

OPTIKEREN

Tidsskrift for norsk optometri og synsvitenskap

Nº2

A hand holds a magnifying glass over a red building by the water. The magnifying glass enlarges the view of the building and the surrounding water and sky.

Briller i mange fasetter

**DESIGN OG
INSPIRASJON**

**SATSER PÅ
SPREKE BRILLER**

**FAKTA OM
BRILLEGLOSS**



The best thing since sauna was invented...

optoflowTM

Optical image management
to a whole new level

Check the product video and other information
www.optoflow.info

Happy to meet you and demonstrate Optoflow
at Landsmøte og fagkonferanse 2017!



Nº2

NYHETER

REPORTASJER

FAGSTOFF



N

Vår betyr brillenyheter



R

Det er lov å være dristig



F

Design og funksjonalitet

- 04 Leder
- 05 Aktivitetskalender
- 06 - Mange flere vil bli optiker
- Databriller til butikkansatte
- 07 Nyttig kommunikasjonskveld
- 08 Bruker ikke mer på briller
- 11 - Norges Optikerforbund informerer
- Optikeryrket på Facebook
- 12 - Minneord: Peter Drecker
- Møtes i Barcelona
- 50 - Tror på diskret luksus
- Maui Jim satser i Norge
- 51 Kryssord
- 52 Brillenytt
- 54 Vision Sensation fra Silhouette

- 15 Faglig oppdatering viktig for mange
- 16 Ikke gå lei, engasjær deg!
- 19 Briller til glede og besvær, men mest glede!
- 20 Resultatet sitter i brillen
- 22 Essilor + Luxottica = sant!
- 24 Brillekunnskap blir viktigere
- 26 Design og inspirasjon i København
- 32 Midt i arbeidet: Tør å satse på sprek design

- 37 Brilleglass, velferd og lysets hastighet
- 41 Briller – medisinsk utstyr eller smykke?
- 44 Brilleinnfatningen – sett med Folketrygdens øyne
- 45 Hvordan gi dårlige nyheter?
- 46 Optometriske berømteter i Krona: John Dalton
- 48 Leserbreve

Jobbsøker?

Se annonser bakerst i bladet

Forsidefoto: Christin Foss og Svein Tindlund

OPTIKEREN

ANSVARLIG UTGIVER

Norges Optikerforbund (NOF)
Øvre Slottsgt. 18/20, 0157 Oslo
Telefon: 23 35 54 50
Epost: synsinfo@optikerforbund.no
www.optikerne.no

OPTIKEREN

www.optikeren.org
redaksjonen@optikerforbund.no

Redaktør

Dag Øyvind Olsen
Epost: dag@optikerforbund.no
Tlf: 92 45 00 39

REDAKSJONSKOMITÉ

Gaute Mohn Jenssen,
Maria Jahr, Solveig Hovstein,
Dag Øyvind Olsen, Svein Tindlund

ANNONSESALG

Stina Olsen
Epost: stina@optikerforbund.no
Tlf: 23 25 54 50
Mobil: 92 29 28 74

DESIGN OG PRODUKSJON

Design: 07 Media
Trykk: 07 Oslo AS
Opplag: 2400

PLANLAGT UTGIVELSE

6 NUMMER PR. ÅR

NR.	MATERIELL- FRIST	ANNONSE- FRIST	UTG. DATO
3	10.05.17	10.05.17	21.06.17
4	19.07.17	19.07.17	23.08.17
5	13.09.17	13.09.17	18.10.17
6	08.11.17	08.11.17	13.12.17

VEILEDNING TIL ARTIKKELFORFATTERE

Se www.optikeren.org – For forfattere.
Optikeren legges i sin helhet ut på www.optikeren.org. Meningsytringer i tidsskriftets ulike innlegg deles ikke nødvendigvis av redaksjonen eller NOF.

ISSN 0333-1598



DAG ØYVIND OLSEN
REDAKTØR



DEN VIKTIGE BRILLEN

En brille er et fantastisk hjelpemiddel, og det viktigste redskapet en optiker jobber med. En riktig tilpasset brille gir et bedre liv for uendelig mange mennesker.

Resultatet av den jobben du som optiker gjør, sitter i brillen. Er den som har fått tilpasset en brille ikke fornøyd, er det faktisk din skyld. Enten har du gitt personen forventninger som ikke kan oppfylles, det har sviktet i kommunikasjonen, eller så er jobben ikke gjort godt nok. Derfor; sørg for å holde deg faglig oppdatert i en stadig mer kompleks og avansert hverdag, med ny viten, teknologi og produkter? Svært mange optikere gjør det, viser poengoversikten over etterutdanningspoeng som er registrert hos Norges Optikerforbund. Men en god del gjør det ikke. Hva skal til for at du skal bli inspirert? Vi har møtt hun som har fått flest etterutdanningspoeng.

Briller er tema for denne utgaven. Vi ser spesielt nærmere på funksjonalitet, og den gleden du kan finne ved å søke kunnskap om briller utenfor butikkens vegger. For det er jo slik at briller også er et smykke som sitter midt i ansiktet, ofte et stykke nennsomt håndverk som noen har laget med lidenskap. Det er en stor verden der ute av entusiasme og mennesker som brenner for håndverk og design. På de store europeiske optiske messene kan du bli inspirert, og få mer kunnskap. Det er program for noen hver.

Engasjement for faget er viktig for å drive det fremover, og skape en spennende jobb som er i utvikling. Leserinnlegg skaper nettopp det, og vi tar debatten videre i denne utgaven av Optikeren.

Kryssordet som ble introdusert i forrige nummer godt mottatt, takk til dere som har sendt inn løsning. ●

God lesning!

Dag Øyvind Olsen
Redaktør
dag@optikerforbund.no



AKTIVITETSKALENDER

Faglige kurs, seminarer, møter osv. i tiden fremover. Send en melding til redaksjonen@optikerforbund.no dersom du kjenner til relevante arrangementer som vi har utelatt. Optikere kan søke deltakelse på alle arrangementene.

21. – 23. APRIL

Norges Optikerforbunds landsmøte og fagkonferanse, SI generalforsamling
Kongsberg, Norge
www.optikerne.no/pages/fagkonferansen

7. – 11. MAI

ARVO, The Association for Research in vision and ophthalmology
Baltimore, USA
www.arvo.org

12. – 14. MAI

European Academy of Optometry and Optics
Barcelona, Spania
www.eaoo.info

9. – 11. JUNI

BCLA Clinical Conference
Liverpool, Storbritannia
www.bcla.org.uk

16. SEPTEMBER

Endagskonferanse klinisk optometri
Essinge Konferenscenter
Stockholm, Sverige
Info: rlb@eyelab.se

6. – 9. OKTOBER

Silmo Paris, Optical Fair 50-års jubileum
Paris Nord Villepinte, Frankrike
www.silmoparis.com

9. OKTOBER

Specsavers Clinical Conference
The Qube, Gardermoen, Norge
www.clinicalconference.no

28. – 29. OKTOBER

Dansk optometri- og kontaktlinsekonferanse
Radisson Blu Scandinavia Hotel
København, Danmark
www.optometrikonference.dk

NYHET!



Fargeskiftende glass med speileffekt!

TILGJENGELIG I 6 FLOTTE FARGER



Bronze

Orange

Copper

Fuchsia

Violet

Forest Green

Transitions® XTRActive®

Flash to Mirror

MANGE FLERE VIL BLI OPTIKER

Antallet søkere til optiker-utdanningen er nær fire-doblet siste fire år. Sikre jobbmuligheter over hele landet er en viktig årsak.

TEKST: ROLF MAGNUS W. SÆTHER
FOTO: KAIA MEANS

I fjor var det 191 søkere som hadde optikerstudiet som førstevalg. Det er en formidabel vekst, fra 55 søkere i 2012. – Etter flere år med målrettet rekrutteringsarbeid, strømmer søkerne nå til studiet. Da får vi fylt klassene med motiverte og kvalifiserte studenter. Kunnskapen om yrket, og hvordan man blir optiker, har vært liten, sier Per Kristian Knudsen, daglig leder i Norges Optikerforbund og Synsinformasjon. En viktig årsak til at flere søker studiet,



Daglig leder Per Kristian «Pelle» Knudsen i Norges Optikerforbund og Synsinformasjon sier informasjonen utdanningsøkende får på messene skal gi et realistisk bilde av arbeids-hverdagen som optiker i butikk.

er at bransjen, i samarbeid med høyskolen deltar på utdanningsmesser over hele landet med optikerstudenter som dyktige «ambassadører». På messene viser man de besøkende hva man som optiker kan forvente å gjøre på jobb i en optikerforretning.

For noen år siden var det for få søkere til å fylle studiet. Nå er det igjen konkurranse om de 66 studieplassene på Kongsberg.

– Mange unge har fått øynene opp for at dette er et spennende og variert yrke med gode jobbmuligheter over hele landet, sier Knudsen.

Det er cirka 1500 yrkesaktive optikere i Norge. Hvert år uteksamineres rundt 60 nye optikere fra Høgskolen i Sørøst-Norge, campus Kongsberg. Dette er det eneste studiestedet for optikere i Norge, men man kan ta deler av studiet i utlandet. ●

DATABRILLER TIL BUTIKKANSATTE



Har butikkansatte krav på at arbeidsgiver skal dekke databriller? Arbeidstilsynet har nå konkludert i saken.

TEKST: DAG ØYVIND OLSEN FOTO: COLOURBOX

Tre vilkår må oppfylles for at butikkansatte skal ha krav på databriller. Det går på skjermens størrelse, hvor ofte og hvor lenge arbeidstakeren sitter foran

skjermen. Det angår i så fall svært mange arbeidstakere, og denne saken har skapt stor interesse. Arbeidstilsynet har også fått flere henvendelser, og en

ekspertgruppe optikere på høyskolen har uttalt seg.

Nå har Arbeidstilsynet konkludert, og de åpner opp for at de som jobber i butikk skal få dekket databriller av arbeidsgiver, så fremt noen vilkår er oppfylt.

Frittstående skjermer av en viss størrelse koblet til en datamaskin i for eksempel et moderne kassaapparat, kan være omfattet av begrepet «data-skjerm», skriver Arbeidstilsynet i en pressemelding.

Små skjermer som mobiltelefoner og lignende, regnes ikke som dataskjerm, ifølge konklusjonen til Arbeidstilsynet.

De neste vilkårene er at arbeidet må skje jevnlig, og at arbeidet ved data-skjermen må utgjøre en betydelig del av arbeidstakerens arbeid.

Norges Optikerforbund avventer om det vil være gjeldende regelverk for databriller som gjelder også for butikkansatte, eller om det blir et eget regelverk for denne brukergruppen. ●

NYTTIG KOMMUNIKASJONSKVELD

For tredje år på rad inviterte Synsinformasjon optikerstudentene til kommunikasjonskveld på høgskolen. Med praktiske råd på vei ut i arbeidslivet, er dette blitt en nyttig tradisjon.

TEKST OG FOTO: JOAKIM HANSEN

NY I FAGET

Rita Aadne Ludviksen åpnet kvelden med å snakke om hvordan det var å være ny i faget og hvordan pasienter oppfatter optikeren. Hun oppfordret studenten til å være aktive lytter, og til å være nysgjerrig.

Karianne Nossen har jobbet 15 år som optiker og jobber for Synoptik. Hun fortalte hvordan praksis fungerer, hva som forventes av studenter og hva studentene forventer av praksisplassen.

– Praksisplassen er der for å guide dere, ikke lære dere. Formålet med praksisperioden er at dere skal se hele bildet, sa hun.

Nossen minnet om at optikeryrket er et serviceyrke, en fagprofesjon der de fleste jobbene er faghandel i butikk. Det blir lagt vekt på kundeservice og hva kunden ønsker.

– Alle kundene er på utkikk etter svar på spørsmålene sine. Dette er ikke alltid en brilleseddel.

Hun var tydelig på det at optikeren ikke skal sette begrensningene, men heller gi pasienten mulighetene. Noen gang kommer pasienten inn og vil ha en brille, der vi kan gi de muligheten til å velge linser.

PROFESJONELL KOMMUNIKASJON

Bård Fossli Jensen jobber som barnelege, i tillegg til at han trener helsepersonell i pasientkommunikasjon. Han åpnet med å snakke om hva man gjør i ekstremsituasjoner. Fra egen erfaring, kom han med eksempler på hvordan man må tilpasse seg situasjonen.

INTENSJON – ATFERD – EFFEKT

Fossli Jensen tok opp hvordan man bør gå fram når det gjelder kommunikasjon. Skal man være aktiv, passiv eller finne en mellomvei? Alle ønsker å ha en profesjonell kommunikasjon, men hvordan gjør man det?



Optiker Karianne Huseby Nossen og barnelege Bård Fossli Jensen

Vi prøver alle å oppnå en eller annen form for effekt ved hjelp av kommunikasjon. Alt du gjør og alt du sier har alltid en effekt. Skjer det du ønsker skulle skje, den intensjon du hadde? Jensen fortalte videre at empati, som her blir atferd, er en god metode for å oppnå ønsket effekt i mange tilfeller. Men dette må trenes på. Han advarte samtidig mot høy risiko ved bruk av humor som adferd.

- «Man må være forberedt på negative og positiv empati».
- «Glede + glede = mer glede. Sorg + sorg = mindre sorg.»
- «Å møte folk med empati gir fort god tillit».
- «Den vanligste tabben vi gjør, er å møte folk med fakta istedenfor empati.»

DÅRLIGE BESKJEDER

Hvordan gir man dårlige beskjeder til pasienten i stolen? Situasjoner der førerkort blir mistet, pasienten kan ikke lengere bruke kontaktlinser og funn av okulære patologier er noe en optiker stadig møter på. For alt helsepersonell

1. Varselskudd – forberede pasienten.
2. Gi hele den dårlige nyheten.
3. Vent på reaksjon
4. Håndter det som kommer.
 - Empati
 - Spørsmål

er dette en vanskelig situasjon. Fossli Jensen kom med anbefalinger for hvordan dette kan gjøres best mulig.

RÅD NÅR MAN ER NY

– Finn en ting å trene på som er viktig når dere skal trene på empati, dårlige nyheter eller lignende, var Bård Fossli Jensens siste tips til studentene. ●



BRUKER IKKE MER PÅ BRILLER

Bransjens omsetning har økt de siste årene, men det har ikke vært økning i salget til hver enkelt brille- eller linsebruker. Dette har vært stabilt i perioden fra 2007 til 2015.

TEKST: INGER LEWANDOWSKI FOTO: COLOURBOX

Ut fra bransjetallene som ble presentert i Optikeren nr 6/2016, ser vi at omsetningen har økt jevnt og trutt fra 2007 til 2015. Økningen er på mer enn konsumprisindeksen, altså har markedet blitt utvidet. Samtidig vet vi at antallet brille- og linsebrukere også har økt betraktelig. Synsinformasjons gallupundersøkelse fra 2007 viste at 67% av alle personer over 15 år brukte briller og/eller linser. Tilsvarende tall i 2015 var 75%. I samme periode har Norges folketall økt, mens den gjennomsnittlige prisøkningen har vært på 17,9 fra 2007 til 2015. Jeg ble nysgjerrig på om det nå selges mer til hver enkelt kunde, eller om salgsøkningen bare skyldes flere kunder, og jeg lagde derfor et lite regnestykke.

ANTALLET BRILLE- OG LINSEBRUKERE HAR ØKT

For å finne ut hvor mange som brukte briller og linser i 2007, har jeg brukt tall fra Statistisk Sentralbyrå for Norges

befolkning og andelen over og under 15 år. 67% av personer over 15 år sier at de bruker briller eller linser. Vi vet ikke hvor mange barn under 15 år som bruker briller, men tidligere anslag har vært 10%, så jeg har brukt det. Totalt kom jeg da til at det i 2007 var totalt ca 2,6 millioner brille- og linsebrukere i Norge.

På samme måte regnet jeg ut antallet brille- og linsebrukere i Norge i 2015. Men da var det ifølge gallupundersøkelsen hele 75% som brukte briller og/eller linser. For barn under 15 år har jeg også i dette året beregnet 10% brillebruk. Totalt beregnet ble det 3,27 millioner brille- og linsebrukere.

Salget av optiske artikler var i 2007 på 3 milliarder kroner, noe som tilsier at gjennomsnittlig salg per person per år (3 milliarder delt på 2,6 millioner) var på kr 1154. I 2015 var salget på 4,37 milliarder kroner, mens antallet

brukere hadde økt til 3,27 millioner, det vil si et gjennomsnittlig salg per person per år på 1336 kroner. I samme tidsperiode hadde prisene økt med 17,9% i Norge. Det betyr at kr 1154 i 2007 tilsvarte kr 1350 i 2015, det vil si tilnærmet det samme som beregnet salg per person i 2015.

