



# opti-Splitter

Natürlich standen bei der opti die neuesten Kollektionen und Designs der Fassungshersteller im Mittelpunkt des Interesses. Und die entsprechenden Aussteller müssen sich generell vielleicht auch nicht ganz so viele Sorgen um eine durchaus hier und da anzumerkende fehlende Investitionsbereitschaft der Augenoptikerinnen und Augenoptiker machen. Doch es wächst die Erkenntnis, dass zukünftig noch andere Dinge von einem modernen Augenoptiker erwartet werden. So standen auch das Myopie-Management und insbesondere Screenings und optometrische Dienstleistungen wenig überraschend ganz oben auf der Prioritätenliste der opti-Besucher – die diesbezüglich eine entsprechende Auswahl von Anbietern und Lösungen vorfanden. Aber, auch Brillengläser und Kontaktlinsen dürfen darüber hinaus nicht vergessen werden, denn auch in dieser Hinsicht sind die Hersteller nicht um neue Ideen verlegen. Ein Streifzug durch das opti-Angebot, der keinen Anspruch auf Vollständigkeit erheben kann. III PE, IR

## HOYA

Hoya präsentierte bei der opti neue Brillengläser, die speziell auf Kunden und Kundinnen mit den ersten Anzeichen von Presbyopie zugeschnitten sind – das schaffe zusätzliche Beratungsoptionen für Augenoptiker. **VisuPro All Day** und **VisuPro Flex**, angesiedelt in der neuen Produktkategorie Advanced Focus, bieten eine optimale Lösung für Kunden, die erste Anzeichen von Presbyopie wie verschwommenes Sehen oder Kopfschmerzen erleben, besonders bei häufiger Naharbeit an digitalen Geräten. Zudem haben die **MIYOSMART-Brillengläser** pünktlich zur Messe einen erweiterten Stärkenbereich erhalten und auch zusätzliche größere Durchmesser, um die Gläser fürs Myopie-Management auch für größere Fassungen möglich zu machen und damit die Auswahl zu erweitern.

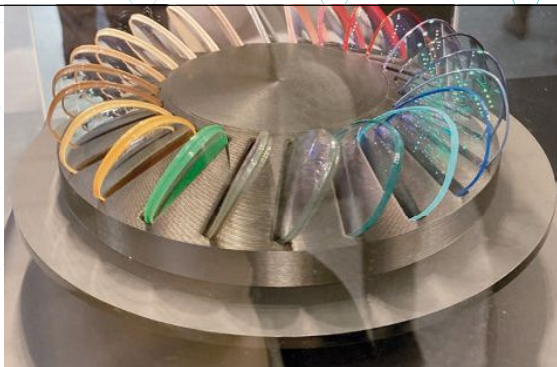
## ALPHA EYES

**Klaus Sprenger** (Foto) war mit seinem Start-up Alpha Eyes ([alphaeyes.de](http://alphaeyes.de)) aus Kirchdorf am Future Vision Hub in Halle C3 vertreten. Eigentlich hätte er besser in die C4 zu den anderen Geräteherstellern gewollt, aber die Besucher, die Alpha Eyes fanden, staunten trotzdem nicht schlecht über die präsentierte Technologie. Besonders die Möglichkeit, Prismen mit einer VR-Brille zu vermessen, habe für Erstaunen gesorgt. „Das zeigt uns, dass innovative Technologien wie die Gesichtsfeldmessung in der Augenoptik und Optometrie noch nicht weit verbreitet sind, aber durchaus auf Interesse stoßen“, meinte Sprenger.



## FFIN EYEWEAR

In den opti-Boxen zu finden war erstmals die britische Marke Ffin Eyewear aus Wales mit ihren preisgekrönten nachhaltigen Brillendesigns. **Director Niall Clifford:** „Wir haben viel Interesse an unseren unkonventionellen Designs und der Qualität der Handwerkskunst erhalten. Ich glaube, der netteste Kommentar kam von einem Vintage-Sammler, der sagte, er sehe sich ‚meine zukünftigen Vintage-Stücke‘ an. Die opti war unsere bisher ruhigste Messe, was neue Geschäfte angeht, aber wir haben bereits einige deutsche Kunden, und wenn wir unsere Rückkehr zur opti planen, wird sie im Herzen des Designer-Bereichs stattfinden.“



