


Opticundvision

Magazin für wertige Augenoptik

- [Stellenmarkt](#)
- [Mediadaten](#)
- [Impressum](#)
- [Abonnenten](#)

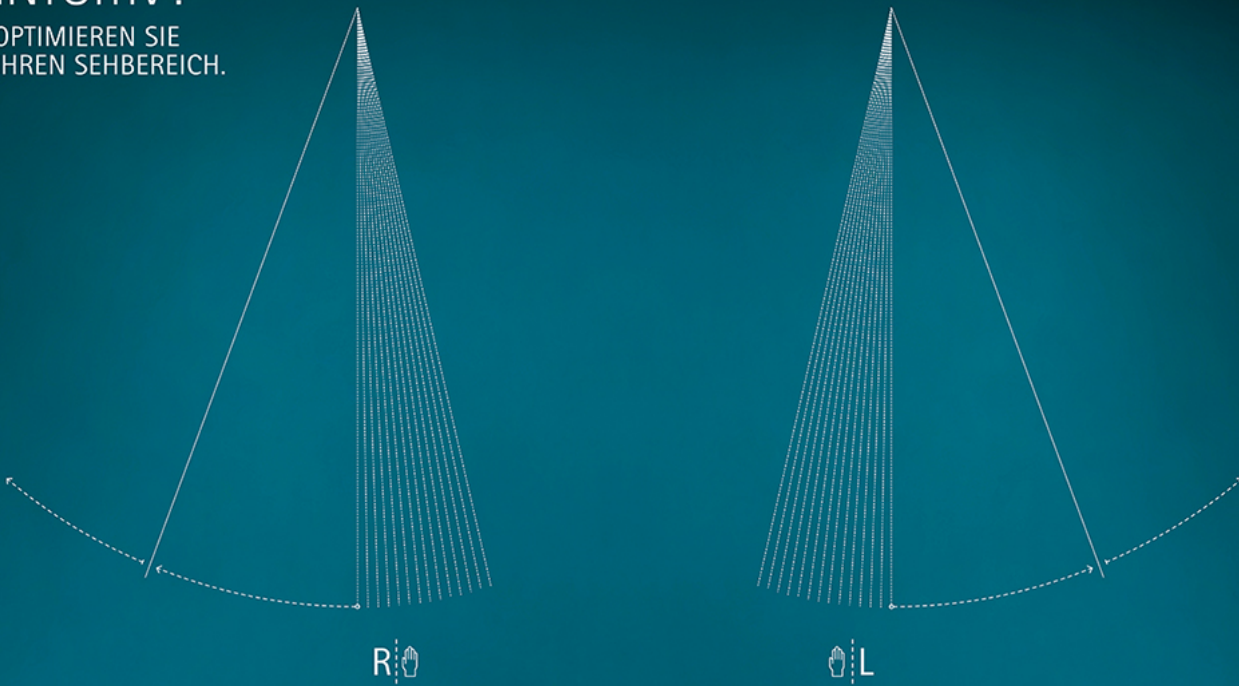
r+h: Neue Kampagne für intuitive Brillengläser

// 10. Oktober 2016 [More](#)



opti DIE INTERNATIONALE MESSE FÜR OPTIK & DESIGN
SAMSTAG – MONTAG, 28.–30.01.2017

SEHEN SIE INTUITIV?
OPTIMIEREN SIE IHREN SEHBEREICH.



Intuitiv™ Technologie | Exklusiv von Rupp+Hubrach



Seit 2013 optimiert Glashersteller Rupp + Hubrach seine Gleitsichtgläser mit der Intuitiv-Technologie und berücksichtigt damit die Sehbedürfnisse von Rechts- und Linkshändern – nun ist eine neue Kampagne gestartet. Die verblüffende Frage „Sehen Sie intuitiv?“ soll hierin die Aufmerksamkeit der Kunden wecken und sie im Geschäft zu einem Schnelltest mit Aha-Effekt motivieren. Die Kampagne umfasst außerdem Mailings, Anzeigen, Freundschaftswerbung, Ladendeko und eine Website mit Erklärvideo. Und Kunden, die von ihren neuen intuitiven Gleitsichtgläsern nicht überzeugt sind, erhalten beim Kauf eines anderen r+h Markenprodukts mit identischer Korrektur eine Gutschrift.

Rechts- und Linkshänder sehen unterschiedlich

Wissenschaftliche Studien belegen, dass sich Körperhaltung und Sehverhalten von Rechts- und Linkshändern deutlich unterscheiden, so der Brillenglashersteller. Ziel der Studien war die quantitative und qualitative Beschreibung des Zusammenhangs zwischen Sehen und Händigkeit. Dazu positionierten die Forscher in einem Testraum Infrarot-Kameras und erfassten die an Nahbereichsobjekten und Brillenfassungen angebrachten Messmarker. So konnten die Kopfpositionen der Probanden und die Neigungen von Notebook, Smartphone oder Schreibpapier exakt dreidimensional erfasst werden.

Die Rechts- und Linkshänder tippten SMS, wählten Telefonnummern, schrieben Texte mit der Hand, surfen im Internet – kurz: Sie führten Tätigkeiten aus, wie sie für Menschen heutzutage vollkommen alltäglich sind. Die Entwickler schauten dabei ganz genau auf Winkeldifferenzen bei Neigung und Drehung von Kopf und Objekt. Das Ergebnis: Beide Winkel zeigten bei Rechts- und Linkshändern signifikante Unterschiede im individuellen Nahsehen.

Neigten Rechtshänder das Objekt im Verhältnis zur Kopfhaltung stärker, so war es bei Linkshändern gerade umgekehrt. Letztere drehten das Objekt beim Betrachten zudem weniger stark als Rechtshänder. Das bedeutet: Je nach Händigkeit positionieren Brillenträger die Objekte in unterschiedlichen Winkeln zu Brillenebene und nutzen somit intuitiv unterschiedliche Bereiche des Glases.

Quelle: r+h

Category: [Die Nachricht](#), [NoOV](#), [Unternehmen](#)

Comments are closed.

« [Rodenstock: Initiative für sicheres Autofahren und neue Autofahrerbrille](#)
Alles gut! »



Unternehmen + Produkte



Unternehmen gelingt Rekordumsatz und -ergebnis

Die Zeiss Gruppe erhöht im abgeschlossenen Geschäftsjahr 2015/16 (Bilanzstichtag: 30. September 2016) Umsatz und Gewinn auf Rekordniveau: Der Umsatz erreicht 4,88 Milliarden Euro (Vorjahr: 4,511 Milliarden Euro). Das entspricht einem kräftigen Plus von acht Prozent. Das EBIT steigt mit 615 Millionen Euro deutlich über den Vorjahreswert (369 Millionen). Die EBIT-Marge liegt bei 13 Prozent. Der Auftragseingang überschreitet zum [...]

// 12. Januar 2017 [More](#)



Rodenstock: How We See the World

Die Ausstellung „How We See the World“ macht ab 29. Januar im neuen Münchner Kunst-Hot-Spot „museum of urban and contemporary art“ (MUCA) die Geschichte des Sehens erlebbar. Hinter der Ausstellung steht das Brillenunternehmen Rodenstock, das 140-jähriges Jubiläum feiert. Mit künstlerischem Anspruch setzen Exponate Highlights des Unternehmens in Szene und geben einen neuen Blick auf die [...]

// 11. Januar 2017 [More](#)