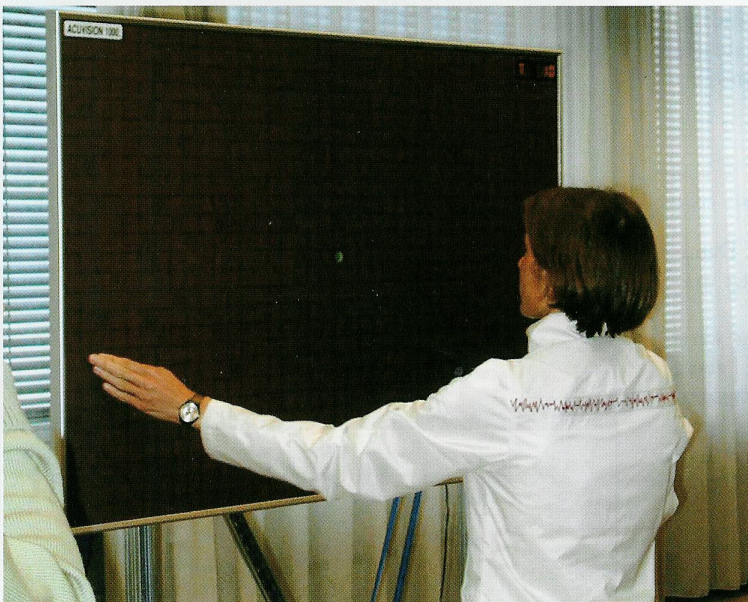




Kurt Bütikofer

Ciba Vision wird Swiss Olympic Leading Partner

Schon seit 1999 arbeitet Ciba Vision mit der Swiss Olympic Association zusammen, nun hat sie diese Zusammenarbeit vertieft: Die Herstellerin von Kontaktlinsen und Linsenpflegemitteln ist neu ein Swiss Olympic Leading Partner geworden. Mit kostenlosen Sachdienstleistungen für Spitzensportlerinnen und Spitzensportler will Ciba Vision für bessere Sicht und mehr Sicherheit auf den Wettkampflätzen und im Breitensport sorgen.



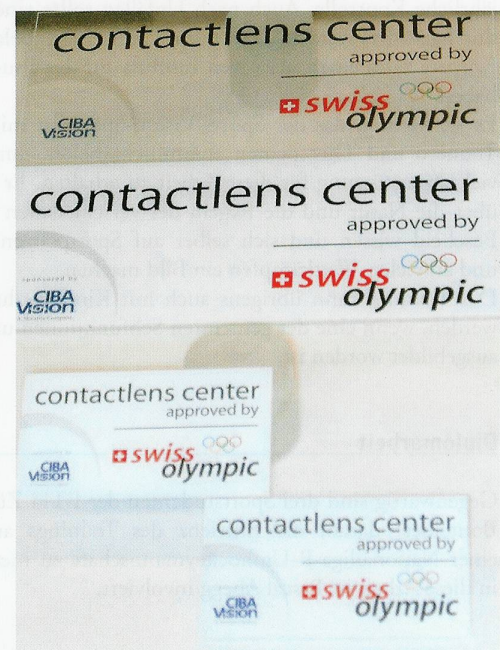
Simone Luder beim Reaktionstest, einer der Testaufgaben im Screening.

Sportlich begeisterte und motivierte Augenoptiker können sich an diesem Projekt beteiligen und als «Contactlens Center approved by Swiss Olympic» teilnehmen. Den Inhabern einer Swiss Olympic Card werden die Kontaktlinsen bei Bedarf gratis angepasst und die Spitzensportler werden auch kostenlos durch das «Contactlens Center approved by Swiss Olympic» betreut. Ciba Vision stellt die Kontaktlinsen und die Pflegemittel gratis zur Verfügung. Ferner wird Ciba Vision bei ausgewählten Swiss-Olympic- oder Verbands-Anlässen präsent sein, um bei Athletinnen und Athleten (ob Brillen- bzw. Linsenträger oder nicht) sogenannte Screenings vornehmen (vgl. Bericht «Ein Spezialist für Sports Vision», Seite 12). Beim Screening handelt es sich um einen hoch entwickelten, speziell auf Sportler ausgerichteten Sehtest. Wo Mängel festgestellt werden, können diese je nach Diagnose durch Augentraining, Linsen oder Sportbrillen behoben werden.

