EIN THEMENSPECIAL GESPONSERT VON DER KOCHOPTIK AG ZU IHREM 111-JAHRE-JUBILÄUM

EXTRA

DAS MAGAZIN

HIGHTECH FÜR DAS AUGE

Eine revolutionäre Augenmessmethode ermöglicht die individuellsten Brillengläser aller Zeiten

KOCH® OPTIK

Mit dem DNEye® Scanner werden alle relevanten biometrischen Parameter gemessen

SPEKTAKULÄRE TECHNOLOGIE UND VIEL ERFAHRUNG

Noch präziser geht es nicht: Kochoptik nutzt den DNEye®-Augenscan und eine 4-stufige Sehanalyse, um den Kunden die perfekte Sicht zu ermöglichen.

Jeder Mensch ist anders. Und weil kein Mensch zwei gleiche Augen hat, gibt es auf dieser Welt rund 17,5 Milliarden verschiedene Augen. Auf die riesige Vielfalt konnte die Brillenindustrie lange Zeit nicht adäquat reagieren. Vor allem aus technischen Gründen war es gar nicht möglich, alle Details des komplexen Sinnesorgans exakt zu vermessen. Die Nutzerinnen und Nutzer erhielten deshalb Standardgläser, die so gut wie möglich ihren Bedürfnissen angepasst wurden.

In den letzten Jahren ist diesbezüglich jedoch viel gegangen. «Die Entwicklung macht zwar keine gewaltigen Sprünge mehr, aber im Detail ändert sich ständig etwas», sagt Sven Brülisauer. Der diplomierte Augenoptikermeister leitet die Filiale von Kochoptik im Jelmoli an der Zürcher Bahnhofstrasse. «Ein Glas von heute hat mit einem, wie es vor zwanzig Jahren produziert wurde, nicht mehr viel zu tun.» Verändert haben sich – neben Materialien und Beschichtungen – vor allem die Möglichkeiten der Individualisierung.

Kochoptik ist in diesem Bereich in der Schweiz führend. Sven Brülisauer: «Rodenstock war der erste Lieferant individuell angepasster Gleitsichtgläser, und er führte sie im Jahr 2000 mit uns in der Schweiz ein.» Gut ein Jahrzehnt später präsentierten Rodenstock und Kochoptik den Kundinnen und Kunden dann eine Revolution in der Branche: den DNEye®-Augenscan. Seither ist das System ständig weiterentwickelt worden – und es ist keine Übertreibung, wenn Sven Brülisauer sagt: «Die Gleichtsichtgläser, die wir aufgrund dieser Technologie produzieren, sind die individuellsten und besten, die es je gab.»

Jedes Detail wird erfasst

Wer schon einmal einen Augentest erlebt hat, weiss: Neben dem manuellen Test, bei dem einem der Optiker verschiedene Gläser aufsetzt und man die Sehqualität subjektiv beurteilt, gibt es jeweils auch einen Computer-Sehtest. Dabei blickt man in die Öffnung eines Geräts, durch die man einen Fesselballon am Ende einer Landstrasse sieht. Der Computer vermisst dann verschiedene Parameter des Auges, das auf den Ballon starrt.

Beim DNEye®-Augenscan ist die Übungsanlage genau gleich, die Technologie dahinter aber spektakulär erweitert: Das Gerät erfasst das Sehsystem an 7000 verschiedenen Messpunkten mit einer Genauigkeit von einer Hundertstel Dioptrie, und es evaluiert jedes erdenkliche Detail. Dazu gehören etwa die individuelle Augenlänge, die Hornhaut-Brechkraft und -dicke, die Vorderkammertiefe, die Pupillengrösse bei verschiedenen

GLEITSICHTGLÄSER ERST SEIT 1959

Früher nutzten Menschen mit mehreren Sehschwächen verschiedene Sehhilfen, zum Beispiel eine für die Weit- und eine für die Kurzsicht. Dann entstanden die Bi- und Trifokalgläser. Allerdings waren die Trennkanten zwischen diesen Bereichen scharf, was zu Bildsprüngen führte. 1959 erfolgte dann der entscheidende Entwicklungssprung. In Frankreich wurde das erste Gleitsichtglas entwickelt. Es ermöglicht, stufenlos in allen Distanzen scharf zu sehen. Ein Gleitsichtglas verfügt über drei Zonen, die je einen bestimmten Bereich abdecken und nahtlos ineinander übergehen.

