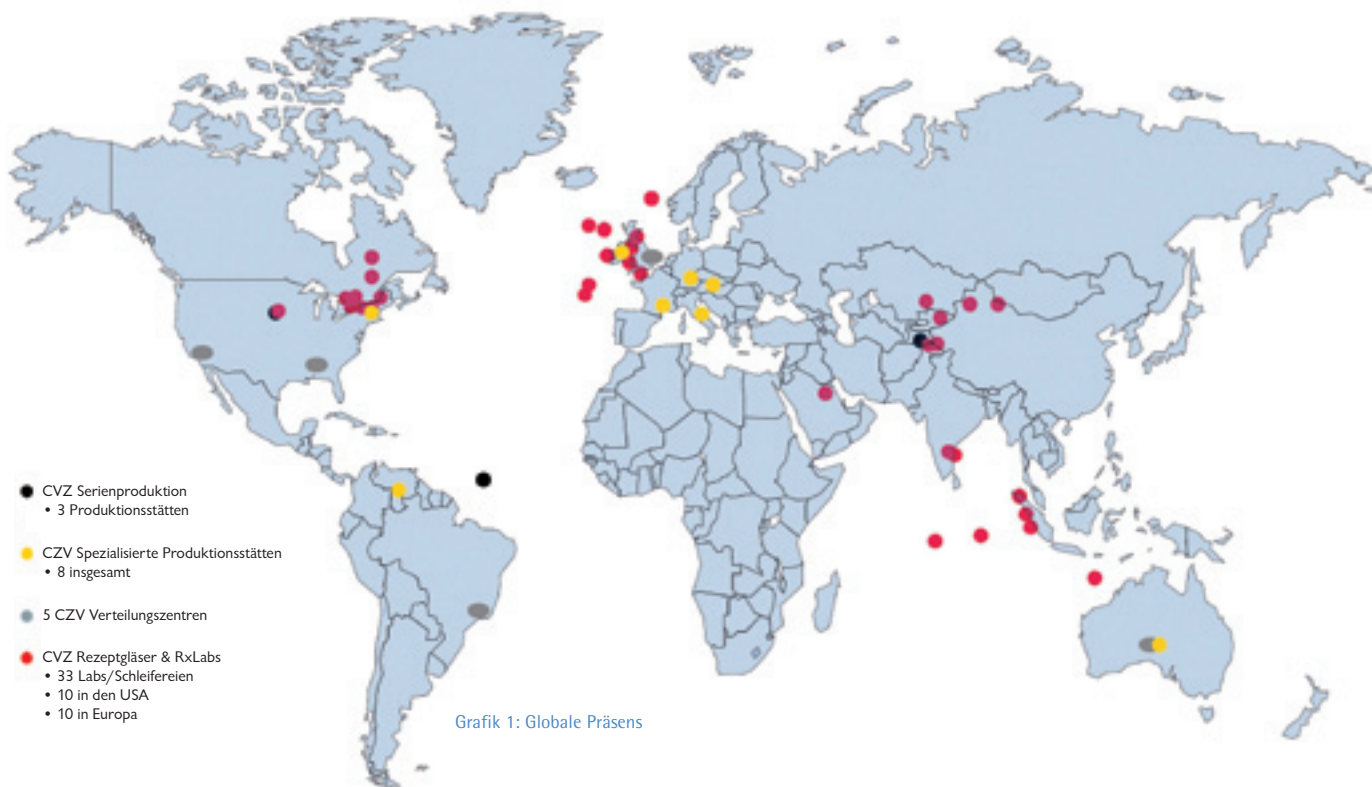


Durchstarten bei CZV

Neuartiges Messgerät, Markenvielfalt

Lange nichts von Carl Zeiss gehört? – Diesem Eindruck trat Carl Zeiss Vision (ZV, Aalen) beim jüngsten Messeauftritt in Paris massiv entgegen. Von Christine Höckmann



Nach dem Zusammenschluss von Carl Zeiss mit Sola im März 2005 trumpft das neue Unternehmen CZV jetzt mit seiner globalen Präsenz auf: „Jede zweite Minute entscheiden sich zwei weitere Verbraucher für Carl Zeiss Vision Gläser. Schon jetzt tragen 150 Millionen Menschen Brillengläser von CZV. Die Umsatzsteigerung des ersten Halbjahres gibt CZV International, das zu gleichen Teilen von Carl Zeiss und dem Finanzinvestor EQT gehalten wird, mit 10% an (EUR 426 Millionen). Siehe Grafik 1.

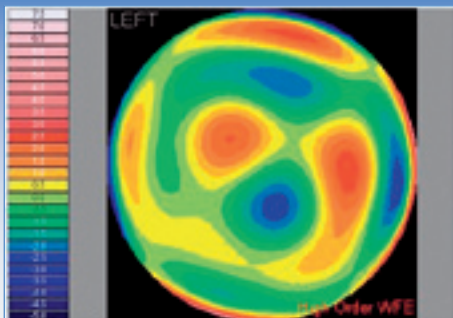
Carl Zeiss Vision wurde im Jahr 2005 durch den Zusammenschluss von SOLA International Inc. und dem Augenoptikbereich der Carl Zeiss AG gegründet. Das Unternehmen, mit Hauptsitz in Aalen, Baden-Württemberg, ist auf allen wichtigen Märkten in Europa, den USA, Asien und Australien tätig und nimmt im Brillenglasgeschäft nach eigenen Angaben die zweite Position in der Welt ein.

