

DIE STANDARDS UND DAS PROFIL DES AUGENOPTIKERBERUFS WELTWEIT ANHEBEN

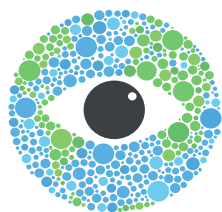
In der sich verändernden Landschaft des Augenoptikmarktes wird die Anhebung der fachlichen Standards zu einer Priorität. Die Schwierigkeit besteht darin, proaktiv und nicht reaktiv zu sein.

In diesem Kontext verfolgt die International Opticians' Association (IOA) das Ziel, Augenoptiker weltweit zusammenzuführen, damit sie gemeinsam über ihre Zukunft nachdenken und Pläne für die Weiterentwicklung des Berufsstands aufstellen. Die Berücksichtigung der neuen Technologien und das Verstehen neuer Formen des Kundenverhaltens sind Schlüsselfaktoren für die Antizipation der einschneidenden Veränderungen, die einen Einfluss auf den Tätigkeitsumfang der Augenoptiker haben werden. Elaine Grisdale erklärt in diesem Interview die (neue) Rolle der IOA und zeigt Möglichkeiten für eine effektivere Zusammenarbeit auf, die dafür sorgen sollen, dass die Kunden eine erstklassige augenoptische Versorgung und die Sehhilfe bekommen, die sie benötigen. Sie stellt auch Überlegungen darüber an, wie mittelständische Augenoptiker es vermeiden können, zu „Dinosauriern der augenoptischen Versorgung“ zu werden, denn in der Augenoptik haben sich die Dinge noch nie so schnell verändert wie heute.



Elaine Grisdale

Entwicklungsleiterin, International Opticians' Association (IOA)



**INTERNATIONAL
OPTICIANS
ASSOCIATION**

enhancing and developing the optical profession around the world

SCHLÜSSELBEGRIFFE

International Opticians' Association, IOA, augenoptischer Fachbetrieb, mittelständischer Augenoptiker, Fachleute für augenoptische Versorgung, Ausbildung, Abgabe von Sehhilfen, Augenoptikgeschäft, Einkaufserlebnis, Tätigkeitsumfang, technologische Fortschritte, augenoptische Dienstleistungen, Sehtests.

Points de Vue: Die International Opticians' Association (IOA) wurde vor mehr als 60 Jahren gegründet. Wie würden Sie die Aufgabe der IOA heute beschreiben?

Elaine Grisdale: Die IOA ist historisch eine Organisation, die gleichgesinnte Augenoptiker zusammenbringen will, um über aktuelle Herausforderungen zu sprechen. Die ersten Mitglieder waren Augenoptiker aus mittelständischen Betrieben, und die IOA sollte sich anfangs in erster Linie mit dem kaufmännischen Aspekt der Augenoptik und seiner Entwicklung befassen. Viele Mitglieder waren gleichzeitig wichtige Meinungsführer in der Branche und erfolgreiche Unternehmer.

Die Aufgabe der IOA hat sich heute geändert, denn sie muss sich der neuen Augenoptiklandschaft anpassen. Zuerst einmal **ist die IOA eine Organisation, die sich weltweit für die Verbesserung und Entwicklung des Berufsstandes des Augenoptikers einsetzt. Ihre Rolle besteht heute darin, ein Forum für Augenoptiker, Augenoptik-Körperschaften, Industriepartner und Lehrkräfte zu sein, damit diese zusammen über Themen sprechen können, die Auswirkungen auf die Entwicklung des Berufsstandes, eine augenoptische Versorgung von Weltklasse und optimales Sehen haben.** Die IOA gibt Augenoptikern auf der ganzen Welt auch die Gelegenheit, über Belange im Zusammenhang mit den kaufmännischen Aspekten des Berufsstandes zu diskutieren und diese publik zu machen. Im Vergleich zu früher ist ihre Perspektive heute stärker politisch ausgerichtet, denn der Schwerpunkt



„Die IOA ist eine Organisation, die sich weltweit für die Verbesserung und Entwicklung des Berufsstandes des Augenoptikers einsetzt.“

liegt auf der Entwicklung des Berufsstandes auf der ganzen Welt. Ihre Arbeit besteht darin, lokalen Augenoptik-Organisationen zu helfen, in Sachen Anerkennung des Berufsstandes und Tätigkeitsumfang bei den Regierungs-ämtern Gehör zu finden sowie die höchsten fachlichen Standards und optimales Sehen für alle sicherzustellen.

