appreciate. The attention to detail in every single frame, along with the human touch, results in very personal and distinct glasses.



**Image:** ANDY WOLF EYEWEAR

ANDY WOLF is equally young as it is established, and presents itself as adventurous, sophisticated and just a tad eccentric as well as provocative. Glasses by ANDY WOLF are available as men's/unisex and women's frames, the sunglasses are limited to 500 pieces per shape and color, both are available at selected opticians worldwide.

**Hall C4, Booth 414**

## Branchenstudie „Augenoptik – Deutsch- land und die Welt“ neu erschienen

Der Industrieverband SPECTARIS und der Zentralverband der Augenoptiker (ZVA) haben die Branchenstudie „Augenoptik: Deutschland und die Welt – Märkte, Consumer und Trends 2013/14“ überarbeitet und mit den aktuellen Zahlen neu aufgelegt.



**Bild:** SPECTARIS

Das beliebte Nachschlagewerk und Arbeitsinstrument, herausgegeben in Zusammenarbeit mit der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), gibt auf 102 Seiten mit 234 Grafiken und Tabellen einen ausführlichen Überblick über Marktentwicklung sowohl auf Seiten der Augenoptiker in Deutschland als auch der augenoptischen Industrie, national wie international.

Hinzu kommen die Daten vom Institut für Demoskopie Allensbach, der Europäischen Industrie-Vereinigung Feinmechanik und Optik sowie aus den Datenbanken EUROSTAT und UN Comtrade. Der Schwerpunkt der Erhebung liegt auf den Jahreszahlen 2013. Zur besseren Bewertung und Vergleichbarkeit enthält die Datensammlung entsprechende Zeitreihen, zumeist über die letzten zehn Jahre. Die Branchenstudie beinhaltet auch die Außenhandelszahlen aller EU-Länder sowie einen europäischen Vergleich der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK). Der ZVA beleuchtet den Online-Handel und das Dienstleistungs-Spektrum seiner Mitglieder. (SPECTARIS)

Bestellungen unter:  
<http://www.spectaris.de/consumer-optics/branchenstudie-201314.html>

Fortsetzung von Seite 1

## Die Grafikgalerie des Brillendesigns opti 2015 zeigt unter- schiedliche Designströmungen

Die Designer schickten uns Skizzen ihrer Entwürfe – der erste Entstehungsschritt hin zu den Fassungen, die dann in München in Titanium, Acetat, Holz oder Horn glänzen. Es entstand eine Grafikgalerie des Brillendesigns 2015 – ein wahrer Kunstgenuss.



Der Fachbesucher kann sich 2015 in der Halle C1 bei 115 Ausstellern über die unterschiedlichen Designströmungen ein eigenes Bild machen. Doch bevor jeder die Originalen der neuen Fassungen in den Vitrinen auf der Messe erleben kann, liegt vor jedem Designer ein weißes Blatt Papier.

**Bild:** GHM

Etliche Stunden Schweiß und Mühen verstreichen, zahlreiche Entwürfe werden verworfen und landen in den Abfalleimern der Designstudios. Doch dann kommt der eine entscheidende kreative Einfall und die Idee wird in Form einer Handzeichnung oder einer Computergrafik festgehalten – es sind kostbare Blätter, die normalerweise nur in den Werkarchiven verwahrt werden und vor neugierigen Blicken geheim bleiben. Die opti zeigt eine kleine Auswahl der Meisterblätter, jedes einzelne besticht durch die Handschrift des Designers. Noch muss jeder diese papiergewordenen Kunstwerke ohne Glas und Rahmen genießen, bevor die Fassungen materialisiert und farbig auf der Messe zu erleben sind.