STABILT SALG TIL HVER BRUKER

Konklusjonen må bli at gjennomsnittlig salg til hver enkelt person per år har holdt seg stabilt i perioden fra 2007 til 2015. Bransjens omsetningsøkning skyldes at antallet brille- og linsebrukere har økt, og at prisene har steget i perioden. Ut fra dette kan man ikke si noe om antall solgte enheter. Det kan være det samme som før, det kan ha vært en økning hvis prisen per enhet har gått ned, men det kan også ha vært en reduksjon hvis prisen per enhet har gått opp. Ut fra disse tallene kan vi heller ikke si noe om hvor ofte briller eller linser byttes ut. ●

“Vi står fullstendig fri til å velge hvilke konsepter vi benytter oss av”



Optiker Thomas Schou er fornøyd medlem av c)optikk.

Da optiker Thomas Schou tok over farens bedrift i 1998, fulgte medlemskapet i en annen kjede med på kjøpet. Etter sju år med stadig større forandringer, ville Thomas prøve noe annet. Hvorfor bestemte han seg for å bli med i c)optikk?

– Det viktigste for meg var å fortsette å gi kundene mine topp service, sier den daglige lederen i Bekkestua Optikk. – Derfor var jeg på utkikk etter en løsning som kunne gi meg både gode priser, spennende konsepter og handlefrihet. Etter å ha prøvd ulike fellesskap i en treårsperiode, visste jeg at jeg ikke ønsket å stå helt alene. I 2008 inviterte jeg mulige samarbeidspartnere inn på kontoret mitt. Jeg måtte finne ut hvordan de ulike kjedene fungerte og hva som kom til å lønne seg for meg.

c)optikk, Norges største sammenslutning av privateide optiske forretninger, viste seg å være partneren han lette etter. Særlig den åpne eierstrukturen taltalte ham. Dette med at butikkene faktisk eier kjeden, og at alt overskudd går rett tilbake til dem, framfor å havne i lomma på noen få eiere på toppen.

c)optikk's solide leverandøravtaler og servicekonsepter falt også i smak hos Thomas. – Samtidig som jeg kan tilby kundene mine fordelsprogram og gode betalingsløsninger, har jeg mulighet til å handle fritt med hvilke leverandører jeg vil. I denne kjeden er det ingen som prakker på deg noe som helst. Om jeg ønsker det, kan jeg for eksempel bestille inn en helt spesiell type linser til kunder som sliter med øyeskader, eller solbriller fra en bitte liten leverandør.

Noe han også setter stor pris på, er at Bekkestua Optikk kan bevare sin lokale identitet. Bortsett fra en matte med kjedens logo og noen plakater her og der, som han selv har valgt å ha i butikken, oppfører c)optikk seg nærmest som en usynlig kjede. – Vi står fullstendig fri til å velge hvilke konsepter vi benytter oss av, om vi vil tilby kundene nettbutikk og om vi ønsker å bruke kampanjene som lages. Men på de halvårige eiermøtene har alle møteplikt. Det er utelukkende et pluss, mener Thomas.

Man får godt faglig påfyll, tilhørigheten styrkes ytterligere og det kollegiale samarbeidet blir enda bedre. Bærumsoptikeren er i det hele tatt strålende fornøyd med medlemskapet. – For min del har det blitt lettere og lettere å drive butikk. Jeg kan føle kunden på pulsen i mye større grad enn før, da vi tilhørte en mer ensrettet kjede. Hvis trenden plutselig er blå briller, er det jo innmari kjipt kun å ha de grønne på lager, smiler han.

“Jeg har mulighet til å handle fritt med hvilke leverandører jeg vil”

Når dette leses, har Thomas og de til nå 153 andre medlemsbutikkene møttes på årets innkjøpsmesse og tatt sine helt frie valg. Hvis kunden ønsker det, skal hun selvfølgelig få både spesiallinser og blå briller.

For mer informasjon,
ta kontakt på
telefon 32 72 27 27

c)optikk



OPOSCANDINAVIA

KUNO·QVIST

ALWAYS IN CHARACTER



Nye førerkortforskrifter

For å yte medlemmene våre best mulig service, jobber administrasjonen og styret mye med å få klarhet i retningslinjene vedrørende nye førerkortforskrifter. Husk at du som medlem alltid kan kontakte oss dersom du er usikker, eller har spørsmål om dette. Se forøvrig kliniske retningslinjer på optikerne.no. Der kan du få svar på mange spørsmål.

Kompetanse og trivsel

Visste du at blant NOFs medlemmer er trenden at høyere utdanning også gir økt trivsel i arbeidshverdagen? Ni av ti optikere med mastergrad oppgir en trivselsfaktor på over 4,5 i arbeidslivet, på en skala fra 0-6. Det viser vår siste medlemsundersøkelse.

Arbeidsplan for NOF

Styret og administrasjonen har gjennom høsten -16 og våren -17 utarbeidet en arbeidsplan for NOF, som har vært kommentert i denne spalten tidligere. Dette arbeidet er nå klart og vil bli presentert på fagkonferansen.

Styret, administrasjon og utvalg samlet

Vil du være med på å påvirke vår fremtid? På Landsmøtet og fagkonferansen på Kongsberg i april vil du treffe NOFs styre, og andre som arbeider for at optikerens hverdag skal bli best mulig. Vi er her for deg og vil svært gjerne diskutere nåtid og fremtid med vårt fag i fokus!

OPTIKERYRKET PÅ FACEBOOK

Har du sett en av de fire informasjonsfilmene som er ute på sosiale medier? Målet med filmene er å spre kunnskap om optikeryrket.

TEKST OG FOTO: DAG ØVIND OLSEN

Tredjeårsstudenter i optometri, en nyutdannet optiker og en veteran, ble alle filmet og intervjuet til fire filmer på ett minutt hver. Her forteller de hva studiet og yrket inneholder. Filmene er produsert for Synsinformasjon, og distribuert gjennom Bli Optiker-kampanjen på sosiale medier som Facebook. Filmene spres gjennom mange kanaler, men for første gang har man også kjøpt annonseplass. Slike korte filmer er blitt en veldig



Fotograf Rolf Magnus W. Sæther i gang med opptak til informasjonsfilmene om optikeryrket du nå kan se på sosiale medier.

populær måte å nå mange mennesker på. Filmene kan ses uten lyd, fordi de er tekstet. Det viser seg at de fleste ser slike filmer med lyden avskrudd.

Målgruppen for filmene er utdanningsøkende og deres familie og bekjente, slik at de kan få vite mer om hva optikeryrket går ut på. Flere moti-

verte søkere til optikerutdanningen og mer kunnskap om hvordan det er å jobbe som optiker i butikk, er mål for kampanjen. Det er jobbet mye med informasjon på utdanningsmesser de siste årene, og søkertallene til optikerstudiet viser at det har vært nær en firedobling av antall primærsøkere siste fire år. 📍

MINNEORD

PETER DRECKER



Optiker Peter Drecker gikk i februar 2017 ut av tiden, i en alder av 79 år.

Peter Drecker ble født og vokste opp i Bielefeld i Tyskland, hvor han også tok sin grunnutdanning i optikk. Siden tok han toårig optometriutdanning i Berlin. I 1960 kom han som ung mann til Norge og Kongsberg, ble fascinert av landet og naturen, fant kjærligheten og ble værende. Første arbeidssted var firmaet Anders Spiten AS og Brillehuset på Kongsberg. Siden ble han reisende for firmaet Arvid Krogh i Oslo, før han dro nordover og slo seg ned i Tromsø. I Nord-Norge etablerte han etter hvert ikke mindre enn seks optikerforretninger.

Peter Drecker var en varm, fargerik og engasjert person, som hele livet var levende opptatt av optikerfaget og optometrien.

– Vi optikere må engasjere oss mer på områder hvor vi har noe å bidra med, som for eksempel barn og syn, syn og eldre, bilkjøring og arbeidsplass, sa han til Optikeren i 2001.

I 1967 var Peter Drecker med og stiftet Norsk Kontaktlinseforening, og på 1980- og 90-tallet satt han i Norges Optikerforbunds styre. Han var også samfunnsengasjert og fikk et kjent navn i Tromsø. I en periode var han blant annet både fotball- og håndballtrener i Tromsø idrettslag, foruten at han var aktiv i den katolske menigheten i Tromsø.

Inger Lewandowski



European Academy of Optometry and Optics arrangeres i samarbeid med Spanish General Council of Optometry. Konferansen sammenfaller med vårmøtet i European Council of Optometry and Optics, (ECOO) der Norges Optikerforbund deltar for å diskutere aktuelle spørsmål som angår arbeidshverdagen til optikere over hele kontinentet. Dette bildet er fra fjorårets samling i Berlin.


MØTES I BARCELONA

I midten av mai samles Europas optikere til European Academy of Optometry and Optics i Barcelona. **TEKST: DAG ØYVIND OLSEN FOTO: MARIA JAHR**

Konferansen holdes i perioden 12.–14. mai, og temaet er «Vision and new technologies». Optikere og bransjefolk fra 30 land deltar for å dele kunnskap, diskutere og lære fag i den spanske storbyen. Målet med konferansen er å gi deltakerne viten og informasjon som man har nytte av på jobben. Diskusjoner med kolleger fra andre land er også viktige, og nyttige. Programmet er variert og består av foredrag og korte

presentasjoner, workshops i kliniske ferdigheter, gruppearbeid innen ulike fagfelt, og gode muligheter for å skape et optiker-nettverk på tvers av landegrensene.

På konferansen er det også muligheter til å treffe kolleger fra Norge, og oppleve en fantastisk by.

Vil du vite mer?: <http://www.barcelona2017.info> 



InContact
powered by Alcon®



BENYTT DEG AV FLERE TJENESTER FOR KONTAKTLINSEBRUKERE.

Oppdag **InContact** – ditt nye digitale utstillingsvindu som genererer trafikk og som tilbyr pasientadministrasjonsverktøy. Det hjelper nye kontaktlinsebrukere å få en god start og man bygger et nært kundeforhold ved at kundens behov bedre imøtekommes.

- E-handelsløsning
- Levering hjem
- Linseabonnement
- Pasientadministrering

Nye funksjoner vil komme løpende.
Spør din Alcon-salgsrepresentant om **InContact**.

InContact – Fornyer synspleie i samarbeid med deg.

Fremtidens
løsning for
synsunder-
søkelser

HOYA

HOYA



EYEGENIUS

Den intelligente løsningen for fiksasjonsdisparitet

Hoya EyeGenius er et komplett og klinisk uttestet system for synsundersøkelser som innebærer en helt ny og unik metode for å avdekke fiksasjonsdisparitet. Det er den raskeste løsningen i dagens marked og gir en klar konklusjon på under ti minutter. Systemet understøttes av en rekke avanserte produkter som bidrar til å korrigere fiksasjonsdisparitet med størst mulig grad av tilpasning.

Posisjoner deg som refraksjonsspesialist og få større salg og en bedre kundeopplevelse med dette unike, interaktive produktet.

HOYA
Eye for detail

Gå til hoyagallery.com for mer informasjon

FAGLIG OPPDATERING VIKTIG FOR MANGE

Etter- og videreutdanningsperioden fra 2014 til og med 2016 er avsluttet. Hele 1130 NOF-medlemmer har deltatt. 416 får diplom for gjennomført periode! Totalt er det gitt 40694,5 poeng, noe som gir et snitt på mer enn 36 per deltager.

TEKST: HANS TORVALD HAUGO

I 2016 ble NOFEP (NOF Etterutdanningspoeng) åpnet for studenter. Det er gledelig å se at også studentene sanker NOFEP fra ulike arrangementer utenfor studiet. Interessen rundt NOFEP har vært stor blant medlemmene, ulike kursholdere og fra arbeidsgiversiden.

POENGDRYSS

Det har vært flere som har kjempet om å bli optikeren med flest poeng. Karin Lund endte som poengdronning – uten tvil! Karin fikk 319 etterutdanningspoeng. Høgskolen i Sørøst-Norge, American Academy, interne fagdager i Brilleland, NAV, Norges Optikerforbund og ulike leverandører har bidratt til poengene. Karin har selv vært foredragsholder og har fått NOFEP for å lære andre optikere.

10-PÅ-TOPP

En skal også legge merke til nummer tre på listen: Heidi Rygh Refseth jobber som optiker på Lillehammer. Hun topper listen blant de som møter pasienter daglig. Å oppnå 243 NOFEP ved siden av ordinær jobb som kliniker er imponerende!

Etter- og videreutdanning er for alle, ikke bare de yngste. Snittalderen hos de ti beste er 42,4 år. Sanna Therese Ekeroth er yngst på lista. I 2016 var hun ferdig med sin mastergrad i optometri og synsvitenskap, med fordypning innen allmennoptometri. Kurs på mastergradsnivå har gitt en god dose med etterutdanningspoeng sammen med akademiske studiepoeng for mange.

Norges Optikerforbund gratulerer de som ligger på periodens ti-på-topp:
Karin Lund (319)
Olaug Skrøppa (271,5)
Heidi Rygh Refseth (243)
Simon Dørheim (218,5)
Anne Marit Hegge (211,5)
Sanna Therese Ekeroth (207,5)
Marianne Mathisen (179)
Anders Oxaas (174)
Lars Angaard (160)
Anne Norvik Jervell (159,5)

MANGE MULIGHETER

Totalt er det 334 ulike kurskoder med til sammen 1740 NOFEP tilgjengelig! Nært 100 kurstilbydere har ønsket å

lære norske optikere faglighet og har søkt om å få poengvurdert sine kurs. Det var i 2016 mange optikere på internasjonale kurs og kongresser og sørget for faglig påfyll.

Kjedene har mer omfattende kurstilbud enn tidligere. Specsavers har åpnet sine fagdager for alle. Det er en økende tendens til å kjøpe tilpassede kurspakker ved Høgskolen i Sørøst-Norge og tilby disse til kjedens optikere. Høgskolen er den desidert største kurstilbyderen i perioden med totalt 742 skinnende NOFEP tilgjengelig innen 38 ulike kurskoder. Dette er mer enn 1/3 av de totalt 1740 poengene som er vurdert totalt i perioden. Fagmiljøet på Kongsberg tilbyr alt fra kasuspresentasjoner til avanserte kurs på mastergradsnivå. Tabellen viser antall NOFEP de enkelte kjedene har søkt godkjent i NOFEP-perioden, men viser ikke et fullstendig bilde av kjedenes faglige oppgradering av ansatte. ●

KJEDE	PERIODE 2014–2016:	ANTALL TOPP 100 (per kjede):
ALLIANCE OPTIKK	57	11
BRILLELAND	48,5	2
C-OPTIKK	71,5	26
INTEROPTIK	82,5	35
KROGH OPTIKK	44	4
SPECSAVERS	72	4
SYNSAM	46*	7
ANDRE ARBEIDSGIVERE**		11

(* Regnet om fra regionale kurs til sammenliknbare tall)

(** Høgskolen i Sørøst-Norge, utlandet, utleieoptiker, sykehus, andre)

Krav for å få diplom er 36 NOFEP over tre år. Dette tilsvarer en time faglig oppgradering i måneden. Norges Optikerforbund regner dette som minimumsnivået for å kunne opprettholde og utvikle sin faglige kompetanse slik samfunnet forventer. Følg med på din personlige oversikt på nettsidene, slik at du som kursdeltager får alle de etterutdanningspoengene du skal ha. Husk også at faglige aktiviteter i utlandet kan utløse NOFEP. Har du spørsmål tar du kontakt med fagsjefen.



Karin Lund vet godt hvordan det er å jobbe i butikk. Fra Danmark har hun erfaring fra Synoptik og Louis Nielsen (Specsavers), i Norge har hun blant annet jobbet som butikkoptiker her i Sande.

IKKE GÅ LEI, ENGASJÈR DEG!

Karin Lund har gått fra optikerutdannelse i hjemlandet Danmark, til å bli fagsjef i Brilleland. På veien har hun fått allsidig erfaring fra mange deler av optikerfaget. Hun var selv i ferd med å bli lei av å være optiker i butikk, men så gjorde hun noe med det.

TEKST OG FOTO: DAG ØYVIND OLSEN

Hun har allsidig erfaring som optiker i butikk, både fra Danmark og Norge, etter fullført optikerutdannelse fra København i 1989. Både fra mindre butikker som Alliance Optikk på hjemstedet Sande i Vestfold, og som butikksjef hos Brilleland på Majorstuen. Men hun har også jobbet i tverrfaglig utredningsteam hos Statped på Huseby i Oslo.

– Min interesse har alltid vært for den faglige delen av jobben. Da jeg var butikksjef, følte jeg at karrieren utviklet seg i feil retning. Det har vært veldig viktig for meg å holde interessen for faget levende.

Det har hun søkt, både gjennom etterutdanning, kurs, klinisk master

(PCO) i 2007, pluss alle moduler og eksamener i master i synsvitenskap, blant annet.