Wie würden Sie die aktuellen Herausforderungen beschreiben, mit denen die IOA konfrontiert ist, und was sind die drei Top-Prioritäten des Initiativplans der IOA?

Die Schwierigkeiten ergeben sich aus der Tatsache, dass die Augenoptik in vielen Ländern unterrepräsentiert und in anderen bedroht ist. Die IOA hat sich zum Ziel gesetzt, eine wichtige politische Rolle zu spielen und Kampagnenarbeit zu leisten, um die Augenoptiker in diesen Ländern zu unterstützen.

Es gibt Orte, an denen die Augenoptik noch in den Kinderschuhen steckt. Die IOA hat sich der Aufgabe verschrieben, Partnerschaften zu schließen, um die Standards weltweit anzuheben und Ländern, die in diesem Bereich noch Neuanfänger sind, unter die Arme zu greifen.

Die Schwierigkeit besteht darin, proaktiv und nicht reaktiv zu sein. Die International Opticians' Association (IOA) verfolgt das Ziel, Augenoptiker weltweit zusammenzubringen, damit sie gemeinsam über ihre Zukunft nachdenken und Pläne für die Entwicklung des Berufsstandes aufstellen, statt nur auf die aktuellen Umstände zu reagieren.

Seit der Gründung der IOA haben sich die Informations- und Kommunikationssysteme verändert. Augenoptiker der ganzen Welt können sich jetzt täglich vernetzen, Ideen austauschen und einander über das Internet unterstützen. Daraus ergeben sich direkt drei Prioritäten:

i) Verbesserung der Sichtbarkeit und Erhöhung der Mitgliederzahl durch ein frischeres neues Image und eine ansprechende neue Website. Auf der Website wird erklärt, was die IOA für den Berufsstand des Augenoptikers, aber auch für die Kunden unternimmt, da diese es verdienen, mehr darüber zu erfahren, was Augenoptiker leisten und was sie von einem Besuch beim Augenoptiker erwarten können.

ii) Vernetzen mit Fachleuten auf der ganzen Welt über entsprechende Social-Media-Kanäle, um ein Support-

System bereitzustellen, das Augenoptikern hilft, bei der augenoptischen Versorgung die höchsten Standards zu erreichen. Dies wird auch dafür sorgen, dass die IOA zu einem aktiven und wichtigen Partner der Augenoptiker wird.

iii) Schlagen einer Brücke zwischen den Augenoptikern, damit sie Beziehungen knüpfen und ein professionelles Netzwerk schaffen, um den Berufsstand zu stärken und zu verbessern und sich über Best Practices und kontinuierliche Entwicklung auszutauschen. Unsere neue Website und die Social-Media-Kanäle werden es allen Augenoptikern, die Zugang zum Internet haben, ermöglichen, mehr über ihren Beruf zu erfahren und ihre Fertigkeiten und ihr Wissen zu erweitern.

Wie viele Mitglieder hat die IOA? Wer kann Mitglied werden und wie?

Zahlreiche englischsprachige Länder in Asien, Ozeanien und Nordamerika sowie Großbritannien und Irland gehören der IOA an, werden aber nur durch wenige wichtige Meinungsführer repräsentiert. Unser Ziel besteht darin, aktiver zu sein, um die Mitgliedsverbände davon zu überzeugen, besser mit ihren nationalen Mitgliedern zu kommunizieren, um die Vernetzung mit Fachkollegen im Ausland zu fördern. **Jeder Augenoptiker in der Welt kann der IOA über unsere Website www.ioassn.org beitreten und dadurch automatisch Mitglied einer größeren Augenoptikfamilie werden.** Manche Verbände wie die ABDO in Großbritannien, die ADONZ in Neuseeland und die OAC in Kanada zahlen für jedes nationale Mitglied als zusätzliche Mitgliedschaftsleistung einen Mitgliedsbeitrag in der IOA. Wir sind dabei, Kategorien für die individuelle Mitgliedschaft und – für Industriepartner, die die Entwicklung der Augenoptik unterstützen und fördern möchten – die Unternehmensmitgliedschaft einzuführen.