## SHAPE.LINE

Die Shape Engineering GmbH aus Köln war mit ihrem Produkt **Shape.line** zum zweiten Mal auf der opti dabei. Geschäftsführer **Christian Pöpperl** konnte so gut vergleichen: „Die Resonanz der Besucher zu unserem Beschichtungsservice für den Brillenglasrand war sehr positiv. Die Anpassung des Vertriebsmodells war mit Sicherheit ein entscheidender Faktor für das positive Feedback. Die Kunden können nun einfach auftragsbezogen Gläser bei uns beschichten lassen, ohne jegliche Art von Rahmenvertrag. Des Weiteren sind unsere neuen Farben bei Bestandskunden und Interessenten gleichermaßen gut angekommen.“

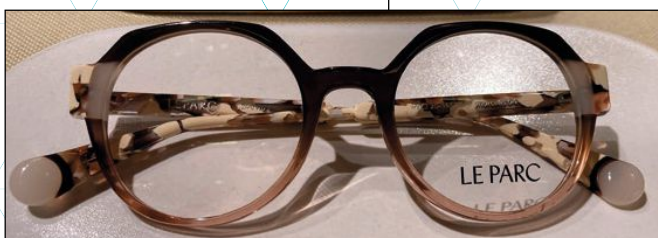
## VISIONIX

Besonderes Interesse am Stand von VISIONIX bestand bei den Besuchern an „**MyVisionIXperience**“. Eine neue Lösung, die Augenoptiker unterstützen soll, ihr Fachgeschäft erfolgreicher zu positionieren. Dafür hat sich Visionix drei Module ausgedacht:

- **Eye Check Experience** steigere die Kundenbindung mittels Vorsorgeangebot.
- **Lens Experience** könne mit den biometrischen Daten des Kunden zu einer nachvollziehbaren Empfehlung von hochwertigen Gläsern genutzt werden.
- **Refraction Experience** mache hochwertige Refraktionsbestimmungen in fünf Minuten möglich, vor Ort oder remote.

Die „Netzhaut-Button-Aktion“ am Stand habe zudem gezeigt, wie sinnvoll optometrisches Screening ist. So fanden die Visionix-Experten einige Auffälligkeiten bei den Fachbesuchern, ein paar gar mit dringendem Handlungsbedarf. Knapp 500 Buttons und Netzhautaufnahmen wurden an interessierte Augenoptiker verteilt und aufgenommen.

## VISIONARIO / LE PARC



**Carles Giménez** von der spanischen Marke Visionario / Le Parc zog als Design & Marketing Director ebenfalls ein positives Fazit: „Unsere Teilnahme war sehr zufriedenstellend. Wir hatten das Vergnügen, zahlreiche deutsche Kunden zu begrüßen, die bereits mit unserer Marke vertraut waren und unsere neue Kollektion kennenlernten, sowie neue Kunden zu treffen, die sich für unsere Designs interessieren.“

## ESSILOR

„Der **MYOPIA HUB 2025** auf der opti war ein klares Statement für evidenzbasiertes Myopie-Management! Wir freuen uns über den großen Zuspruch der Fachbesucher und -besucherinnen und nicht zuletzt über deren Interesse an unserem **Essilor Stellest Brillenglas**“, sagte **Paula Isemann** von Essilor. Die Produktmanagerin nahm ihrerseits „viele wertvolle Impulse von den hochkarätigen Experten und Expertinnen am Hub“ mit.



Paula Isemann, Category & Product Manager DACH bei EssilorLuxottica

## OPTISWISS

Ein neues Gleitsichtglasdesign präsentierte Optiswiss:

**BIOMETRICS HORIZON** besteche durch bahnbrechende technologische Innovationen und sei perfekt auf den individuellen visuellen Bedarf jedes Einzelnen abgestimmt. Mit den Brillengläsern auf Basis neuester Entwicklungserkenntnisse und mit einem Fundament aus technologischer Expertise, Qualität und Präzision perfektionierte Optiswiss sein BIOMETRICS-Konzept. Die Schweizer erklärten den Gästen am Stand, dass sich das adaptive Brillenglasdesign dynamisch an die individuelle Fehlsichtigkeit und das Alter des Trägers anpasse und so für größtmögliche, nutzerrelevante Sehbereiche Sorge. Das Besondere: Das neue Gleitsichtglasdesign BIOMETRICS HORIZON vereine drei hochkarätige Technologien. **Swissvario Technologie** nennt Optiswiss eine neue Berechnungsmethode, die für Präzision und Klarheit stehe. Die individuellen visuellen Bedürfnisse würden durch die sogenannte **Optometric Technology** berücksichtigt. Und durch die Messung der Parameter Augenbaulänge, Augendrehpunkt und Pupillendurchmesser mit dem **OCULUS Myopia Master** oder der **OCULUS Pentacam AXL Wave** werde man mit dem Glas dem einzigartigen Anspruch jedes menschlichen Auges gerecht.

