



Presseinformation Nr. 17

**Die internationale
Messe für Optik &
Design**

28. – 30.01.2017
Messegelände München

www.opti.de

Die Messe der Herzen

OPTIC 4.0, Verleihung des ersten Blogger Spectacle Award für einen Newcomer und die Sonderfläche Vintage Passion in der Halle C1 – die opti 2017 bot den 27.500 nationalen und internationalen Fachbesuchern und 557 Ausstellern aus 35 Ländern viele neue Facetten. Dafür erhielt die opti von 95 Prozent der befragten Besucher Topnoten – eine Bewertung, die sich in der entspannten und glücklichen Atmosphäre in den vier Messehallen widerspiegelte. Von dieser sehr positiven Stimmung profitierten die Aussteller: Denn nach den ersten Hochrechnungen – das Messenachfolgegeschäft ist nicht eingerechnet – orderte das Messepublikum alleine für das 1. Quartal Produkte im Wert von über 163 Millionen Euro.

München, 30.01.2017 – Bei der opti 2017 stand die Vernetzung von der Vormessung über die Refraktion, der Beratungssoftware und der Glasbestellung bis hin zum Schleifen der Gläser im Mittelpunkt. 86 Prozent der Besucher freuten sich über den diesjährigen Themenschwerpunkt „OPTIC 4.0 – Digital Solutions“, weil sie die Digitalisierung für die Branche als „sehr wichtig“ einstufen. „Beim Thema digitale Optometrie hat die opti erneut ihre Vorreiterrolle für die Branche unter Beweis gestellt. Die opti ist das GPS der Branche, weil sie als erste Messe überhaupt den Augenoptikern bei diesem Zukunftsthema Orientierung und Überblick gleichermaßen verschaffte. Neue Technologien, Vorträge und spezielle Fachführungen zeigten, wie vielfältig die digitale Welt der Refraktion und Optometrie sein kann“, erklärte Dieter Dohr, CEO des Messeveranstalters GHM Gesellschaft für Handwerksmessen mbH. Über 30 Firmen präsentierten neue Entwicklungen in den Bereichen Phoroptern, Keratographen, Funduskameras oder Branchensoftware. Ergänzt wurden diese durch eine Vielzahl von jungen, teilweise erstmalig auf einer Messe vertretenen Labels, die 3D customized printed Eyewear anbieten. Sie und viele weitere Unternehmen nutzten die starke Messeplattform in München als Saisonauftakt, um das Publikum für ihre neuen Kollektionen zu begeistern. In diesem Jahr baute die opti ihre Stellung als augenoptische Premierenplattform weiter aus.

GHM Gesellschaft für
Handwerksmessen mbH

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Postfach 82 03 55
81803 München, Deutschland

Willy-Brandt-Allee 1
81829 München, Deutschland

T +49 89 189 149 160
F +49 89 189 149 169

presse@ghm.de
www.ghm.de

Geschäftsführung:
Dieter Dohr (Vorsitzender)
Klaus Plaschka | Klaus Dittrich

Registergericht München
HRB 40217
USt-IdNr.: DE 129358691



Strahlende Gesichter gab es Samstagabend bei LOOL Eyewear. Mit ihren retrofuturistischen Fassungen, so beschreiben die Designer den Stil ihrer Brillen, gewann das junge Label aus Barcelona den ersten Blogger Spectacle

Award. Diesen opti-Newcomerpreis vergab erstmalig eine Jury aus 21 europäischen Eyewear- und Fashion-Blogger auf der Messe. LOOL Eyewear (auf dem Foto v.l. Aris Rubio und Alex Gomez) setzte sich gegen die 15 weiteren opti-Boxen-Aussteller durch. „Das spanische Label hat mit seiner Geschichte, der Qualität und den Formen überzeugt. Vollkommen zu Recht sind diesen jungen Spaniern die Herzen zugeflogen. Und wir freuen uns, dass sie auf der opti ihren Durchbruch schafften. Wir können aber bei diesen kreativen Katalanen sicher sein: Dieser Erfolgsgeschichte werden weitere Kapitel hinzugefügt“, gratuliert Bettina Reiter, Projektleiterin der opti, dem Liebling der Social-Media-Fangemeinde. Dieter Dohr ergänzt: „Die opti spielt vorne mit. Sie ist nicht nur beim Messekonzept Trendsetter, sondern auch bei der Kommunikation der augenoptischen Produkte. Wir wollen in der Bevölkerung Interesse für gutes Sehen, die coolen Fassungen und Lifestyle wecken. Daher organisierten wir das erste Blogger Spectacle für unsere Aussteller. Sie sollen von der Reichweite der Blogger, Instagrammer und Pinterester profitieren, um neue Zielgruppen zu erreichen. Von dieser besonderen meet & greet-Premiere waren Aussteller und Blogger gleichermaßen begeistert.“