Designer Jonas Karlsson, Scandinavian Frames (Halle C1.628): „Am liebsten zeichne ich nachts, wenn alle anderen schlafen. Alles ist zur Ruhe gekommen, es ist still und leise im Haus. Nur sanfte Töne klingen aus den Lautsprecherboxen. Da sitze ich dann mit dem Stift in der Hand, meine Inspiration fließt und die Wunder geschehen!“

Nicola Bonaventura, Artistic Director for Proprietary Brands of Safilo Group (Halle C1.110): „In der Frühjahrs-/Sommerkollektion 2015 wird es die Carrera New Champion geben, eine neu aufgelegte Version des Labelbestellers schlechthin. Sie ist durch einen zeitlosen und erfolgreichen Stil gekennzeichnet, die Inspiration stützt sich auf das Erbe des Originals aus dem Jahre 1979. Bei der Carrera New Champion fällt die charakteristische Tropfenform für eine verbesserte Passform feiner und ausgewogener aus, während die dünnen und flachen Bügel das Erkennungsmerkmal der vollständigen Kollektion sind.“



**Bild:** GHM

Hubertus Otto, Inhaber und Designer von Locco Brillendesign (Halle C1.523): „Locco steht für ausgefallenes Design, Mut zur Farbe und auch je nach Modell immer für ein Stück „Verrücktheit“ – damit man der spanischen Assoziation von Locco, verrückt, auch gerecht wird. In Verbindung mit vorwiegend italienischen Herstellern lassen sich Modelle in qualitativem Design herstellen. Daher entstand auch die Idee für „Mava“. Ein Inner-Rim-System mit besonderer Glasform, gepaart mit tollen Acetatfarben, die durch die gebürstete Bearbeitung eine Holzoptik erhalten, und mit farbigem Metall kombiniert werden. Nach Retro in eckiger Form war es nun an der Zeit für Panto.“

Tom Stevens, Designer von Tom Stevens Eyewear (Halle C1.630): „Tom Stevens Eyewear launcht seine erste Kollektion mit 3D Technologie bei der opti 2015. Wir haben es geschafft, eine Serie von Brillenfassungen zu produzieren, die einzigartige Eigenschaften haben und zu 100 Prozent in den Niederlanden handgefertigt werden. Dank des speziellen Materials, das in der Produktion eingesetzt wird, sind die Fassungen ultraleicht. Fast unzerstörbar, extrem stabil und ideal für höchsten Tragekomfort – und das alles mit äußerster Sorgfalt in den Niederlanden gefertigt.“

Christoph Egger, Gründer, Erfinder, Inhaber von gloryfy (Halle C1.401): „gloryfy ist in diesem Jahr stolzer Partner von Life Ball. Unzerbrechlich – so ist der Glaube der Life Ball Community im Kampf gegen HIV und AIDS. Ebenso unbreakable ist die gloryfy Life Ball Red Ribbon Collection, die in limitierter Auflage verkauft wird. Sie kombiniert im klassischen Pilotenbrillen-Style kontrastreich eine glänzend-schwarze Außenseite inklusive Gold-Pigmenten mit einer goldenen Innenseite. Farblich passende Metall-Logos runden das exklusive Design ab. Der Reinerlös geht zu 100 Prozent an den Verein AIDS LIFE.“ (GHM)

Fortsetzung von Seite 10

## Neue Labels sind eine Bereicherung für jedes Augenoptikgeschäft

Francesca Ciranni (Ottica Vettore Nico, Strà, [www.inawhitebox.it](http://www.inawhitebox.it)) über das Label Tom Rebl (Halle C1.421): „Seit der Präsentation im Basement von Tortona 27 waren wir von Ottica Vettore von den TOM REBL Brillen beeindruckt, da sie ikonische Formen mit Experimentierfreudigkeit und Forschung zu vereinen wissen. Used Look, Lackentfernung, Bürstungen und Oxidierungen sorgen für wirklich ganz eigene Texturen!“

