

Titelseite: Der originale Hinterkopf aus der R+H-Werbekampagne 2000

MEINUNGEN**EDITORIAL**

Wer anderen eine Grube gräbt ... 5

LESERBRIEFE

6

FOKUS**BRANCHE INTERN**

8

EDV

Verschiedene Wege, ein Ziel
Roundtable-Gespräch: EDV in der Augenoptik (II) 14

FIT FOR FASHION**DAMENMODE**

Die Mär vom schönen Schein 22

HERRENMODE

Frei von allen Zwängen 24

STYLING

Drei auf einen Streich 26

FRISURENTRENDS

Glanz und Gloria versus Cleanchic 29

ROCCO BAROCCO

Wenig drunter im Winter 30

PARFUM

Die Macht des Nebensächlichen 32

MARKETING UND VERKAUF**MARKETING**

Die Deutschen wollen besser sehen (3) 34

Die Markt- und Imagestudie 38

PRAXIS

Musterverträge mit Tipps und Hilfen 42

POINT OF SALE

PR in eigener Sache:
Auf die Inszenierung kommt es an 46

BRILLENGLÄSER

Neue Brillengläser mit gleitender
optischer Wirkung 48

Aktuelle Produkte 56

BEACH-VOLLEYBALL

Ohne Sand in den Augen 62

Durchblick für den Beach-Volleyballer 65

BRILLE UND MODE**BESTSELLER**

66

KINDERBRILLEN

74

PORTRÄT**DESIGN UND DESIGNER**

Schraubenlos glücklich - ic! berlin 84

WORKSHOP**OPTICS**

Optik des Auges und der Korrektionsmittel (50) 86

TECHNIK UND INNOVATION

Zeiss und ZDF: Olympische Spiele als
dreidimensionales TV-Erlebnis 89

RATGEBER - INFO**STEUERTIPPS**

Steuerreform 2001 90

IHR GUTES RECHT

30 Tage und kein Ende 93

FISKUS UND FINANZEN

Tipps zum Geldverdienen (Teil 2) 94

WAS IST EIGENTLICH...?

Rund um die Wirtschaft 96

WAS SONST NOCH LÄUFT**RICHTERS SKALA**

In und Out 97

MACHENS MACKEN

Brillenpreise 98

JOBBÖRSE - „Gelbe Seiten“

109

IMPRESSUM

109

MODE, MÄRKTE, NEUHEITEN

PRODUKTE UND MÄRKTE 99