Lichtverhältnissen, die Linsenbrechkraft oder die Glaskörpertiefe. Zu wenig oder gar nicht erfasst würden bei herkömmlichen Tests manche Sehfehler niedriger Ordnung, sagt Sven Brülisauer. «Dabei handelt es sich unter anderem um Erscheinungen, die sich nur unter bestimmten Bedingungen bemerkbar machen, etwa in der Nacht.» Dank dem DNEye®-Augenscan lassen sich solche Fehler problemlos erkennen und dann mit einem entsprechenden Glas beheben.

Allerdings: Die Augenoptiker können sich nicht einfach zurücklehnen und den Scanner arbeiten lassen. Sven Brülisauer: «Die grosse Herausforderung liegt darin, die vielen Daten richtig auszuwerten.» Jedes Detail zu klären und auf diese Weise Perfektion zu erreichen, ist anspruchsvoll und braucht Zeit. «Nach der Beratung brauche ich mindestens noch eine halbe Stunde Zeit, um die Daten auszuwerten.» Die meisten Anbieter wollen und können diesen Aufwand nicht leisten. Es ist also durchaus glaubhaft, wenn Rodenstock festhält, dass rund 98 Prozent aller Gleitsichtgläser nicht optimal auf ihre Träger abgestimmt sind.

Gläser werden aus Rohling gefräst

Individualität bedeutet bei DNEye®-Gläsern übrigens nicht allein, dass die Tests viel mehr persönliche Daten erfassen, sie betrifft auch die Produktion der Gläser. Im Standardverfahren werden weiterhin vorgefertigte Gläser zugeschliffen, DNEye®-Gläser werden hingegen vollständig aus einem Rohling mit der Freiformtechnologie gefräst. So wenig, wie ein Auge einem anderen gleicht, so wenig ist also auch ein DNEye®-Glas mit einem anderen identisch.

Marius Leutenegger

4-STUFIGE SEHANLAYSE

Eine Sehanalyse bei Kochoptik kombiniert neueste Technologien mit der Expertise ausgewiesener Fachleute. Sie umfasst vier Stufen:

1. DNEye®-Augenscan
Das Sehsystem wird an 7000 verschiedenen Messpunkten erfasst; die Messungen sind 25-mal genauer als bei herkömmlichen Tests.

2. Manueller Sehtest
Er bleibt unerlässlich, denn eine Maschine kann nicht sagen, mit welchen Korrekturen sich Kundinnen und Kunden am wohlsten fühlen.

3. Bedarfsanalyse
Ob ein bestimmtes Glas passt oder nicht, hängt auch von der Nutzung der Brille ab. Oft ist ein Gesamtpaket empfehlenswert, zum Beispiel eine Gleitsichtbrille für den Alltag, eine Brille für die Arbeit am Schreibtisch und Kontaktlinsen für den Sport.

4.Messung mit dem ImpressionIST®
Die Kundin oder der Kunde blickt in einen Spiegel; das 3D-Videozentriersystem führt mit zwei Kameras eine Gesichtserkennung durch, die Parameter im Zusammenhang mit dem gewählten Brillengestell erfasst und zum Beispiel den genauen Abstand und Durchmesser der Pupillen misst. So kann die Brille perfekt montiert werden.

Jubiläums-Kollektion: Alle von Nirvan Javan designten Modelle sind auf 50 Stück limitiert

SO FEIERT KOCHOPTIK DAS 111-JAHR-JUBILÄUM

Warum feiert Kochoptik ausgerechnet das 111. Jahr ihres Bestehens? –«Warum nicht?», fragt Geschäftsführer Friedrich Grimm zurück. «Das ist eine schöne Zahl – und wir feiern gern. Deshalb begehen wir das Jubiläum mit unseren Kundinnen, Kunden und Mitarbeitenden.» Zum Beispiel mit speziellen Aktionen. So gibt es Gutscheine mit Schnapszahlen oder einen Jubiläumswettbewerb, bei dem man ein lebenslanges Brillenabo gewinnen kann. «Und alle unsere Geschäfte werden festlich geschmückt», verspricht der Kochoptik-Chef.

