

## Deutschlandweiter Nachtsicht-Test

Mit einer großen Herbstaktion unterstützt Carl Zeiss exklusiv das Geschäft der Augenoptik-Partner, die ihren Kunden die Brillenglas-Optimierung i.Scription anbieten. Der Herbst bietet mit schwierigen Sichtverhältnissen, langer Dunkelheit und entsprechenden Sicherheitsrisiken im Straßenverkehr das ideale Umfeld für eine solche Kampagne. Und gerade unter diesen Bedingungen kann das Top-Produkt, die Brillenglas-Optimierung i.Scription, punkten. Grund genug für Carl Zeiss, es in den Mittelpunkt der umfassenden Herbst-Kampagne zu stellen. Mit dem Hinweis auf die teilnehmenden Augenoptiker kündigt die Kampagne an: „Deutschland macht den Nachtsicht-Test“.

Anton Kuhn, Leiter Vertrieb Mitteleuropa bei Carl Zeiss Vision, will damit ein Signal setzen: „Wir freuen uns, dass wir unseren i.Scription Partnern auch in diesem Jahr wieder einen starken Werbeimpuls für die Saison mitgeben können. Gemeinsam mit unseren Kunden er-

reichen wir eine große Sichtbarkeit und überzeugende Wirkung beim interessierten Endverbraucher.“

Schwerpunkt dieser Aktion ist die Endverbraucher-Werbung. In ganz Deutschland werden im Zeitraum Ende November/Anfang Dezember Radiospots mit einer Reichweite von über 65 Millionen Kontakten geschaltet. Über 300.000 qualifizierte Neukunden-Kontakte erhalten per Direct-mail-Aktion ein Anschreiben, das auf den i.Scription Partner in ihrer Nähe hinweist. Gewinnspiel, POS-Material und Großflächen-Plakatwerbung nach Maß zeigen, dass die Aktion passend zu den

Anforderungen des Augenoptikers alle Ebenen einbindet.

Die Aktion stellt die Relaxed Vision Center in den Mittelpunkt, die für die Anpassung dieses ZEISS Spitzenprodukts eingerichtet sind. Diese Augenoptiker laden zu einer kostenlosen Überprüfung des Sehens bei Dämmerung und

in der Dunkelheit ein. Interessierte erfahren durch den Test mit dem Zeiss Wellenfront-Messgerät i.Profiler®, ob und wie sich ihr Sehvermögen unter diesen Bedingungen gegenüber dem Tageslicht verändert.



Kampagne: „Deutschland macht den Nachtsicht-Test“

### Spende statt Weihnachtspost

So lautet in der besinnlichen Zeit das Motto von VOG Hombach + Team GmbH. Der Vertreter optischer Geräte realisiert durch den Verzicht auf Weihnachtspost die Spende an das Blindeninstitut in Würzburg. Sollten Sie sich also wundern, wo die guten VOG-Wünsche bleiben, dann denken Sie daran, dass diese einer anderen guten Sache „geopfert“ wurden!

## Umzug und Rekordumsatz

Die in Wuppertal ansässige Einschleifservice Bahr GmbH erfreut sich nach Einführung des Magnet-Sonnenclips bester Umsätze und expandiert sowohl personell als auch räumlich. In der frisch bezogenen Werkstatt auf der Linderhauserstr. 138 in Wuppertal kehrt für das Team vom Einschleifservice Bahr nach einem arbeitsreichen Jahr 2011 wieder der Alltag ein.

„Da kamen an manchen Tagen so viele Aufträge, dass wir keine Kisten mehr hatten“, erzählt Dörthe Bahr rückblickend und stolz auf ihr Team, das ihr in dieser Zeit tatkräftig zur Seite stand. Heute freut sich die Geschäftsführerin über zwei neue Vollzeit-

kräfte und eine größere Werkstatt direkt neben ihrem Versandpartner UPS.

„Die meisten Kunden nutzen ja mittlerweile unseren kostenlosen UPS-Abholservice. Das heißt, ich kann morgens so gut wie alle Aufträge bei unserem neuen Nachbarn abholen und sicher sein, dass diese abends fristgerecht auf die Rückreise gehen.“

Auf der opti München ist der Einschleifservice auch 2012 vertreten. An ihrem Stand in Halle C3 dreht sich in erster Linie alles um den Magnet-Sonnenclip für alle Vollrand-, Nylon- und Randlosbrillen. [www.einschleifservice.de](http://www.einschleifservice.de)

## Verstärkung für Imago



Gesa Winger



Bernhard Westerhoff

Gesa Winger (27) ist seit September 2011 die neue Junior-Produktmanagerin von IMAGO – The German Eyewear Connection GmbH. Sie folgt damit Volker Gramh, der in den letzten drei Jahren erfolgreich die vielfältigen IMAGO-Kollektionen betreut hat. Hinter ihr liegt eine Reise von Nord nach Süd. Ausbildung zur Augenoptikerin in Schleswig-Holstein. Studium zum Bachelor of Optometry an der Beuth Hochschule für Technik, Berlin. Und im Januar 2011 führte sie hunderte Messebesucher durch den Muster-shop „OPTIMIERT“ auf der opti München.

Bernhard Westerhoff ist seit Oktober neuer Leiter Vertrieb International bei IMAGO. Er bringt eine nunmehr 20jährige Erfahrung sowohl im nationalen als auch im internationalen Geschäft mit. Die letzten zehn Jahre hat er bei einem Münchner Brillenhersteller in verschiedenen Funktionen gearbeitet. Zuletzt hat er das Distributions-Geschäft im Mittleren Osten, Indien und Afrika verantwortet.