FOKUS

STROKOVNO GLASILO DRUŠTVA OČESNIH OPTIKOV SLOVENIJE
LETNIK XXVII, ŠT. 27 MAREC 2017

40 let DOOS

Biotrue®

ONEday lenses

za PRESBIOPIJO

Predstavljamo Vam Biotrue® ONEday za presbiopijo

Za udobje in vidljivost ves dan- pri vseh razdaljah

DELUJEJO KOT VAŠE OČI

IZPOLNJUJE
prenos kisika čez lečo, ki ga potrebuje zdravo in belo oko

VLAŽI
vsebuje enak odstotek vode kot zdrava roženica - za udobje cel dan

POSNEMA
površina leče posnema lipidni sloj in na ta način zadržuje vlažnost ter obliko leče čez cel dan

ŠČITI
UV zaščita pomaga zaščititi vaše oko[2]

SEDAJ NA VOLJO

tudi v
VISOKI ADICIJI

BAUSCH + LOMB
See better. Live better.

V teh turbulentnih časih vsaka neodvisna in samostojna optika potrebuje partnerja, na katerega se lahko zanese. Partnerja, ki z optiko sodeluje tudi takrat, ko ne gre vse po načrtih. Partnerja, ki se zaveda, da ste del njegovega uspeha tudi VI.

Partnerja, kot je HOYA.

Na področju optike ste strokovnjaki VI.

Nihče ne pozna vaših strank bolje kot VI. Nihče ne razume vaših potreb in potreb vaših strank bolje kot VI. Zato vas HOYA ne omejuje in vam ne odreka svobode pri izboru ne znamk in ne produktov, za katere VI mislite, da so najbolj primerni za vas in vaše stranke.

Prodaja je VAŠE področje.

Hoya nima ambicij direktne prodaje končnemu uporabniku. Ostali bomo zvesti samemu sebi in temu, kar najbolje znamo, to je proizvodnji visoko kakovostnih očalnih leč.

Vaša optika je VAŠA blagovna znamka.

Vaša optika, vaša storitev in pri vas izdelana očala so vaša blagovna znamka. HOYA vam nudi najvišji možni nivo podpore, znanja in strokovnosti. Vse zato, da bo vaša optika za vaše stranke zaupanja vredna blagovna znamka.

HOYA in Vi

Optimed

KAZALO

Editorial *Matjaž Mihelčič* 4

Uvodnik *Matjaž Mihelčič* 5

Eye Protect System 6

Višje funkcije Vida
dr. Matjaž Mihelčič 8

140 let znamke Rodenstock 12

Ultravijolična svetloba (UV), naš organizem in oči
Matic Vogrič, B.Sc. 14

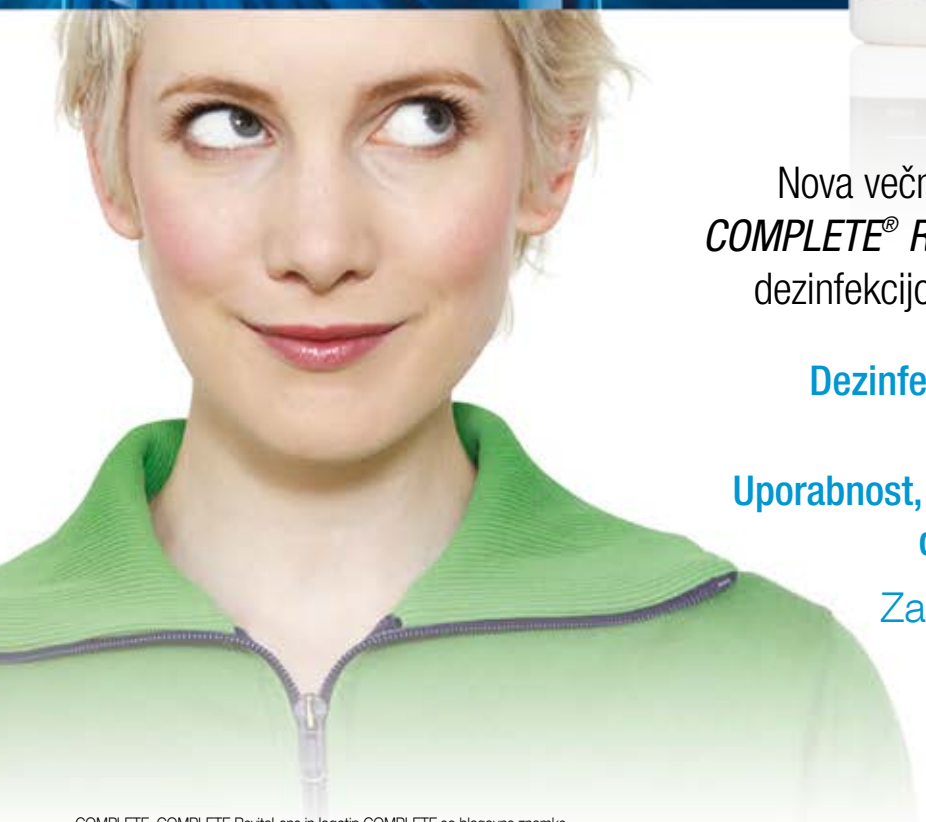
Drugačen ni napačen
Nena Dautanac 16

23 VPRAŠANJ NEVENKI VERVEGA
Janez Gobec 24

Izdajatelj: Društvo očesnih optikov Slovenije, Ledina 36, 4260 Bled
Člani uredniškega odbora in sodelavci: Matjaž Mihelčič, Matic Vogrič, Jaka Kukovič, Janez Gobec.
Naklada: 450 izvodov, **Tisk:** Medium Žirovnica

V objavljenih člankih so predstavljena stališča avtorjev, ki ne izražajo nujno stališča uredništva.

Briljantno čiščenje za dolgotrajno udobje vseh mehkih kontaktnih leč



Nova večnamenska dezinfekcijska tekočina *COMPLETE® RevitaLens* dokazano ponuja izboljšano dezinfekcijo za varno nošenje kontaktnih leč[1–7]

Dezinfekcija, enakovredna tekočinam, ki vsebujejo peroksid.[1]

Uporabnost, kakršno zagotavljajo večnamenske dezinfekcijske tekočine.

Zahtevajte boljšo tekočino za leče še danes.

COMPLETE, COMPLETE RevitaLens in logotip COMPLETE so blagovne znamke, ki so v lasti oziroma za katere imajo licenco podjetje Abbott Laboratories ter njegove podružnice in povezane družbe. Avtorske pravice so last podjetja Abbott Medical Optics Inc. 2011.08.31-CN2450-SLOV

Abbott
A Promise for Life

Pot k sejmišču 26a, 1231 Ljubljana-Črnuče www.oktal-pharma.si
T: +386 (0)1 519 29 22 F: +386 (0)1 519 29 50

OKTAL PHARMA
znak kakovosti v vaši lekarni

Editorial

Human factor

Close your eyes and imagine a world without errors. A world in which we understand each other and in which everything runs on the right tracks. Nothing falters, nothing breaks. Trains are punctual, computers don't slow down, nobody is late for work, children don't fall off bicycles, and nobody gets ill. There's always a piece of everything in stores' storages. And what concerns us: the prices of contact lenses on the internet are equal to those in optical stores, glasses don't scratch and dioptres in them are always perfect. Nothing unpredictable happens.

What kind of a world is that? Is it pleasant? Is it possible that we aren't in shortage of anything? I'd say such a world is a little bit cold and if it really existed, very few people would have still felt pleasant after a very short time in it. And yet, we still strive towards optimization where everything works like a clock. What lies in our way? History tells us that bigger faults, failures and accidents aren't caused by the technique, but because of the human factor. The latter is what we want to remove by any means necessary. We automatize processes wherever possible as it is cheaper, more reliable and more trackable.

Automatization most certainly has a spot in tiresome routine procedures, such as industrial manufacturing or health hazardous processes, but when we ask ourselves about its meaning within assignments where an objective criterion doesn't exist (choosing clothes, shoes, glasses or an advice regarding vision correction), is it still helpful?

When we read about the introduction of ordering glasses, where an auto-refractometer measures the refractive error and the frame is being chosen and sent from the internet, we need to ask ourselves: what kind of people are in favour of such an approach? In optics there are too few of them to analyse – but there is enough in other businesses. If we then look at a person who orders some at least partially »custom made« product on the internet and therefore risks it being unsuitable, we can see: if they are disappointed, they attribute the blame to themselves since the computer can simply not be guilty of something. What could be blamed, somewhat, is the structure of the software made by the people behind this. But they are far, far away. Inaccessible. Somewhere in a cloud, hidden behind the forms for customer relationship. However, if the customer is served in person and is dissapointed, we, the opticians, are to blame. From this we can deduce that the added value of our »work and consulting« lies in the responsibility we take over for the satisfaction of a customer.

Let's head away from the optics again, into the world of more daily services, where the human relationship with the problem (and the customer) is one of the main fundamentals for a quality service. Hairdressing, pedicure, massage, physiotherapy – all of these are, in comparison to ours, technically undemanding services. But do the modern »online« habits of costumers threaten them in any way? In these activities the whole idea and perception of outcomes are strictly subjective. Human factor is everything. And it isn't only about the simpler things. We have already heard about what leads us when we are buying bigger things – cars, apartments, houses. Would you ever let a computer algorithm determine your living area or choose the colour of your car?

Satisfaction of a service and merchandise is completely subjective, and the difference between a good machine and good human service is mostly in that the person gives a »humane« meaning to the choice that was made, and interprets the results in a sense of its influence on life. Even though this path might not be optimal for a computer mind, it makes the most sense for one of a human. Along the universal automatization, electronic connectivity and also along personal isolation, I dare predict the human factor becoming a much desired asset in the near future.

Opticians; as long as you are Humans, you shouldn't worry.

Matjaž Mihelčič
president DOOS

Uvodnik

Človeški faktor

Zaprite oči in si predstavljajte svet brez napak. Svet, v katerem se vsi razumemo, v katerem vse teče po ustaljenih tirnicah, nič se ne zatika, nič se ne pokvari. Vlaki vozijo točno, računalniki se ne ustavljajo, nihče ne zamuja v službo, otroci ne padajo s kolesi, nihče ne zboli. V trgovinah je vsega po en kos vedno na zalogi. In kar se nas tiče: cene kontaktnih leč na internetu so enake tistim v optikah, očala se ne praskajo in dioptrije v njih so vedno točne. Nič nepredvidenega se ne zgodi.

Kakšen svet je to? Je prijeten? Je mogoče, da nam v njem ničesar ne manjka? Rekel bi, da je tak svet najmanj malce hladen in, če bi v resnici obstajal, se v njem verjetno v kratkem času skoraj nihče ne bi počutil prijetno. Pa vendar ves čas stremimo k temu, da bi stvari optimirali do stanja, ko vse teče kot namazano. Kaj nas pri tem ovira? Zgodovina pravi, da večja odstopanja, napake in nezgode ne nastanejo zaradi tehnike, temveč zaradi človeškega faktorja. In tega skušamo po vsej sili umakniti, odstraniti. Procese avtomatiziramo kjerkoli je mogoče, saj je to ceneje, bolj zanesljivo in bolj sledljivo.