## MPG&E

Ein neues Highlight für das Myopie-Management mit Kontaktlinsen versprach MPG&E mit der neuen **ECCO One Day my M**. Diese Linse verbinde effektives und sicheres Myopie-Management mit den Vorteilen einer Tagesaustausch-Kontaktlinse. Für Kinder, die für die Abgabe orthokeratologischer Myopie-Management-Kontaktlinsen nicht infrage kommen, soll die neue Linse punkten – mit leicht erlernbarer Handhabung und dem Verzicht auf Kontaktlinsenpflege. Für die ältere Kundschaft der Augenoptiker hatte MPG&E neue Produkte für die Augenerfrischung und die Kontaktlinsenpflege dabei. Unter anderem **Sodyal BioMoist Plus**, eine Kombilösung für weiche Kontaktlinsen, die „herausragende Benetzungseigenschaften und langanhaltenden Komfort“ bieten soll – selbst bei trockenen Augen. Dank der neu gestalteten Aufbewahrungsflasche komme Sodyal BioMoist Plus ohne Umverpackung aus und sei deshalb besonders nachhaltig. Die transparente Flasche ermögliche zudem jederzeit einen Blick auf den Füllstand der Lösung.



Das Team von MPG&E begann bei der opti mit den Feierlichkeiten zum 25-jährigen Jubiläum!





## OCULUS

Mehr als nur hochwertige Produkte stellte bei dieser opti einmal mehr Oculus vor, denn die Wetzlarer verstehen sich als langfristiger Partner und legen aus diesem Grund Wert auf kontinuierliche Unterstützung der Augenoptiker. Zum Beispiel verfolgen die Seminare der **Oculus Akademie** das Ziel, das Augenoptiker das volle Potenzial der Geräte ausschöpfen und auf dem neuesten Stand der Technik bleiben können. Regelmäßige Weiterbildungen sind sicher nicht nur für Oculus essenziell, um eine konstant hohe Qualität der Screening-Dienstleistungen sicherzustellen. Produktseitig wurden unter anderem Spaltlampen, der **Keratograph 5M** und die Pentacam für den vorderen Augenabschnitt sowie die **NIDEK Funduskamera** und das OCT für den hinteren Augenabschnitt präsentiert. Mit Lösungen wie der **Pentacam** und dem **NIDEK OCT Retina Scan Duo 2** bietet Oculus Augenoptikern innovative Technologien und eine solide Grundlage für langfristigen Erfolg. eyebizz wird in einer der kommenden Ausgaben detaillierter darauf eingehen.

Die Pentacam AXL Wave von Oculus für neue Möglichkeiten in augenoptischen Fachgeschäften.

## RODENSTOCK

Bereits in der Ausgabe 1.2025 hat eyebizz über die Weiterentwicklung in Sachen biometrische Brillengläser aus dem Hause Rodenstock berichtet. Das **B.I.G. EXACT Sensitiv** stand natürlich auch bei der opti im Mittelpunkt des Messeauftritts. „Rodenstock erreicht die nächste Evolutionsstufe von B.I.G. VISION“, wiederholte **Dr. Dietmar Uttenweiler** (Foto), Executive Vice President Innovation. Die neuste Generation der biometrischen Brillengläser aus München berücksichtigt sowohl die Biometrie des Auges als auch die individuelle visuelle Sensitivität. Dadurch profitiere der Brillenträger von einem Übergangslosen, dynamischeren Sehen, einem verbesserten Lesefluss sowie einer besseren Orientierung. Mehr zu diesem Thema gibt es in Ausgabe 3.2025 und im neuen Format „Küchenblock“ des **INSEYEDER**. Darin erzählt Uttenweiler nicht nur von B.I.G. VISION sondern auch von Rodenstock, die Aufzeichnung des Live-Events vom 12. März 2025 gibt es unter [inseyeder.de](https://www.inseyeder.de).



## RETINALYZE

Retinalyze feierte die zehnte Teilnahme bei der opti und bezeichnet sich daher wohl nicht zu Unrecht als einen Vorreiter in Sachen Augenscreening mit Künstlicher Intelligenz. Die Vision habe sich dabei nie geändert: eine effiziente und zuverlässige Methode für Augenscreenings zu schaffen, unterstützt durch KI und Telemedizin inklusive der Integration eines Augenarzt-Back-ups. Immer mit dem Ziel, Augenoptiker und Optometristen bei der frühzeitigen Erkennung möglicher Anzeichen von Augenerkrankungen bei ihren Kundinnen und Kunden zu unterstützen. Dieses Mal im Gepäck hatte Retinalyze „GIP“: ein **neues KI-Tool zur Glaukom-Überwachung mit einem Algorithmus**, der den Hämoglobinspiegel über einen langen Zeitraum überprüfen und dokumentieren könne. So lasse sich die Entwicklung eines Glaukoms bei einem Kunden exakt verfolgen.