«DIE DETAILS MACHEN DIESE KOLLEKTION AUS»

Der Zürcher Designer Nirvan Javan hat die Kollektion zum 111-Jahr-Jubiläum von Kochoptik entwickelt.

Was ist die Herausforderung beim Design einer Brille?
Es gibt so viele verschiedene Gesichter, Kopfformen, Augenabstände. Als Designer versuche ich, für alle ein perfektes Modell zu entwickeln, das passt, gut aussieht und den Charakter der Person unterstreicht. Da spielen oft Millimeter die entscheidende Rolle.

Was zeichnet eine typische Brille von Ihnen aus?
Das ist einerseits sicherlich der puristische Stil. Die Farbauswahl ist harmonisch und Ton in Ton gehalten. Am Anfang waren die Fassungen allesamt matt, heute darf es auch glänzend sein. Ich orientiere mich da an meinen Erfahrungen als Augenoptiker und weiss, welche Art Brillen bei Kunden und Augenoptikern gut ankommen. Der Träger, die Trägerin steht immer an erster Stelle.

Wie gehen Sie bei Ihrer Arbeit vor?
Ich stelle mir vor, ich stehe in einem Brillengeschäft und muss die perfekte Fassung zeigen. Was ist dem Kunden oder der Kundin wichtig? Was trägt er oder sie? So entwickelt sich nach und nach das Design. Unsere Modelle sind

«Ich möchte mich von anderen Kulturen inspirieren lassen»: Designer Nirvan Javan

dank ihrer puristischen Designsprache meist von Damen und Herren tragbar.

Würden Sie gern einmal ein völlig verrücktes Modell entwickeln?
Wir sind gerade dabei, unser Spektrum zu erweitern, wir lassen mehr Kreativität zu, und so ergeben sich neue Möglichkeiten. Das Puristische wird natürlich immer Teil meiner Handschrift bleiben. Aber ich möchte mir auch die Freiheit nehmen, mich von anderen Kulturen inspirieren zu lassen.

Sie haben die Jubiläums-Kollektion von Kochoptik entworfen. Wie sind Sie dabei vorgegangen?
Natürlich habe ich mich mit der Geschichte und der Philosophie von Kochoptik beschäftigt. Es war auch klar, dass das firmentypische Rot eine der Farben werden würde. Gleichzeitig sollten die Brillen aber auch klar als Modelle von mir erkennbar sein.

Wie haben Sie das gemacht?
Nehmen wir das Rot. Diese Farbe findet sich in unseren anderen Kollektionen kaum, weil sie sich nicht für unseren harmonisch-puristischen Ansatz eignet. Also liessen wir Fassungen in zwanzig verschiedenen Rottönen produzieren: Glanz oder matt, bei Tageslicht, im Kunstlicht, auf der Haut. So fanden wir schliesslich das perfekte Rot. Zudem haben wir alle Scharniere der Kollektion in Gold – und nicht wie sonst üblich in Silber – verarbeitet.

Wie viele Modelle umfasst Ihre Jubiläums-Kollektion?
Es sind vier Modelle in je drei Farben sowie eine Sonnenbrille in zwei Farben. Jede der Brillen besteht aus Acetat, einem speziellen, hautverträglichen Kunststoff. Jedes Exemplar ist nummeriert und auf fünfzig Stück limitiert. Dazu kommen ein spezielles Brillentuch, ein Etui und ein Echtheitszertifikat.