Prav gotovo ima avtomatizacija mesto v duhamornih rutinskih postopkih, kot je industrijska proizvodnja ali kot so procesi, ki so nevarni za človeško zdravje. A ko se vprašamo po smislu avtomatizacije pri opravkih, kjer objektivni kriterij ne obstaja – na primer pri izbiri obleke, čevljev, očal? Ali pri nasvetu glede korekcije vida? Nam je ta še v pomoč?

Ko beremo o uvajanju naročanja očal v kioskih, kjer avto-refraktometer izmeri dioptrijo, preko interneta izberemo okvir in si naročimo očala na dom, se moramo vprašati, kakšnim ljudem ta način ustreza. V optiki jih je še premalo, da bi lahko analizirali – so pa v drugih panogah. Če pogledamo torej osebo, ki si na netu naroči izdelek, ki je vsaj delno »po meri« in tvega da ji ne bo ustrezal, lahko ugotovimo: če je razočarana, krivdo pripiše sebi. Saj računalnik ni nekdo, ki bi bil kriv. Kriv je kvečjemu ustroj programskih orodij, ki se vrti po napotkih ljudi, ki stojijo za tem. Ampak ti so daleč, zelo daleč. Nedostopni. Nekje v oblaku, skriti za obrazci za komunikacijo s kupci. Če pa je stranka postrežena v živo in je razočarana, smo krivi mi, optiki. Iz tega lahko izpeljemo, da je dodana vrednost našega »dela in svetovanja« v prevzemu odgovornosti za zadovoljstvo stranke.

Odpravimo se spet stran od optike, v svet bolj vsakodnevnih storitev, kjer je človeški odnos do problema (in stranke) eden glavnih temeljev za kvalitetno storitev. Frizerstvo, pedikura, masaže, fizioterapija – vse to so, v primerjavi z našo, tehnično nezahtevne dejavnosti. Pa kdo govori o tem, da bi jih moderne »online« navade strank kaj ogrožale? Pri teh dejavnostih sta vsa ideja in vsa ocena uspešnosti strogo subjektivni. Človeški faktor je vse. In ne gre zgolj za preproste stvari – slišali smo že za to, kaj nas vodi, ko kupujemo večje stvari – avtomobile, stanovanja, hiše. Bi kdaj dopustili, da vam računalniški algoritem določi kraj bivanja ali izbere barvo avtomobila?

Zadovoljstvo s storitvijo ali blagom je povsem subjektivna stvar in razlika med dobro strojno in dobro človeško postrežbo je predvsem v tem, da človek »po človeški plati« osmisli odločitev za neko pot in rezultate tolmači v smislu vpliva na življenje. Četudi ta pot morda za računalniško pamet ni optimalna, je pa po človeški plati najbolj smiselna. In ob vsesplošni avtomatizaciji, elektronski povezanosti in s tem odtujenosti, si upam napovedati, da bo v kratkem človeški faktor zelo iskana dobrina.

Optiki, dokler ste Ljudje, naj vas torej ne skrbi.

Matjaž Mihelčič
predsednik DOOS

EYE PROTECT SYSTEM

NOVA GENERACIJA MATERIALA

Inovativna tehnologija, novo priporočilo za stekla

Preteklih 50 let so vse inovacije izboljšale kvaliteto življenja milijon uporabnikom očal:

- Od **težkih mineralnih** do **lahkih organskih** stekel, veliko udobnejših za nošenje.
- Od **bifokalnih** do **progresivnih** stekel za vse oddaljenosti.
- Od **debelih** do **ultra tankih** stekel za večjo estetiko in povečano udobje.
- Od **prozornih** do **fotoobčutljivih** stekel za udobje v vseh svetlobnih pogojih.

2013. Essilor je razvil zaščito pred škodljivimi UV žarki in modro-vijolično svetlobo - Crizal Prevencia.

2013. Essilor je dal na tržišče oplemenitenje Crizal Prevencia. Ta preprečuje prodiranje škodljive modro-vijolične svetlobe, ki povzroča degeneracijo mrežnice, istočasno pa prepušča koristno modro svetlobo v oko.

2017. Essilor gre korak naprej v zaščiti očesa pred škodljivo svetlobo ter enako tehnologijo uporabi za izdelavo nove generacije materiala, ki ohranja zdravje očesa na dnevni bazi.

EYE PROTECT SYSTEM S SMART BLUE FILTER TEHNOLOGIJO

Kaj je Eye Protection System?

V primerjavi s Light Scan tehnologijo, ki se uporablja pri oplemenitenju Crizal Prevencia, se Smart Blue tehnologija nahaja v samem materialu stekla v fazi polproizvoda.

Eye Protect System filtrira škodljivo modro-vijolično svetlobo s selektivno absorbcijo, ki se dogaja znotraj samega materiala.

Eye Protect System™, kot sestavi del materiala, vpija škodljivo modro-vijolično svetlobo ter hkrati prepušča koristne žarke. Ta sistem je integriran v vseh petih materialih: Orma® Eye Protect System™, Airwear® Eye Protect System™, Ormix® Eye Protect System™, Stylis® Eye Protect System™ in Lineis® Eye Protect System™.
Eye Protect System™ material blokira do 25% modro-vijolične svetlobe.*

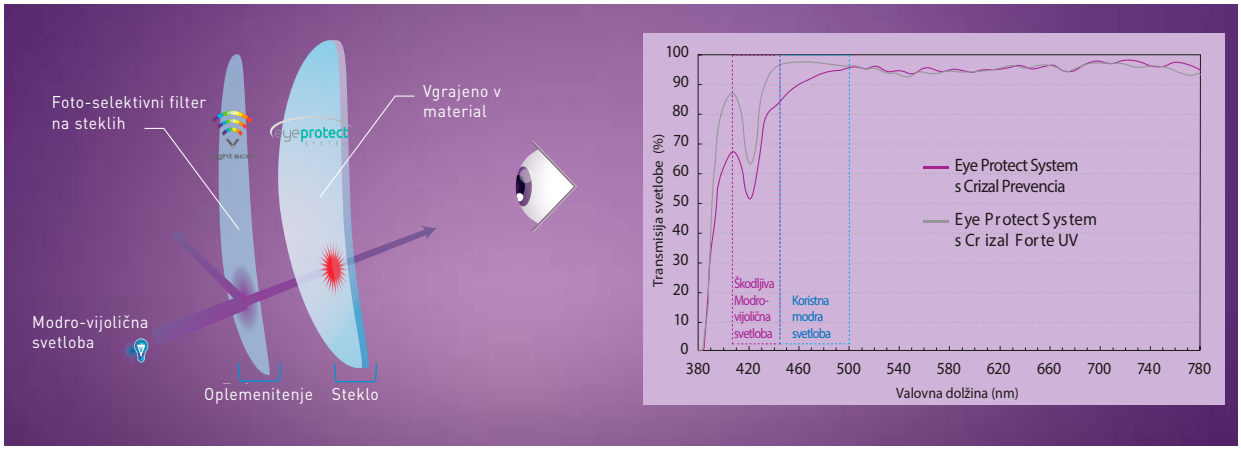
Eye Protect System™ - NEVIDNA REŠITEV.
Molekule v samem materialu absorbirajo modro-vijolično svetlobo brez modre refleksije materiala. Prav tako so v samem materialu dodatno vgrajene molekule, ki nevtralizirajo rumenkasto barvo stekla. Tako dobimo steklo, ki ščiti oko pred škodljivimi žarki in hkrati nudi popolno estetiko.

*Blokira modro-vijolično svetlobo na 400-455 nm.

Eye Protect System + Crizal Prevencia = ultimativna zaščita

Crizal Prevencia oplemenitenje v kombinaciji s Eye Protect System stekli daje najmočnejšo zaščito, do 50%* večjo v primerjavi s Crizal Prevencio na standardnem materialu.

Premaknjene so meje zaščite pred modro-vijolično svetlobo za prozorna stekla!



* 32% modro-vijolične svetlobe je blokirano s Airwear® Eye Protect System™ stekli s Crizal Prevencijo;
20% modro-vijolične svetlobe je blokirano s Airwear® stekli s Crizal Prevencijo,

Transitions & Eye Protect System

Raziskave izvedene na Eye Protect Systemu™ so pokazala, da Essilor Transitions® stekla ščitijo pred modro-vijolično svetlobo na prostem in v zaprtem prostoru.

Transitions Signature blokira 20% modro-vijolične svetlobe v zaprtem prostoru in 85% modro-vijolične svetlobe na prostem.
Transitions XTRActive blokira 34% modro-vijolične svetlobe v zaprtem prostoru in 88% - 95% modro-vijolične svetlobe na prostem.

VSA ESSILOR®TRANSITIONS® STEKLA UPORABNIKU NUDIJO PREDNOSTI EYE PROTECT SYSTEM™

Višje funkcije vida

Vidna ostrina je najpogosteje opisana lastnost vida, a še zdaleč ni edina. V tem prispevku bi si pogledali nekaj drugih vidnih funkcij, ki pa so v vsakdanjem življenju prav tako pomembne in nemara še bolj zanimive.

Stereoskopski vid

Če je vidna ostrina dobra in sta očesni zrkli obrnjeni v isto smer (ni škiljenja), potem se pri normalno razvitem vidu pojavi prostorska predstava, ki jo imenujemo »stereoskopski vid«. Gre za to, da morajo možgani sestavljati dve sliki, ki nista povsem enaki – vsako oko namreč javlja sliko iz nekoliko drugačne perspektive. Ker imata mrežnici posebna tolerančna področja, imenovana »panumski areali«, je mogoče, da se tudi sliki, ki ne padata na točno prava, skladna mesta mrežnic, sestavita v eno. Iz zamika pri sestavljanju slike pa se pojavi vtis »globine«. Panumski areali imajo svoje omejitve – če je zamik prevelik, vidimo objekt podvojeno. To lahko preizkusimo z opazovanjem dveh različno oddaljenih prstov pred seboj. Če sta ta dva blizu skupaj, ju bomo videli enojno, če pa jih dovolj razmaknemo, bo tisti, ki ga ne motrimo, podvojen. Umeten način prikazovanja je 3D slika – na primer v kinu ali televiziji. Pri tem gre za dve sliki, ki morata biti polarizirani. Ko pred oči nataknemo polarizacijska očala, ločimo sliki posebej za desno in levo oko. Ostalo opravita naši mrežnici v kombinaciji z možgani – in sestavijo ti dve sliki v tridimenzionalen svet.
Stereo vid je lahko presneto natančen. V globinsko sliko lahko sestavimo dve podrobnosti, ki sta zamaknjeni za manj kot pol kotne minute – torej za kot, ki je manjši od normalne ločljivosti (posameznega) človeškega očesa. Osebe, ki imajo večje napake fiksacije, ali tiste, ki na eno oko ne vidijo, nimajo pravega stereoskopskega vida.