Zudem gab die internationale Messe für Optik & Design ausführliche Antworten auf folgende Fragen: Wie bewältigt man die Challenge Digitalisierung? Wie bereiten sich Brillenglaserhersteller auf die digitale Zukunft vor? Wie sieht die Weiterbildung in der Augenoptik der Zukunft aus? Wie viel Vintage Passion braucht man, um mit dem Sammeln von Brillenklassikern einen eigenen Kundenmarkt zu erschließen? Diese und weitere Themen wurden in den 40 Vorträgen auf dem opti-Forum behandelt. Diese Vollständigkeit des Vortragsangebots, eine wichtige Säule im Messeangebot, überzeugte das Messepublikum: Jeder dritte Besucher hörte sich einen Vortrag an.

Die nächste opti findet von Freitag, den 12. bis Sonntag, den 14. Januar 2018 in München statt. Neben den traditionellen vier Messehallen C1 bis C4 wird auch die Halle B4 genutzt.

Weitere interessante Zahlen rund um die opti 2017 im Newsticker: 91 % der Aussteller bewerteten ihren Messeauftritt mit Topnoten +++ größte Besuchergruppe waren Inhaber von unabhängigen Augenoptikgeschäften (kein Franchise) +++ wichtigste Angebotsbereiche waren: Fassungen (60 %), Digitale Technologie (46 %) und Gläser (33 %) +++ Spitzenwerte vergaben die Besucher für die Qualität der Aussteller (94%) und deren Neuheitenpräsentation (95 %)

Statements zur opti 2017:

Josef May, Vorstandsvorsitzender SPECTARIS:

„Wir alle waren extrem gespannt auf diese opti 2017. Und sie hat aus unserer Sicht die hohen Erwartungen erfüllt. Die Hallen waren voll von digitalen und Produkt-Trends sowie guten Konzepten, voll mit interessierten und begeisterten Augenoptikern, es war Begeisterung zu spüren, viel Spirit und die meisten von uns sind mit ihren Orderbüchern sehr zufrieden. Auch die Internationalität hat weiter zugelegt, was für die weltweite Relevanz der opti ebenfalls von großem Wert ist. In München muss jeder Entscheider dabei sein!“

Thomas Truckenbrod, Präsident des Zentralverbandes der Augenoptiker und Optometristen (ZVA):

„Gefüllte Gänge und eine spürbar gute Stimmung in allen vier Hallen lassen mich für die nächsten elf Monate des Jahres 2017 hoffen. Neben den gewohnten Messemagneten gab es zahllose spannende neue Angebote für die Kundenberatung oder auch für Optometrie und Screening. Wichtig ist, dass die Begeisterung für derlei Dinge sich nicht auf die Anschaffung begrenzt, sondern auf die Bereitschaft zur Fortbildung überträgt. So lässt sich auch die Wartezeit bis zur nächsten opti gut überbrücken.“

Pressekontakt:

Dr. Patrik Hof, Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
T +49 89 189 149 160
F +49 89 189 149 169

Veröffentlichung kostenfrei – Beleg erbeten

Hinweis an die Redaktionen:

Pressetexte und Fotos zur opti können Sie aus dem Internet herunterladen unter:

www.opti.de/presse

Benutzername: presse / Passwort: inforum

 <p>163 aufgegebene Koffer beim <i>Lufthansa</i> Baggage Drop-Off</p>	<p>557 Aussteller</p>  <p>aus 35 Ländern</p> <p>27.500 Besucher</p>	 <p>auf das Jubiläum wurde 5.193^x angestoßen</p>
<p>10.629 LIKES auf facebook</p>	<p>„<i>Unglaublich, einfach nur cool!</i>“</p> <p>LOOL EYEWEAR Sieger des Blogger Spectacle Award</p>  <p>1.353 Alumni auf dem opti CAMPUS</p>	<p>430 Min.</p>  <p>OPTIC 4.0 DIGITAL SOLUTIONS</p> <p>Fortbildung zum Thema Digitalisierung</p>
<p>152.000€ Gesamtwert der Vintage-Brillen</p>  <p>VINTAGE PASSION powered by SPECTR</p>	<p>Auf Wiedersehen bei der opti 2018 vom 12. – 14.01.</p>	
 <p>21 Blogger aus ganz Europa</p>		