– Da jeg begynte på master, var jeg gått litt lei. Det ble en rutinepreget jobb som optiker i butikk, og jeg hadde behov for at det skulle skje litt mer. Men etter at jeg tok mastergraden, har interessen egentlig bare gått oppover.



På American Academy of Optometry plukker Karin Lund gjerne ut foredrag om pediatri, samsyn og bakre segment – som hun synes er spesielt interessant. Her sammen med Adis Mehmedovic, Tone Garaas-Maurdalen og Anne Norvik Jervell.

Mitt råd er at dersom man kjeder seg i jobben, engasjer deg i det faglige!

VISJON OG VIRKELIGHET

Er optikere flest klar over de mulighetene som finnes?

– Det er mange som starter i bransjen som enten har ambisjoner om å komme på sykehus, eller i en setting med øyelege. Eller så tror man at det bare er butikkjobb som er den eneste veien som finnes. Man skal nok jobbe en stund for å se alle mulighetene som faget rommer.

Karin Lund mener det også handler om tankegang.

– Vær bevisst at hver eneste person som setter seg ned for en synsundersøkelse er unik. Og det er dessuten slik at jo mer man kan, desto morsommere blir jobben.

Lund synes optometri er en bransje der det skjer utrolig mye spennende og utviklingen går raskt. Man blir aldri «ferdig» utdannet.

FLERKULTURELT FELLESSKAP

De siste årene har hun jobbet som fagsjef i Brilleland. Alle optikere i kjeden får satt av tre hele dager til faglig

Jeg synes det er en stor tilfredsstillende å jobbe i en bransje som hjelper så mange mennesker til å få en bedre hverdag med riktige syns-hjelpemidler.

oppdatering, der to dager er interne kurs, og en dag med internasjonale forelesere. Optikerkjeden har et eget fagråd og «buddygrupper» som hjelper den enkelte med faglige spørsmål.

Du er den eneste fra Brilleland som har havnet på Topp-10 listen med etterutdanningspoeng?

– Når vi har nesten 150–200 optikere ansatt må vi ivareta at alle får like muligheter til å delta på kurs og få etterutdanningspoeng og da blir det litt lavere poengsum på hver enkelt. Men vi sørger alltid for å ha tilstrekkelig tilbud til alle slik at man enkelt oppnår poengsum i henhold til bransjens krav. Har man spesifikke ønsker om eksterne kurs strekker vi oss så langt vi kan for å imøtekomme dette.

Finnes det en typisk Brilleland-optiker?

– Vi har i større grad enn andre kjeder optikere med flerkulturell bakgrunn, og vi ser på det som en styrke. Det gir en veldig god dynamikk i forhold til kunder. Mange av kundene våre har jo også bakgrunn fra andre land.

Karin Lund deltar hvert år på American Academy of Optometry som en viktig del av å holde seg faglig oppdatert. Hun mener flere norske optikere burde reise dit.

– Den vanlige butikkoptiker vil ha veldig godt utbytte av å dra. Det er massevis av forelesninger, så det er noe av interesse for alle, alt fra patologi til spesielle kontaktlinser. Dessuten er det et kjempespennende sted å være. Det er en stor opplevelse å komme ut i verden å se hvor stort faget egentlig er! 📍

MyDay® endagslinser med Smart Silicone™

Videnskaben bag uovertruffen komfort

iltforbrug¹
100%

væskeindhold
54%

UV
-beskyttelse*

modulus
0.4



MyDay® endagslinser er udviklet med henblik på at give en uovertruffen komfort, en exceptionel synskvalitet og en sundere linseoplevelse.

Nu fås MyDay® også i et gennemprøvet torisk design med udvidet sfærisk styrkeområde.



MyDay®
toric –
fås nu

www.coopervision.dk


CooperVision®



BRILLER TIL GLEDE OG BESVÆR, MEN MEST GLEDE!

Vi lar optikere fortelle om sine forhold til briller. Vi tar reisen fra skolebenken, til optikerbutikk og ut på store messer. Se, les, og bli inspirert! Og kanskje lærer du noe også.



RESULTATET SITTER I BRILLEN

Uansett hvor god optiker du er, skal resultatet sitte i brillen.
Virker ikke brillen, er du ikke en god optiker.

TEKST OG FOTO: DAG ØYVIND OLSEN

Bonnie Uchermann leder den optotekniske delen av optikerutdanningen på Kongsberg, og han er klar i sin tale. – Som optiker er du ansvarlig for den brillen du leverer ut, og derfor er det så viktig å gjøre dette riktig, sier den entusiastiske bergenseren som har jobbet med å utdanne fremtidens optikere i 25 år.

Selvsagt er det også noen ganger at forventningene til brillen er for høye,

men da handler det som regel om at kommunikasjonen ikke har vært god nok mellom optiker og kunde, mener Uchermann.

Noen ganger blir det for mye informasjon å ta inn på en gang for den som skal ha brillen, derfor er det viktig å porsjonere ut informasjonen. Eventuell misnøye vil ramme både den enkelte optiker og butikken.

– Det er viktig å få riktig symmetri, teste og sjekke ut brillen før du leverer den ut, og tenke gjennom hvordan de forskjellige brillene virker. – Når det snakkes om hvor flink en optiker har vært, handler det ofte om erfaring og kunnskap.

KOMPRIMERT TIL FØRSTEÅRET

Optoteknikken er nå kun et fag i første klasse på høgsolen. De neste årene er det praksis i butikk som skal finpusse



1. Bonnie Uchermann er ansvarlig for optoteknikken i nye, lyse og velutstyrte lokaler på høyskolen.

2. Her er brillene som studentene får øvd seg på. Innfatningene får skolen fra butikker over hele landet. De er ikke brukt, men utsorterte av varesortimentet.

ferdigheter innen glass og ramme. Men det er litt av hvert førsteklasingene skal gjennom, sier Bonnie – og viser smørbrøddista med 16 briller som studentene skal lage i løpet av et år. Det starter med organiske sfæriske glass som slipes i metallinnfatning, og avsluttes med den vanskeligste oppgaven, en klassisk garnityrbrille. I mellom skal studentene slipe glass inn innfatninger av acetat og nylontråd, det skal repareres, sveises og loddes.

Utdanningen følger en europeisk standard, og den norske fagplanen i optoteknikk ble godkjent uten merknad. – Den teknologiske delen av faget er i rivende utvikling, og det er ingen tvil at man gjør den beste jobben med godt verktøy. Selv om man nå bare kan taste inn dataene, og så gjør maskinen jobben – må man jo vite mye før de verdiene tastes inn. Siden det ikke er så dyrt å kjøpe avansert slipemaskin lenger, er det mange butikker som har

det. Halvparten av butikkene jeg er i kontakt med, har det.

Hva med innfatninger i materialer som tre og stein, får studentene brynet seg på det?

– Nei, det er når de er ute i praksis i butikk at de får prøvd seg på slikt, og på tredjeåret er spesialinnfatninger pensum i praksis. Her på skolen kjører vi de vanlige acetat- og metallinnfatningene.

POPULÆRT FAG

Overgangen til optometriststudiet kan være tøff for mange, ikke minst når det er matematikk og tung teori på timeplanen fra starten av første klasse.

– Studentene føler det godt å komme inn hit. Det er viktig at førsteklassestudentene møter et fag som de synes er all right. Her er det kun praktisk arbeid, og da blomstrer mange, både gutter og jenter.

Dagens ungdom skrur ikke så mye på fritiden som tidligere generasjoner.

– Før var guttene kjappet, men nå er det omtrent likt, både på tid og nøyaktighet.

Bonnie Uchermann mener det kunne vært dobbelt så mange timer undervisning i optoteknikk, men helseaspektet i optometrifaget setter en stopper for det.

– Det har vært en voldsom utvikling, fra man begynte med sandstener til dagens fullautomatiserte virkelighet. Men i prinsippet må du lære det samme. Man må lære håndslip, selv om maskinene gjør det veldig fint.

Glassene i brillene blir stadig mer avanserte, med ulike typer overflatebehandlinger. – Overflatebehandlinger kan gjøre glass forferdelig glatte, og da må man sikre seg mot at de sklir i maskinen. I maskinen blir glasset utsatt for så store krefter at man noen ganger må sette på ekstra feste, i tillegg til teip, så de ikke skal forskyve seg.

Som med så mye annet i livet; erfaring gjør mester! ●



ESSILOR + LUXOTTICA = SANT!

Verdens største optikkselskap blir en gigant med rundt 140 000 ansatte i 140 land.

TEKST OG FOTO: DAG ØYVIND OLSEN

Det har ikke vært mange presseoppslag etter at fusjonen ble kjent i januar, men den burde kanskje skape rystelser i optikkverden? Verdens største glassleverandør Essilor slår seg altså sammen med den dominerende produsenten av innfatninger Luxottica, med en rekke merkenavn i porteføljen som RayBan, Oakley og Alain Mikli, for å nevne noen få.

Hvilke konsekvenser får denne maktkonsentrasjonen? Vi har trålet

internasjonale medier. Britiske Optician påpeker at den kolossale kjempen nesten bare er blitt møtt med hvisking. Kjempen vil kontrollere opp til 25% av det totale optiske markedet, og halvparten av solbrillemarkedet.

Tyske ZVA Report observerer at Sunglass Hut er på vei inn i landet, og at de har åpnet butikk på flyplassen i Düsseldorf. Sunglass Hut eies av Luxottica, og kjeden har 2000 utsalg på verdensbasis.

Svenske Optik skriver at sammenslåingen mellom Essilor og Luxottica kommer til å påvirke hele den globale optikkbransjen. De har intervjuet flere svensker som er positive – og peker på at både optikere og forbrukere kan ha nytte av fusjonen – og at det i tillegg kan skape grobunn for flere uavhengige produsenter. ●

ASTIGMATISM

A MASTERPIECE

Toriske kontaktlinser fra Alcon

Et bedre syn for kundene
En ny salgsmulighet for forretningen

DAILIES® AquaComfort PLUS® Toric og
AIR OPTIX® for ASTIGMATISM er med
sine unike teknologier utformet for
ENKEL TILPASNING og **STABILT SYN.**



Ta kontakt med din Alcon-representant
og spør om Alcons toriske kontaktlinser



BRILLEKUNNSKAP BLIR VIKTIGERE

For å yte best mulig synshjelp, trenger optikere god kunnskap om brilleinnfatninger. – Siden mange briller nå bare finnes i en størrelse, ser vi oftere briller som ikke sitter bra, sier optiker Bjarne Hansen. **TEKST OG FOTO: DAG ØVIND OLSEN**

Bjarne Hansen er redaktør i det danske fagbladet Optikeren. Få har sett så mange forskjellige briller som han. De siste 18 årene har han trålet de europeiske brillemessene på jakt etter gode og spennende briller å skrive om for sine danske kolleger.

Han har fulgt en stor utvikling, det meste til det bedre. Små og store utstillere er til stede på messer som Silmo og Mido, der utvalget er enormt.

Når dørene åpnes om morgenen, er Bjarne Hansen klar med avtalebok og notatblokk. Han har energi, entusiasme og kunnskap om innfatninger som få andre optikere.

– Jeg har vært imponert over kvaliteten, at den løpende er blitt forbedret. Både når det gjelder materialer, men også innen produksjon og håndverkskvaliteter. Det har virkelig akselerert, men så er det en utvikling som har gått en annen vei. Det er slik at der det tidligere ble levert briller i mange størrelser, har det plutselig blitt «one size fits all», og det betyr at man ser riktig mange briller i feil størrelser blant folk.

Hansen sier at brillene generelt er blitt større, uten at de er store nok til å passe alle ansikter. Siden de fleste briller bare finnes i en størrelse, betyr det at mange går med briller som er enten for små

eller for store, fordi optikeren ikke tør å si at brillen ikke passer, når pasienten liker en innfatning og faktisk ikke selv er i stand til å vurdere om den passer.

– Mange briller passer heller ikke i vinklingen over nesene. Det forsøker optikeren å rette, men det går tydelig ut over utseendet på brillen, sier Hansen.

Han trekker frem danske Lindberg som et eksempel på et firma som lager briller i flere størrelser, og som i tillegg bruker krefter på å undervise optikere i valg av riktig størrelse og i siste tilpassing.

LETTERE BRILLER OG NYE MATERIALER

Bjarne Hansen var ferdig utdannet optiker i 1972. Han har hatt en lang karriere i Synoptik, før han i 1998 ble redaktør av Optikeren.

– De første messene var overveldende fordi de var så store, men så fikk jeg et overblikk og snakket med kolleger. Jeg skulle ønske at jeg som praktiserende optiker hadde fått øynene opp for hvor inspirerende og lærerikt det er å møte de som har utviklet briller direkte, for å få førstehåndskunnskap.

Brillemoten har endret seg mye siste tiår, fra små innfatninger på 1970-tallet, kjempestore på 1980-tallet, og så små igjen, før «alt» ble lov.

– For 12–14 år siden ble alt tillatt. Det kom mange nye materialekombinasjoner og materialene ble lette. Glassleverandørene leverte også plutselig lette produkter. Da ble det opp til forbrukerne om de ville ha en stor eller liten brille.

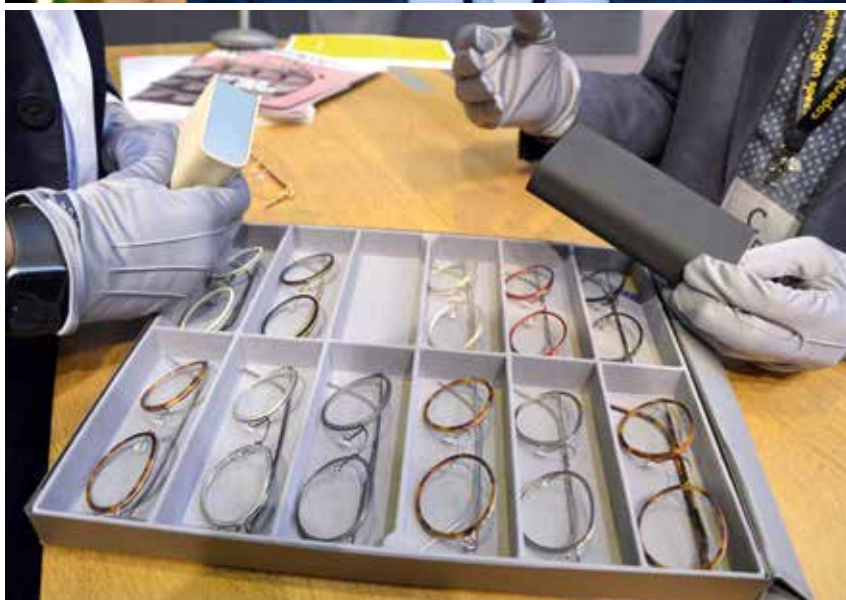
Det som skjedde rundt årtusenskiftet, var at de italienske brillemerkene var på vei opp, ikke minst takket være dyktige aktører som Luxottica og Safilo, med sine merkevarer. De tyske var på vei ned, og det samme var Optica, som den gang var en stor tysk messe.

– Den gang som nå ser vi at store produsenter hviler på laurbærene, mens det er hos de små og uavhengige den virkelig spennende innovasjonen skjer, for eksempel med bruk av nye materialer.

På 1990-tallet begynte også danskene å gjøre seg gjeldende på brilleinnfatninger. Først ut var Lindberg og Prodesign, og senere har produsenter som Fleye og Ørgreen blitt kjente merker i Norge.

Hvilken nytte vil en optiker ha av å besøke en av de store europeiske messene?

– For meg var det et enormt utbytte å få den bakgrunnen. Den entusiasme som vi møter når vi kommer på små utstillinger er inspirerende, og ofte møter du både eieren og designeren, som virkelig forteller om produktet.



Bjarne Hansens hender har sjekket mange briller. Her fra årets kolleksjon fra Lindberg.

Den energien, den historiske bakgrunn som en messe automatisk gir, den synes jeg må være uvurderlig for alle som skal selge deres produkter.

På messene presenteres siste nytt i avansert teknologi. Har optikere nytte av det?

– Det er jo et paradoks at jo mer teknisk utstyr det er kommet på banen, desto mer er samtidig håndverkskvaliteten hos optikerne satt i bakgrunnen. De avanserte produktene krever faktisk et godt håndverk for å lage gode briller.

Synes du det er en uheldig utvikling hvis optikere sitter det meste av dagen på synsprøverommet og distanserer seg fra sluttproduktet?

– Ja. Det krever stor presisjon å tilpasse moderne glass, og det krever stor viten om produktene for å vite hva som er det optimale for hver enkelt kunde. Det er en ulykke hvis man som optiker forelsker seg i noen få produkter, og så må forbrukerne ha dem. Hvis man i den enkelte butikk ikke evner å ha optikere som har mote- og produktkunnskap, så mister bransjen noe veldig verdifullt. ●



copenhagen specs har profilert seg som en messe som satser på variert design fra selvstendige produsenter Morten Gammelmark anbefaler nordmenn å bruke en dag på messen, og en dag på å utforske København

DESIGN OG INSPIRASJON I KØBENHAVN

copenhagen specs ble startet av kjærlighet til briller. Nå står utstillerne i kø, til en messe som tar fashion og mote fra uavhengige produsenter på alvor. **TEKST OG FOTO: DAG ØYVIND OLSEN**

– København, og Skandinavia manglet en møteplass for bransje og optikere med interesse for fashion. Ettersom København er en fantastisk moteby, var det naturlig å etablere messen her, sier Morten Gammelmark. For fire år siden startet han opp, og med 87 utstillere, går denne messen mot strømmen.