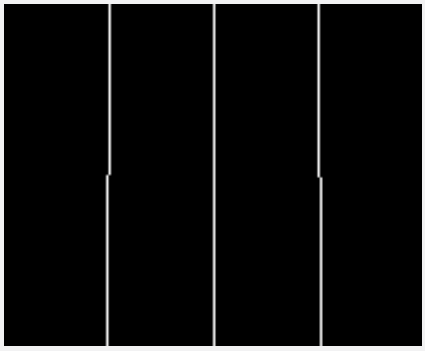
Preprost način prikaza sintetičnih stereo slik je stereoskop – sliki za desno in levo oko sta ločeni mehansko

Detektorji spremembe velikosti slike

Naše oči si pri ocenjevanju globine na večjih razdaljah ne morejo pomagati s stereo vidom, saj je razmik med očesnima zrkloma premajhen, da bi na 100 in več metrih nudili dovolj različni sliki za tridimenzionalno kompozicijo. V tem primeru pridejo na pomoč receptivna polja nevronov, ki so zadolžena za spremljanje velikosti slike, oz. po angleško »looming detectors«. Ne nadomestijo sicer tridimenzionalne slike, a nam v dinamičnih razmerah zelo pomagajo oceniti dogajanje v prostoru. Vsak objekt se na mrežnici namreč izriše tako, da »zaposluje« določeno število fotoreceptorjev. Če se to število poveča, pomeni, da se je objekt povečal – ali pa se je približal. Možgani potem odločijo, kaj od obojega se je zgodilo. Če nekdo pred nami napihuje balon in stoji na mestu, potem upravičeno sklepamo, da se je balon le povečal. Če je balon edini objekt, ki ga vidimo, pa težko rečemo, ali se je povečal ali približal. Če opazujemo avtomobil v daljavi in mrežnica sporoči možganom, da se povečuje, pa ti zagotovo odločijo, da se avto ne more povečati, temveč da se približuje. Zanimivo je, da je mrežnica izredno občutljiva za spremembo velikosti slike. Dovolj je, da se slika poveča za desetinko kotne minute, pa mrežnica že »sešteje« vse dodatno dražene celice in javi možganom spremembo. Za objekte, ki se približujejo (se »povečujejo«), smo dvakrat bolj občutljivi, kot za tiste, ki se oddaljujejo. Razlaga je evolucijska – tisto, kar se približuje je bolj zanimivo, ali potencialno nevarno, kot tisto, kar se oddaljuje.

Nonius ostrina vida

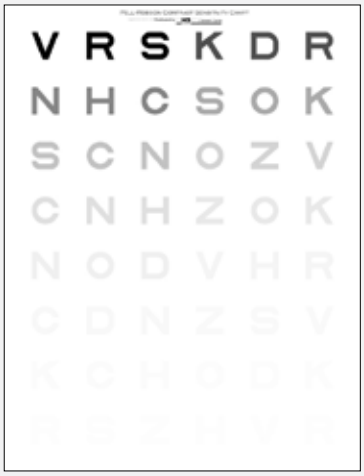
Kotna ločljivost (naša običajna ostrina vida) je v določenih pogojih lahko dodatno spodbujena – če namreč ne opazujemo le dveh točk in ugotavljamo, ali jih lahko še ločimo med seboj, temveč dve črtici, ki sta v podaljšku in zamaknjeni za droben kot, bomo ta zamik opazili prej. To lastnost imenujemo nonius, ali »Vernierjeva« ostrina vida. Ker je ob opazovanju črtic draženih več receptorjev v vrsti, je mrežnica posebej občutljiva za spremembe v tej liniji. Zamik med črticama javi možganom kot neskladje oblike, in sicer z natančnostjo, ki je nekajkrat večja od siceršnje kotne ločljivosti očesa, določene za dve točki. Ker je nonius ostrina predvsem lastnost mrežnice in je relativno malo odvisna od motnjav v očesnih medijih, predstavlja obetaven princip pri analizi sprememb centralne mrežnice – siva mrena ali motna roženica to funkcijo prizadeneta bistveno manj, kot pa jo prizadene patologija mrežnice.



Nonius ostrina

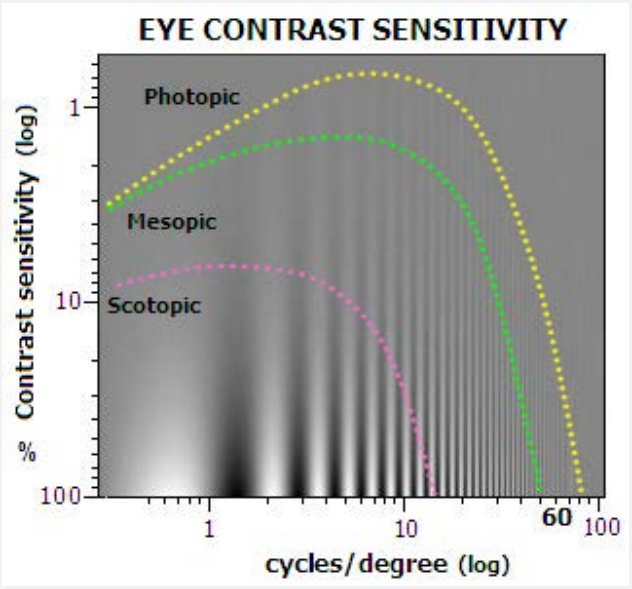
Kontrastni vid

S tem pojmom označujemo mejno razliko v svetilnosti med dvema objektoma, ko ju še lahko ločimo med seboj. Kontrastni vid je funkcija, ki vključuje tudi »običajno« ostrino vida, in sicer pri standardnih meritvah uporabljamo maksimalni (»100 – odstotni«) kontrast – ko so črke maksimalno temne in ozadje maksimalno svetlo. Pri teh pogojih dobimo najboljšo ločljivost očesa. Vendar v vsakdanjem življenju objekti, s katerimi imamo opravka, večinoma niso v maksimalnem kontrastu z okolico, še posebno kritično pa postane, ko se (na primer ponoči) objekti le malo razlikujejo v svetilnosti. Če kontrast pade, na primer, na 10%, se naša ločljivost zmanjša za dve logaritemski stopnji. Zanimivo je, da smo pri nizkem kontrastu najbolj občutljivi na vzorce s prostorsko pojavnostjo okoli 3 do 6 enot na kotno stopinjo, kar ustreza vidni ostrini približno V = 0,05 do 0,1 (ali 5 do 10%). To po eni strani pomeni, da bi osebe z ostankom vida, večjim od 10% lahko imele še dokaj normalen in uporaben kontrastni vid – vendar le, če razlog za slabovidnost ni mrežnica. Funkcija ojačevanja kontrasta na mrežnici je namreč posebna lastnost celic mrežnice, ki se med seboj dogovarjajo v »receptivnih poljih«, in sicer se polju, ki zazna večjo svetilnost od sosednega polja, ob robovih dodatno poveča signal; obratno se polju, ki zazna manjšo svetilnost, ob robovih zniža signal. Tako pride do »poudarjanja« kontrasta ob robovih posameznih površin. Dve malo različno svetli podlagi se ob stiku zdita bolj različni, kot sta v resnici. Da oko to funkcijo lahko uporabi, potrebuje dobro delujočo »horizontalno povezavo« med celicami mrežnice. Žal pa je to ena od prvih funkcij, ki se poslabšajo ob boleznih mrežnice.



Peli – Robson karta za določanje kontrastne občutljivosti

Kontrastna občutljivost je odvisna od starosti, stanja oči, adaptacije na svetlobo in tudi od ostrine vida. Slednja je pravzaprav definirana kot najmanjši kot ločljivosti pri polnem kontrastu. Kotna ločljivost npr. 60 ciklov na kotno stopinjo pravzaprav ustreza razmiku črtic ene kotne minute – ki predstavlja visus V = 1,0. Povprečen visus pri zdravih očeh, ki znaša V = 1,4, torej ustreza prostorski frekvenci 84 ciklov na kotno minuto.



Funkcija kontrastne občutljivosti je odvisna od adaptacije na svetlobo

Klasična literatura:
R. D. Arnold ; T. O. Binford; Geometric Constraints In Stereo Vision. Proc. SPIE 0238, Image Processing for Missile Guidance, 281 (December 23, 1980); doi:10.1117/12.959157.
N. M. S. Langlands: Contributions to the theory of stereoscopic vision, 1926 Trans. Opt. Soc. 28 83
J. W. French: Stereoscopy re-stated, Transactions of the Optical Society, Volume 24, Number 4
D. Raviv: Visual looming. Proc. SPIE 1825, Intelligent Robots and Computer Vision XI: Algorithms, Techniques, and Active Vision, 703 (November 1, 1992); doi:10.1117/12.131574.
Erhardt Barth ; Bettina L. Beard ; Albert J. Ahumada, Jr.; Nonlinear features in vernier acuity. Proc. SPIE 3644, Human Vision and Electronic Imaging IV, 88 (May 19, 1999); doi:10.1117/12.348485.
Arthur P. Ginsburg; Vision channels, contrast sensitivity, and functional vision. Proc. SPIE 5292, Human Vision and Electronic Imaging IX, 15 (June 7, 2004); doi:10.1117/12.548289.
Stark LW, Privitera CM, Yang H, et al; Representation of human vision in the brain: how does human perception recognize images?. J. Electron. Imaging. 0001;10(1):123-151.
Eli Peli; Contrast sensitivity function (CSF) and image discrimination. Proc. SPIE 3644, Human Vision and Electronic Imaging IV, 71 (May 19, 1999); doi:10.1117/12.348478.

dr. Matjaž Mihelčič

Op.p. članek je bil v podobni obliki hkrati objavljen tudi v reviji Rikoss.

Težko prenašate kapanje kapljic v oko?

Predolgo gledate v računalnik, telefon?

Vam klima povzroča občutek suhih oči?