Erik Brühlmann

STILVOLL UND EDEL – DIE BRILLENMODELLE DER STARDESIGNER

Die Auswahl bei Kochoptik ist riesig: Neben den eigenen Kollektionen finden sich auch die grossen Marken im Sortiment

GIORGIO ARMANI
Zeitlos und hochaktuell
Das Modeemporium Giorgio Armani charakterisiert sich durch minimalistisches, edles Design. Bei der Herstellung von Brillen setzt es auf Liebe zum Detail sowie die besten Materialien. Traditionell, zeitgemäss oder ausgefallen – Giorgio Armani bietet für alle Zielgruppen ein passendes Modell. Trotz grosser Auswahl entspricht jede Brille dem ikonischen Charakter der Marke.

PORSCHE
Vom Motorsport inspiriert
Karbonfasern sind ideal für Brillengestelle. Der königliche Werkstoff punktet mit Leistungsfähigkeit, Leichtigkeit und grosser Flexibilität. Porsche nutzt diese Vorteile für beständige, anpassungsfähige Modelle, die vom Motorsport inspiriert sind.

LA FONT
Von Paris mit Stil
Die französische «l'art de vivre» zeichnet sich durch Leichtigkeit und Eleganz aus. Diesen Attributen entsprechen auch die Brillen von La Font. Design und Technik gehen dabei Hand in Hand, erfinden sich neu mit einer grossen Auswahl an Modellen.

«SEHQUALITÄT IST LEBENSQUALITÄT»

Der Augenoptikermeister Friedrich Grimm, 55, ist seit zwanzig Jahren Geschäftsführer von Kochoptik – und von seiner Aufgabe begeistert.

Nur die wenigsten Unternehmen werden 111 Jahre alt. Warum gelang dies Kochoptik?
Natürlich braucht es dafür auch glückliche Umstände. Ich bin aber überzeugt, dass die Langlebigkeit mit der Haltung des Gründers Wilhelm Koch zu tun hat, die zu unserer DNA geworden ist, und der wir auch in Zukunft entsprechen wollen: Kochoptik stellt die Kundinnen und Kunden in den Mittelpunkt.
Behaupten das nicht alle Unternehmen?
Ich weiss, aber bei uns ist das nicht einfach ein Satz in einem Strategiepapier, sondern gelebter Alltag. Wilhelm Koch wollte zum Beispiel ganz genau wissen, wo ein Mikroskop, das man bei ihm bestellte, hinkommt – er ging zum Kunden und empfahl dann vielleicht noch einen zusätzlichen Blendschutz. Er wollte es perfekt machen, weil ihn das Gegenüber und dessen Bedürfnisse wirklich interessierten. Wir sind wie er: Wir wollen nicht einfach Brillen verkaufen, sondern Sehlösungen. Unser Ziel ist, dass sich unsere Kunden im Leben wohler fühlen.
Ist das nicht etwas hoch gegriffen?
Unsere Augen bewegen sich täglich zwischen 200 000 und 250 000 Mal. Das kostet unheimlich viel Energie. Eine optimale Sehlösung hilft tatsächlich, das Leben komfortabler zu machen – Sehqualität ist Lebensqualität!
Was heisst «Sehlösung»?
Dass es uns eben nicht einfach um eine Brille geht. Eine ältere Kundin benötigt vielleicht eine Kombination aus Gleitsichtbrille und Lupe, ein anderer Kunde ist mit Kontaktlinsen für den Sport, einer PC-Brille und einer Gleitsichtbrille gut bedient. Sehen ist extrem individuell, und darum gibt es keine Standardlösungen. Nie!

Sie sind seit bald vierzig Jahren in der Branche tätig. Was gefällt Ihnen an Ihrer Arbeit?
Der Mensch. Unsere Arbeit ist hochspannend. Wir beschäftigen uns einerseits mit individuellen Bedürfnissen und andererseits mit hochkomplexer Technologie. Diese Kombination ist herausfordernd und macht Spass. Die technische Entwicklung kommt uns dabei entgegen, denn anspruchsvolle High-Tech-Instrumente fordern viel von uns und ermöglichen uns gleichzeitig, noch genauer auf die individuellen Anforderungen einzugehen.

