

Makula-Brille trifft auch in Südkorea auf Interesse

Horst und Elvira Geldmacher aus Bad Salzdetfurth präsentieren Neuheit in Asien / Informative Reise

BAD SALZDETURTH • Südkorea ist nicht nur ein durch Informationstechnologie und Computerspielmeisterschaften geprägtes Land. Rund 800 Betriebe in Busan, der zweitgrößten Stadt im Land nach Seoul, widmen sich der augenoptischen Industrie in der einen oder anderen Form. Und so besteht natürlich schon lange ein Kontakt zwischen den Berufsverbänden Südkoreas und Deutschlands. Dieser wird alljährlich auf der weltgrößten Messe der augenoptischen Industrie – der OPTI München – gepflegt. Somit war es nicht verwunderlich, dass eine Einladung ausgesprochen wurde, sich die Gegebenheiten in Südkorea mal persönlich anzuschauen. Also machten sich 20 Augenoptiker, darunter Horst und Elvira Geldmacher aus Bad Salzdetfurth, auf den langen Weg in das Land mit der bewegten Geschichte

Auf koreanischer Seite war man besonders an der neuen Makula-Brille von Horst und Kolja Geldmacher interessiert, von der sie aus großen deutschen Tageszeitungen erfahren hatten. Die AMD ist eine Augenerkrankung, die auch in Korea sehr viele Menschen betrifft. Etwa 80 Prozent der Bevölkerung sind in unterschiedlichem Grad kurzsichtig, und offizielle Stellen gehen davon aus, dass im Rahmen der zunehmenden Nutzung von Smartphones und ähnlichen Geräten die Zahl noch steigt. Es gibt zwar keinen Zusammenhang zwischen AMD und Fehlsichtigkeit (oder zumindest ist er noch nicht bekannt), aber die Zuständigen wollen vorbereitet sein. Nach der Ankunft in Busan ließ sich die deutsche Delegation wiederum eine spezielle Brille, die in Zusammenarbeit mit der Firma Samsung entwickelt wurde, zeigen. Auf der Innenseite dieser Brille wird

eine Schicht aufgedampft, die einem Projektionslaser erlaubt, ein Bild direkt ins Auge zu werfen. Diese neue Technik könnte dem Effekt entgegenwirken, so hoffte Prof. Dr. Lee, Geschäftsführer des koreanischen Optikerverbands. Er prophezeite in seinem Vortrag, dass in 20 Jahren die Anzahl der Kurzsichtigen aufgrund der Informationstechnologien und deren Nutzung in den Industrienationen stark ansteigen würden.

Nachdem man dann in den darauffolgenden Tagen einige Werke der Fassungshersteller besichtigt hatte, ging die Reise weiter nach Seoul, wo die Klinik von Prof. Dr. Jes Kim auf dem Programm stand. Prof. Kim demonstrierte anhand von Frau Geldmacher eine neue Technik, die es erlaubt, dass konzentrierte Bildschirmarbeit nicht mehr in dem Maße ermüdet wie sie es jetzt bisweilen tut. Geför-

dert durch ein Konsortium aus namhafter Firmen wie Microsoft, Samsung, LG und HP, stellte Prof. Kim die neue Technik für „sehr bald“ in Aussicht.

Von Seoul aus ging es nach Shanghai, dem Ausgangsort der Reise, zurück. China ist als Absatzmarkt für augenoptische Produkte äußerst interessant. Auch hier steigt der Anteil der Fehlsichtigen stetig, und deutsche Produkte sind

aus dem dortigen Markenbild nicht wegzudenken. Das Zeiss-Logo beispielsweise ist an praktisch jedem Optikladen zu sehen, es handelt sich nach VW und Coca-Cola um das drittbekannteste westliche Markenemblem. Das führte auch dazu, dass Zeiss hier ein spezielles Glas für Kurzsichtige auf den Markt brachte, das in Europa noch auf seine Einführung warten muss.



Professor Dr. Kim (links) im Gespräch mit Elvira Geldmacher und Dr. Leoni Pan.