Lahka meglica za zmerno suhe,

utrujene, iritirane, srbeče, rdeče oči

PRIJAZNO DO LIČIL

blink® refreshing pršilo

za vlaženje oči, tudi za nosilce kontaktnih leč

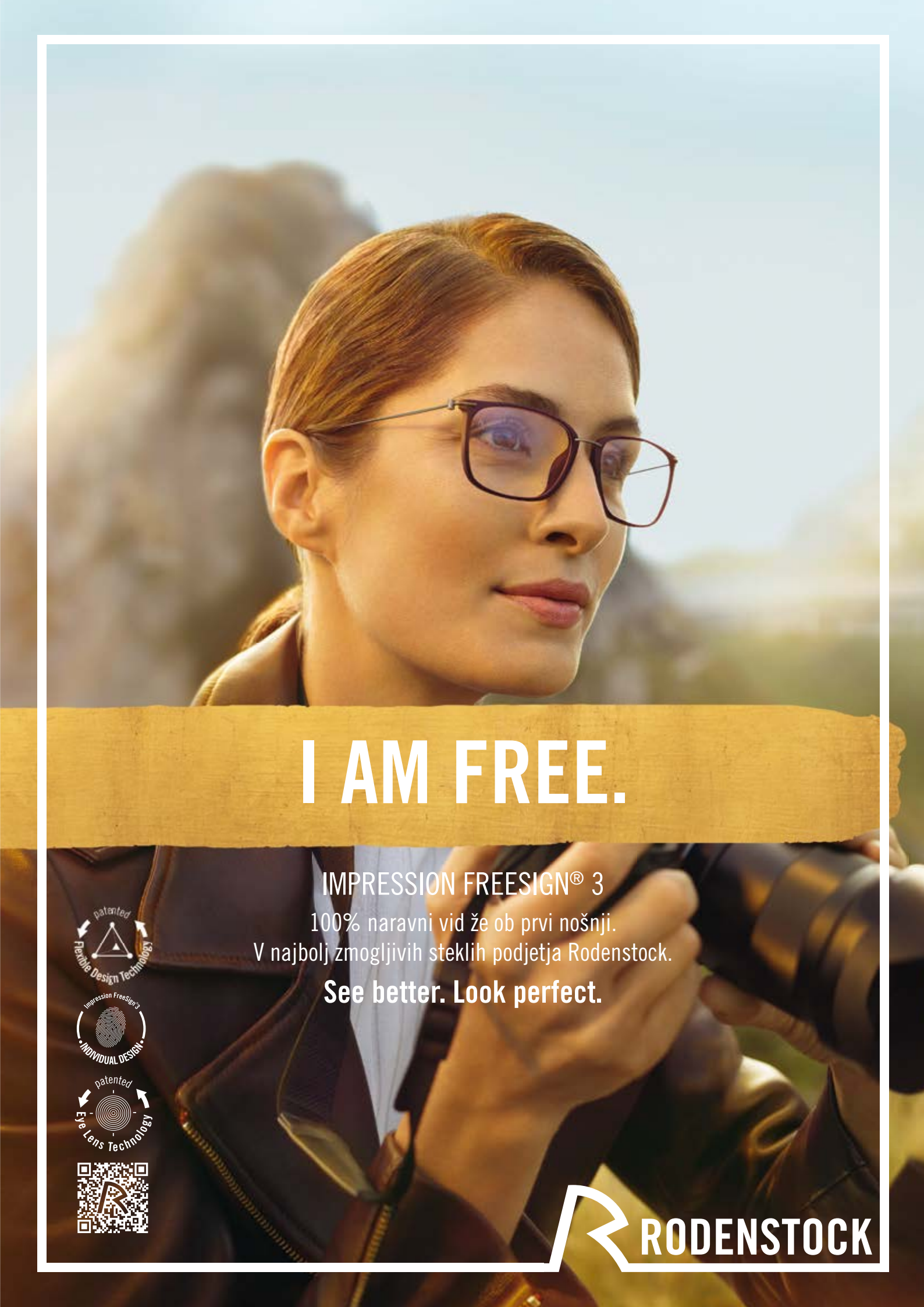
Abbott

Le kakovosten izdelek omogoča varno uporabo in pričakovano delovanje.

Pot k sejmišču 26a, 1231 Črnuče-Ljubljana www.oktal-pharma.si

OKTAL PHARMA

znak kakovosti v vaši lekarni


I AM FREE.
IMPRESSION FREESIGN® 3
100% naravni vid že ob prvi nošnji.
V najbolj zmogljivih steklih podjetja Rodenstock.
See better. Look perfect.
Patented
Flexible Design Technology
Impression FreeSign 3
INDIVIDUAL DESIGN
Patented
Eye Lens Technology
RODENSTOCK

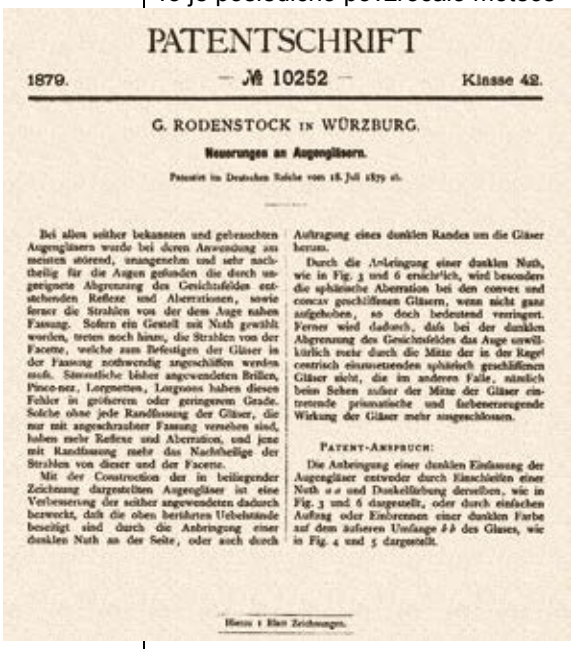
140 let znamke Rodenstock

Podjetje z dolgo tradicijo, ki ostaja številka ena na področju inovaciji očesnih stekel.

140 let neprekinjene poti k boljšemu pogledu

Zgodovina sodobnih očal:

Proti koncu 19. stoletja so bila očesna stekla še vedno relativno majhna, kar je pomenilo, da so bili njihovi robovi znotraj vidnega polja. To je posledično povzročalo moteče odseve. Josef Rodenstock se je domislil preprostega trika. Po robu stekla je izbrusil utor in ga pobarval na črno. Tako je nastalo t. i. »diafragmatsko steklo«, ki je je leta 1880 za podjetje pomenilo prvi velik uspeh an tržišču.



PATENTSCHRIFT

1879. — № 10252 — Klasse 42.

G. RODENSTOCK IN WÜRZBURG.

Neuerungen an Augengläsern.

Patentirt im Deutschen Reiche vom 18. Juli 1879 ab.

Bei allen seither bekannten und gebrauchten Augengläsern wurde bei deren Anwendung am meisten störend, unangenehm und sehr nachtheilig für die Augen gefunden die durch ungeeignete Abgrenzung des Gesichtsfeldes entstehenden Reflexe und Aberrationen, sowie ferner die Strahlen von der dem Auge nahen Fassung. Sofern ein Gestell mit Nuth gewählt worden, treten noch hinzu, die Strahlen von der Facette, welche zum Befestigen der Gläser in der Fassung nothwendig angeschliffen werden muß. Sämmtliche bisher angewendeten Brillen, Pince-nez, Lorgnetten, Lorgnons haben diesen Fehler in größerem oder geringerem Grade. Solche ohne jede Randfassung der Gläser, die nur mit angeschraubter Fassung versehen sind, haben mehr Reflexe und Aberrationen, und jene mit Randfassung mehr das Nachtheilige der Strahlen von dieser und der Facette.

Mit der Construction der in beiliegender Zeichnung dargestellten Augengläser ist eine Verbesserung der seither angewendeten dadurch bezweckt, daß die oben berührten Uebelstände beseitigt sind durch die Anbringung einer dunklen Nuth an der Seite, oder auch durch Auftragung eines dunklen Randes um die Gläser herum.

Durch die Anbringung einer dunklen Nuth, wie in Fig. 3 und 6 ersichtlich, wird besonders die sphäische Aberration bei den convex und concav geschliffenen Gläsern, wenn nicht ganz aufgehoben, so doch bedeutend verringert. Ferner wird dadurch, daß bei der dunklen Abgrenzung des Gesichtsfeldes das Auge unwillkürlich mehr durch die Mitte der in der Kegelcentrisch einstretenden sphärisch geschliffenen Gläser sieht, die im anderen Falle, nämlich beim Sehen außer der Mitte der Gläser eintretende prismatische und farbenerzeugende Wirkung der Gläser mehr ausgeschlossen.

PATENT-ANSPRUCH:

Die Anbringung einer dunklen Einfassung der Augengläser entweder durch Einschleifen einer Nuth *a a* und Dunkelfärbung derselben, wie in Fig. 3 und 6 dargestellt, oder durch einfachen Auftrag oder Einbrennen einer dunklen Farbe auf dem äußeren Umfange *b b* des Glases, wie in Fig. 4 und 5 dargestellt.

Hierzu 1 Blatt Zeichnungen.

Razvoj sončnih očal:

Okrog leta 1900 so mediji začeli opozarjati na možne škodljive učinke UV žarkov. Histerijo, ki je temu sledila, je Rodenstock odlično izkoristil, saj je izdelal stekla, ki so zaščitila vid pred UV žarki. Malce kasneje pa je na tržišče prišla še izboljšana verzija stekla za zaščito pred svetlobnimi žarki, steklo Hygal, ki je bilo predhodnik modernih sončnih očal.

Izum fototropnih stekel:

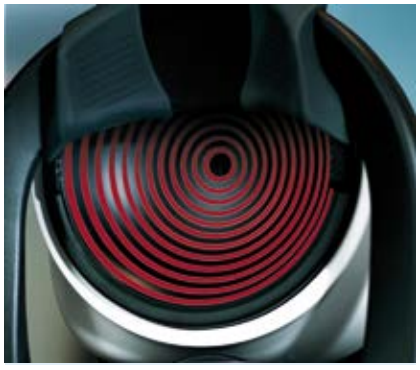
Leta 1968 je podjetje Rodenstock kot prvi izdelovalec očesnih stekel na evropski trg lansiralo t. i. fotokromatska stekla. Zaradi svetlobne občutljivosti srebrovega bromida, ki je v steklih, se spreminja intenzivnost fotokromatičnosti (stopnje zatemnitve), tako da se steklo avtomatično prilagaja glede na svetlobne pogoje. Na področju fotokromatskih stekel, 1880 1905 1968, ki pod oznako ColorMatic tvorijo večji del ponudbe podjetja, je Rodenstock še danes v samem svetovnem vrhu.

Prvo individualizirano progresivno steklo:

Pomembni mejnik za podjetje Rodenstock pa je bilo leto 2000. Tega leta je na trg vpeljalo individualizirana stekla vrste »Impression ILT« (Individual Lens Technology). Ta revolucionarna tehnologija na podlagi vrednosti zenične razdalje, temenjske razdalje (verteks), naklona in zakrivljenost okvirja očal ponuja unikatno priložnost, da očala popolnoma individualizirate. Povsem razumljivo, da je zaradi tega podjetje Rodenstock zgradilo povsem novo tovarno. Nahaja se v Frankfurtu ob Majni in je najsodobnejša.

DNEye® pomeni 100% izkoristek individualnega vidnega potenciala:

Zaradi novih tehnologij, ki omogočajo vedno hitrejšo obdelavo podatkov in njihovo neposredno uporabo pri izdelavi stekel, so očala vedno bolj »inteligentna« v primerjavi s predhodnicami. Ob prehodu v novo tisočletje pa je na področju tehnologije izdelave progresivnih stekel podjetje Roden vso konkurenco pustilo daleč za sabo. Premierno je namreč predstavilo stekla vrste Impression® s tehnologijo DNEye®, ki so uporabnikom očal sploh prvič omogočila 100% izkoristek njihovega konkretnega vidnega potenciala. Zaradi unikatne tehnologije EyeLT® je podjetje Rodenstock tudi danes edini proizvajalec, ki lahko pri izračunu upošteva individualne napake človeškega vida v različnih vidnih oseh, pri tem pa upošteva



Očala za voznike prinašajo večjo varnost tudi na cestah:

Očala s stekli edinstvene kombinacije 2000 2011 2016, kar 4 najnovejših inovacij Rodenstock, so dobesedno prilagojena po meri vsem voznikom. Oblikovanje stekel vrste Road namreč omogoča optimalna vidna območja, ki omogočajo perfekten vid predvsem na srednjih razdaljah in na daleč. Njihova površinska obdelava, Solitaire® Protect Road 2, poleg tega predstavlja kombinacijo vrhunskega antirefleksnega nanosa in filtrov s 12 % tonalnostjo, ki lahko uniči moteče odseve svetlobe drugih avtomobilov, uporabljena

tehnologija DNEye® in individualna optimalizacija aktivnega področja pa prinašata tudi boljši vid v temi in veliko boljšo oceno razdalje.