«Wir sind so etwas wie die Massschneider unter den Optikern»

Kochoptik-Geschäftsführer Friedrich Grimm

Mag man Menschen, ist man bei uns als Mitarbeiterin oder Mitarbeiter an der richtigen Stelle. Viele sind denn auch sehr lang bei uns.
Es gibt in der Schweiz über tausend Optikergeschäfte. Wie findet man da seine Nische?
Man kann nicht alles offerieren. Natürlich bieten wir auch Standardprodukte, aber unsere Stärke ist die Individualisierung – damit heben wir uns ab. Viele Mitbewerber schöpfen die Möglichkeiten der Individualisierung nicht aus, weil diese sehr anspruchsvoll ist. Ein individuelles Glas kann das beste überhaupt sein – aber schon ein kleiner Fehler kann dazu führen, dass es schlechter ist als ein Standardglas. Taucht bei uns ein Fehler auf, greifen wir zu einer sechsseitigen Checkliste, um ihn zu finden – so kompliziert ist die Sache. Viele können diesen Aufwand nicht leisten. Ich würde sagen, wir sind so etwas wie die Massschneider unter den Optikern.
Ein Massschneider hat aber auch seinen Preis …
Ja, man findet günstigere Anbieter. Aber zum einen ist der Unterschied nicht so gewaltig, denn der Preisdruck ist auch für uns hoch; zum anderen finde ich schon, dass einem eine gute Sehlösung etwas wert sein sollte. Eine Brille hat man sehr lang – stellen Sie sich mal vor, Sie müssten jahrelang Schuhe tragen, die immer etwas zwicken. Abgesehen davon bekommen Sie bei uns langfristig viel Service. Wir betreuen Ihre Brille während deren ganzen Lebensdauer.
Welche Trends beschäftigen Sie?
Sicher die Spaltung des Markts in Standard- und individuelle Produkte; da geht die Schere auf. Ein wichtiges Thema ist auch das bessere Sehen ohne Brille. Bei den Kontaktlinsen gibt es tolle neue Produkte. Bezüglich der Mode sind die Trends weniger eindeutig; natürlich spielt bei der Materialwahl die Nachhaltigkeit eine immer grössere Rolle. Immer wichtiger werden aber auch Sonnenbrillen, die umfassenden Schutz bieten – sie sind heute ein Gesundheitsaccessoire.

Marius Leutenegger

Eine Sonderbeilage in «Das Magazin» vom 12. September 2020 in Zusammenarbeit mit der Kochoptik AG

REDAKTION Leitung & Produktion: Dominic Geisseler **Autoren:** Erik Brühlmann, Marius Leutenegger **Artdirektion:** Fabienne Boesch **Bildredaktion:** Suse Heinz **TAMEDIA ADVERTISING** Philipp Mankowski (Chief Sales Officer), Jean-Claude Plüss (Head of Sales)

Wo alles begann: Das erste Geschäft von Kochoptik an der Zürcher Bahnhofstrasse ist bis heute der grösste Standort

DIE GESCHICHTE VON KOCHOPTIK

Als zweitgeborener Sohn hatte Wilhelm Koch keine Chance, den väterlichen Optiker-Betrieb in Lindau zu übernehmen. So gründete er in Zürich vor genau 111 Jahren sein eigenes Optikerunternehmen. Das Geschäft florierte, und bald bezog das Unternehmen den Standort an der Bahnhofstrasse, wo sich bis heute die grösste Filiale befindet. Nach dem Tod von Wilhelm Koch wurde die Einzelfirma von den Mitarbeitenden weitergeführt. Ab 1970 erfolgte die Eröffnung der Filialen im Glattzentrum, im Shoppi Spreitenbach und im Warenhaus Jelmoli. Letzteres kaufte in den 80er-Jahren die ganze Firma auf. Seit 1999 ist Kochoptik ein – selbstständig auftretender – Teil der Visilab Group. Mit 26 Filialen und über 170 Mitarbeitenden ist das Unternehmen heute eine Schweizer Branchengrösse.