Auch die Sportvereine profitieren von der Partnerschaft: Gruppen ab 15 Personen können bei den «Contactlens Center approved by Swiss Olympic» kostenlose Sehtests (keine Screenings) machen lassen. Mit diesen Sehtests sollen auch die Nachwuchsathletinnen und -athleten frühzeitig erfasst werden, dies als Beitrag für die Schaffung einer soliden Basis für den Schweizer Nachwuchssport. Gegenwärtig ist Ciba Vision daran, mit den interessierten Augenoptikfachgeschäften die Kette der «Contactlens Center approved by Swiss Olympic» aufzubauen.

Chance für Augenoptiker

Wie Beat Bärlocher, General Manager Ciba Vision Schweiz, an einer Pressekonferenz im Haus des Sports in Bern ausführte, will seine Gesellschaft sowohl im Spitzen- als auch im Breitensport aktiv werden. Dieses Engagement wird sowohl dem Sport als auch den Kontaktlinsenherstellern und -anpassern zugute kommen, denn Spitzensportler haben in der Öffentlichkeit immer auch eine Vorbildfunktion. Augenoptiker-Geschäfte, die sich mit Ciba Vision für gutes Sehen im Sport einsetzen wollen, setzen sich zum Ziel, pro Jahr mit zehn Sportvereinen kostenlose Sehtests durchzuführen.



Das Logo für Augenoptik-Fachgeschäfte, die sich mit Ciba Vision für gutes Sehen im Sport einsetzen wollen.



Pressekonferenz im Haus des Sports (Bern): Daniel Steiner (Information Swiss Olympic), Marco Blatter (Direktor Swiss Olympic), Beat Bärlocher, Simone Luder (Weltmeisterin Orientierungslauf), Karin Thürig (Weltmeisterin Duathlon), Pascal Abegg (Sport-Optometrist) und Marcel Zischler (v.l.n.r.).

Sie erhalten Werbematerial für ihre Verkaufsgeschäfte und ein Logo sowie ein Zertifikat, das sie als anerkannte Fachleute für diese Aktion ausweist. Weil das Bewusstsein, dass gutes Sehen im Sport wichtig ist, noch nicht sehr weit verbreitet ist, dürfte noch einige Informations- und Aufbauarbeit zu leisten sein, damit das Wissen verbreitet und auch in entsprechendes Handeln umgesetzt wird.

Sportler brauchen gutes Sehen

Urs Businger (Luzern) zeigte auf, was auf diesem Gebiet noch zu tun sein wird. Es ist unbestritten, dass Sportler gutes Sehen brauchen, um eine optimale Leistung erbringen, sich ermüdungsfrei auf den Sport konzentrieren und das Verletzungsrisiko verringern zu können. Allerdings zeigt eine Untersuchung an 342 Sportlern anlässlich der Winterspiele von Lillehammer (1994), dass die Hälfte von ihnen noch nie einen Sehtest gemacht und 18 Prozent Probleme mit dem Sehen hatten. Eine weitere Erhebung ergab, dass 58,3 Prozent der Spitzensportler, die das Sehen als wichtig für ihre Sportart einstufen, noch nie einen Sehtest gemacht haben. Für Businger zeigt das, dass die Konsequenzen aus dem theoretisch vorhandenen Wissen nicht gezogen werden. Dabei zeigen Beispiele aus dem Skisport, dass das Kontrastsehen bei diesigen Sichtverhältnissen von ausschlaggebender Bedeutung ist. Oder dass scharfes Sehen beim Tennis entscheidend sein kann, wenn es darum geht, blitzschnell zu erkennen, ob der Ball noch innerhalb

der Linie aufschlägt und sich für den Spieler ein Effort noch lohnt oder nicht – um nur zwei Beispiele zu geben. Augenoptiker sind am guten Sehen der Spitzensportler interessiert, meinte Businger, denn diese haben eine Vorbildfunktion und können dem Publikum die Wichtigkeit des guten Sehens im Sport demonstrieren.

Screening

Marcel Zischler, Projektleiter Swiss Olympic Leading Partner, erläuterte das Screening-Verfahren, das im Leistungs-

paket für Spitzensportler enthalten ist. Aufgrund der Screenings kann die bestehende Kontaktlinsen-Situation verbessert, Linsen oder eine Brille angepasst oder ein Vision Training ins Auge gefasst werden. So ist vorgesehen, die gesamte Olympiamannschaft für Athen 2004 im November 2003 einem Screening zu unterziehen.



Gespannt beobachten die Medienvertreter Karin Thürig beim Reaktionstest.