700.000 Augenoptiker auf der ganzen Welt haben keine internationale Vertretung oder Möglichkeit, ihre Gemeinschaft zusammenzubringen, Best Practices auszutauschen und sicherzustellen, dass sie sich in die richtige Richtung entwickeln. Die 200.000 Optometristen dagegen haben eine weltweite Organisation, die sich für ihren Berufsstand einsetzt, aber **ein Augenoptikbetrieb wird nicht nach dem Sehtest beurteilt, den er durchgeführt hat, sondern nach der Qualität der Sehhilfe, die er verkauft hat, also danach, ob diese für den Kunden funktioniert – das heißt, ob er mit ihr optimal sieht, ob sie ihm das Leben**



„Technologische Fortschritte werden die Kommunikation der Augenoptiker mit den Kunden verändern und einen Einfluss auf ihren Tätigkeitsumfang haben.“

erleichtert, ob sie ästhetisch und komfortabel ist (es sei denn, der Optometrist findet eine Krankheit - in diesem Fall erinnert sich der Kunde an ihn). **Es ist in der Branche in jedermanns Interesse, dass die Augenoptiker erstklassige Arbeit leisten, immer auf dem neuesten Stand sind und sich die richtigen Fertigkeiten aneignen, um erfolgreich zu sein.** Wir hoffen, dass die IOA dies vereinfachen wird und dass das Netzwerk, das wir einrichten, zur Entwicklung des Berufsstands beitragen wird.

Wie arbeitet die IOA bzw. wie schließt sie sich mit anderen Akteuren im Bereich „Gutes Sehen“ zusammen?

Im Gegensatz zur Optometrie und Ophthalmologie gab es keine internationale Körperschaft, die sich für die Entwicklung und den Schutz des Berufsstandes des Augenoptikers einsetzt. Durch die direkte Interaktion mit anderen Berufsverbänden und über nationale Organisationen wird die IOA dazu in der Lage sein, eine aktivere politische Rolle zu spielen, um den Berufsstand weiterzuentwickeln und die Öffentlichkeit zu schützen. Sie wird sicherstellen, dass die Akteure, die die Augenoptik und die Optometrie repräsentieren, dies in angemessener Weise tun, indem sie den Berufsstand in Ländern mit geringen Ressourcen fördert und für nationale Verbände, die bei den Behörden um Anerkennung oder einen größeren Tätigkeitsumfang kämpfen, als internationale Referenz für Spitzenleistung

in der Augenoptik auftritt. Darüber hinaus wird sie über ihre Website für die Kompetenzen der Augenoptiker werben und Fortbildung, „Train the Trainer“-Seminare, Beratung und Anleitung anbieten. Sie wird bei der breiten Öffentlichkeit für den Berufsstand des Augenoptikers werben, wobei sie vor allem erklären wird, dass wir Fachleute benötigen, die sich für optimales Sehen einsetzen und qualitativ hochwertige Sehhilfen anfertigen. Sie wird sich dafür einsetzen, dass Fachleute die Chance nutzen, ins Ausland zu gehen, um zu erleben, wie woanders gearbeitet wird. Sie wird mit Industriepartnern zusammenarbeiten, um nach Bereichen zu suchen, die in geografischer Hinsicht und in Sachen Produktkenntnis ausgebaut werden können.

Ich bin froh, dass ich in einem früheren Leben bei Essilor International viele Jahre als Global Manager for Professional Relations in den Bereichen Optometrie und Augenoptik tätig war. In dieser Zeit bin ich um die Welt gereist und habe viele Kontakte mit Meinungsführern und Institutionen für Augenoptik, Optometrie und Ophthalmologie in der ganzen Welt geknüpft. Ich bin Mitglied in verschiedenen internationalen und europäischen Ausschüssen und besuche internationale Augenoptik-Veranstaltungen. Dies gibt mir die Gelegenheit, als IOA-Vertreterin darüber zu sprechen, wie wir effektiver arbeiten können, um dafür zu sorgen, dass die Öffentlichkeit eine bessere augenoptische Versorgung und angemessenere Sehhilfen bekommt.





Könnten Sie uns bitte erklären, welche Rolle Sie in der IOA spielen und wie Sie die Entwicklung der IOA in den kommenden Monaten und Jahren sehen?