Florierendes Unternehmen: Im Glattzentrum eröffnete Kochoptik bereits 1970 eine der ersten von total 26 Filialen

EIN THEMENSPECIAL GESPONSERT VON DER KOCHOPTIK AG ZU IHREM 111-JAHRE-JUBILÄUM

JUBILÄUMS-ANGEBOTE

Feiern Sie mit und profitieren Sie von den Jubiläums-Gutscheinen von Kochoptik

GUTSCHEIN

Fr. 177.–

Rabatt beim Kauf einer Gleitsichtbrille (Fassung und Gläser).

Gültig bis 17. Oktober 2020. Nicht kumulierbar mit anderen Vergünstigungen und Pauschalangeboten.

KOCH® OPTIK

GUTSCHEIN

Fr. 111.–

Rabatt auf eine Korrekturbrille beim Kauf einer Brille mit Einstärkengläsern (Fassung und Gläser).

Gültig bis 17. Oktober 2020. Nicht kumulierbar mit anderen Vergünstigungen und Pauschalangeboten.

KOCH® OPTIK

GUTSCHEIN

33 %

Rabatt auf eine Bildschirmbrille. (Fassung und Gläser).

Gültig bis 17. Oktober 2020. Nicht kumulierbar mit anderen Vergünstigungen und Pauschalangeboten.

KOCH® OPTIK

GUTSCHEIN

Fr. 22.–

Rabatt auf eine Sonnen- oder Sportbrille (nicht korrigiert) ab einem Einkauf von Fr. 100.–.

Gültig bis 17. Oktober 2020. Nicht kumulierbar mit anderen Vergünstigungen und Pauschalangeboten.

KOCH® OPTIK

GUTSCHEIN

Gratis

DNEye®-Augenscan im Wert von Fr. 43.–. Vereinbaren Sie einen Termin unter kochoptik.ch/termin-finden

Gültig bis 17. Oktober 2020. Nicht gültig beim Sehtest für den Führerausweis. Der Augenscan ersetzt nicht den Sehtest.

KOCH® OPTIK

GUTSCHEIN

Gratis

Kontaktlinsen Probe tragen.

Gültig bis 17. Oktober 2020. Testen Sie kostenlos die neusten Kontaktlinsen.

KOCH® OPTIK

Affoltern am Albis Coopark Büelstrasse 15 044 762 10 70 **Baar** Bahnhofstrasse 16 Telefon 041 761 62 22 **Basel** Clara Huus am Claraplatz Telefon 061 681 39 77 **Bern** Kramgasse 71 Telefon 031 311 23 20 • Wankdorf Center Telefon 031 333 44 50 • Westside Telefon 031 991 57 34 **Frauenfeld** Passage Bahnhofplatz 72 Telefon 052 720 70 88 **Malters** Luzernstrasse 53 Telefon 041 497 36 36 **Muttenz** Hauptstrasse 64 Telefon 061 461 31 66 **Reinach BL** Hauptstrasse 32 Telefon 061 711 29 79 **Solothurn** Gurzelngasse 4 am Marktplatz Telefon 032 623 00 80 **Spreitenbach** Shoppi Tivoli Telefon 056 401 18 55 **Stans** Länderpark Telefon 041 612 10 00 **Thalwil** Gotthardstrasse 18 Telefon 044 720 87 88 **Uster** Zürichstrasse 7 Telefon 044 940 68 68 **Wallisellen** Einkaufszentrum Glatt Telefon 044 830 49 31 **Winterthur** EKZ Rosenberg Schaffhauserstrasse 152 Telefon 052 203 00 57 • Marktgasse 16 Telefon 052 213 19 23 **Zürich** Albisriederplatz 8 Telefon 044 491 39 35 • Bahnhofstrasse 11 Telefon 044 221 23 50 • Jelmoli Telefon 044 211 33 10 • Limmatquai 62 Telefon 044 251 07 69 Löwenstrasse 1 Telefon 044 221 21 41 • Ohmstrasse 14 Telefon 044 312 33 01 • Seefeldstrasse 40 Telefon 044 260 55 45 • Strehlgasse 33 Telefon 044 221 21 91

kochoptik.ch • Gratisnummer 0800 33 33 10

@kochoptikch @kochoptikch @kochoptik