– I en bransje der innkjøp og beslutninger blir mer og mer sentralisert, er vi mer relevante enn noensinne for optikere og butikkansatte. Vi arbeider i en bransje der det er veldig viktig å følge med på trender og blir kjent med ulike brillematerialer.

Det er produktene, og menneskene bak dem, som er i sentrum på copenhagen specs. Her er begge deler eksponert i åpne bokser. Det er lett å bli kjent med menneskene bak brillene.

– Jeg elsker briller, og historiene bak dem. Å høre designerne fortelle om ideen bak brillene og materialvalg er nyttig.

copenhagen specs er definitivt en lillebror sammenlignet med de store messene i Europa, men i år kom det ikke bare utstillere fra mange land, men også optikerblader fra England til Italia finner messen interessant å dekke.

– Jeg går kun etter uavhengige brillemerker, og samarbeider verken med Luxottica eller Safilo. Det passer ikke inn i vår profil, sier Morten Gammelmark.

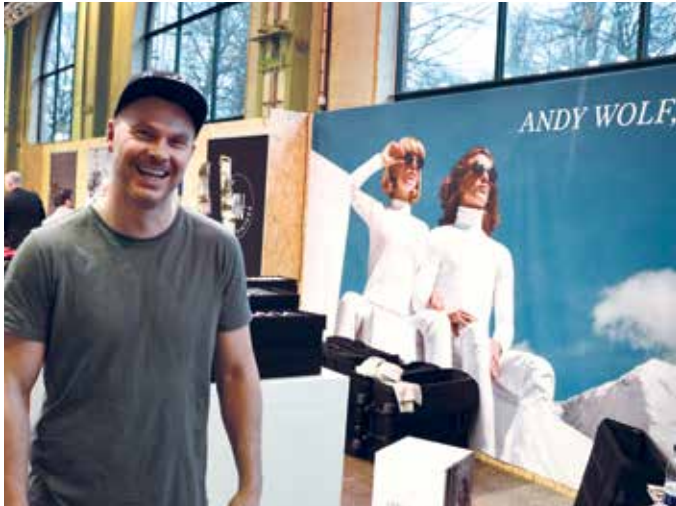
Messen har en Skandinavisk profil både når det gjelder utstillere og besøkende. Her er det ikke mange oppkjøpere fra store kjeder, men antallet norske besøkende øker.

Hva skal et besøk på denne messen gi en norsk optiker?

– Inspirasjon! Se hva som rører seg i verdens brillemote, se hva de nye kolleksjonene er. Alle utstillerne her har med seg en ny kolleksjon som er blitt presentert i Milano uken før. Neste sesongs trender er her.

Gammelmark forteller at alle utstillerne bes om å sette seg inn i det Skandinaviske markedet, og de fleste er klar over at det er vanskelig å komme inn på dette markedet. Samtidig har messen over 30 potensielle utstillere på venteliste, som ikke har kommet med enten fordi de ikke passer inn i messens profil, eller på grunn av plassmangel. ●

Nordmannen John Beyer jobber blant annet med kvalitetsmerkene Andy Wolf fra Østerrike, og amerikanske Salt Optics. Han mener norske optikere bør bli mer bevisste på sine råd av valg av innfatninger til kundene. – Velger du innfatninger fra kjente motehus, eller fra selskaper som kun lager briller. Her ligger det ofte en stor forskjell, mener han.



Designer Kirsten Iversen i norske Karmoie har de siste årene deltatt på alle de store europeiske messene med sine vintageinspirerte innfatninger. Hun har nå etablert eget verksted hos Ses Optikk på Frogner i Oslo.

Ikke alle jakter brillekunder på copenhagen specs. Noen jakter også optikere! Det gjør den norske bedriften Optikkpartner, med optikerne Merethe Grønnevik og Tranh Tran i København! – Det skjer mye spennende på jobbfronten. Vi fanger både opp optikere som vil ha en friere arbeidsdag, og en del som er på vei bort fra yrket, sier de. Og på blokka over interesserte optikere på jobb jakt, har flere danske optikere vist interesse, ser vi!



For tre år siden startet det italienske brødparet Carlo Maria Opice og Edoardo Opice opp Viveur Sunglasses, med en ide om lette, vintage solbriller, håndlaget i Italia – og med personlighet. De opplever suksess i både Russland og Italia, og prøver seg nå i Skandinavia. – Vi vet det ikke er lett å komme inn på det nordiske markedet, og vi har høstet verdifulle erfaringer, og lært om det her på copenhagen specs, sier de. Modell til høyre.

30
JUBILEUM
RODENSTOCK NORGE

140
YEARS
PERFECT
MOMENTS OF
VISION

RODENSTOCK ROAD

Nyhet: De optimale kjørebrillene nå også som solglass.
See better. Look perfect.

 RODENSTOCK

DE STØRSTE MESSENE

TEKST OG FOTO: DAG ØYVIND OLSEN



TI ÅR MED OPTI

Den tyske messen opti er blitt svært populær de ti årene den har eksistert – og den har vokst. Nå har den over 570 utstillere. Det har vært ventelister for å stille ut her, men det blir løst fra 2019 når det bygges to nye messehaller. Messeledelsen klarer å kombinere tysk organisasjonstalent med avslappet stemning, der alle føler seg velkomne og tatt godt imot. Messen har utviklet seg faglig med et mer spisset program rettet mot optikere. Det holdes en rekke foredrag og seminarer med synsfaglig tematikk, og den europeiske optikerorganisasjonen ECOO er blitt en viktig samarbeidspartner. Messen holdes i München i januar hvert år.

Mange produktnyheter lanseres på opti.



MIDO, VERDENS VIKTIGSTE

Milano er byen og Mido er verdens viktigste messe for mote og design innen briller. Messen har klart å holde posisjonen som den mest innflytelsesrike. Det er stort og litt kaotisk til tider, men her er det noe for enhver. Alle som betyr noe er på Mido, enten man er produsent av briller eller teknisk utstyr. 1261 utstillere deltok, og nær 56 000 besøkte Mido i år.

Danskene er dominerende på brillegdesign i Skandinavia, her fra Prodesigns stand på Mido i år.



SILMO 50-ÅRSJUBILANT I ÅR

Fransk elegance, kombinert med at det er den eneste messen på høsten, gjør Silmo spesiell. Det deles ut priser på denne messen som blir lagt merke til, priser innen en rekke kategorier – som brilleverdenens Oscars! I fjor var svaksyntoptikk og digitalisering tema for utdanningsdelen Silmo Academy. Messen holdes i Paris 6.–9. oktober 2017. I fjor var det 34 000 besøkende på Silmo.

Nytt utstyr lanseres ofte på messene, som Yuniku fra Hoya, som ble presentert på Silmo i fjor høst.

1. Wenzhou: Kineserne er størst i verden innen brilleproduksjon, og byen Wenzhou er på mange måter verdens brilleby. Alice Lu er en av mange utstillere som reiser til Europa på messe. Hun trekker frem høy kvalitet for prisen man betaler som det viktigste konkurransefortrinnet med å velge Kina som produksjonsland.

2. Svenskene kommer: I Skandinavia er det ikke bare lenger danskene som har internasjonal suksess innen brilledesign. De siste årene har svenskene kommet for fullt, og de satser stort på messene. For å bli lagt merke til spiller de på alt fra det naturlige og rene, til det outrerte, eller det ville og gale, med Viking-inspirasjon. Det fenger, og det er mange som besøker svenske designere – som her fra Morrisz stand.

3. Silmo TV: Silmo har en egen TV kanal med reportasjer og gjester i studio, slik at interesserte verden over kan følge med på det som skjer, på internett.

4. Utstilling Mido: Elegant, forseggjort og påkostet. Verken på Silmo eller Mido spares det på konfekten. Her fra årets Mido-utstilling.

5. Optisk utstilling: På Mido var det i år en fascinerende utstilling med optiske fenomener, der man som besøkende kunne gå gjennom. Her var det også mulig å ta en nostalgisk vandring gjennom brillenes historie, fra 1950-tallet, gjennom gullalderen på 1980-tallet, og frem til i dag.

6. Vinyl Factory: Gamle LP-plater kan få nytt liv som brillemateriale. Det er i alle fall nisjen unggaske Vinyl Factory satser på!

7. Silmo d'Or: De ypperste optiske produktene prises med gullprisen Silmo d'Or i ti forskjellige klasser hvert år.







TØR Å SATSE PÅ SPREK DESIGN

Man kan godt dra på litt, for briller som synes i terrenget kan slå bra an, har Øystein og Øystein hos Ses Optikk erfart.

TEKST: SOLVEIG HOVSTEIN

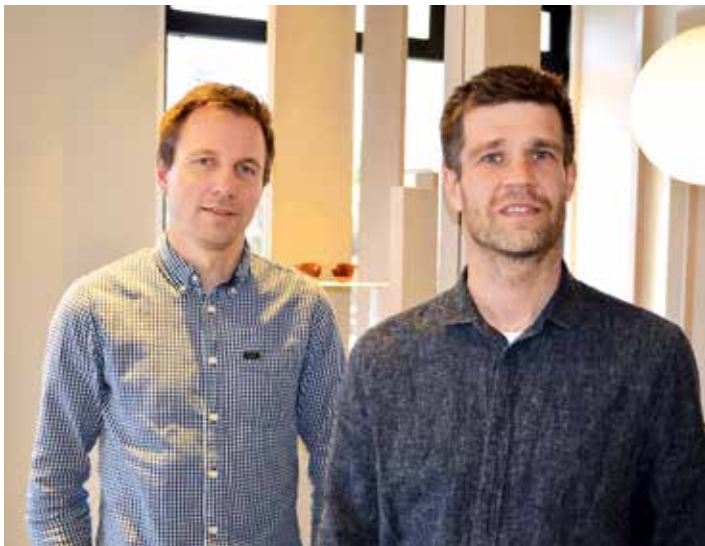
FOTO: SOLVEIG HOVSTEIN OG DAG ØYVIND OLSEN

Fargerike innfatninger lokker kunder inn i butikken.

Midt i arbeidet



Et variert utvalg innfatninger gjør at kundene finner det de vil ha, og at optikerne får en mer spennende arbeidsdag, sier Øystein Dalen.



Ses Optikk drives av Øystein Dalen og Øystein Aamodt.

Innfatninger i gult, rosa og lilla ligger på en seng av smågodt i vindusutstillingen hos Ses Optikk på Grünerløkka. – Jeg tror ikke jeg ville ha spist det godteriet der hvis jeg var deg, det har ligget der en stund, kommer det spøkefullt fra bak disken. Innfatningene er i seg selv som godteri, fargebomber for de vågale, men også for de moderate.

Ses Optikk har satset på design siden de startet for ti år siden. Optikerne Øystein Dalen og Øystein Aamodt mener det blir mye mer spennende å være optikere når man har en lidenskap for produktene man selger også.

– Før vi startet denne butikken syntes jeg optikerforretninger, uansett hvilken kjede du var i, hadde ganske likt utvalg, sier Dalen. – Det var de samme motehus-designerne overalt. I

jobben fikk han mer og mer interesse for brilldesign. – For kundene er brillene veldig viktig, de kommer jo i ca 90 prosent av tilfellene for å få en ny synskorrigerende og ønsker nye briller. løpet av de 10 årene siden vi startet butikk, har vi fokusert mer på designere som jobber kun med innfatninger. Det er ikke utelukket å ha innfatninger fra designere som driver med andre ting i tillegg, men vi vil gjerne at innfatninger skal være hovedfokuset deres.

Det er en kontinuerlig jobb å følge med i motebildet, som for eksempel å følge blogger om brillmote. I tillegg er begge ute på messer og ser på alt fra etablerte merker som de allerede har i butikken til nye merker. I år gikk turen til Opti. – Kanskje den morsomste delen av jobben er å se på de nye, lovende merkene som ingen har hørt om ennå.

PLANLEGGING OG PRØVING

Når de vurderer å ta inn et merke, har de gjort god research på forhånd. – Vi tar inn et bredt utvalg av det merket og ser hvordan det fungerer i løpet av et års tid. Da har vi ikke bundet oss til en lang avtale med den leverandøren. Noen ganger blir vi veldig gira på et merke på en messe, men så fungerer det ikke så bra som vi hadde håpet i butikken Da må man bare lære av det. Det trenger ikke være de mest avantgarde tingene som ikke fungerer. Det kan være litt vanskelig å forklare hvorfor det ikke klaffer, men de mest spesielle tingene kan godt fungere bra, forteller Dalen.

Har dere råd til optikere som drar på messe?

– Det er lurt å gjøre research på forhånd. Ved å bare gå rundt å titte, får man et begrenset inntrykk av hva de forskjellige kolleksjonene består av. Gjør man avtaler, får man mer informasjon og får vite mye mer om hva designeren har tenkt og hva merket vil. Det er supert med en tur til Milano, Paris eller New York, men enda bedre blir det om man har tatt gode valg rundt merker man vil tilby i egen butikk.

Midt i arbeidet



Kreativt: Ved å slipe lillatonede solbrilleglass inn i en lys innfatning, får den ferdige brillen et helt annet uttrykk. Rødt for den dristige.

Hva er det mest spennende dere har?

– En av favorittene og et merke vi har jobbet lenge med, er et brillemerke fra Belgia som heter Michel Heanu. De har endel avantgarde briller. Det er artig å møte designerne selv, da får man en helt annen opplevelse. Designerne vil gjerne høre hva vi synes. Noen viser oss prototyper som vil bli ferdige først et år fram i tid. Designer ønsker gjerne tilbakemelding på om dette er noe å jobbe videre med. Noen merker er klassiske mens andre er fargerike og morsomme. Tekniske produkter som 3D printa innfatninger, for eksempel, er også spennende.

Hvordan presenterer dere design for kundene?

– Mange av kundene våre er opptatt av brilledesign og de kan mye. Da er det bare å bygge videre på deres egen interesse og fortelle om det vi kan. Andre kommer fordi de har hørt om butikken. Vi forteller om merket, hvem designeren er og hva tanken bak er, såkalt storytelling rundt produktet. Hvilke materialer som er brukt og hvorfor det er gjort på den bestemte måten.

FRA BLING TIL TREVERK

– Form og funksjon spiller sammen. En kraftig acetatinnfatning kan gi

oppmerksomhet til den som bærer den men også skjule glasstykkelsen. Det kan være et godt valg på mange måter. Skal man bruke en viss type materiale, så må det være gjort på en gjennomtenkt måte. Å kunne sette inn brilleglass med forskjellig styrke, er viktig, påpeker Dalen. Det kan være noen materialvalg som kan være utrolig kule men som ikke fungerer så godt i praksis. Med enkelte materialer er det en begrensning med tanke på justering. Det må man gjøre en totalvurdering på i forhold til om man skal ta inn merket. – Om kunden ønsker en kul trebrille men som har begrenset justering, så bør kunden ha en annen brille i tillegg, mener Dalen.

Man må ha en viss sans for «form og farge» og blir god på å se hva som kan fungere av materiale og design i en innfatning. Kreativiteten brukes når de finner innfatninger til en kunde.

– Når vi velger brilleglass, vil vi være nøye på å få det pent i innfatningen. Vi tenker på krumning på glass i forhold til krumningen på innfatningen. Vi har ikke noe verksted, men bruker Petter Halvorsen og Fjerninnslip, noe som fungerer fint for oss.


Hele teamet hos Ses Optikk er opptatt av design. De selger briller til mange forskjellige typer mennesker.

– Hoveddelen av kundemassen er fra Grünerløkka og omegn, men stadig flere kunder kommer fra andre steder i Norge og også andre deler av Oslo. Det gjorde at de ønsket å starte butikk på Frogner, så folk skulle synes det var enkelt å stikke innom. Butikken åpnet september 2016.

– Det som har vært artigst med å starte egen butikk, er å få bestemme selv, både når det gjelder design men også optikerfaglig. Å gi kundene litt mer individuell behandling og mer tid til å fortelle hva de ønsker, setter optikerne stor pris på i den daglige jobben.

– Jeg synes det er bra at optikere som har butikk, tar tilbake kontrollen over butikken sin, det ser man mer av nå. Det er spennende at optikere interesserer seg spesielt for en del av faget, om det nå er brilledesign eller for eksempel barn og syn. Det gir en god bredde i bransjen, mener Dalen.

Til slutt, hva er siste skrik på brillefronten?