Als Entwicklungsleiterin besteht meine Aufgabe darin, frischen Wind in die IOA zu bringen. Die Demografie in der Augenoptikbranche hat sich seit der Gründung der IOA im Jahr 1944 und sogar seit 1994 deutlich verändert, als die International Guild of Opticians zur International Opticians' Association wurde. In den vergangenen Jahren war die Entwicklung der IOA den demografischen Veränderungen nicht wirklich angepasst. Heute sollte die IOA nicht mehr nur Geschäftsinhaber repräsentieren, sondern alle Augenoptiker, gleichgültig für wen sie arbeiten. Sie sollte ihnen helfen, sich fachlich weiterzuentwickeln. **Wir möchten dafür sorgen, dass die Augenoptiker nicht nur als Kaufleute angesehen werden, die eine rein kommerzielle Tätigkeit ausüben. Unser Ziel besteht darin, den Berufsstand des Augenoptikers als Teil einer Gesundheitsversorgung aufzuwerten, in der die Augenoptiker einen besseren Status genießen und in der ihnen ein Platz am runden Tisch eingeräumt wird, wenn über augenoptische Versorgung gesprochen wird.** Dies wird angesichts der alternden Bevölkerung und des Bedarfs an Dienstleistungen wie Low-Vision-Beratung in den kommenden Jahren immer wichtiger werden.

Auch die kaufmännischen Aspekte sollten natürlich weder ignoriert noch vergessen werden. Wir werden dafür sorgen, dass die IOA auch ein Forum für die geschäftliche Entwicklung einrichtet. **80 % des Umsatzes der augenoptischen Fachbetriebe, die auch Sehtests durchführen, werden mit der Anpassung und dem Verkauf von Sehhilfen erwirtschaftet.** Die Investition in klinische und diagnostische Geräte sowie in Optometristen ist ohne die Arbeit eines Augenoptikers nicht wirklich effizient.

Sie halten auf zahlreichen internationalen Kongressen einen Vortrag, in dem Sie den Augenoptikern folgende provozierende Frage stellen: „Sind Sie ein Dinosaurier in Sachen augenoptischer Versorgung?“ Warum stellen Sie diese Frage?

Mein Vortrag beginnt mit einem Ausblick auf die Ausübung des Augenoptikerberufes in 5, 10 oder 15 Jahren. Er ist eine Überlegung darüber, welche Auswirkungen die

Zukunft auf das Überleben der Augenoptiker, aber auch der Optometristen haben wird, denn beide sitzen im gleichen Boot. Wir leben in einer spannenden, dynamischen Zeit, in der sich viel tut, und Stillstand ist keine Option. **Ich betone, dass zwischen dem Wohlfühlen mit unserer aktuellen Arbeitsweise und Selbstzufriedenheit nur ein schmaler Grad besteht, denn in der heutigen Zeit, in der sich in der Augenoptik mehr verändert denn je, ist kein Platz für Selbstzufriedenheit.**

Ich versuche, Menschen zum Nachzudenken darüber zu bewegen, was sie bei ihrer täglichen Arbeit tun. So fragen sie sich, ob ihre Tätigkeit womöglich eine eingefahrene Routine ist und ob sie sich in ihrer aktuellen Lage wohlfühlen oder nicht. Im Grunde bringe ich sie dazu, darüber nachzudenken, ob ihnen ihr Job gefällt oder nicht. Ist dies nicht der Fall, sollten sie sich überlegen, was sie tun können, um die Situation zu verbessern. Wenn sie ihre Arbeit nicht ausfüllt, zeigt sich diese negative Einstellung in ihrer Arbeitsweise und in der Kommunikation mit den Kunden. Es besteht die Gefahr, dass sie mittelmäßigen Service erbringen und mittelmäßige Produktvorschläge machen und dass der Besuch beim Augenoptiker für den Kunden kein großartiges Erlebnis ist, bei dem sie eine großartige Sehhilfe bekommen. Ich weise darauf hin, dass die Augenoptiker, wenn sie jeden Tag das Gleiche tun, das Gleiche sagen und die gleichen Geräte benutzen wie noch vor fünf Jahren, in Zukunft ein Problem haben werden.

Ich habe noch nie einen Vortrag gehalten, der so viele positive Reaktionen und so viele Kommentare hervorgerufen hat. Ich denke, er war für manche Leute eine Art Berufstherapie. Die IOA wird genau da helfen können: bei der positiven Einstellung, der gemeinsamen Überlegung und der Vernetzung mit Fachkollegen, damit wir alle nach vorn schauen und herausfinden, was wir verbessern können.