O podjetju Rodenstock:

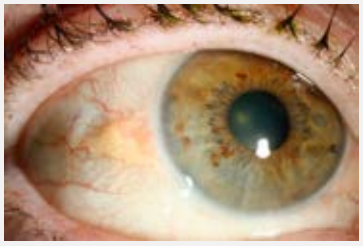
O podjetju Rodenstock: Rodenstock je vodilni nemški proizvajalec očesnih stekel in okvirjev. Sedež podjetja, ki je bila ustanovljeno leta 1877, je v Münchnu. Družba ima 4500 zaposlenih po vsem svetu, hčerinske družbe in mrežo distribucijskih partnerji pa ima v več kot 85 državah. Podjetje ima skupaj 15 proizvodnih prostorov v 13 državah, največje proizvodnje stekel v Evropi pa lahko najdemo v mestih Regen, Frankfurt in Klatovy.

Za več informacij obiščite:
www.rodenstock.si,
ali pa vtipkajte:
www.facebook.com/Rodenstock
www.youtube.com/SeeBetterRodenstock

Vir: Rodenstock

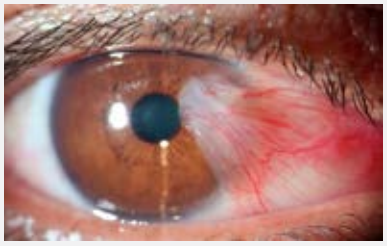
Ultravijolična svetloba (UV), naš organizem in oči

Nosilec vidnih informacij je elektromagnetno valovanje v vidnem spektru svetlobe (valovne dolžine od 380 do 780 nm), ki se od predmetov odbija ali jo le-ti oddajajo, in skozi optični aparat očesa doseže mrežnico. Mrežnica je struktura v očesnem ozadju, ki je zgrajena iz desetih plasti. Te plasti pretvarjajo svetlobne dražljaje in povzročijo spremembo membranskega potenciala fotoreceptorjev na mrežnici, ki potujejo po živčnih vlaknih ganglijskih celic in preko vidnega živca v možgane. Vidni center v možganih je odgovoren za interpretacijo oz. pretvorbo teh električnih impulzov v vidne podobe. Da bi razumeli barve, svetlobne učinke,se bomo v nadaljevanju seznanili z osnovnimi značilnostmi in zanimivostmi.



Dnevna svetloba ima glede na položaj sonca in spremenljivo vreme različno sestavo svetlobnega spektra in smer, ki sega od direktnega sončnega sevanja z razpršilno svelobo do difuznega osvetljevanja skozi oblačno nebo. Ljudje smo večinoma dobro seznanjeni s posledicami UV-sevanja na kožo. Po raziskavi Transitions (2008) v Združenem Kraljestvu kar 95% ljudi tovrstno sevanje povezuje s kožnimi težavami, samo 7% pa jih povezuje UV-sevanje s težavami z očmi.

V nadaljevanju bodo opisani vzroki in načini izpostavljanja kože »nevarnim« UV žarkom in vpliv le teh na človeka. Številne raziskave dokazujejo, da akutna in kronična izpostavljenost UV sevanju očem škodi. Taka stanja imenujemo oftalmohelioza, izhaja pa iz grških besed ophthalmos-oko in helios-sonce, označuje pa bolezni oči, ki jih povzroča sončna svetloba. Učinki in posledice izpostavljenosti UV – žarkom se z leti kopičijo. Najbolj so ogroženi otroci, ker imajo tanjšo kožo in slabo razvit melaninski pigment, zaradi česar jih sonce hitreje opeče. Fotostaranje kože se imenuje skupek destruktivnih procesov v koži, ki vpliva na kakršnekoli spremembe v katerikoli plasti kože. Omenili smo, da se sončni žarki širijo kot del elektromagnetnega spektra, različnih frekvenc (valovnih dolžin) in se gibljejo med manj kot nanometer pri gama žarkih do metrske valovne dolžine pri radijskih valovih. Najkrajšo valovno dolžino imajo Y, sledi rentgenski del, nato pa vsi trije UV A, B in C. Temu sledi vidna svetloba, infrardeča svetloba in nazadnje radijski valovi. Ozonska plast Zemlje preprečuje, da se bi žarki Y, X in UV-C žarki prebili do Zemljinega površja. Sončno UV-sevanje vpliva na različne kožne celice v različnih globinah, odvisno od njihove valovne dolžine. Človeku najnevarnejši so UVA žarki (320-380 nanometrov), saj jih ozonska plast ali oblaki ne absorbirajo, v zraku se ne razpršijo, prav tako pa se slabo odbijajo od tal ali odbojnih površin. Prav ti žarki dosežejo srednje plasti kože in sprožijo fotostaranje kože, večinoma zaradi sproščanja prostih radikalov. Kožni pigment melanin absorbira ultravijolične žarke in s tem ščiti kožne celice pred uničenjem, medtem ko UVA žarki prodrejo skozi to oviro in na tkivo vplivajo negativno. UV srednje valovne dolžine, tako imenovani B-spekter (280-320 nanometrov) se imenujejo tudi žgoči žarki, ki na koži povzročajo opekline. Ob daljši izpostavljenosti imajo ti UV žarki rakotvoren – karcinogen učinek na človekovo kožo. Sončno sevanje povzroča najmanj 90% vseh kožnih rakov. Še nekaj najodmevnejših posledic izpostavljenosti škodljivim UV žarkom so sončarica (fotosenzibilizacija – preobčutljivost na sonce), kožni rak in opekline. Občutljivost na ultravijolične žarke lahko povzroča tudi uživanje nekaterih zdravil (sulfonamidi, tetraciklini, kontracepcijska sredstva in nekatera druga zdravila v prosti prodaji) in kozmetični izdelki (npr. limetino olje). UVB s kratko valovno dolžino na molekularni ravni lahko povzroča defekte temeljnega gradnika življenja, to je DNK ali deoksiribonukleinske kisline. Naš DNK hitro absorbira omenjeno sevanje, pri čemer se po navadi spremeni oblika osnovne molekule zaradi prekinitve vodikovih vezi, izgradnje DNK – proteinskih agregatov in prekinitev niza. Spremembe v sestavi molekule DNK povzročijo, da encimi, ki tvorijo proteine, ne morejo »dešifrirati« kode DNK v tem delu molekule. Posledica teh sprememb so lahko popačeni proteini ali pa celice umrejo.



Sončno sevanje pa ima tudi pozitivno plat, saj ima vlogo pri proizvajanju vitamina D v koži. Pozitivni učinki UV-žarkov so namreč tudi medicinsko dokazani, kot npr. vitamin D (pomemben za rast kosti, deluje proti osteoporozi, stimulira imunski sistem, zvišuje telesno zmogljivost, zmanjšuje depresijo ter ugodno vpliva na krvno-žilni sistem). S pomočjo UV-svetlobe se zdravijo tudi nekatere kožne bolezni, kot so luskavica, akne ali nevrodermitis.

Kako pa vpliva UV-svetloba na naš vidni sistem – oko? Spoznali smo, da imajo UVA in UVB žarki različen vpliv na biološko tkivo. Prav tako kot koža, se razlikujejo tudi absorpcijske lastnosti in vrednosti očesnega tkiva. Roženica in očesna leča sta najpomembnejša dela, ki absorbirata UV sevanje. Žarke valovnih dolžin pod 300 nanometri najbolj absorbira roženica, leča pa predvsem

žarke pod dolžino 370 nanometrov. Veznica ali beločnica je tudi občutljiva struktura, saj absorbira zapleten niz oksidativnih reakcij in značilen potek celične smrti.

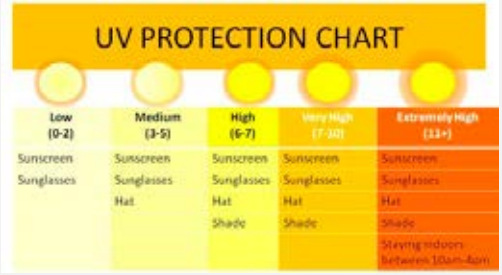
Obstajajo trdni dokazi o povezavi med izpostavljenostjo UV-sevanju in nastankom pterigija, imenovana tudi zunanja mrena. Nastane na nazalnem delu veznice, za kar je odgovorno periferno fokusiranje svetlobe. Druga tvorba, ki pa ni tako močno povezana z ultravijolično svetlobo, je pingvekula, ki je razširjena med ljudmi, ki živijo v sončnem kot tudi v zasneženem okolju. Oba izrastka nastaneta tudi zaradi izpostavljenosti vetru, suhem okolju in prahu. Tudi roženica, ki je sestavljena iz 5 plasti, je dovzetna za utravijolično svetlobo. Mnoge patološke spremembe v povezavi z omenjeno svetlobo so kronične, saj se razvijajo vrsto let, le fotokeratitis pa je očiten primer akutnega odziva. To obolenje je znano tudi kot snežna slepota, za katero je značilna huda bolečina, solzenje, blefarospazem in fotofobija. Pri fotokeratitisu pride do poškodb površinskega epitelija. Enourna izpostavljenost UV-sevanju, odbitem od snega, ali 8 urna izpostavljenost odbitemu od peska, lahko že zadostuje za pojav fotokeratitisa.

V prejšnjih člankih smo se dotaknili tudi degenerativnih in starostnih sprememb očesne leče. Sčasoma leča porumeni in izgubi prosojnost, predvsem zaradi nepovratnih sprememb beljakovin v leči, ki nastajajo zaradi staranja, dednosti ali izpostavljenosti UV-sevanju. V Avstraliji, nad katero je ogromna ozonska luknja, je

izpostavljenost ljudi UV-sevanju povečana, saj ni prisotnega naravnega filtra v ozonski plasti. V Avstraliji se letno zdravi 160.000 katarakt, stroški posamezne operacije pa presegajo 3.370 ameriških dolarjev. Raziskave kažejo, da bo do leta 2050, v primeru 5-20% stanjšanja ozonskega plašča, od 167.000 do 830.000 več primerov sive mrene (Arch Ophthal, 2002). Posledično se bodo stroški zdravljenja povečali od 563 milijonov na 2,8 milijarde ameriških dolarjev. Na omenjenem kontinentu je zaradi ogromnih peščenih površin število primerov nastanka sive mrene in z očmi povezanih težav veliko večje kot v drugih deželah.

Verjetno se sprašujete, kako se lahko zaščitimo pred morebitnimi težavami. Naše oči morajo dobiti tudi primeren vir UV-sevanja, saj s tem telo ustvari naravno zaščito-filter. Oblika očesne votline in obrvi zagotavljajo določeno anatomsko zaščito, pri močni svetlobi pa se izpostavljenost zmanjša zaradi našega mežikanja. Splošno je znano, da je daljša izpostavljenost močnemu soncu poleti med 10. in 16. uro odsvetovana, se pa lahko zaščitimo s pokrivali (kapa, klobuk ali ruta), dolgimi oblačili in kakovostnimi sončnimi očali z UV-zaščito. Tudi navadna korekcijska stekla in kontaktne leče vsebujejo UV zaščito. Za ustrezno kakovost le teh se morate posvetovati z vašim očesnim specialistom.

