



Pressemitteilung

Erfolgreiches ZEISS Brillenglas-Portfolio jetzt auch für Kinder und Jugendliche verfügbar

ZEISS SmartLife Young komplettiert ZEISS SmartLife und wächst mit dem Alter der Kinder mit.

Aalen, 12. Januar 2023

Das Premium-Portfolio ZEISS SmartLife ist erstmals für die junge Zielgruppe von sechs bis 19 Jahren erhältlich und speziell auf deren Seh-Bedürfnisse und sich ständig ändernden Lebensgewohnheiten ausgerichtet. In Deutschland, Österreich und der Schweiz ist ZEISS SmartLife Young ab April 2023 bei fast allen Augenoptikgeschäften verfügbar.

Bei mehr als 1,2 Millionen Kindern unter zehn Jahren in Deutschland haben Ärzte im Jahr 2018 eine Sehschwäche diagnostiziert¹. Offenbar bedürfe fast jedes vierte Kind unter den Fünf- bis Neunjährigen einer Brille. Kurzsichtige Kinder stellen dabei die größte Gruppe. Sie sollten früh- und rechtzeitig durch eine Augenoptikerin, einen Augenoptiker versorgt werden, damit ihr Sehfehler sie in ihrem Alltag nicht beeinträchtigt.

Einer der Gründe, warum Kinder weltweit kurzsichtiger werden: die Nutzung von digitalen Endgeräten. Die sogenannte Generation Alpha, Menschen also, die nach 2010 geboren sind, sind absolute „Digital Natives“. Studien zeigen, dass bereits 60 Prozent der Kinder weltweit unter fünf Jahren Smartphones bedienen² und dass Kinder zwischen zwei und zehn Jahren bereits mehr als 18 Stunden wöchentlich vor Bildschirmen verbringen.³ Bei Jugendlichen kommt hinzu, dass diese eine hohe Smartphone-Nutzung allein durch die sozialen Medien aufweisen und viel der Bildschirmzeit für Streaming oder Gaming aufwenden.⁴ Schließlich trägt auch der Schulunterricht und dessen Digitalisierung zu vermehrter Zeit vor dem Bildschirm bei.

Das Design von ZEISS SmartLife Young

ZEISS SmartLife Young Brillengläser sind auf die speziellen Sehanforderungen von Kindern und Heranwachsenden abgestimmt. Sie bieten ein weites Sichtfeld, was für Kinder wichtig ist.⁵ Entscheidend dafür sind zwei Technologien: Die ZEISS Dynamic AgeFit Technologie und die ZEISS Luminance Design 2.0 Technologie. Übersetzt sorgen sie dafür, dass die kindliche

¹ dpa/Ino, 2020, zitiert nach Gesundheit – Zehntausende Kinder unter zehn Jahren brauchen eine Brille – SZ.de (sueddeutsche.de), abgerufen Januar 2023

² <https://www.pewresearch.org/internet/2020/07/28/childrens-engagement-with-digital-devices-screen-time/> abgerufen: Juli 2022

³ <https://news.gallup.com/reports/214853/time-play-study-children-free-time-spent-prioritized-valued.aspx>, abgerufen: Juli 2022

⁴ Nagata JM, Cortez CA, Cattle CJ, Ganson KT, Iyer P, Bibbins-Domingo K, Baker FC. Screen Time Use Among US Adolescents During the COVID-19 Pandemic: Findings from the Adolescent Brain Cognitive Development (ABCD) Study. JAMA Pediatr. 2022 Jan 1;176(1):94-96. doi: 10.1001/jamapediatrics.2021.4334. PMID: 34724543; PMCID: PMC8561427.

⁵ Im Vergleich zu herkömmlichen ZEISS Single Vision Brillengläsern in der Entfernung Smartphone oder Handheld-Geräte. Qualitative Analyse Technology & Innovation, Carl ZEISS Vision International GmbH, DE, 2022.



Gesichtsform und der engere Augenabstand in der Berechnung der Brillengläser berücksichtigt werden, so dass diese optimal vor den Augen beziehungsweise im Gesicht des Kindes sitzen. Das bedeutet: SmartLife Young von ZEISS wächst quasi mit dem heranwachsenden Kind mit, jede Alterszahl fließt in die für das Design zugrundeliegenden Trageparameter mit ein – die Standard-Trageparameter für die Design-Optimierung werden also für jedes Alter zwischen sechs und 19 Jahren angepasst. Damit wird nicht etwa nur der sich verändernde Augenabstand berücksichtigt, sondern auch die altersbedingten Veränderungen der Pupillendynamik, die sich im Alter zwischen einem und 19 Jahren erheblich verändert und auf das Sehvermögen des Kindes auswirkt.

Darüber hinaus wird anders als bei Wettbewerbsprodukten die altersgemäße PD anstelle eines einzigen Standardwertes für alle Altersstufen verwendet.