Warum ist es so wichtig, den Berufsstand des Augenoptikers abzusichern? Wie kann die IOA dazu beitragen?

In manchen Ländern wird die fachliche Autorität der Augenoptiker bei den Diskussionen der Behörden über die augenoptische Versorgung und ihre Finanzierung stark untergraben und ignoriert. In manchen Ländern dürfen sie



nicht das tun, wofür sie qualifiziert sind. In manchen Ländern dürfen sie sich nicht „Optician“ nennen, sondern müssen sich mit dem Begriff „Optical dispenser“ zufriedengeben. Die Ausgrenzung des Berufsstands bereitet der IOA Sorge. Die IOA kann die Auseinandersetzung mit Behörden oder Gesetzgebern im Ausland nicht führen. Sie kann Aktionen aber Nachdruck verleihen oder die Rolle der Stimme der Vernunft spielen, um kompetente Fachleute zu unterstützen, die bei der Ausübung ihres Berufs und dem Ausbau ihrer Kompetenzen unterdrückt werden. Die IOA wird Augenoptiker und Organisationen von „Dispensing Opticians“ unterstützen, wenn das Gesetz die etablierte Berufsausübung bedroht. Eine größere Produktauswahl, erstklassiger Kundenservice und Sorgfalt sind Eigenschaften, die man schon immer mit mittelständischen Augenoptikern verbunden hat, denn sie haben die Freiheit, sich Zeit für ihre Kunden zu nehmen. **Spezialisierung und Fachkenntnis werden in Zukunft noch wichtiger sein, damit sich mittelständische Augenoptiker von Filialketten und Brillen-Online-Shops abgrenzen können.**

Was sind die Chancen und Bedrohungen für den Berufsstand des Augenoptikers angesichts der technologischen Entwicklungen und der Veränderungen des Verbraucherverhaltens?

Die Technologie hat zwangsläufig Auswirkungen auf unsere Arbeitsweise. Wir müssen uns nicht nur anschauen, welche Arbeitsmethoden überholt sind und welche Investitionen wir tätigen müssen, um unseren Gerätepark aufzurüsten. Wir müssen auch versuchen, den Markt zu verstehen und Veränderung zu antizipieren. Technologische Fortschritte werden unsere Kommunikation mit den Kunden verändern und einen Einfluss auf den Tätigkeitsumfang der Augenoptiker haben.

Es ist unglaublich, wenn man zurückblickt und sich klar macht, dass am 1. Januar 1985 in Großbritannien der erste Anruf mit einem Mobiltelefon getätigt wurde, und dass das Gerät 4,7 kg schwer war! Heute benutzt jeder mobile Geräte verschiedener Art, und nicht nur zum Telefonieren, sondern auch, um SMS zu verschicken,

E-Mails zu lesen, sich an die Social Media Plattformen anzubinden (das war 1985 noch ein ferner Traum). Man kann über Apps sogar seine Heizung einschalten, bevor man nach Hause kommt. **Der Verbraucher, der Kunde steht im Mittelpunkt von allem, was wir tun. Ohne eine enge Kundenbeziehung können wir nicht überleben. Es geht dabei nicht nur um die Beziehung bei der augenoptischen Anpassung und Beratung, sondern auch immer mehr um das, was vor und nach diesem Termin stattfindet.** In Zukunft werden diese beiden Aspekte des Kundenerlebnisses eine noch größere Bedeutung bekommen, und nicht alle Augenoptiker besitzen die Kompetenzen, die für die Phasen vor und nach dem Termin erforderlich sind. Sie müssen sie sich aber aneignen oder auf andere Weise verschaffen. Wir alle hängen an unseren digitalen Geräten. Es gibt sogar einen klinischen Begriff für die Angst, ohne Mobiltelefon nicht erreichbar zu sein. Der Begriff **Nomophobie** (vom englischen „Nomophobia“: No-mobile-phone-phobia) wurde in einer von der britischen Postbehörde in Auftrag gegebenen Studie aus dem Jahr 2008 über die Ängste von Handybenutzern zum ersten Mal benutzt.