Optikerne er gode på trendspotting og har oversikten: – Trendene for sommeren er at de runde formene fortsetter. Nude farger og transparente og semitransparente farger er veldig riktig. Og clip on er trendy igjen. Tenk det! 

READY
FOR
TODAY.

SU_CVM_NO_008_170515



Win with
CooperVision!

Er du klar for sommeren?

I sommer kommer flere til å ville prøve friheten ved kontaktlinser. Kunder som allerede bruker linser som supplement til briller, kommer til å bruke dem oftere. Uansett om de er nye eller erfarne linsebrukere, har de én ting til felles: De stiller høyere krav til øyehelse og komfort nå enn før. Derfor er vi glade for å kunne presentere markedets største linseutvalg for moderne kunder, uansett synsfeil og livsstil. La kundene dine få oppleve forskjellen selv i sommer med de komplette SiHy-familiene MyDay og clarity eller månedslinsene i Biofinity-familien. Som en ekstra bonus kan de vinne en reise for to til London (verdi inntil 15 000 NOK)! God sommer!



CooperVision®





Lyst på nye utfordringer og kliniske verktøy?



Master i synspedagogikk og synsrehabilitering

Vil du hjelpe synshemmede og blinde med å mestre hverdagen og delta i samfunnet? Masterstudiet gir deg tverrfaglig spesialkompetanse innen optometrisk synsrehabilitering, synsrådgivning og synstrening. Studiet er samlingsbasert. Les mer: usn.no/mss

Master i optometri og synsvitenskap

Masteren gir spesialkompetanse i klinisk optometri og synsvitenskap. Den kvalifiserer for klinisk arbeid innen øye- og synshelse i samarbeid med andre profesjoner i helsevesenet. Du kan velge mellom fordypningene "ortoptikk og pediatrik optometri" eller "allmenn optometri". Les mer: usn.no/mos

Enkeltemner fra Master i synspedagogikk og synsrehabilitering

Kunne du tenke deg avansert kompetanse og spesialisering innen optometrisk synsrehabilitering? Søk enkeltemnet Optometrisk synsrehabilitering. Er du mer interessert i synsproblemer etter hjerneslag eller andre cerebrale vansker? Søk enkeltemnet Synsrehabilitering etter hjerneslag og andre cerebrale synsvansker. Les mer: usn.no/masteremner-optometri

Europeisk Diplom

Europeisk diplom gir optikere utdanning på det høyeste optometriske nivå i Europa. Utdanningen gir deg kompetanse i avansert kontaktlinsetilpassing og av klinisk optometrisk praksis for ulike typer av pasienter. Les mer: usn.no/europeisk-diplom

Husk søknadsfrist 15.april



BRILLEGLASS, VELFERD OG LYSETS HASTIGHET

TEKST: SVEIN TINLUND FOTO: CHRISTIN FOSS OG SVEIN TINLUND

Vi har dem mellom fingrene hver dag: nye, gamle, dyre eller billige. For brukeren kan de være forskjellen mellom dager med eller uten hodepine, forskjellen på å se klart eller ikke, i ytterste konsekvens forskjellen mellom å være blind eller seende! Men hvordan fungerer brilleglasset og hva har de med lysets hastighet å gjøre?



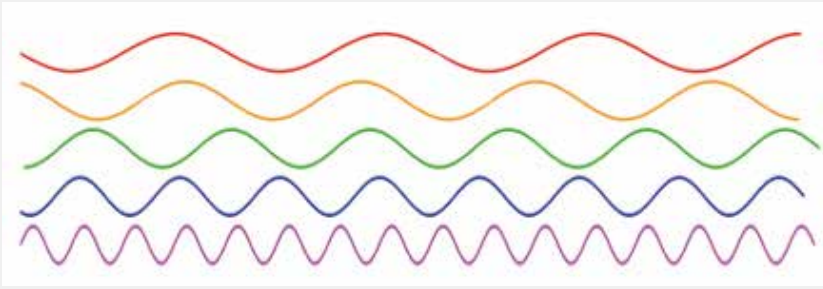


Fig 1: Illustrasjon av lys beskrevet som partikler kalt fotoner. Ulike farger oppstår ved at fotoner svinger med ulike frekvenser og bølgelengder. Den øverste lysbølgen har lavest frekvens og lengst bølgelengde.

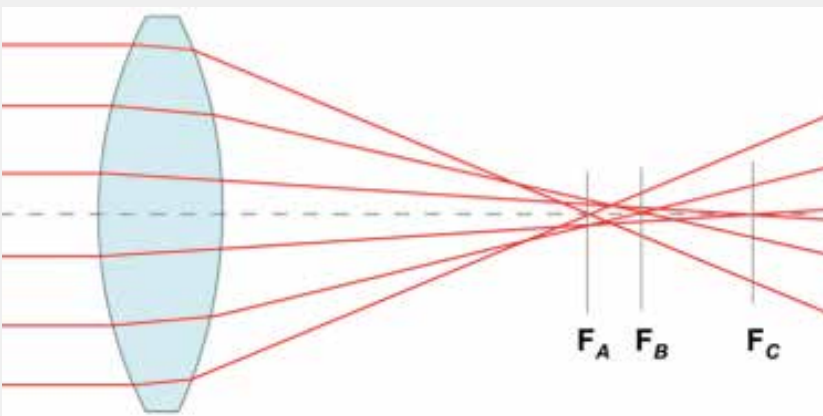


Fig 2: Skissen viser hvordan en linse samler lyset. Effekten av sfærisk abberasjon vises i sterkt overdrevet skala ved at lysstråler fra sentrale og perifere del av linsen brytes ulikt (F_A , F_B , F_C).

VELFERDSTEKNOLOGI

Et søk på nettet om hva World Health Organization (WHO, ref 1) sier om brilleglass, viser raskt at produktet er klassifisert som et velferdsprodukt (Assistive Advices and Technology). Så jobber vi optikere, assistenter og ansatte i optiske butikker altså med velferdsteknologi. For undertegnede er den tanken uvant, men når WHO har konkludert så er det slik det er.

Leter man videre på nettet, kan organisasjonen Global Eyesight Now fortelle at ukorrigerte synsfeil er hyppigste årsak til redusert syn. Dette koster verden 700 milliarder dollar hvert år i tapt produktivitet, altså uteblitt kontantstrøm for tjenester som ikke blir utført og varer som ikke blir laget. I den sammenhengen er det lett å forstå at brilleglass handler om velferd.

HISTORIKK

Vi må tilbake til omtrent år 1286 e.kr. for å finne beskrivelser av historiens første brilleglass. De eldste avbildningene man har av briller, er fra 1400-tallet på en albertavle sør i Tyskland. På den tiden var det kun mulig å korrigere langsynthet. Det tok 200 år til før nærsynthet kunne korrigeres. Flerstyrke-glass ble introdusert for verden av den kjente Benjamin Franklin, selv om det slett ikke er sikkert at det var han personlig som oppfant dem. Utviklingen av moderne brilleglass på 1900-tallet var geografisk sterkt knyttet til Tyskland og Frankrike. I dag er produksjonsteknikken tilgjengelig i hele den industrialiserte verden.

HVORDAN BRILLEGLASS FUNGERER

Lys kan beskrives på mange måter i fysikken. En av dem er å se for seg lys som partikler: fotoner. Dette er en av universets minste byggeklosser. Disse lyspartiklene beveger seg som bølger. På lik linje med bølger på havet kan fotonene ha ulik fart, høyde og avstand mellom hver bølgetopp. Hastigheten på fotonene når de beveger seg i vakum, er cirka 300 000 km/s. Hvor fort lysbølgene svinger, altså hvor fort fotonet går opp og ned, kalles lysets frekvens. Lys med ulike frekvenser gir ulike farger (fig 1).

Når fotonene treffer et materiale som er tykkere enn luft, for eksempel gjennomsiktig plastmateriale eller glass, bremses hastigheten til lyset vesentlig. Frekvensen endrer seg ikke. For å gjøre en lang historie kort, gjør dette at fotonene blir tvunget til å skifte retning! Dette kalles refraksjon. Hvor mye lyset endrer retning bestemmes av krumningen på linsens overflate og materialets brytningsindeks (fig 2).

Ulike materialer har ulik bremseeffekt på fotonenes hastighet. Dette kalles optisk tetthet eller brytningsindeks. Vanlig vindusglass har brytningsindeks på rundt 1,5. Det betyr at hastigheten til lyset reduseres med 50% inne i glasset. Når lyset har kommet gjennom, endres hastigheten tilbake til opprinnelig hastighet.

OPTISKE FEIL

Beskrivelsen over fungerer fint på papiret. Hvordan er det så i virkeligheten? Tenk deg sammenligningen over hvor fotonenes bevegelse ble sammenlignet med bølger som brer seg på vannet. Er bølgene alltid like store? Er hver enkelt bølge like jevn som de andre? Er vinden alltid konstant?

All optikk har sine feilkilder. Overflaten på brilleglasset er kan hende ikke perfekt bueformet. Plastikken brilleglasset er laget av er aldri 100% rent og klart. Mikroskopiske partikler i materialet gjør at lyset spres på lik linje som en garnbøye på havet forstyrrer bølgene. Er overflaten på brillen matt,

vil mye av lyset reflekteres i stedet for å passere gjennom. Tenk bare på krabebefisket på brygga sist sommer: vannet må være helt blankt og uten ujevnheter for å se bunnen klart.

ANTIREFLEKSBEHANDLING

For å redusere reflekser i glasset, kan det dampes på mikroskopisk tynne belegg av metall-forbindelser med ulik optisk brytningsindeks. I tillegg til færre reflekser slippes mer lys gjennom brilleglasset. Energi er som kjent konstant. For best resultat dampes det på flere lag i ulike tykkelser på brillerglassenes flater. Prosessen skjer i et vakuum-kammer.

SFÆRISK ABERASJON

Tidligere var det kun mulig å lage optikk hvor overflaten var sfærisk: som en del av overflaten på en ball. Problemet med slike linser er at de ikke bryter alt lyset til ett enkelt fokus. Bildet blir rimelig skarpt, men ikke helt. I realiteten har vi en mengde ulike fokuspunkter som ligger tett samlet (fig 2). Med moderne produksjonsteknikk kan dette forbedres og nær alt lyset kan samles i ett skarpt fokus. Dette kalles asfæriske glass og er overflater som avviker noe fra en perfekt kuleform.

FARGESPREDNING

Som nevnt tidligere, består farget lys av fotoner som beveger seg som bølger med en viss frekvens og bølgelengde (fig 1). Hvor mye lysets hastighet og bølgelengde forandres når det passerer et brilleglass, varierer med hver eneste farge. Effekten varierer også med brytningsindeksen for materialet. Det betyr at farget lys brytes ulikt: rødt lys danner ett fokus og blått ett annet. Effekten kalles dispersjon og gir ytterligere redusert skarp avbildning. Jo høyere brytningsindeks jo mer dispersjon. For å lage tynne glass er det nødvendig å lage brilleglass av materialer med høy brytningsindeks. Dette medfører større fargespredning.

BRILLEGLASS I BRUK

For aller best skarphet er det en fordel om lyset treffer i 90 grader, rett inn på brillerglassets overflate. Dette skjer

nesten aldri! Hode og blikkretning endres jo konstant. Ved alle andre innkommende vinkler enn «rett på», blir skarpheten redusert. Her er det fristende å minne om at dette er en av årsakene til at kontaktlinser og laser-behandlede hornhinner ofte fungerer bedre enn briller: optikken sitter alltid 90 grader på innkommende lys til øyet.

Det optiske designet på hvor buede flater brilleglasset skal ha og materialets egenskaper, kan likevel tilpasses hverandre slik at resultatet blir overkommelig skarpt når det ses gjennom brilleglasset i skrå retninger.

REFLEKSJON

Til sist noen betraktninger om optikere som aktører i velferdsteknologi-bransjen. Tanken går tilbake til tidligere tider hvor optikere solgte både høreapparater og briller. Enkelte butikker og kjeder vender faktisk tilbake til dette nå. De har sikkert gode økono-

miske og faglige grunner til å gjøre det. Flere skoler og universiteter som tilbyr utdanning innen optometri tilbyr også audiologi.

Fra media og myndigheter kommer en jevn strøm av kommunikasjon om at velferdsteknologi er et felt i vekst og næringslivet bør kjenne sin besøkelsestid. Befolkningen blir eldre og må fungere godt hele livet. Optikeren har vide diagnostiske rettigheter og tilgang på teknologi som avdekker redusert syn. Videre tilbyr vi teknologi som korrigerer syn med briller og linser. Mon tro hva som blir neste steg hos den jevne optikeren? Hvilke produkter og tjenester vil bransjen ta til seg?

At det kommer til å handle om å ytterligere optimalisere og bevare sanser, er ingen stor spådom å komme med. Noe nytt må jo komme. Teknologien brillerglass har tross alt en historikk bak seg på mer enn 800 år. ●



HÅNDVERK I ENDRING

«Stephen Gangestad, optiker med mastergrad i klinisk optometri, minner oss om at brilleglass fortsatt er håndverk. Til tross for faglig fokus på mange andre kliniske områder enn briller må vi sørge for at brillen som produkt får den plass den fortjener i optometrien.»

Kilde: Faksimile fra Facebook etter tillatelse fra Stephen Gangestad.

Vi introduserer DAILIES TOTAL1® Multifocal-kontaktlinser –

DERFOR har du NÅ enda flere muligheter til å korrigere presbyopi

VANNGRADIENT-TEKNOLOGI†

>80% 33% >80%

VANNNINHOLD (%)

NÆR

MELLOMAVSTAND

AVSTAND

Verdens første og eneste linse med gradert vanninnhold, utformet for aldrende øyne hos pasienter med presbyopi.

Jevn synskorrigerer
Precision Profile™-design er utformet for å gi et klart, uhindret syn²

God komfort³
Unik vanngradient teknologi har vist seg å redusere tørrhet mot slutten av dagen^{4*}

PERFORMANCE DRIVEN BY SCIENCE™



†Basert på laboratoriemåling av ubrukte linser. *Basert på DAILIES TOTAL1® Sphere-kontaktlinser kontra vanlige linser.

Referanser: 1. Thekveli S, Qui Y, Kapoor Y, et al. Structure-property relationship of delectacon A lenses. *Cont Lens Anterior Eye*. 2012;35(Supp 1):e14. 2. Alcon data on file, 2015. 3. Angelini T, Nixon R, Dunn A, et al. Viscoelasticity and mesh-size at the surface of hydrogels characterized with microrheology. *Invest Ophthalmol Vis Sci*. 2013;54:E-abstract 500. 4. Perez-Gomez, I; Giles, T. European survey of contact lens wearers and eye care professionals on satisfaction with a new water gradient daily disposable contact lens. *Clin Optim*. 2014;6:17-23.

Alcon A Novartis Division

Se produktinstruksjonene for fullstendig informasjon om bruk, pleie og sikkerhet.
© 2016 Novartis AG AIVC/DD/DT1MF/TA/1604

BRILLER – MEDISINSK UTSTYR ELLER SMYKKE?

TEKST: MARIA JAHR

Briller er et fag i faget. Det krever kunnskap og erfaring for å tilpasse briller til kunden, skjønne hvilke innfatninger som passer for hvilke styrker, og å merke opp progressive briller.



Det er lettere å påvirke produksjon og sluttprodukt for eget merke. Foto: Brilleland

Briller brukes for å se bedre, for å avlaste øynene, og for en best mulig utvikling av synet. Briller gir beskyttelse fra lys og mekanisk beskyttelse. Men briller kan også brukes av en helt annen grunn: som et smykke, et «fashion statement» der de sitter

– midt i fjeset. Optikere og butikkpersonell kurses i hvordan velge den estetisk riktige brillen for en kunde med et gitt utseende – riktig farge og fasong – og hvilket merke som passer en viss personlighet.

Alle med erfaring fra den lille bransjen vår vet hvor uhyre viktig en brillens utseende er for de aller fleste kunder. I dag er det sjelden nok at en brille sitter godt på, og fyller sin funksjon. Briller finnes i alle prisklasser, fasonger, farger, størrelser og materialer. Når

vi ser på tilbudet og det fantastiske motebildet, er det lett å glemme at briller faktisk er «individuell tilpasset medisinsk utstyr» – med de regler som hører til dette.

BRILLER ER MEDISINSK UTSTYR

– I Synsinformasjon er vi lite opptatt av produkter, forteller Per Kristian Knudsen, men reglene rundt briller som medisinsk utstyr – DET er vi opptatt av. Knudsen spesifiserer hva «individuell tilpasset medisinsk utstyr» er:

- Det er produsert etter skriftlig bestilling fra en kvalifisert medisinsk yrkesutøver (optiker eller øyelege)
- Utstyret gis spesielle konstruksjonskennetegn
- Det er beregnet til bruk for en bestemt pasient
- Det skal ikke CE-merkes
- Produsent av individuelt tilpasset utstyr skal utstede erklæring for utstyret markedsføres og tas i bruk
- Et eksemplar av den nevnte erklæringen skal medfølge individuelt tilpasset medisinsk utstyr i risikoklasse IIa, IIb, og III

DÅRLIGERE MULIGHETER FOR INDIVIDUELL TILPASNING?