Trenutno najpopularnejše in najbolj pogosto uporabljene kontaktne leče so sestavljene iz silikon hidrogela, kar predstavlja 60% vseh kontaktnih leč. Silikon hidrogeli z UV zaščito so uvrščeni v 1. in 2. razred, kjer različna številka predstavlja različno stopnjo zaščite. Številni dokazi govorijo v prid kontaktnih leč z UV zaščito za preprečevanje škodljivih defektov na očeh, povezanih z akutno izpostavljenostjo UV- sevanju. Moramo vedeti tudi, da je jakost UV-sevanja odvisna od debeline ozona, nadmorske višine, lastnostiodbojne podlage (sneg, morje, pesek..), ki ima različne posledice za različne barve kože-rase.



Nekaj dejstev o UV – sevanju:

- Več kot 90% UV sevanja prodre skozi oblake
- Vsakih 1000 metrov nadmorske višine se UV sevanje poveča za 10-20%
- Sneg odbije 80 % vpadnih UV žarkov
- Vse vodne površine odbijejo 10-30 % vpadnih UV žarkov
- Suhi pesek odbije 15-20 % vpadnih UV žarkov
- 60% UV sevanja poteka med 10. in 16. uro

Nekatere države že prakticirajo UV indeks, ki je pokazatelj jakosti UV sevanja v dnevu. Lestvica je bila mednarodno priznana leta 1994 s strani svetovne zdravstvene organizacije, ter predlaga rešitve ob različno močnih sevanjih. Ker se bliža poletni čas in se sončna energija vse bolj odraža tudi s povišanimi temperaturami, moramo biti še posebej pazljivi zaradi bleščanja, ki izhaja iz gladkih in svetlečih ploskev, kot je npr. pesek, mivka, morska voda ali jezera.

Literatura:
Taylor H. (1989). The biological effects of UVB on the eye. Photochem Photobiol: 50; 489-492.
Taylor HR. (1989). Ultraviolet radiation and the eye: an epidemiologic study. Trans Am Ophthalmol Soc: 802-853.
Bergmanson J and Sheldon T. (1997). Ultraviolet radiation revisited. CLAO J: 233; :196-204.
Taub M. (2004). Ocular Effects of Ultraviolet radiation. OT: 34-48.
Clarkson D. (2002). UV and the eye – the future unfolds. Optician: 221 (785); 22-6.
Eye Health Advisior: UV – sevanje. Johnson & Johnson Vision Care. Prva izdaja. 2012

Matic Vogrič, B.Sc.

Drugačen ni napačen

Povzeto po knjigah Florence Littauer in Marita Littauer

Ali ste že opazili, da obstajajo ljudje, ki so drugačni od vas? Morda z njimi živite ali delate? Ste jih kdaj poskusili spremeniti?

Drugih ljudi ne moremo prisiliti, da bi se spremenili, niti jih ne moremo na silo pripraviti do tega, da bi nas oboževali (vsaj dolgoročno ne). Lahko pa se naučimo, kako z njimi vzpostaviti dobre odnose.

Ne obstajata niti dva človeka, ki bi bila popolnoma enaka, veliko pa jih ima skupne značilnosti in skupne vzorce vedenja. Različni ljudje zahtevajo različne pristope. Če ravnamo in se pogovarjamo z drugimi na tak način, kot ugaja nam, se ujamemo le s 25-30% ljudi. Sklenemo le toliko poslov. Ujamemo se le s »svojo vrsto«.

Že Hipokrat, ki ga danes imenujemo za »očeta medicine«, je ugotovil, da smo ljudje različni in jih je razdelil v štiri osnovne skupine iz katerih izhajamo tudi danes. Vsak posameznik je rojen z določeno vgrajeno prvinsko željo v sebi. Ljudi lahko razdelimo v štiri skupine, in sicer: ljudje z željo po ZABAVI, željo po POPOLNOSTI, željo po NADZORU in željo po MIRU.

Če smo različni, še ne pomeni, da je nekdo v zmoti in da se ne moremo spoštovati. Ko ne razumemo, kako deluje osebnost drugih, jih običajno ocenjujemo z lastne perspektive in jih obsojamo, če ne ustrezajo naši podobi ter ne razumemo zakaj se na isti dogodek različno odzovemo, zakaj v istih okoliščinah različno reagiramo.

Ljudje smo tudi na delovnem mestu zelo različni. Nekateri pridejo v službo, da bi se zabavali; drugi igrajo striktno po pravilih in so nefleksibilni; tretji naročajo ostalim, kaj naj delajo, čeprav za to niso zadolženi; četrti pa nenehno sklepajo kompromise, da le ne bi prišlo do konfliktov. Le kako naj razumemo vse te različne osebnosti? Na delovnem mestu potrebujete ljudi, ki bodo delali z vami in ne za vas. Ko delajo z vami, so vam zvesti in bolj učinkoviti, če pa delajo »za vas«, naredijo samo tisto, kar morajo.

Ko se bomo naučili sprejeti in uporabljati v praksi, da smo ljudje različni, da iste dogodke in okoliščine doživljamo, vidimo, slišimo in čutimo popolnoma drugače, da iste stvari lahko delamo na različne načine, potem bodo naši odnosi bistveno boljši in naša učinkovitost bistveno večja.

To ne pomeni, da nam bo vedno vse všeč, kar bodo drugi naredili, pomeni le, da bomo lažje sprejeli ali razumeli njihove odzive in reakcije in bomo bolj tolerantni ter razumevajoči ter bomo prej sklenili posle ali našli skupne rešitve. Predvsem pa bomo lahko preprečili marsikateri nesporazum, preden preraste v krizo, znali se bomo pravilno odzvati in preprečiti »katastrofo«. Naučiti se moramo, da težava ni v osebnostih razlikah, temveč v odzivih in reakcijah do lastnosti teh osebnosti.

Tudi mnoga svetovanja niso učinkovita in mnogi posli niso sklenjeni le zato, ker tisti, ki svetuje izhaja iz svoje osebnosti in ne iz osebnosti sogovornika! Mnogi konflikti in pogovori ne pripeljejo nikamor, le zato, ker izhajamo iz svoje osebnosti in pričakujemo, da bo sogovornik videl, čutil in dojemal stvari tako, kot jih dojemamo mi!

Brez razumevanja naših osebnosti in tega, kako lahko dopolnjujemo drug drugega, se nasprotja, ki so nas privlačila v osebnem ali poslovnem partnerstvu lahko iz privlačnosti spremenijo v sovraštvo.

Priljubljeni hočejo posluh,
močni želijo biti vsem v poduk,
perfekcionisti vedno naredijo vse popolno
in mirnim se je prepirat prav bolno.

Le en košček sveta obstaja, ki ga lahko z gotovostjo izboljšate, in to ste vi sami.
(Aldous Huxley)

Priljubljeni sangvinik - odprta osebnost

MOČI
Ali se že zabavamo?
- privlačna magnetična osebnost, prijazen
- zgovoren pripovedovalec zgodb
- duša zabave, ima smisel za humor
- spomin za barve, slikoviti opisi
- dotika se sogovornika
- dober na odru, sproščen, blesteč
- naiven in nedolžen, optimističen, spontan
- navdušen in izrazit, spontan, preprost
- radoveden, velikodušen, čustven in odkrit
- vedno ostane otrok
- kot otrok se igra z vsem, kar mu pride v roke
- prostovoljno se javi za nalogo
- ustvarjalen in domiseln, očarljiv
- hitro se spoprijatelji, rad ima ljudi
- uspeva v aktivnostih
- hitro si najde službo, dober prodajalec
- znajo ravnati v napetih situacijah

Čustvene potrebe
- pozornost, sprejetost, odobravanje
- naklonjenost, prisotnost ljudi
- aktivnost

Kot starš (roditelj)
- naredi zabaven dom
- otrokovi prijatelji ga imajo radi
- katastrofo spreobrne v humor
- je direktor »cirkusa«

Kot prijatelj
- hitro se spoprijatelji
- rad ima ljudi
- komplimenti ga vzpodbujajo
- videti je navdušen
- drugi mu zavidajo
- ni zamerljiv, hitro se opraviči
- prepreči dolgočasne trenutke
- rad ima spontane dejavnosti

SLABOSTI
Organizirajmo priljubljenega sangvinika
- površnost
- preveč govorijo, pretiravajo
- posegajo v besedo in odgovarjajo namesto drugih
- ne znajo poslušati
- so samoljubni, glasni
- imajo zanemarjen spomin
- so muhasti in pozabljivi prijatelji
- neurejen in nezrel, motiviran s čustvi
- preveč se razburja
- ne mara urnikov, je brez občutka za čas
- ne zna reči »ne«
- išče opravičila
- hitro se zdolgočasi
- lahko ga je zmotiti
- pomanjkanje ciljne točke

Znajo najbolje
- ravnati z ljudmi
- goreče izraziti misli
- ravnati v napetih trenutkih

Kot partner
- spontan, navdušen
- vznemirljiv
- želi ohraniti svežino v zakonu
- prilagodljiv, spravljiv, odpušča
- rad se igra z otroki

Na delu
- prostovoljno se javi za nalogo
- izmisli si nove dejavnosti
- je izbranega videza
- ustvarjalen in domiseln
- ima energijo in navdušenje
- začne na blesteč način
- navdihne druge, da se mu pridružijo
- druge navduši za delo

Oglasi za delovno mesto ali da jih pritegnete, da kupijo:
Če iščete osebo, ki ima sposobnosti Priljubljenega sangvinika, potem v oglasu navedite: oseba, ki se razume z ljudmi, uživanje, zabavno, razburljivo, nikoli enolično, delo s prijetnimi ljudmi, razburljivo in romantično, veselje, brezplačne nagrade, darilo vključeno, potratno okrašeno...
Ponudite jim: potovanja, priložnost spoznavanja novih ljudi, gibljiv delovni čas (prilagodljiv urnik), živahno okolje, pogovori po telefonu, nenehna aktivnost, osebni stik z zanimivimi ljudmi.

Kot kupec:
Najprej se z njimi povežite na sproščen - prijateljski način. Pohvalite jih, vprašajte jih kaj o njihovem hobiju ali sliki, ki jo imajo, poslušajte njihove zgodbe in bodite navdušeni, ne dajajte jim nasvetov, oni potrebujejo le potrditev. Bodite iskreni, morajo začutiti vašo toplino, drugače vas ne bodo sprejeli. Za njih si morate vzeti čas! Kupijo vse kar se sveti in kar imajo njihovi prijatelji. Od vseh osebnosti so oni najboljši kupci, ker radi zapravljajo denar. Stare mame sangviniki bodo kupile karkoli ker so željne pohvale in želijo prekositi ostale sorodnike v izvirnosti, pa čeprav bodo celo leto odplačevale kredit. Vodje bodo kupili, če jim pokažete, da bo to vplivalo na njihovo priljubljenost ali da bo zabavno. Svoj izdelek ali storitev predstavite tako, da bo zabaven, moderen…Kupijo tudi, če zraven ponudite darilo. Znebite se drobnega tiska in statistike, tehničnih podatkov ter ustvarite celotno sliko s pomočjo madežev, barv in risank. Čeprav so odrasli so njihove želje še vedno otroške.