Es ist ein Vorteil, dass unsere Kunden vernetzt sind, denn so können wir sie einfacher und kosteneffektiver erreichen. Der Trick besteht darin zu wissen, wie wir dies auf effektive und gezielte Weise tun können, ohne sie zu stören. Der Nachteil ist, dass sich die Verhaltensweisen ändern: Statt zu ihrem Augenoptiker zu gehen, tendieren immer mehr Kunden dazu, nicht nur ihre Sehhilfe online zu kaufen, sondern auch die Refraktionsbestimmung und ihren Sehtest online durchführen zu lassen, wenn sie die Methoden als zuverlässig ansehen. **Bei der Bestimmung, welche Serviceleistungen wir in Zukunft anbieten werden, wird auch das Kundenprofil sehr wichtig sein. Die junge Kundschaft ist durchweg vernetzt und wird sich von Technologie beim Augenoptiker leichter beeindruckt lassen oder eher dazu geneigt sein, für den Sehtest und den Kauf ihrer Sehhilfe selbst Technologie zu benutzen.** Wir dürfen, was die neuen Technologien angeht, nicht hinter unseren Kunden hinterherhinken.



„Bei der Bestimmung, welche Serviceleistungen wir in Zukunft anbieten werden, wird auch das Kundenprofil sehr wichtig sein.“

Was sind die Goldenen Regeln für mittelständische Betriebe, die Kunden werben und binden wollen?

Ich würde sagen, dass diese Regeln nicht nur für mittelständische Betriebe gelten. Sie sollten für alle Augenoptiker gelten.

a) Die Phase der Kundenwerbung ist wichtig und macht zwangsläufig Kompetenzen bei der Kommunikation über die **sozialen Medien** erforderlich. Wenn man diese Kompetenzen nicht besitzt, sollte man sich an eine Person im Bekanntenkreis wenden oder jemanden einstellen, der sich damit auskennt und der ein Gespür und ein Verständnis für diese aktuellen Arten der Kommunikation hat.

b) Achten Sie auf eine aktuelle und relevante Kommunikation – **Finden Sie Ihre Nische** und schöpfen Sie sie aus.

c) Fragen Sie sich, wie Sie sich von der Masse abgrenzen können. Was ist Ihr **Alleinstellungsmerkmal**? Was ist Ihr Spezialgebiet?

d) Legen Sie fest, welche Art von Kunden Sie anwerben möchten. Wie ist die demographische Entwicklung in Ihrem Einzugsgebiet? Haben sich diese Aspekte verändert, seit Sie den Betrieb übernommen haben? **Wenn man einen Kunden kennt**, kann man ihn besser bedienen.

e) **Ihre Website** muss auf dem neuesten Stand und relevant sein. Eine vernachlässigte Website ist genauso so schlimm wie ein vernachlässigtes Schaufenster.

f) **Stellen Sie keine Vermutungen über Ihre Kunden an**. Fragen Sie sie, wenn sie im Geschäft sind, welche Arten von Social Media sie verwenden. Wenn die meisten Ihrer Kunden unter 25 und nicht sehr aktiv auf LinkedIn sind, wäre es eine Zeitverschwendung, über LinkedIn kommunizieren zu wollen.

g) **„People buy people“** – verkaufen Sie sich selbst und Ihr Team. Was haben Sie anzubieten? Geben Sie Ihren Kunden das Gefühl, Sie würden sie persönlich kennen. Sagen Sie ihnen, was Sie mögen und was nicht. Sie könnten Gemeinsamkeiten mit dem potenziellen Neukunden feststellen, und Gemeinsamkeiten verbinden. Wenn Sie mit einem Kunden absolut nichts gemein haben, können Sie diesen Kunden meiden und dadurch eine komplizierte oder toxische Beziehung umgehen (was positive Auswirkungen hat).

Das Gespräch führte Eva Lazuka-Nicoulaud



DAS WESENTLICHE IN KÜRZE

- Die IOA ist eine Organisation, die sich weltweit für die Verbesserung und Entwicklung des Berufsstandes des Augenoptikers einsetzt.
- Ihre Aufgabe besteht darin, ein Forum für Augenoptiker, Augenoptik-Körperschaften, Industriepartner und Lehrkräfte zu sein, damit diese zusammen über Themen sprechen können, die Auswirkungen auf die Entwicklung des Berufsstandes, eine augenoptische Versorgung von Weltklasse und optimales Sehen haben.
- Es hat viele Vorteile, Mitglied der IOA zu sein:
 - Sie können ein weltweites Augenoptik-Netzwerk nutzen
 - Sie sind frühzeitig über Augenoptik-Events informiert
 - Sie erhalten Informationen über Schulungen, Karrierechancen und Fortbildungsmöglichkeiten.