Når brillen er ferdigprodusert, skal den tilpasses, og selve brilletilpasningen er en helsetjeneste.

– Viktigheten av en god brilletilpasning har alltid vært min personlige kjeppest, sier Knudsen, og forteller videre om da han begynte i bransjen på 80-tallet. Da var det få brillemodeller, men mange valgmuligheter for å sette sammen en brille til å passe hver enkelt kunde.

Det er nok langt fra alle optikere som kjenner til at det en gang fantes 3–4 ulike størrelser på fronten, 2–3 ulike nesebredder og 2–4 lengder på stengene – på en og samme modell. På den tiden levde brillemodellene i årevis og mange av oss husker modellbetegnelsen ennå, forteller Knudsen. Han opplever ikke at det er slik nå, men at kravet til «nyheter» henger over bril-

leprodusentene, slik at muligheter for individuell tilpasning blir mindre.

ESTETIKK FORAN FUNKSJON?

Har du som optiker iblant oppgitt tenkt at «den som designet denne fancy brillen har vel aldri prøvd å justere briller», er du ikke alene. Dette er muligens ikke et stort problem, men hvorfor finnes det fortsatt? Selv irriterer jeg meg grønn når vi ofte trenger å være to personer for å bytte en flexiskrue – finnes det virkelig ikke et smartere design? Om briller skal være individuelt tilpasset medisinsk utstyr, skal det vel ikke være slik?

Brilleland og D & Company er to forskjellige aktører, den ene optikerkjede, den andre leverandør. De produserer begge et eget brillemerke. Hvilke utfordringer og hvilket fokus har de i forhold til brukervennligheten av det ferdige produktet?

BRILLELAND – STØRRE STØRRELSER OG PRAKTISK BRUK

Hos Brilleland har man brilleinnfatninger fra leverandører som Luxottica, Safilo og Marcolin – men også en egen kolleksjon. Sofie Korsonek er innfatnings- og solbrilleansvarlig for Brilleland, og er med i prosessen med å få frem den egne kolleksjonen. Arbeidet starter hos erfarne produktspecialister i Frankrike. Innfatningsprøver og tegninger presenteres for et råd, som bearbeider det videre. Norge er med i rådet og Korsoneks jobb er å få frem Norges ønsker – med blant annet stort fokus på store størrelser. Det er flere kvalitetskontroller før en brille kommer ut til butikkene, og iblant ender det med at modeller stoppes.

I sin egen produksjon har man stor innflytelse på utviklingen av produktet – at brillene skal være lette å tilpasse på kunden, og at det skal gå greit å montere glassene som slipes på verkstedene. Å få tak i store størrelser er viktig, og en utfordring. Brilleland legger stor vekt på dialogen med butikkene, og har blant annet et vareråd som påvirker kolleksjonene. Alle kommentarer som

kan linkes til kvalitet, tas alltid videre for gjennomgang og kontroll. Er problemet produktrelatert, gjør man noe med det.

– Store størrelser og metallinnfatninger etterspørres, forteller Korsonek, men samtidig får vi mye ros for den utviklingen vi har hatt.

D & COMPANY – JUSTERINGSMULIGHETER OG KOMFORT

D & Company har utviklet og selger en digital plattform spesielt tilpasset optikerens behov i butikk. Man har fokus på det skandinaviske markedet, og merkene man leverer er for eksempel Efva Attling, Tiger og Blåklåder.

Kamilla Bay, som jobber med logistikk, markedsføring og PR, forteller at i det egne merket Norr, jobber man med tanke på at man selv skal ville ha brillene på – hvis de er pene, men ukomfortable går det jo ikke!

– Når produktansvarlig viser oss den nye kolleksjonen, er det like mye fokus på funksjon og detaljer som hengsler, som nyhetsverdien med nye materialer og farger. Det å kunne jobbe med brillen ute i butikk er en del av funksjonen, den skal kunne justeres i både stenger og i fronten.

Brillene kvalitetskontrolleres både i fabrikk og hos D & Company, før de godkjennes og kan selges til optikerbutikker.

– Jeg var jo dessverre ikke med på 80-talet, ler Bay, men vi har som regel to størrelser, iblant tre og da er nesebro, stang og front tilpasset hverandre. Den tredje størrelsen er ekstra stor eller junior.

Hun tror at årsaken til at det er blitt færre valg til hver modell, kommer av både salg og logistikk. Med så mange kombinasjoner, blir lagerhold vanskelig. Desto flere valg, desto vanskeligere er det å velge og sikre lager for å gi kunden god service. Bay tror at

risikoen da kan bli at man ikke får den kombinasjonen man ønsker.

OPTIKERENS ANSVAR

Både Brilleland og D & Company har absolutt mer enn bare det estetiske i fokus. De er veldig bevisste på at briller skal fungere praktisk – både for slutt-kunden og for personalet i butikken, som skal finne riktige briller til kunden, montere glass og tilpasse brillene for optimal passform. Kvalitetskontrollen er også omfattende. Dette bør være

normen hos leverandører, for å sikre fortsatt salg til optikere.

I dag har vi en bransje som ønsker at man skifter briller oftere, briller har ikke lenger så lang levetid som tidligere. Det følger naturlig at muligheten for individuell tilpasning blir noe mindre. Hvor mye vanskeligere det blir for personalet i optikerbutikken å optimere «det individuelt tilpassede medisinske utstyret», kan diskuteres. Som optiker er det uansett ditt ansvar

å sørge for kundens/pasientens behov, og gi tilbakemelding til leverandører for å optimere kvaliteten.

På spørsmålet «medisinsk utstyr eller smykke?», blir svaret ikke uventet: Ja takk, begge deler. Som vanlig i butikk-optikerens arbeidshverdag er det en balanse mellom børs og katedral. ●



BRILLEINNFATNINGEN – SETT MED FOLKETRYGDENS ØYNE

TEKST OG FOTO: GAUTE MOHN JENSEN



De fleste optikere har kunder som kan få stønad til sine briller gjennom lov om folketrygd. Dette gjelder vanligvis personer innenfor følgende kategorier:

1. Personer under 18 år, hvor briller blir gitt som ledd i behandling av tilstander som anisometri, astigmatisme og strabisme når disse overstiger bestemte verdier.
2. Personer (uavhengig av alder) med spesifikke tilstander som for eksempel afaki, Marfans syndrom, keratokonus, ved sykdom/lidelse som påvirker synsapparatet slik at dette forårsaker et nytt eller endret korreksjonsbehov, unormal sterk grad av lysømfintlighet og ved sterkt nedsatt kontrastsyn.
3. Personer som er synshemmet og hvor briller blir gitt som et svaksynthjelpemiddel (for eksempel lupebrille eller kikkertbrille).

ULIKE SATSER

Når det gjelder de to første grupperingene, er det satt en prisgrense på brilleinnfatningen. Den er for tiden på kroner 465 for personer under 18 år og kroner 690 for voksne. De aktuelle brilleglassene dekkes fullt ut. Likeledes er det tatt høyde for arbeidspengene som påløper ved innsliping/montering av brilleglassene. Selv om det normalt kun gis en begrenset stønad til brilleinnfatningen, finnes det unntak. Dersom sakkyndig person (som optiker) kan dokumentere at brukeren ikke kan benytte vanlig brilleinnfatning, men må benytte en innfatning som er spesiallaget/spesialtilpasset, kan denne dekkes fullt ut. Eksempel på en slik brilleinnfatning kan være en innfatning brukt ved ekstrem grad av lysømfintlighet. I noen tilfelle må innfatningen lages/tilpasses slik at den slutter helt tett inntil ansiktet. Dette for

å sikre at kun lys som passerer filterglassene treffer øyet. Et annet eksempel kan være ved uttalt allergi mot alle typer brillematerialer. En person i denne kategorien fikk tilpasset en front fra en skytterbrille som var montert fast i et pannebånd i stoff med borrelås. På denne måten var ingen deler av «innfatningen» i kontakt med huden.

I regelverket står det videre at det ikke gis stønad til blant annet reservebriller, solbriller og sportsbriller. Her finnes det også unntak som er det er greit å kjenne til. En sportsbrille med korrigerende glass og/eller filterglass kan likevel gis som hjelpemiddel dersom de medisinske vilkårene for stønad er oppfylt.

BRILLE SOM SVAKSYNTOPTIKK

Når en brilleinnfatning utgjør en del av et svaksyntoptisk hjelpemiddel, dekkes innfatningen fullt ut. Eksempler på slike briller kan være «forsterkede lesebriller» med en addisjon på fem dioptrier eller mer, lupebriller og kikkertbriller. Det er rimelig å betrakte slike svaksyntoptiske løsninger som «et hjelpemiddel», selv om det består av en eller flere linser montert i en brilleinnfatning. Som ellers når det gjelder hjelpemidler som dekkes etter folketrygdloven, må man ta hensyn til flere generelle vilkår. Ett av disse er nødvendighetsbegrepet, som innebærer at det i den enkelte sak skal vurderes hvorvidt ytelsen er medisinsk nødvendig og om behovet for hjelp kan løses på en rimeligere måte. Dette betyr i praksis at den rimeligste innfatningen som bidrar til å løse problemet på en god måte bør velges. ●

HVORDAN GI DÅRLIGE NYHETER?

TEKST OG FOTO: INGER LEWANDOWSKI



Møtedeltakerne brukte hverandre for å øve på hvordan man skal formidle dårlige nyheter.

En workshop på Kongsberg Vision Meeting tok for seg det å gi pasienten dårlige nyheter og hvordan man bør gjøre det.

– Det finnes retningslinjer for hva du skal fortelle til pasienten din, sa Vibeke Sundling på workshopen. – Men det finnes lite om hvordan du skal si det.

Kongsberg Vision Meeting omhandlet trafikk og syn, og det var derfor naturlig å snakke om de dårlige nyhetene som optiker av og til må formidle til sine pasienter. Kanskje fyller han/hun ikke lenger helsekravene og vil miste førerkortet, kanskje må han/hun viderefendes til øyelege for nærmere

undersøkelse, kanskje er en melding om at han/hun heretter må bruke briller ved bilkjøring en dårlig nyhet for personen det gjelder. Andre problemer kan være nylig oppdagede fargesynsdefekter, som kan ha konsekvenser for en persons yrkesvalg.

6 TRINNS PROTOKOLL

Vibeke Sundling og hennes kolleger hadde utarbeidet en seks trinns protokoll for å formidle dårlige nyheter:

Trinn 1: Situasjon: Skru på lyset. Fjern barrierer for fullstendig øyekontakt. Opprett dialog ved å sørge for en passende ramme som gir fortrolighet, trygghet, uforstyrret tid, øyekontakt, og inviter pårørende (hvis ønskelig).

Trinn 2: Persepsjon (oppfatning): «Hva tenkte du først da du merket at synet på det høyre øyet virket uklart?» Få frem pasientens oppfatning av problemet.


Trinn 3: Invitasjon: «Hva ønsker du å vite om diagnosen? Hvor mye detaljer ønsker du å vite om diagnosen og behandlingen?» Få pasientens invitasjon til å gi detaljer om den medisinske tilstanden.

Trinn 4: Kunnskap: Start kronisk: «Når du først la merke til ...» Forklar betydningen (manglende betydning) av briller. Gi kunnskap og informasjon til pasienten. Gi informasjon i små deler, sjekk forståelse og unngå medisinsk sjargong.

Trinn 5: Empati: «Jeg vet at dette ikke er hva du håpet å høre.» Vis empati og utforsk pasientens uttrykte følelser.

Trinn 6: Summering (oppsummering og strategi): Gi en oppsummering av hva du sa og bli enig om en strategi for behandling eller oppfølging.

UTPRØVING I PRAKSIS

Etter gjennomgang av disse punktene gikk konferansedeltakerne sammen to og to og forsøkte i praksis å formidle dårlige nyheter til den annen part. 

JOHN DALTON – PIONEER INNEN FARGESYN

TEKST: MAGNE HELLAND, INSTITUTT FOR OPTOMETRI, RADIOGRAFI OG LYSDESIGN, HØGSKOLEN I SØRØST-NORGE

Et av de viktigste forskningsfeltene i fagmiljøet på Kongsberg er knyttet til visuell persepsjon og fargesyn. Her er nå et forskningslaboratorium oppkalt etter den britiske vitenskapsmannen John Dalton.



*Vitenskapsmannen John Dalton er en av personene som har fått rom oppkalt etter seg i høyskolens nye lokaler i bygget Krona på Kongsberg. I denne serien artikler tar vi for oss disse betydelige menneskene innen optometrien.
Illustrasjon: Alamy*

Av flere tidlige vitenskapsmenn som på den andre halvdel av 1700-tallet omtalte normalt og unormalt fargesyn, er John Dalton kanskje den viktigste. Riktig nok viste hans antagelse om

årsaken til fargesynsdefekter i ettertid å være feil. I flere land omtales fortsatt defekt fargesyn som daltonisme. Dette gjelder eksempelvis på fransk, spansk og russisk.

VITENSKAPSMANNEN JOHN DALTON

John Dalton ble født i Eaglesfield i Lake District i England tidlig i september 1766. Han vokste opp i et relativt fattig hjem. Faren var bonde og livnærte seg til dels også gjennom handel av vevede produkter. John Dalton startet sin yrkeskarriere som lærer på en kvekerskole med en heller dårlig lønn. Han måtte supplere inntekten med en ekstrajobb på en bondegård. I 1781, 15 år gammel, flyttet han til Kendal og fortsatte med lærervirksomhet sammen med broren. Her ble han introdusert for vitenskapelige metoder gjennom systematisk observasjon og nøyaktig registrering og notering. Han viste tidlig interesse for værobservasjoner og meteorologi, og førte daglige værobservasjoner gjennom hele livet. I 1793 fikk han en lærerstilling i matematikk på New College i Manchester. Gjennom livet gjorde han en rekke banebrytende observasjoner. Riktig nok var flere av hans eksperimenter relativt enkle, og flere av hans resultater og konklusjoner ble i ettertiden funnet feilaktige. Selv om hans navn er sterkt knyttet til fargesyn og fargesynsdefekter, er han nok mest kjent for sin atomteori gjennom «New system of chemical philosophy».

DALTONS FARGESYN

John Daltons beskrivelse av eget fargesyn ble første gang presentert offentlig 31. oktober i 1794 i The Manchester Literary and Philosophical Society. Overskriften

på presentasjonen var «Extraordinary facts relating to the vision of colours». Dalton ga her detaljerte og utførlige beskrivelser av hvordan han, med åpenbart unormalt fargesyn, og folk med normalt fargesyn opplevde ulike farger, dette både i dagslys og under kunstig belysning. En av hans beskrivelser, som ofte er gjengitt i litteraturen, er hvordan han opplevde fargene på blomster i Storkenebbfamilien.

The flowers of most of the Cranesbills appear to me in the day, almost exactly sky blue, whilst others call them deep pink; but happening once to look at one in the night by candle light I found it of a colour as different as possible from day light; it seemed then very near yellow, but a tincture of red.

Broren opplevde sitt fargesyn på samme måte. John Dalton trodde at årsaken til unormalt fargesyn lå i at glasslegemet var misfarget. For hans defekt trodde han det måtte ha en blålig farge. Altså at noen farger ble selektivt filtrert bort før lysets avbildning på netthinne. Han var såpass sikker på dette at han i sitt testamente donerte sine øyne for vitenskapelige undersøkelser. Han døde 78 år gammel 27. juli 1844. Den påfølgende dagen ble det ene øyet dissekert av hans medisinske assistent. Han samlet væske fra glasslegemet i Daltons en øye i et reagensglass, og fant det «perfekt klart og gjennomsiktig». Riktig nok ble øyelinsen kommentert til å være svakt gulaktig, noe som var normalt for alderen. Utrolig nok ble preparatene av Daltons øyne tatt vare på.

200 år etter Daltons første beskrivelser og antagelser om unormalt fargesyn, ble vev fra hans øyne på nytt analysert. I 1995 tok David M. Hunt og hans forskergruppe i bruk moderne DNA-analyser på et lite vevsutsnitt fra Daltons netthinne. Basert på Daltons beskrivelser av eget fargesyn, har man hele tiden antatt at han var dikromat. Men i motsetning til tidligere forskere på Daltons fargesyn som antok at han var protanop (mangel på genkode for det røde L-tappepigmentet), konkluderte DNA-analysene med at Dalton



Blomst i Storkenebbfamilien.

faktisk må ha vært deutranop (mangel på genkode for det grønne M-tappepigmentet).