Popolni melanholik - zaprta osebnost

MOČI
Ali so stvari že popolne, smo organizirani?
- duša, razum in srce človeštva
- temeljit, premišljen, analitičen
- resen in odločen
- genij – izobraženec, idealističen
- nadarjen in ustvarjalen, ceni lepoto
- rad ima sezname, razpredelnice, grafe in številke, skrbi za malenkosti
- urejen in načrten, ličen in čist
- perfekcionist – visoka merila, varčen
- globoka skrb in sočutje
- išče idealnega partnerja
- samo-požrtvovalen

Čustvene potrebe
- Podpora
- Prostor
- Tišina
- Stabilnost

Kot starš (roditelj)
- postavi visoka merila
- želi, da je vse pravilno in brezhibno izvedeno
- skrbi za urejen dom, pospravlja za otroki
- je ljubeč in zaščitniški starš
- se žrtvuje za druge
- vzpodbuja talente in učenje

Kot prijatelj
- previdno izbira prijatelje
- zadovoljen je, ostaja v ozadju
- nerad pritegne pozornost nase
- zvest in predan
- prisluhne tožbam
- zna reševati tuje težave
- globoko skrbi za druge
- sočutje ga spravi v jok
- išče idealnega prijatelja

ŠIBKOSTI
Razveselimo popolnega melanholika)
- so hitro potrti, depresivni
- povsod iščejo težave, vidijo le negativno
- hitro so prizadeti, slabo mislijo o sebi
- se obotavljajo, so negotovi
- porabijo veliko časa za pripravo
- postavljajo drugim neuresničljive naloge
- so zelo kritični, zapomnijo si napake
- pomanjkanje spontanosti
- ekstremno varčni
- ne dela dobro pod pritiskom
- potrebuje veliko časa
- težko ga je zadovoljiti

Znajo najbolje
- paziti na podrobnosti in globoko razmišljati
- hraniti podatke, razpredelnice, grafe in
- analizirati težke probleme

Kot partner
- čist dom
- dolgoročni načrt, finančna urejenost
- točnost, ceni izobrazbo
- zapomni si pomembne datume
- išče idealnega partnerja
- predan je partnerju

Na delu
- perfekcionist, skrbi za malenkosti
- visoka merila, varčen
- drži se dnevnega razporeda
- vztrajen in natančen
- urejen in načrten, ličen in čist
- vidi težave, najde ustvarjalne rešitve
- mora dokončati, kar je začel
- rad ima razpredelnice, grafe, številke, sezname

Oglasi za delovno mesto ali da jih pritegnete, da kupijo:
Če iščete organizirano osebo, ki posveča pozornost podrobnostim uporabljajte naslednje besede: pikolovski, pozornost do detajlov in podrobnosti, natančen, pravočasno dokonča projekte, razmišljajoč, ustvarjalen, resen, organizirano, sistematizirano, občutljivo, avtomatično, digitalno upravljanje…
Ponudite: nemoteno delo, osebno pisarno, opremo v umetniškem stilu, intelektualno vzdušje...

Kot kupec:
Kot kupcu se jim približate na umski ravni. Povejte, da čutite njihovo globino in sočustvovanje z drugimi.
Ne dotikajte se jih, ne »rinite« v njih ne s fizično bližino ne z osebnimi vprašanji, ne pretiravajte in ne vsiljujte jim. Bodite resni, iskreni, olikani, govorite razločno, premišljeno in ne prehitro. Kupijo le kvalitetne stvari. Poudarite lastnosti, tehnične podatke, trajnosti, kvaliteto. Pustite jih, da premislijo. Privlači jih vse kar se nanaša na um: definicije, statistike, razpredelnice, grafi in rubrike. Prebrali bodo drobni tisk in razmislili o ponudbi. Nuja jih ne privlači, ker običajno pretehtajo vse možnosti in primerjajo kupčije, preden gredo kupovat. Obožujejo nova organizacijska orodja, tehnične stvari, komplicirane programe in projekte…
Ne okrašujte z rožicami in zajčki!

Močni kolerik – odprta osebnost

MOČI

Ali sem že glavni?
- popolni nadzor, tudi kadar drugim zbežijo vajeti iz rok, odlično se odreže v nujnih primerih
- pripravljenost za tveganje tudi v kočljivih položajih, najpogostejše ima prav
- samozavest, ki se ne meni za norčevanje
- zemljevid poti k življenju, kadar se izgubimo
- nuja, da »se oboroţijo zoper morje teţav in jih z nasprotovanjem končajo«
- rojen voditelj, lahko vodi karkoli
- nenehna potreba po spremembi
- močna volja in odločnost, odloča namesto neodločnih, hitro najde drugim delo
- naravnan k ciljem, dober organizator
- nasprotovanje ga vzpodbuja
- le malo potrebuje prijatelje

Čustvene potrebe
- hvaležnost
- akcija
- priloţnost za vodenje
- nadzorovanje

Kot starš (roditelj)
- uveljavlja trdno vodstvo, postavlja cilje
- motivira druţino k akciji, odločen starš
- pozna pravilen odgovor na vse
- organizira domača opravila
- uredi gospodinjstvo

Kot prijatelj
- le malo potrebuje prijatelje
- prizadeva si za dobro skupinsko dejavnost
- vodi in organizira
- najpogosteje ima prav
- odlično se odreže v nujnih primerih

ŠIBKOSTI

Umirimo močnega kolerika
- majhna potreba po prijateljih
- vztraja pri svojem prepričanju
- deloholik, stalno morajo delati
- preveč samozavesten
- ne zna se sprostiti, živčen, aroganten
- nasilno se polašča avtoritete
- ne-emocionalen, manipulira z drugimi
- ne zna reči »žal mi je«, ne znajo se opravičiti,
- stalno morajo imeti nadzor
- norčuje se iz drugih
- ne znajo ravnati z ljudmi
- se vtikajo v tuje zadeve
- dajejo nasvete za katere jih ne prosijo
- radi se prepirajo, ne vidijo svojih napak

Znajo najbolje
- pri delu, ki zahteva hitro odločanje
- na položajih, kjer je potrebna hitra akcija in uspehi
- na področjih, ki zahtevajo dober nadzor in avtoriteto

Kot partner
- usmerjen k ciljem
- jasne meje
- ambiciozen, energičen
- tekmovalen

Na delu
- naravnan k ciljem, vidi celotno sliko
- dober organizator, delo preda drugim
- išče praktične rešitve, hitro gre v akcijo
- vztraja na produkciji, uresniči cilje
- vzpodbuja dejavnost
- nasprotovanje ga vzpodbuja

Oglasi za delovno mesto ali da jih pritegnete, da kupijo

Če iščete glavno osebo, ki bo upravljala vašo pisarno ali nadzorovala situacije uporabljajte naslednje besede: samostojnost, dinamična osebnost, agresiven, vznemirljivo, praktično, hitro in aktivno, drzno in dinamično, povečuje produktivnost...

Ponudite: priloţnost hitrega napredovanja, nenavadne izzive, hitro rastoče podjetje, samostojna pozicija, nikoli dolgočasno, sam svoj šef.

Kot kupec

Kot kupci kupijo manj kot ostali tipi tudi zaradi tega, ker jih je teţko »ujeti« za predstavitev ponudbe, pa tudi ker so praktični in ne kupujejo »nepotrebnih in nekoristnih« stvari. Ravno tako ne kupujejo zaradi mode ali trenda, njim je pomembna funkcionalnost in praktičnost, vendar pa pri njih boste takoj vedeli pri čem ste. Ali bodo kupili TAKOJ ali ne bodo. Ţelijo TAKOJ vedeti za kaj gre, ker noče jo zapravljati časa. Sposobni so hitro analizirati, ločiti dobro od slabega in nagonsko vedo kaj izbrati. Zato za njih MORATE pripraviti kratko, jasno, ostro in urejeno predstavitev – bistvo bistva. Uporabljajte odebeljene črke, jasno sporočilo, obljubo moči, hitrosti in kontrole. Ne zapravljajo časa z branjem ali poslušanjem podrobnosti in se obračajo stran od »otroških igric«. Vedno pokaţite tisto, kar bi jim TAKOJ prihranilo čas, povečalo učinkovitost ter bi prej prišli do cilja in ţelenih rezultatov - prodajajte koristi. Ne mencajte, povejte bistvo, prodajte in hitro pojdite stran, ker oni imajo delo in nimajo časa niti potrebe klepetati z vami.

Mirni flegmatik – zaprta osebnost

MOČI

Ali smo že sproščeni?
- dar za posredovanje in pomiritev sporov
- hotenje po miru ne glede na ceno
- sočuten
- odločno ohranjanje mirne krvi, tudi kadar drugim popustijo živci
- vsestranski, spreten upravitelj
- zadržana osebnost, potrpežljiv
- brezbrižen, uravnovešen
- miren, hladnokrven in zbran
- srečno sprijaznjen z življenjem
- enostavni se je razumeti z njim
- je dober poslušalec, ima veliko prijateljev

Čustvene potrebe
- mir
- občutek vrednosti
- spoštovanje

Kot starš (roditelj)
- dober roditelj
- za otroke si vzame čas
- se mu ne mudi
- sprijazni se z nevšečnostmi
- ne razburi se zlahka

Kot prijatelj:
- z njim se ni težko razumeti
- prijazen in prijeten
- nenapadalen
- dober poslušalec
- ciničen humor
- rad opazuje ljudi
- ima veliko prijateljev
- izraža sočutje in skrb

ŠIBKOSTI

Motivirajmo mirnega flegmatika
- trmast
- se v nič ne zapleta
- odlaša
- ni navdušen
- težko ga je premakniti
- preveč miren
- brezskrben
- manjka mu pobude
- ne mara sprememb
- leni
- noče se odločiti, neodločen
- odgovornost prelaga na druge
- ne kaže čustev, ne pove kaj misli

Najboljši so
- pri posredovanju in enotnosti
- v nevihtnih trenutkih, ko drugi odpovejo
- v rutinah, ki druge dolgočasijo

Kot partner
- stabilen
- se strinja
- skromen
- potrpežljiv
- zadovoljen

Na delu:
- sposoben in zanesljiv
- miren in naklonjen
- zna upravljati
- posreduje v problemih
- izogne se konfliktom
- dober pod pritiskom
- najde lažjo pot

Oglasi za delovno mesto ali da jih pritegnete, da kupijo

Ko iščete umirjeno, uravnovešeno osebo, ki nikoli ne povzroča težav potrebujete sledeče besede: posredovalec, se razume z ljudmi, običajna obleka, pomemben član moštva, lahko in enostavno, uporabniku prijazno, prihrani čas, ne zahteva truda, sproščujoče, pomirjujoče...
Ponudite: sproščeno vzdušje, službo brez naglice, ustaljeno, rutino, fleksibilnost in prijetno okolje.

Kot kupec

Sovražijo ljudi, ki pritiskajo nanje. Hitro opazijo neiskrenost in pretiravanje. Čeprav vam prikimavajo, ne pomeni, da bodo kupili. Govorite blago, z nizkim tonom, spodbujajte jih, naj si vzamejo čas, pokažite jim, da vam je stalo do njih in ne le do prodaje. Le redko odločijo sami, zato jim pomagajte pri odločitvi. Pritegne jih vse kar prihrani čas, olajša delo, ohrani energijo, reši probleme, odpravi konflikte. Privlačijo jih risanke ter ponudba zabave z majhno porabo energije. Če imate stvari, ki olajšujejo življenje ali usluge, ki so res koristne, jih predstavite na enostaven način, da jim ne bo treba preveč razmišljati zakaj in kako se uporablja.