## WÖHLK

Natürlich kamen die Kontaktlinsenhersteller auch nicht ohne Neuigkeiten nach München, so zum Beispiel Wöhlk. „Das Kundenfeedback auf unsere erste Kontaktlinse mit **FEN Vision Technology** war durchweg positiv, und so freuen wir uns, dass wir diese schnelle und einfache Art der Anpassung jetzt auch auf unsere **CONTACT INDIVIDUAL MULTI** übertragen konnten“, berichtete **Torven Ziehmer**, Leiter Professional Services und Kundenmanagement bei Wöhlk. Damit sei nun auch die erste individuelle weiche Kontaktlinse mit der Technologie erhältlich, was vor allem auch für Augenoptiker interessant sein dürfte, die sich bislang mit der Anpassung von multifokalen individuellen Linsen eher schwer getan haben. „Da ist dieses neue Produkt besonders geeignet“, meinte Ziemer.

## OPTIMUS HEARING

Optimus Hearing hielt als einziger Aussteller aus diesem Bereich die Fahne der Hörakustik-Anbieter hoch. Am Stand des **Future Vision Hub** feierte das Start-up aus Ahrensburg Premiere in München. Geschäftsführerin **Janin Schmelzer** war begeistert: „Wir waren dieses Jahr zum ersten Mal mit eigenem Stand auf der opti-Messe vertreten. Die Resonanz war großartig – das Feedback zu unserer Hörmarke und unserem **360°-Marketing-Konzept**, das gezielt auf die Bedürfnisse der Babyboomer- und X-Generation ausgerichtet ist, war äußerst positiv.“

## ZEISS

Screening war auch dieses Jahr das Topthema der opti, gleichermaßen bei Ausstellern wie Besuchern. Unter dem Motto „Früherkennung ermöglichen, Augengesundheit bewahren“ mischt nun auch Zeiss mit einer neuen Lösung mit. Der medizinische Augen-Check-Up von **Ocumed** ist ebenfalls eingebunden in das neue **Zeiss EyeCare Network** – das Lösungsangebot für Augengesundheit aus Aalen. Die Gründe, warum ein neues Geschäftsmodell heute nötig ist, liegen auf der Hand, Zeiss stellte besonders den Nutzen für die Augenoptiker heraus, die sich ein Alleinstellungsmerkmal schaffen und ihren Kundinnen und Kunden einen echten Mehrwert bieten können. Zeiss bietet dazu nicht nur die Lösung von Ocumed und die Vernetzung mit Augenärzten an, sondern liefert auch gleich das passende Gerät mit, mit dem die Augen der Kunden umfassend zu beurteilen seien: Der **VISUREF 1000** liefere auf Knopfdruck umfassende Ergebnisse für den vorderen und hinteren Augenabschnitt. Es vereint die objektive Wellenfrontrefraktion mit vielen zusätzlichen Messungen in einem einzigen, kompakten Gerät.



Das Team auf der opti (von links): Optimus-Hearing-Markenbotschafter Jörg, Janin Schmelzer (CEO) und Anke Sievers (Vertrieb)

## EPITOP / BON OPTIC

Voll war es auch an den Messeständen von Epitop und bon optic, wobei es bei bon insbesondere auf einer Seite des Messestandes zum Gedränge kam, was den Schwerpunkt des Besucherinteresses dieser opti bildlich unterstrich: denn dort standen die Lösungen fürs Screening. Epitop machte auf die neuen Services **Marketing-Mate**, **Medical-Mate** und **Trainings-Mate** aufmerksam, mit denen Augenoptiker und Optometristen fit für ein zukunftsweisendes Screening gemacht werden sollen. Und bei bon fanden die Möglichkeiten des **iCare ILLUME** besondere Aufmerksamkeit, natürlich KI-gestützt! Passend dazu kam man als Besucher aufgrund des Andrangs zeitweise kaum an den präsentierten Echtfarben-Fundusscanner **iCare DRSpplus** heran, eine von bon als neuer Standard benannte Lösung in der Netzhaut-Bildgebung.