FARGESYNSFORSKNING PÅ KONGSBERG

Ved innflyttingen i Krona sommeren 2015 fikk optikerutdanningen og Nasjonalt senter for optikk, syn og øyehelse tilgang på en rekke nye forskningslaboratorier. Mye av forskningen innen persepsjon og fargesyn de siste årene har vært ledet av professor Rigmor Baraas. Et søk i PubMed (www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/) på hennes navn viser en del av det som er publisert. Nå har dette fagmiljøet blitt styrket ytterligere med flere nye laboratorier. Ett av dem er rettet spesielt mot fargesynsforskning. Navnevalget for dette laboratoriet falt helt naturlig på «Dalton». ●

JOHN DALTON (1766–1844)

- + Britisk vitenskapsmann (hovedsakelig kjemiker og fysiker)
- + Mest kjent som grunnleggeren av den moderne atomteori
- + Var selv rød-grønn fargesvak og en av de første som beskrev og studerte tilstanden
- + I flere land omtales rød-grønn fargesynsdefekter fortsatt som daltonisme
- + John Dalton har nå fått oppkalt et forskningslaboratorium etter seg på Krona
- + Romfunksjon: forskningslaboratorium for visuell persepsjon og fargesyn
- + Romnavn: Dalton (2312)

HOVEDKILDER:

Dickinson C, Murry I, Carden D (1997): John Dalton's colour vision legacy. Taylor & Francis Ltd (ISBN 0-7484-0310-8)

Duke-Elder S (ed) (1968): System of ophthalmology. Vol. IV: The physiology of the eye and vision. (Kap. XVI: Colour Vision), Henry Kimpton, London

Hunt DM, Dulai KS, Bowmaker JK, Mollon JD (1995): The chemistry of John Dalton's color blindness. Science, Vol. 267, Issue 5200, 984-988

TA ANSVAR

Om du ønsker å bli en del av den kliniske hverdagen innen helsefaget, så er optikeryrket et godt valg for deg. En optiker kan hjelpe mennesker i alle aldre og vår kompetanse kan gi folk en bedre synshverdag. Styret i Norges Optikerforbund (NOF) kommer fortsatt til å møte opp på karrieredagen og ønske våre nye kollegaer velkommen til et spennende yrke, et yrke der det finnes muligheter.

Jeg setter pris på engasjementet som leserinnlegget til Sindre skaper. Diskusjoner gir grunnlag til refleksjon, det videreutvikler oss som yrkesgruppe og som yrkesutøvere. Enkelte ting Sindre peker på er NOF sitt ansvar, andre ting er Synsinformasjon sitt ansvar. Det er også områder vi samarbeider om.

Optikere skal ha gode og ordnede arbeidsforhold. En arbeidsgiver skal sørge for rammene, slik at den enkelte optiker kan utøve sitt yrke som helsepersonell etter de lover og regler som gjelder. Bransjen etterspør flere optikere, det betyr at arbeidsmarkedet for optikere i dag er bra. Dersom du ikke er fornøyd med arbeidsdagen din, bør du gjøre noe med det. Dersom du ikke blir hørt, bør du finne deg en ny jobb. Mange av våre kollegaer velger også å starte egen praksis, alene eller sammen med en kollega. Bransjetallene fra 2015 viser at disse butikkene driver mest lønnsomt, her er det muligheter for de som ønsker det.

Forbrukerundersøkelsen som TNS Gallup hadde i 2016, viser at optikere som yrkesgruppe innehar stor tillit i befolkningen. Ingen andre yrkesgrupper innen helsesektoren som var med i målingen, har høyere troverdighet. Det er ikke en selvfølge at dette vedvarer. Bransjen må ta inn over seg at annonsering og kommunikasjon ut mot forbruker kan ødelegge for både tillit og troverdighet. Nye aktører har kommet inn i bransjen, det skaper muligheter og gir utfordringer. Både NOF og den enkelte optiker har et ansvar for å si ifra og å veilede, dette for å opprettholde vår integritet. Det handler om hvem vi er og hvem vi ønsker å være.

Optikere finnes over hele landet, befolkningen kan nyttiggjøre seg vår kompetanse uten at de trenger henvisning. Vi er førstelinjehelsetjeneste og det er noe vi skal være stolte av. Som optikere mottar vi alle typer pasienter. Når vi hilser på pasienten og ønsker velkommen inn i undersøkelsesrommet, er det som regel umulig å vite hvilke behov denne personen har. Spennet går fra at du kan være med på å redde synet til vedkommende, til at du gir vedkommende veiledning til en bedre synshverdag. Uavhengig av hvor du møter menneskene, skal du ta individuelle valg og være Norges beste synsrådgiver. Det er noe av det som gjør jobben vår spennende. Vi har mulighet til å kartlegge synsfunksjon og tilby gode løsninger. NB: ingen ser bedre med en brilleseddel!

Utfordringene i helsevesenet er store og vil øke i årene som kommer. Optikere er en del av løsningen, det sier også våre folkevalgte. Vi bør forsterke rollen vår i kommunene. Det er endel av NOF sin arbeidsplan de 4 neste årene.

Jeg håper debatten fortsetter og avløses med nye i tiden fremover. Gode debatter i NOF er med på å endre medlemmenes hverdag.

Sigrid Midtbø Storkås
Styreleder Norges Optikerforbund

MENINGER ELLER ØNSKER? KJØR DEBATT! SEND TIL: REDAKSJONEN@OPTIKERFORBUND.NO

FYSISK SKILLE

Det var nærmest en lettelse å lese innlegget til Sindre Gaustad i siste Optikeren. Jeg følte det var godt å ikke være alene når det gjelder dette temaet. Og jeg er helt sikker på at andre mener noe om dette viktige temaet .

Siden jeg har vært med i optikergamet siden rundt 1981 så har jeg opplevd hverdagen til optikere, fag og «brillehandel» utvikle seg i ganske stor fart. Og heldigvis har faget fått et megaløft av mange entusiastiske og kunnskapsrike personer som så fremtidig behov. Siden jeg gikk ut fra KIH avd. for optometri, har dertil avansert utstyr og utallige kurs/etterutdanning hjulpet med kompetanseheving for oss alle. Og selvfølgelig masterstudiet som vel nå «alle» tar. Men om utviklingen i «brillehandelen» bare er positiv, kan diskuteres.

Jeg skal selvfølgelig ikke gjenta det som Sindre Gaustad så fint påpekte, men kun legge til at kanskje tiden nå snart er inne for å fysisk skille brillebutikken og optometristene. Dette for å gi optometristene bl.a. et verdig arbeidsmiljø, bedre synliggjøring av fremragende kompetanse, lettere for andre samarbeidende yrkesgrupper å forholde seg til en optometrist i klinikk enn i butikk, etc. På bakgrunn av siste års utvikling av brillehandel/butikkdrift i ulike kjeder, så bør nok optometristene ut av butikk og inn i klinikk for å ivareta disse kompetente fagpersonenes hverdag og videre utvikling. Min tanke er f.eks. å kunne danne kontor-felleskap med ulike spesialområder. Mulighetene/konstellasjonene er flere. Siden optometriststudiet kanskje skal inn på universitetsnivå, så kan man etter min mening ikke fortsette i butikk som nå. Mulig frafallet av nyutdannede optometristene også reduseres hvis man opplever arbeidssituasjonen bedre.

Det er sikkert mange synspunkter på dette, og etter min mening bør dette nå opp og diskuteres.

Tor Solberg

HSN • Nasjonalt senter for
optikk, syn og øyehelse

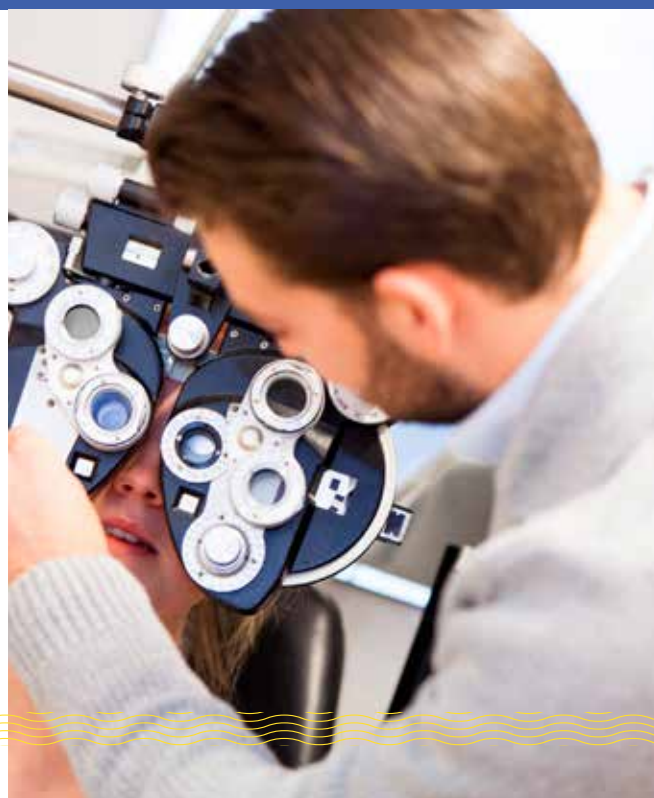
Har du kompetansen som forventes?

Etter- og videreutdanning gir faglig oppdatering og økt kompetanse.

Høsten 2017 tilbyr vi:

- Godkjenningkurs for bruk av diagnostiske medikamenter
- Grunnleggende kontaktlinsetilpassing
- Glaukom i optometrisk praksis
- Øyesykepleie

usn.no/optometri/videre



TROR PÅ DISKRET LUKSUS



Marimekko er finsk design av ypperste merke, og kolleksjonen vokser år for år.

Mondottica har en rekke kjente og mindre kjente brillemerker i porteføljen. De har tro på diskret luksus i det norske markedet.

Maje og Sandro er for øyeblikket de raskest voksende merkene innenfor luksusmerker, som samtidig er briller folk har råd til å kjøpe.

– I Norge har vi også stor tro på Hackett, som er et diskret merke som passer innen et stort aldersspenn, sier markedsansvarlig Jarna Pere.

Fra 2018 overtar selskapet også det ikoniske merket Ducati. For to år siden lanserte de den første kolleksjonen Marimekko-briller.

Mondottica er opptatt av å gi hvert enkelt merke den respekt og forståelse som er nødvendig for å skape kolleksjoner merket er stolt av, og for å plassere merkene med forhandlere som passer best for hvert enkelt merke. Mondottica har kontroll over hele produksjonen, fra tegnebord til ferdig produkt, i samarbeid med de ulike merkevarene. ●

(Kilde: Pressemateriale Mondottica, Foto: Dag Øyvind Olsen)

MAUI JIM SATSER I NORGE

Norge er ett av få land der Maui Jim Optical Collection nå test-lanseres. Neste år åpner selskapet et større produksjonsanlegg for glass og innfatninger i Tyskland.

Maui Jim tilbyr et stort antall briller i ulike materialer der optikere kan få ulike løsninger både innen glass og innfatninger. Dette er en test, og først i 2018 vil kolleksjonen lanseres for fullt i Europa, men Maui Jim ønsker å bygge videre på det suksessrike solbrillemerket med en optisk kolleksjon.

– Norge er ett av våre beste markeder i Europa, folketallet tatt i betraktning, og vi satser hardt for fortsatt ekspansjon her. Vi treffer godt på målgruppen i Norge. Nordmenn vil ha produkter av høy kvalitet som gjør dem fornøyd. Og inntektsnivået gjør at nettopp derfor velger mange Maui Jim, sier markedsdirektør Martijn van Eerde.

På grunn av økende etterspørsel, og for å sikre stabil levering, har selskapet bestemt seg for å åpne sin andre fabrikk i verden i Braunschweig i Tyskland. Det skjer ved årsskiftet. Solbrillene er utviklet på Hawaii, der Maui Jim har sitt hovedkontor – men brillene produseres i Peoria, Illinois, USA. Maui Jim er verdens tredje mest solgte solbrillemerke. ●

(Kilde: Pressebrief fra Maui Jim. Foto: Angela Mrositzki OPTIC+VISION)



Colour, clarity and detail er Maui Jims slagord og fortrinn. De polariserte glassene finnes i flere varianter med ulike egenskaper, skreddersydd for fantastiske synsopplevelser under ulike lysforhold. Alle glassene gir maksimal beskyttelse mot skadelige UV-stråler.

KRYSSORD

LAGET AV: ROLF BANGSEID

	EMMEN		ROMER-TALL 100 BIN-ØKKELE	↓	SJARM RUST	↓	LÆREN OM LYS-ET OG SYNET		BRIE	TIDS-ENHET	ROMER-TALL 10 ENG-TELSE	
	ROSI-NANTE			FUGLE-BOLIG								←
	NIGLO						ORG. (FORK.)	KEISER MANO-METRON				
	↳											
OPTISK-ØYE FEIL		HORN-HINNE-BETEN-NElse									FØLEL-SESLOs	
↓	↓	OVER-FØRSEL	KARI NVERSEN ANMODE		UTBYGG UTVIKL-PROs-ESSER				FJERN-SYN			↑
↳							KJ. TEGN SVOVEL			SELSK. FORM KRYP-ING		
ÅKER-LAPPER GNAG-SÅR					VOKS, ØK		MÅLE-ENHET	TA TEMP-ERAT-UREN	↓			
		SITTE TIL HEST HVLTE	LEGE-KUNST		MØBEL		JERN-LEGER-INGEN					
UFOR-NUFT FARGE				PRO-NOMEN VEKT-ENHET			MÅLE-ENHET		SNØRE			
↳		HIMMEL-RET-NING	↳						POP			BILKJ. TEGN BELGIA
KRYD-DER	↓	SJARM	BØR KOMMUN-IKASJON VÆRE						SPISTE	↳		ROMER-TALL 5
↳			MOLE-KYLER AV SYRER			ROMER-TALL 5	→	ELV (DANSK)	→	ÆR-FUGL-HUNN	OSS	
	↳						→					→

VISSTE DU AT:

... hvis du går med briller som vender alt opp-ned, så vil hjer-
nen korrigere synet slik at du ser
”normalt”.

... uttrykket ”et øyeblikk” stammer
fra det faktum at øyets muskler er
kroppens hurtigste.

Kilde: tearsagain.no

... Daniel Radcliffes (Harry Potter)
yndlingsaccessoar er brillene,
som han har hatt ca 160 av under
innspillingene.

Kilde: filmweb.no



LØSNING NO 1:

BETENNELSE I KORNEA
SKYLDES BAKTERIER ELLER
VIRUS

VINNERNE ER:

10 FLAXLODD:
Margit I. Haugen
5730 ULVIK

5 FLAXLODD:
Rune Aase
3340 ÅMOT
Knut Eigeland
4706 VENNESLA

FINNER DU SETNINGEN?

- 1. PREMIE:** 10 FLAXLODD
- 2. PREMIE:** 5 FLAXLODD

TO VINNERE TREKKES BLANT
DE SOM SENDER INN RIKTIG
LØSNING. NAVN PÅ VINNERE
OFFENTLIGGJØRES I NESTE
UTGAVE AV OPTIKEREN.

LØSNINGEN SENDES TIL:
dag@optikerforbund.no eller
redaksjonen@optikerforbund.no
Innen 10. mai.

Brillenytt



REDIGERT AV: SOLVEIG HOVSTEIN



FUSH UK

Vårens solbrillekolleksjon viser 11 nye modeller som er tilgjengelig i tre forskjellige farger. Alle modellene har CR-39 linser. Med en oversized katteøye-fasong er modellen F-2015 inspirert av 50-årene. Innfatningen er håndlagd i acetat og har et gjennomskinnelig lag med blonder i fronten, noe som gir et elegant uttrykk. Den finnes i Black Lace, Brown Lace og Cobalt Lace. Modellen F-2017 har innvevde tråder i acetatmaterialet, med bro og stenger i stål som viser trenden med materialmiks. Den finnes i fargene Crystal Gold, Crystal Silver og Black Gold.



MAUI JIM

Monstera Leaf er en luksuriøs og sofistikert solbrille-kolleksjon. Acetatinnfatningene er håndlagd og har 24 karat gulldekor på stengene. Mønsteret ligner tropiske planter som man finner på Hawaii. Guava Pink er ensfarget med rødt gull på stengene, Honey Havana har gult gull mens White Tokyo har hvitt gull på stengene.



GUCCI EYEWEAR

Kreativ leder Alessandro Michele har tilført urban romantikk til kolleksjonene og redefinert Gucci med kreativiteten han tilfører. Ukonvensjonelle modeller med rike utsmykninger ses på catwalken. Gucci presenterer nå 250 ulike innfatninger og solbriller årlig.

GG0088S: Denne solbrillen med flip-up har håndsiselerte motiver og logoen i gull som gir en sterk og framtrædende personlighet. Den finnes blant annet i fargene blonde havana og shiny black.