Robert Fetzer (Fetzer Optik, Moosburg, [facebook.com/FetzerMoosburg](http://facebook.com/FetzerMoosburg)) über das Label Eric Lauer Brillenmanufaktur (Halle C4.408): „Wir waren die erste Kundschaft von Eric Lauers Brillenmanufaktur! Was finde ich an Herrn Lauer gut: Er hat ein eigenes Augenoptikerfachgeschäft, ist selbst Augenoptikermeister und weiß somit auf was es im Augenoptikergeschäft ankommt! Anregungen wie z. B. der Wunsch nach Federscharnieren werden umgehend verwirklicht. Wünsche unserer Kunden kann Herr Lauer verwirklichen, weil er alles in Handarbeit fertigt: Der Steg muss um 1 mm enger sein, die Backe um 2 mm breiter, die Bügel um 15 mm länger als wie die vorhandene Holz- oder Büffelhorn-Fassung – bei diesem Label alles kein Problem!“

Thomas Olsson (Wasa Optik, Göteborg, [www.wasaoptik.se](http://www.wasaoptik.se)) über das Label RVS Eyewear (Halle C4.633): „Wir sind glücklich, dass wir RVS Brillen anbieten können. Denn sie schmücken unsere bleichen skandinavischen Gesichter mit leuchtenden Farben. Daher ist RVS wichtig für uns. Denn schließlich ist Göteborg die schwedische Hauptstadt für Mode.“

Flavia Martignon (L'ottica Padova, Padua, [www.lotticapadova.it](http://www.lotticapadova.it)) über das Label Apro Spectacles (Halle C1.629): „Eine Brille der Spitzenqualität, ein italienisches Handwerkserzeugnis, bei dem die kontinuierliche Forschung für ein unvergleichliches Design und einzigartige Farben sorgt.“ (GHM)

Valley Eyewear

## Begehrte Sonnenbrillen aus Australien

Die derzeit heiß begehrtesten Sonnenbrillen kommen aus Australien! Mit präziser Handarbeit und moderner Grunge-Attitüde designt das Ehepaar Michael und Tenielle Crawley zeitlose Klassiker. In kürzester Zeit ist das Modell Dead Coffin Club in Zusammenarbeit mit Designer und Blogger George Hendo zur Legende geworden.

### Be big, be bold, be beautiful

Valley Eyewear ist unangepasst, selbstbewusst, rockig, laut, mit einem gewissen laissez-faire Understatement; die ausladenden Sonnenbrillen des australischen Labels sind ein selbstbewusstes, außergewöhnliches und zeitloses Fashionstatement. Wer Valley trägt, braucht keine weiteren Accessoires und kein glitzerndes Beiwerk!

„Zu Beginn war es gar nicht so einfach, sich von alledem, was gerade draußen und auf dem Markt ist, abzuheben. Wir wollten uns einen eigenen, ausgeprägten Look geben. Wir sind nicht wie die oder der oder jener oder dieser. Wir sind wir. Unsere Qualität und unser Stil sucht da draußen seines gleichen“. – Michael Crawley, Designer

Seit 2012 entwirft das Ehepaar Michael und Tenielle Crawley mit viel Liebe zu Detail und besonderer Qualität. Jede Brille entsteht in Handarbeit. Hochwertiges und robustes Acetat umschließt die ausgezeichneten Carl Zeiss Gläser. Um diese Qualität, aber auch faire und sichere Arbeitsbedingungen zu garantieren, besuchen Michael und Tenielle Crawley regelmäßig die für sie produzierende Fabrik in Hong Kong. Sie kooperieren bei ihren Kollektionen mit Künstlern, Bloggern oder Musikern, wie auch für die aktuelle Kollektion Into the Void, die 78 Modelle umfasst.



Bild: THESTYLEMANIFEST

### Straight from the Valley

Die einzigartige Valley Eyewear-Ästhetik ist inspiriert durch die Musik des Punk und Grunge, die Kampagnen erinnern an Tarrantino Filme, den Look eines Chris Isaak Videos und spiegeln die Stimmung aller jemals produzierten Depeche Mode Songs wider; stolz und schön, melancholisch und morbiden Touch. Schauspieler Chris Hemsworth, Tatoolegende Kat von D, Fashion Bloggerin Tash Oakley und die Popstars Rihanna und Gwen Stefani sind bereits begeisterte Valley-Träger und auch Kurt Cobain und Jimmy Hendrix wären Fans von Valley Eyewear.