CZV profiliert sich auf der Silmo mit einem neuen Messsystem, dem i.Profiler, inklusive i.scription Software. Ziel ist die „Neudefinition der Sehkorrektur“, wie es Rolf Herrmann, Leiter CZV-Produktmanagement, im Gespräch mit der FOCUS-Redaktion auf der Messe formulierte. In Paris fand das Novum großes Besucherinteresse. Das Messsystem analysiert

das menschliche Auge mit neuer Präzision, versprechen die Zeissianer. Dabei werden vollständige Informationen über die Abbildungseigenschaften des Auges ermittelt, speziell die Fehler höherer Ordnung. Carl Zeiss hat bereits Erfahrung mit diesem Messverfahren. Es wird heute beispielsweise schon in der refraktiven Hornhautchirurgie (LASIK) oder zur Herstellung von Intraokularlinsen eingesetzt.

Der Clou des Ganzen, so Herrmann, sei eine Formel, nach der auch die Fehler höherer Ordnung des Auges berücksichtigt werden – nicht von den Abbildungsfehlern der Brillengläser selbst – wie dies beispielsweise bei Essilor der Fall ist. Diese „höheren Sehfehler“ des Auges sind unter anderem verantwortlich für reduziertes Kontrastsehen oder schlechtes Sehen in der Dämmerung und in der Nacht.

Der Augenoptiker übermittelt somit künftig neben den herkömmlichen Refraktionswerten auch die i.Profiler Messwerte an CZV. Daraus werden dann die so genannten i.Scription Brillenwerte berechnet. Neu entwickelte, hochpräzise Fertigungsprozesse, so Zeiss, setzen diese Berechnungen in Brillengläser mit optimierter Korrektur um. Das Ergebnis seien Brillengläser für eine optimierte Sehleistung insbesondere bei Dämmerung und in der Nacht.



i.Profiler Messung; die verschiedenfarbigen Flächen sind ein Maß für die Fehler höherer Ordnung des Auges



i.Profiler will die Kompetenz des Augenoptikers erhöhen: Für die „neue Qualität der Brillenkorrektur“ bietet CZV dem Augenoptiker das multifunktionale Messgerät an. Es ist das erste vollautomatische Zeiss Autorefraktometer/Keratometer auf Basis der innovativen Wellenfront-Technologie

Bei der Messung projiziert i-Profilier ein feines Lichtbündel niedriger Intensität auf die Netzhaut. Dieses Licht wird von der Netzhaut zurückgestreut. Durch die Abbildungsfehler des Auges entsteht eine verformte Wellenfront, die dann hochgenau analysiert wird. Das Gerät ermittelt durch dieses Verfahren im Vergleich zu einem konventionellen Autorefraktometer die Brechkraftverteilung des Auges über die gesamte Öffnung der Pupille. Diese Messwerte ermöglichen unter anderem die Berechnung der Änderung der Refraktion bei unterschiedlichen Gebrauchssituationen (z. B. Sehen bei Dämmerung oder bei Dunkelheit) sowie die Ermittlung der so genannten Abbildungsfehler höherer Ordnung des Auges, wie Koma, Dreiblattfehler oder sphärische Aberration.



Rudi Spiller, General Manager Carl Zeiss Vision, im Gespräch auf der Silmo

Nachgefragt:

...bei Rudi Spiller, General Manager Europe, Carl Zeiss Vision.

Schrieb die FAZ im Mai noch, Zeiss hätte im Bereich Brillenglas zu kämpfen, widerspricht Rudi Spiller dieser Meldung im Gespräch mit der FOCUS-Redaktion vehement: „Im Unterschied zu unseren Wettbewerbern haben wir in diesem Jahr die größte Verbesserung in relevanten Kennziffern hingelegt.“

- Die Mehrwertsteuererhöhung Anfang kommenden Jahres werde die Branche und auch CZV nicht signifikant beeinträchtigen. „Das geht im allgemeinen Rauschen unter“, meint Spiller. Auch wenn es sich im letzten Drittel des Jahres bei so mancher Brille, die da über den Ladentisch geht, um vorgezogenen Umsatz handele, nicht um zusätzlichen.

- Mit dem Start gegen Ende 2006 etabliert sich CZV mit drei Marken im deutschen Markt... Spiller erläuterte dazu:

1. Zeiss steht für hervorragende optische Fachkenntnis und Qualität, innovative Produkte und ist die stärkste Marke im Bereich Augenoptik weltweit.
2. Sola steht für Frische und Lebendigkeit, hohe und gesicherte Qualität bei einem ausgezeichneten Preis-Leistungsverhältnis. Mit der Teflon-Beschichtung steht dem Augenoptiker eine der bekanntesten Konsumentenmarken zur Verfügung.
3. American Optical (AO) Produkte decken den Standard und Einstiegsbereich ab. Gute und verlässliche Qualität zu attraktiven Preisen.

- Ist die Vielfalt, die diese drei Marken bieten, nicht kaum überschaubar für den Augenoptiker und ein eher verwirrend breites Angebot für den Endverbraucher?

Nein, laut Spiller. Schließlich soll dem Augenoptiker die Möglichkeit gegeben werden, seinen Kunden als Individuum wahrzunehmen und ihn seinen Bedürfnissen entsprechend zu bedienen.

- Bezogen auf CZV: Welches Marktsegment wird sich bis 2010 am ehesten entwickeln das untere oder das obere?

Spiller: „Die Menschen werden der Brille in Zukunft eine höhere Wertigkeit zuschreiben. Die Brille wird helfen, die Welt zu erschließen. Wichtig ist, den individuellen Ansprüchen der Kunden gerecht zu werden. Der Preis spielt keine ausschlaggebende Rolle. Es geht um Problemlösungen, die geboten werden, diese können auch kostengünstig sein.“