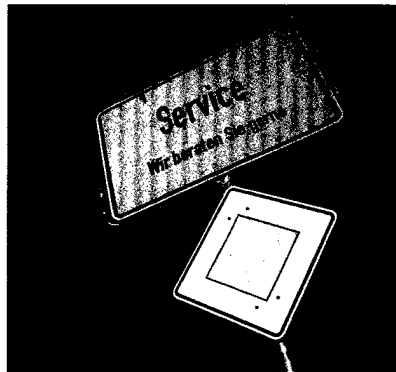


Die Verwendung digitaler Medien stellt tagtäglich Höchstansprüche an unsere Augen. Spürbare Beschwerden als Resultat der vermehrten Nutzung digitaler Geräte sind keine Seltenheit mehr.

Unter dem Titel »A whole new visual world« **Veränderte Sehgewohnheiten durch Smartphone, Tablets und Co.** zeigt Maria Stinn die Chancen und Risiken neuer Medien und die Einsatzgebiete für den Augenoptiker auf. Seite **4**

Der erste Eindruck geschieht immer unbewusst und blitzschnell. Wir haben dafür nicht viel Zeit. Hochwertige Produkte, ein hohes Maß an Qualität und überdurchschnittliches Fachwissen sind vorhanden – Kenntnisse über die Magie des ersten Eindrucks und die Macht der Gastfreundschaft



jedoch Fehlanzeige. Worauf es dabei ankommt, erläutert Sandra Foehlich in ihrem Beitrag **Erfolgsfaktor erster Eindruck im Kundenkontakt.** Seite **58**



Sehen in digitalen Zeiten lautete das Motto des 66. WVAO Jahreskongresses 2015, der am 25. und 26. April in Mainz stattfand. Frank Sonnenberg fasst Themen und Vorträge in einem Rückblick zusammen. Seite **8**

EDITORIAL

Die Zukunft beginnt heute. 3

FACHBEITRÄGE

»A whole new visual world« Veränderte Sehgewohnheiten durch Smartphone, Tablets und Co. 4

Sehtestung für Kinder. 14

FITLIGHT – das neue Test- und Trainingsgerät für die Sport-Optometrie. 22

Anisometropie: Brille oder Kontaktlinsen – die einzige Alternative? 42

PasKal3D-Erlebnisrefraktion. 46

Erfolgsfaktor erster Eindruck im Kundenkontakt . . . 58

Aktuelle Allensbach Studie: Zahl der Brillenträger stabil auf hohem Niveau – Anteil junger Brillenträger weiterhin steigend. 65

AUS DER ARBEIT DER WVAO

Sehen in digitalen Zeiten 8

Mehr Wissen – Mehr Können 24

Ausgezeichnet – SEHZENTRUM bringt neue Motivation für den Augenoptiker und Optometristen Schwung ins Geschäft 31

FO – VT Seminarreihe in neuer Konzeption. 36

Low Vision – mehr als optische Hilfsmittel 48

Der Augenoptiker als Glücksbringer. 54

VERANSTALTUNGSVORSCHAU

Seminare und Tagungen für Weiterdenker 37

PERSONALIEN

Neue Mitglieder/Geburtstage/Ehrungen. 33

Impressum. 64