Halle C1, Stand 626

### Mit Geomarketing bessere Marktausschöpfung erreichen

Vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Situation in der Augenoptik – mit einer wachsenden Zahl an Filialbetrieben und Umsatz- und Stückzahlrückgängen beim Mittelstand – hat der Zentralverband der Augenoptiker (ZVA) für die mittelständischen Betriebe ein Geomarketing-Pilotprojekt mit der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) ins Leben gerufen. Ziel: Eine bessere Marktausschöpfung des direkten Betriebsumfeldes zu erreichen, damit sich die Betriebe mit den geeigneten Methoden am Markt besser positionieren und profilieren.

Am 26.11.14 trafen sich in Frankfurt am Main 22 von 26 Teilnehmern des Projektes, das nach der Pilotphase im kommenden Jahr ausgeweitet werden soll, zu einem Workshop. Die GfK hatte zuvor die jeweiligen Kundendaten der Betriebe nach soziodemographischen Faktoren und nach Konsumententypen ausgewertet. Auf dieser Grundlage können die Inhaber strategische Entscheidungen zur Ausrichtung des Betriebes treffen. Nach den grundsätzlichen Informationen, die im Rahmen des Workshops gegeben wurden, bekommt jeder Betrieb nun in der Folge eine individuelle Auswertung und eine telefonische Einzelberatung von der GfK.

Denn je konkreter und präziser sich der Betrieb auf die Zielgruppe einstellt, desto mehr Aufmerksamkeit und Akzeptanz wird er bei dieser Kundengruppe erzielen und desto besser grenzt sich der Betrieb gegenüber der Konkurrenz ab. Das gilt im Hinblick auf die Sortimentsgestaltung, die Schaufensterpräsentation, die Inneneinrichtung des Geschäftes bis zur direkten Ansprache des Kunden durch Werbung, Direktmailings oder Onlinemaßnahmen. (ZVA)



## ELEVENDER - Alles dreht sich um Ihr Produkt!

concept-s präsentiert die nächste Generation eines interaktiven Displays, das eine optimale Warenpräsentation mit kompletter Produktinformation und Ansteuerung über Tablets und Smartphones bietet.

In Zeiten von hohem Wettbewerbsdruck und wachsendem Online-Handel bieten wir Ihnen so die perfekte Lösung für eine gelungene Synthese aus lokalem Laden und zunehmend virtuell verfügbaren Informationen.

ELEVENDER ist Präsentations- und Lager-system in einem, wird elektronisch gesteuert und hält die darin befindliche Ware nach dem Prinzip eines Paternosters in ständigem Umlaufbetrieb.

Durch die fortlaufende Präsentation entsteht eine Dopplung der Präsentationsfläche und lässt so den Stauraum entfallen. Durch die konstante Bewegung werden alle Modelle gezeigt und die Begleiterscheinung, dass Ware, die in Schubladen liegt, sich nicht leicht verkauft, aufgehoben.

**Halle C1, Stand 126**



**Bild:**  
concept-s Ladenbau

Anzeige

## Jetzt auch für iPhone, iPad und Co.

Nutzen Sie unser Online-Messemedium für Ihre Unternehmens- und Produktkommunikation zu nationalen und internationalen Fachmessen.

Zukünftig ist messe**kompakt**.de auch iPhone, iPad und Co. kompatibel und steht Ihnen immer und überall zur Verfügung.

Brille & Co. 2015 • OPTA 2015

MEDIZIN | TheraPro 2015 • IDS 2015

SightCity 2015 • Fachdental Südwest 2015

SLIMO 2015 • MEDICA 2015 • COMPAMED 2015



# messe**kompakt**.de



Unser Beitrag zum Umweltschutz:

Neben unseren Büros werden auch unsere Internetseiten mit Strom aus erneuerbaren Energiequellen betrieben.