„Wir haben die ZEISS SmartView 2.0 Technologie, die Design-Grundlage aller ZEISS SmartLife Brillengläser, für unsere Brillengläser für Kinder und Jugendliche angepasst“, erklärt Peter Kastner vom Produktmarketing, ZEISS Vision Care Deutschland. „Ein Kind hat beispielsweise einen ganz anderen Leseabstand zum Smartphone als ein Erwachsener.⁶ Auch das Gesicht verändert sich in den Proportionen noch sehr viel stärker. Das sind Faktoren, die wir in unserem Brillenglasdesign berücksichtigen.“

UV-Schutz, Blaulicht-Schutz und Robustheit für Kinderbrillengläser

Alle ZEISS SmartLife Brillengläser werden durch die ZEISS UVProtect Technologie mit vollem UV-Schutz geliefert – ganz egal für welches Alter. „Natürlich spielt der UV-Schutz für Kinder noch einmal eine größere Rolle, da diese sich trotz der vielen Bildschirmzeit auch gerne im Freien aufhalten,“ betont Kastner. Zusätzlich können die Brillengläser mit ZEISS BlueGuard Material bestellt werden, das bis zu 40 Prozent des potenziell schädlichen blauen Lichts blockt⁷. Eine hohe Kratzfestigkeit und Robustheit der Brillengläser bei hoher Transparenz ist durch die bewährten ZEISS DuraVision Platinum oder auch die ZEISS DuraVision Chrome Veredelung gewährleistet. Die dünne und leichte und damit ästhetische Optik der Brillengläser wird vor allem für schon ältere Jugendliche ein wichtiges Entscheidungskriterium bei der Wahl der Brillengläser sein.

Was ist ZEISS SmartLife?

ZEISS SmartLife Brillengläser stellen das Premium-Portfolio von ZEISS. Die Brillengläser bieten nicht nur maßgeschneiderte Korrekturlösungen, sondern sind auch für moderne, dynamische, vernetzte und mobile Lebensstile und das damit verbundene veränderte Sehverhalten in einer digitalen Welt konzipiert.

ZEISS SmartLife Brillengläser wurden unter Verwendung neuester wissenschaftlicher Erkenntnisse und Innovationen entwickelt und werden auf Basis aktueller Studien und

⁶ Dies hängt zum Beispiel auch mit der Armlänge zusammen, die sich mit dem Heranwachsen verändert. Quelle: Lee, Tian-Shing & Chao, Ting & Tang, Ren-Bin & Hsieh, Chia-Chang & Chen, Shu-Jen & Ho, Low-Tone. (2005). A Longitudinal Study of Growth Patterns in Schoolchildren in One Taipei District II: Sitting Height, Arm Span, Body Mass Index and Skinfold Thickness. Journal of the Chinese Medical Association: JCMA. 68. 16-20. 10.1016/S1726-4901(09)70126-1.

⁷ Inhouse measurements and calculations based on the BVB (Blue-Violet-Blocking) metric. Analyses by Technology and Innovation, Carl Zeiss Vision International GmbH, DE, 2020.



Technologien ständig aktualisiert. Basis von ZEISS SmartLife bildet dabei die ZEISS SmartView 2.0 Technologie.

Ansprechpartner für die Presse

ZEISS Vision Care

Miriam Kapsegger

Tel.: +49 7361 591 1261

E-Mail: miriam.kapsegger@zeiss.com

www.zeiss.de/newsroom

www.zeiss.de/augenoptik-newsroom

Über ZEISS

ZEISS ist ein weltweit führendes Technologieunternehmen der optischen und optoelektronischen Industrie. In den vier Sparten Semiconductor Manufacturing Technology, Industrial Quality & Research, Medical Technology und Consumer Markets erwirtschaftete die ZEISS Gruppe zuletzt einen Jahresumsatz von 8,8 Milliarden Euro (Stand: 30.9.2022).

ZEISS entwickelt, produziert und vertreibt für seine Kunden hochinnovative Lösungen für die industrielle Messtechnik und Qualitätssicherung, Mikroskopielösungen für Lebenswissenschaften und Materialforschung sowie Medizintechniklösungen für Diagnostik und Therapie in der Augenheilkunde und der Mikrochirurgie. ZEISS steht auch für die weltweit führende Lithographieoptik, die zur Herstellung von Halbleiterbauelementen von der Chipindustrie verwendet wird. ZEISS Markenprodukte wie Brillengläser, Fotoobjektive und Femgläser sind weltweit begehrt und Trendsetter.

Mit diesem auf Wachstumfelder der Zukunft wie Digitalisierung, Gesundheit und Industrie 4.0 ausgerichteten Portfolio und einer starken Marke gestaltet ZEISS den technologischen Fortschritt mit und bringt mit seinen Lösungen die Welt der Optik und angrenzende Bereiche weiter voran. Grundlage für den Erfolg und den weiteren kontinuierlichen Ausbau der Technologie- und Marktführerschaft von ZEISS sind die nachhaltig hohen Aufwendungen für Forschung und Entwicklung. ZEISS investiert 13% seines Umsatzes in Forschungs- und Entwicklungsarbeit – diese hohen Aufwendungen haben bei ZEISS eine lange Tradition und sind gleichermaßen eine Investition in die Zukunft.

Mit über 38.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ist ZEISS in fast 50 Ländern mit rund 30 Produktionsstandorten, 60 Vertriebs- und Servicestandorten sowie 27 Forschungs- und Entwicklungsstandorten weltweit aktiv. Hauptstandort des 1846 in Jena gegründeten Unternehmens ist Oberkochen, Deutschland. Alleinige Eigentümerin der Dachgesellschaft, der Carl Zeiss AG, ist die Carl-Zeiss-Stiftung, eine der größten deutschen Stiftungen zur Förderung der Wissenschaft.

Weitere Informationen unter www.zeiss.de

ZEISS Vision Care

ZEISS Vision Care ist einer der weltweit führenden Hersteller für Brillengläser und augenoptische Instrumente. Der Bereich ist Teil der Sparte Consumer Markets und entwickelt und produziert Angebote für die gesamte Wertschöpfungskette der Augenoptik, die weltweit unter der Marke ZEISS vertrieben werden.