BARBERINI EYEWEAR

Barberinis nye kolleksjon er inspirert av refleksjoner fra himmelen. To nye typer linser ble presentert på Mido, de er av Platinum Glass™ og har UV400 beskyttelse. Den ene varianten har gull og rosa i refleksjonen, som havet ved solnedgang. Den andre har blå og grønne toner inspirert av nordlyset. Innfatningene er variasjoner over Voyager og har læredetaljer.



KLIiK DENMARK

Stil er en holdning og KLiik viser mot innen skandinavisk design. Merket kommer nå med fire nye modeller av kvalitetsmaterialer. Teknologien gir overaskende fargesammensetninger og subtile mønstre.

Med modellen K-572 vil man ikke gå rundt ubemerket, takket være fargerik epoxy som er malt på fronten og stengene. Denne er blitt herdet slik at den får en krakelert finish. Fargen gir en sterk kontrast til metalldelene. Modellen finnes i fargene Honey, Sangria, Turquoise og Black.



INVU SOLBRILLER FOR BARN

«Etter at de er fem år gamle vil barn gjerne se ut som voksne», sier Beat Christ, som er leder for designgruppen hos Swiss Eyewear Group. I følge Christ foretrekker barna da å se ut som unge voksne. Dette har INVU tenkt på og brukt sin erfaring fra årtier med design av briller for barn. Det gir perfekt tilpassede solbriller, hvor INVUs designteam har tatt de siste brillemodellene for voksne og re-designet med tanke på alderen til barna. Innfatningene er svært fleksible og har ultrapolariserte UV-400 glass.



KAOS

Farger og et originalt uttrykk preger den nye KAOS kolleksjonen. Man ser overaskende kombinasjoner av ulike designelementer som blir transformert til ekstravagante uttrykk. Det er i dette tilsynelatende kaoset at merket viser hva de er, aldri kjedelig, men fargerikt og ironisk.

De nye modellene er runde og firkantede. Acetat og metall brukes i en lek med fargekontraster. Modellen KK398 i acetat er en eksplosjon av energi som bryter opp den klassiske frontfasongen.



VANNI

Vanni Remaster 5700 fikk pris for beste solbrille i Spectr Award påopenhagens specs i mars. Dette er en retromodell med en makeover og røft uttrykk.

VISION SENSATION FRA SILHOUETTE



Silhouette starter nå å produsere glass til sine egne lette innfatninger for å gi kundene en enda bedre synsopplevelse.

Den østerrikske familiebedriften ble etablert i 1964, og revolusjonerte brilleverdenen med modellen Titan Minimal Art (TMA) i 1999, som veide bare 1,8 gram. I dag er Silhouette verdens ledende produsent av lette briller, ikke bare garnityrbriller, i premiumsegmentet.

– Silhouette har en stolt historie i Norge, og er et sterkt varemerke hos norske optikere. Ni av ti kunder som først får seg en Silhouette-brille, kjøper det igjen, sier selskapets nordiske sjef, norske Ingvill Houmb-Sjølin.

Lette garnityrbriller er fundamentet, men Silhouette har også mange modeller lette briller med rammer, uten skruer eller hengsler. Brillene lages i den østerrikske byen Linz, og her skal også spesiallagde premiumglass nå produseres. Glassene vil ha høy teknisk kvalitet som skal sikre best mulig synsopplevelse for brukerne. Det er lagt spesielt oppmerksomhet på kanten av brilleglassene, slik at synsopplevelsen også der skal bli optimal.

– Arbeidet vårt fokuserer på å justere brillene perfekt til ansiktet av bære-

ren, både for å gi best mulig syn og utseende. Glassene er optisk justert til basiskurven av rammen. Optikere får et eget redskap, Silhouette Vision Sensation app for best mulig konsultasjoner, og bestilling raskere og lettere enn før, sier Ingvill Houmb-Sjølin. ●
(Kilde: Pressemateriale fra Silhouette)

VERDENSNYHET!



Multioptikk lanserer lupere med trådløs lading (Qi standard). Lupene har asfæriske linser – med forstørrelser fra 6 D opptil 56 D i 17 forskjellige varianter. Du kan velge mellom 3 forskjellige kelvin, 2700K, 4500K og 6500K. Lupens på/av bryter har to lysintensiteter. Lupene har ergonomisk design og de leveres komplett med lader, USB kabel og USB adaptor. 📍

(Kilde: Pressemelding Multioptikk)



FINE BRILLER



Mette Nielsen og Ulf Kjørbo i Fine Brilller

Vi er et nytt distributørfirma som heter Fine Brilller og jobber med produsenter som har et særegent DNA. Vi startet sommeren 2016 og har kjente merker som italienske Vanni og nye merker som spanske Roundten.

Ulf Kjørbo har jobbet i bransjen i 20 år og tar med lang erfaring og kunnskap in i firmaet. Mette Nielsen har erfaring fra optiker butikk og bedriftsledelse og interesserer seg mye for markedsføring, utvikling og produktdesign.

Vi i Fine Brilller er veldig opptatt av å være gode samarbeidspartnere med våre forhandlere. Vi har tro på å tilby et godt fundament for markedsføring og historiefortelling i butikkenene. Det er den gode opplevelse som skal være i forsetet for kundene, og det vil vi bidra til.

Vi arbeider også noe med markedsføring ut i fashion verdenen, for vi mener at sammen med det faglige er det fashion som gjør at vi eksisterer. Uten fashion hadde man solgt 1 slags briller til alle.

Sosiale medier er blant våre prioriterte markedsføringsarenaer, og vi hjelper gjerne butikker med deres formidling.

Vi er glade for at høre om butikkenes filosofi og behov og utvikler oss i takt med dette. 📍

(Kilde: Pressemelding fra Fine Brilller)


Bransjenytt

JOHNSON & JOHNSON HAR KJØPT ABBOTT MEDICAL OPTICS

Johnson & Johnson sluttførte i februar oppkjøpet av Abbott Medical Optics. Overtakelsen inkluderer øyeprodukter innen tre pasientområder: kataraktkirurgi, laser refraktiv kirurgi og forbrukerprodukter innen øyehelse. Disse produktene vil nå bli en del av porteføljen med det verdensledende merket ACUVUE kontaktlinser. Den sammenslåtte organisasjonen vill operere med merkenavnet Johnson & Johnson Vision.

– Med oppkjøpet av AMOs verdenskjente virksomhet innen oftalmisk kirurgi, er J&J er klar for å bli en verdensleder innen øyehelse, sier Ashley McEvoy som er styreleder for Johnson & Johnson Consumer Medical Devices. - Synet er dyrebart. Det er den sansen mennesker frykter mest å miste. Ved å få med oss kirurgiske løsninger som er støttet av ressursene og global rekkevidde av Johnson & Johnson, kan vi forbedre og gjenopprette synet for flere pasienter over hele verden.

Markedet for øyehelse er på nær 70 milliarder US dollar, og øyehelse en av de største, raskest voksende og mest underutviklede segmentene innen helse i dag.

Oppkjøpet får ingen umiddelbare endringer ift. relasjoner, kundetjeneste og leveranser i Norge, men mer informasjon vil komme. 

(Kilde: Pressemelding fra Johnson & Johnson)

STILLINGSANNONSER

C)OPTIKK SKÅRER SØKER OPTIKER TIL 50-100% STILLING

Vi søker en faglig dyktig, engasjert og hyggelig optiker til vår butikk på Lørenskog, rett utenfor Oslo. Vi er på jakt etter deg som har godt humør, og som er opptatt av å gi god service til våre kunder.

Arbeidet vil være variert, men vil hovedsakelig bestå i synsundersøkelser, butikkarbeid og noe verkstedarbeid.

Butikken holder til utenfor senter, og kan dermed tilby relativt «normale» arbeidstider.

**Ved interesse, ta kontakt med
Lars Ronny Lunderby på tlf 67 90 08 50.**

c)optikk Skårer

Solheimveien 110, 1473 Lørenskog.
E-post: coptikk@skarer.no www.coptikkskarer.no

NESTE
OPTIKEREN
KOMMER
21. JUNI

MATERIELLFRIST
10. MAI



Brilleland =

godt arbeidsmiljø, karrieremuligheter, faglig utvikling!

Vi søker optikere i fast stilling til:

Oslo, Bodø, Narvik, Harstad, Madla, Jessheim, Bergen,
Østfold, Tromsø og Vinterbro.

Vi søker vikarer til:

Strømmen, Bergen, Moss og Sarpsborg.

Jobb i Brilleland

I over 30 år har Brilleland vokst til å bli en av Norges ledende optikerkjeder, der lave priser og høy kvalitet går hånd i hånd med faglig ekspertise. Vårt mål er å gi kunden en enkel og trygg kjøpsopplevelse gjennom gode råd og veiledning – nøkkelen til dette er profesjonelle og engasjerte medarbeidere. Vi har optikere i alle våre butikker med spesialkompetanse innen klinisk optometri, kontaktlinser, arbeidsplassoptometri og synstrening.

Vi ønsker å ta godt vare på våre medarbeidere. Derfor er kontinuerlig fokus på faglig utvikling, karriereutvikling, godt arbeidsmiljø og sosialt samhold blant våre viktigste prioriteter.

Brilleland er landets mest kjente optikerkjede, med 74 butikker og en omsetning på over 500 millioner kroner. Brilleland er den profesjonelle kjeden for folk flest, med variert og tidsriktig utvalg til lav pris. Hos Brilleland skal alle oppleve at de har råd til høy kvalitet, både når det gjelder briller, kontaktlinser og øyehelse.

Synoptik

interoptik brilleland 

Synoptik Norge AS er med kjedene Brilleland og Interoptik den største optikeraktøren i Norge med 145 butikker landet rundt. Synoptik er et offensivt og vekstorientert selskap i kontinuerlig endring, og eies av Grand Vision, verdens største selskap innen optisk detaljhandel. Vi har et stort fagmiljø og gir mulighet for å gjøre internasjonal karriere.

For mer informasjon se:

[www.brilleland.no/Om-Brilleland/
Ledige-Stillinger/](http://www.brilleland.no/Om-Brilleland/Ledige-Stillinger/)

Ved spørsmål, kontakt:

HR konsulent
Karianne Huseby Nossen
Tlf. 906 87 879
E-post: khn@synoptik.no

Banker hjertet ditt litt ekstra for faget?



Interoptik er en av landets ledende optikerkjeder med 71 butikker og en omsetning på 550 millioner kroner. Hos Interoptik møter du eksperter som tar ansvar for din øyehelse. Vi brenner for fag og kundeservice, og har stor kunnskap om produkter og merkevarer. Vi skal være kundens personlige optiker, som alltid finner de beste synsløsningene.

Vi tilbyr konkurransedyktige betingelser, en arbeidsplass med godt miljø, faglige utfordringer, spennende oppgaver og dyktige kollegaer. Vi har fokus på nyskaping og en sterk serviceholdning. Vårt mål er å tilby våre kunder det beste og siste innen øyehelse og synsløsninger, fra utstyr til trender. For deg betyr det gode muligheter for personlig og faglig utvikling.

INTEROPTIK SØKER KONTINUERLIG ETTER DYKTIGE OPTIKERE TIL VÅRE BUTIKKER.

Akkurat nå søker vi optiker til:

- Tromsø
- Bergen
- Sørumsand
- Oslo
- Arendal
- Bekkestua

Utlysninger og søknadsskjema finner du på:

<http://www.interoptik.no/om-oss/kontakt/ledige-stillinger/>

Har du spørsmål, kan du kontakte

Karianne Huseby Nossen på tlf. 90 68 78 79,

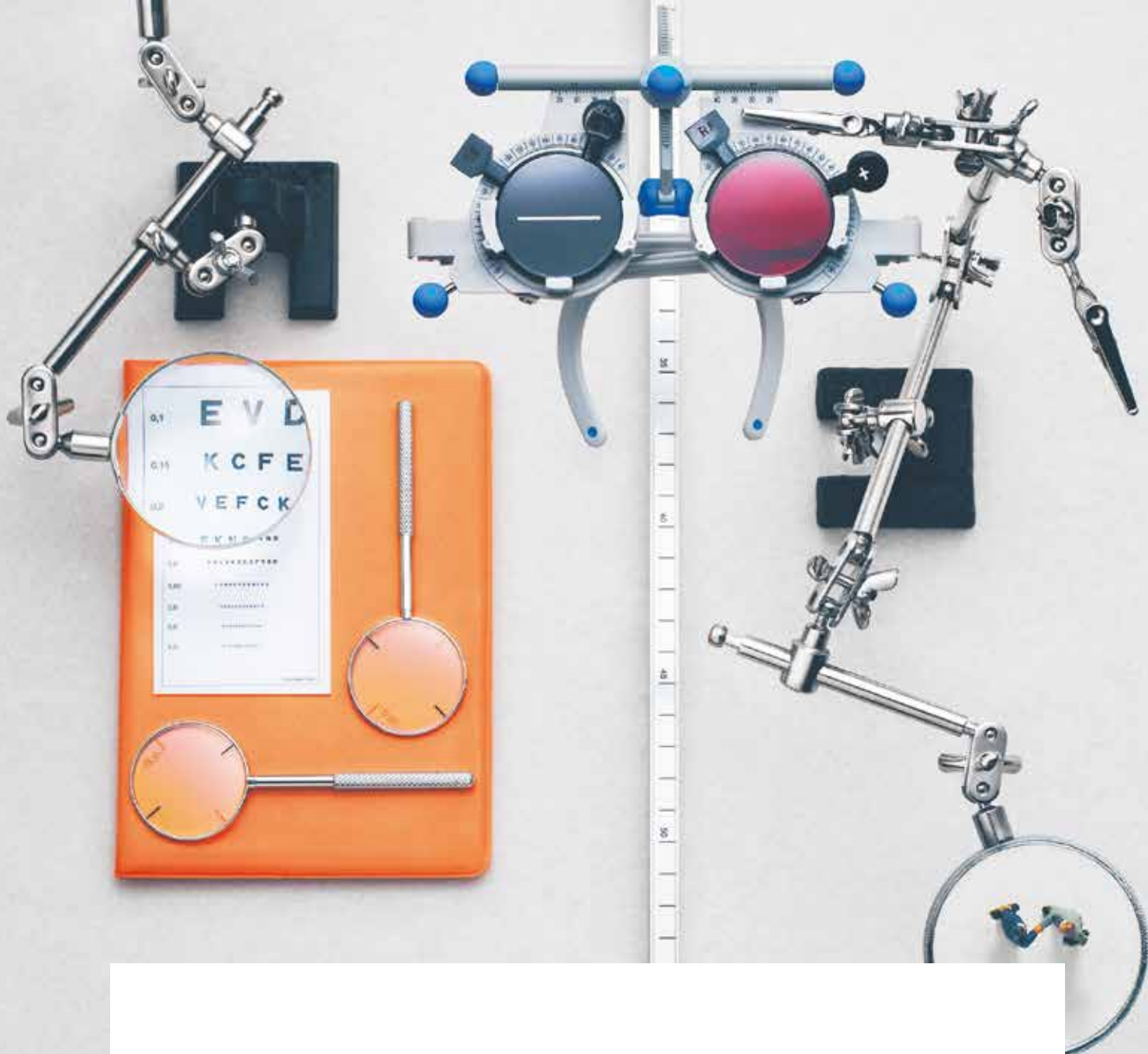
eller khn@synoptik.no

interoptik

Synoptik

interoptik brilleland 

Synoptik Norge AS er med kjedene Brilleland og Interoptik den største optikeraktøren i Norge med 145 butikker landet rundt. Synoptik er et offensivt og vekstorientert selskap i kontinuerlig endring, og eies av Grand Vision, verdens største selskap innen optisk detaljhandel.



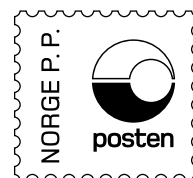
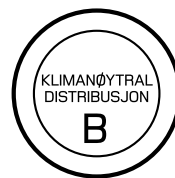
VI SØKER NYE MEDARBEIDERE

Synsam er Norges ledende optikerkjede. Vi er riksdekkende med 124 butikker. Hos oss møtes du av medarbeidere med høy kompetanse og serviceinnstilling som hjelper deg å finne din individuelle løsning blant vårt kvalitetsassortiment av briller, kontaktlinser og solbriller fra verdens ledende og leverandører. Synsam inngår i Synsam Nordic med over 500 butikker.

Fullstendige utlysninger finner du på [Synsam.no/jobb](https://synsam.no/jobb)
Send gjerne også en åpen søknad til firmapost@synsam.com
dersom du vil være en av oss.



Returadresse:
Norges Optikerforbund
Øvre Slottsgate 18/20
0157 OSLO



GRATIS

I april og mai spanderer vi gratis speilcoating på alle Shamir RX glass.

Vi leverer glass til alle merker i alle fasonger. Både filterbriller, solbriller og sportsbriller.



SHAMIR

SPORTVISION
MEDISIN • OPTIKK • SPORT

Tlf.: 37 03 31 00
mail@sportvision.no
www.sportvision.no