Nena Dautanac, motivacijska govornica
www.solaodlicnosti.si, podajroko@gmail.com, 00 386 40 825 442

Nihče ne zna vsega, toda skupaj zmoremo vse. Nismo vsi za vse, toda vsak je za nekaj.
(Nena)

DNEye® Scanner 2.

Postanite del uspešne EyeLT® zgodbe z najnaprednejšimi in najnatančnejšimi meritvami očesa.

See better. Look perfect.

Nekaj vrhuncev:

- Pupilometrija, objektivna refrakcija na daleč in blizu v mezopičnih in fotopičnih pogojih
- Aberometrija in keratografija očesa
- Nove funkcije: Tonometrija, pahimetrija in merjenje čistosti očesnih medijev
- Lahka in hitra uporaba do popolnih meritev
- Atraktiven prikaz meritev in izpis rezultatov: popolno orodje za prodajo individualnih stekel

RODENSTOCK

Kaj ženske obožujejo?

Čokolado, čevlje in vse, kar je obdano z bleščicami ali pa se sveti samo po sebi! Zato vam stekla Alcom lahko obogatimo z visoko kakovostnimi kristali Swarovski. Ta stekla lahko izražajo vsakodnevni življenjski slog ali pa dodajo dotik prestiža za posebne priložnosti.

Stekla Alcom, obogatena s kristali Swarovski®

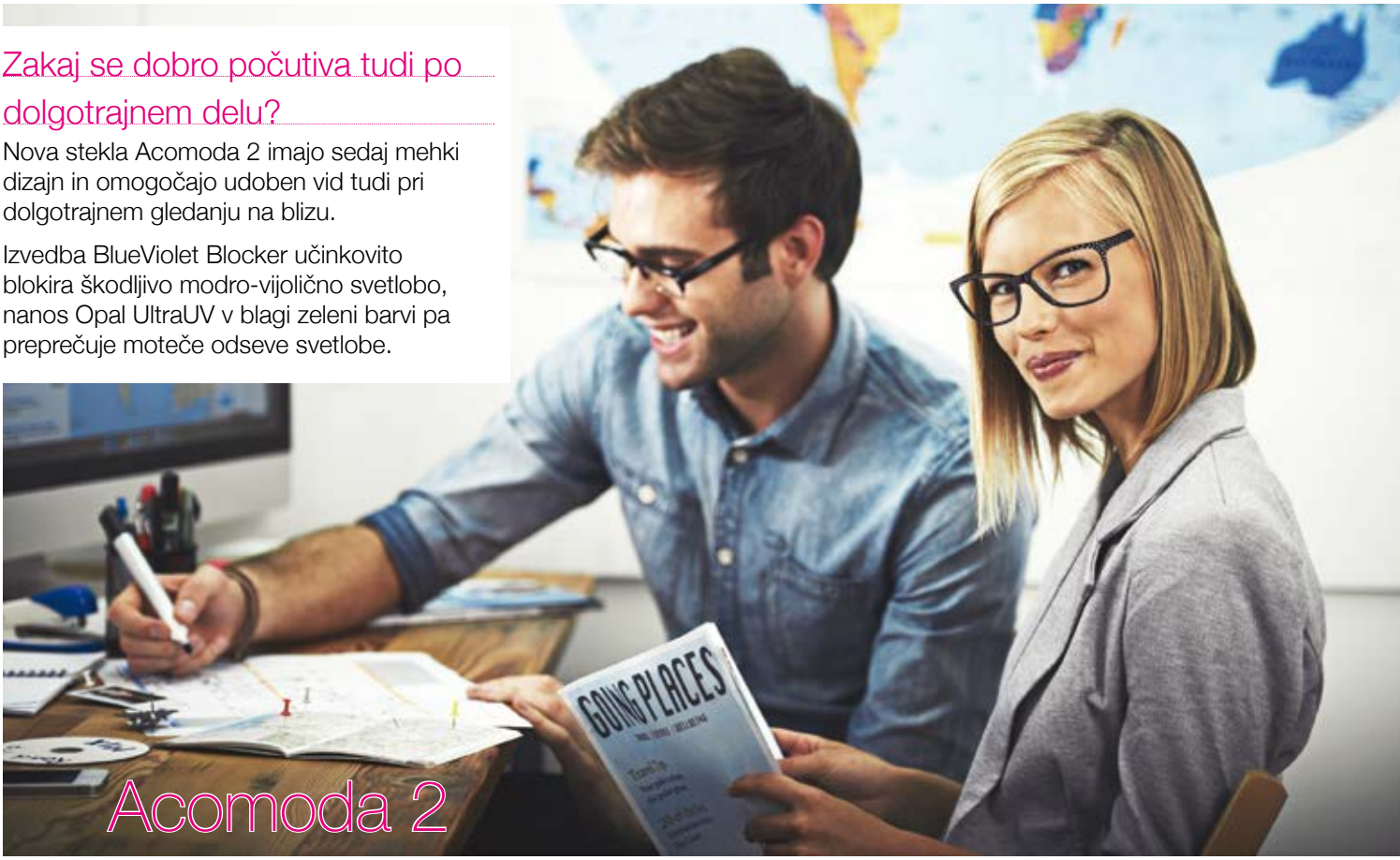
Posvečeno popolnosti

Swarovski in Alcom sta podjetji s strastjo do popolnosti. V preko 100 letni zgodovini je Swarovski postal največji svetovni proizvajalec kristalov. Preko 25 let Alcom proizvaja visoko kakovostna stekla.

Zakaj se dobro počutiva tudi po dolgotrajnem delu?

Nova stekla Acomoda 2 imajo sedaj mehki dizajn in omogočajo udoben vid tudi pri dolgotrajnem gledanju na blizu.

Izvedba BlueViolet Blocker učinkovito blokira škodljivo modro-vijolično svetlobo, nanos Opal UltraUV v blagi zeleni barvi pa preprečuje moteče odseve svetlobe.



Acomoda 2

I FEEL SLOVENIA

ALCOM d.o.o., Partizanska cesta 26, SI 4000 Kranj, www.alcom.si

ALCOM
TEHNOLOGIJA KOREKCIJSKIH STEKEL

NOVO

icare

ic100

TONOMETER – ZBIRA PROFESIONALCEV

Novi tonometer Icare ic100, pravo orodje za oftalmologe, optometriste in optike!

NOVE FUNKCIJE

SAMODEJNO PROŽENJE MERJENJA +

INTELIGENTNI **POMOČNIK POLOŽAJA** +

ERGONOMSKI **DESIGN** +

NAPREDNI UPORABNIŠKI VMESNIK +

NO ANESTHESIA
NO AIR PUFF

www.diopta.si

DIOPTA

23 VPRAŠANJ NEVENKI VERVEGA

Janez Gobec

1.Kaj si želela postati kot otrok?
Kot majhna sem razmišljala o tem, da bi postala vzgojiteljica ali medicinska sestra. Rada sem imela otroke, sedaj pa, ko razmišljam za nazaj, ugotavljam, da me je verjetno vodila želja, da bi nekomu pomagala.

2.Kaj je bilo odločilno pri izbiri poklica?
Odločilen je bil trenutek, ko sem kot dijakinja enkrat prišla v Ghetaldus popravit svoja očala. Takratni poslovodja je rekel: »Mi bi pa potrebovali eno tako, kot si ti.« In sem se odločila, pustila šolo in šla delat v optiko. Takrat sem hodila na Gimnazijo Šentvid, bila sem v 1. letniku. Preprosto, optika me je očitno poklicala.

3. Iz gimnazije si odšla v strokovno optično šolo v Celje. Kaj ti je iz tistega obdobja najbolj ostalo v spominu?
Ugotovila sem, da je to res pravi poklic zame, že takrat pa me je tudi zelo začelo zanimati raziskovalno delo v očesni optiki. V Celju sem spoznala Valerija, zato je bilo to eno najlepših obdobij v mojem življenju.

4. Po tem ni težko sklepati, zakaj je Valerij, ki je doma iz Celja, po zaključku tvojega šolanja s teboj šel v Kranj.
Ja, to je bila ljubezen, ki naju je povezala.

5. Valerij po izobrazbi ni bil optik. Morala si biti zares dobra učiteljica, da si ga pritegnila v ta poklic.
Že zelo zgodaj sva ugotovila, da bova skupaj tudi poslovno mnogo bolj uspešna, kot vsak na svojem področju. To se je kasneje izkazalo kot za zelo dobro odločitev, saj sva v teh letih postala ena najbolj prepoznavnih optik na Gorenjskem.

6. Prva skupina mojstrov očesne optike, kateri si pripadala, je potrebovala kar nekaj let, preden je prišla do diplome. Nam lahko poveš kaj zanimivega iz tega obdobja?
Izobraževanje je trajalo več let. V tem času smo stkali zares globoka prijateljstva, ki nas vežejo in povezujejo še danes. Nismo bili samo sošolci, temveč smo postali zares tesni prijatelji. Spomnim se dogodka, ko smo se peljali z izpita v Innsbrucka z dvema avtomobiloma. En avto se je, seveda kot se za izpitni dan spodobi, pokvaril. Vseh sedem se nas je stlačilo v en avto. Seveda smo drug drugemu sedeli v naročju ter se celo pot prešerno smejali. Na carini smo bili sicer deležni nekaj vprašljivih pogledov, vendar nas je carinik je spustil čez mejo. Takrat se je to še dalo.:) Ta vožnja nam je vsem ostala v spominu ne samo, da smo mi vsi naredili izpit, temveč tudi ta dogodek, ki nas nasmeji še danes.

7. Očesni optik je bil takrat atraktiven poklic. Po tvojem mnenju zdaj ni več tako?
Naš poklic se je precej razvrednotil, saj je v stroko prišlo precej ljudi iz drugih poklicev. Namesto strokovne oskrbe vida je vedno večji poudarek na zaslužku in trgovini namesto, da bi se bolj ukvarjali s tem, kako si vzeti čas in nuditi najboljšo storitev našim strankam.

8. Ali je to vzrok, da svojih otrok nisi vključila v družinsko podjetje?
Obe hčerki sta imeli popolnoma drugačen pogled na naše delo. Mogoče ju je motilo tudi to, da sva z možem bila od zore do mraka v optiki. Morda pa še ni prepozno za prenos v naslednjo generacijo, saj me je 10-letni vnuk pred kratkim vprašal: »Kdo pa bo delal v optiki, ko vidva ne bosta zmogla več?«

9. Ali lahko poveva bralcem, kako bo v optiki čez deset let?
Trenuten trend je takšen, da se lahko sedaj vsake kontaktne leče že naročijo preko interneta. Ljudje sicer izberejo okvirje v optikih, potem pa takšne ali podobne naročijo iz tujine. Izgublja se osebni kontakt. Izgublja se tudi sama vrednost optika, ki je v prvi vrsti tudi svetovalec. To je nek tak scenarij, ki se mi zdi možen. A po svoje upam, da se bo ta trend, ki vse bolj nakazuje to odtujenost in virtualno življenje, ponovno obrnil. Želim si, da bi ljudje spet spoznali vrednost osebnega stika in tega, da nakup očal ni zgolj potrošniški nakup, temveč da gre za medicinski pripomoček, pri katerem sta nasvet in izkušnja strokovnjaka dragocena.

10. Z možem zelo uspešno vodita družinsko podjetje. Kako sta začela? Kakšen je bil nadaljnji razvoj?
Začela sva zelo skromno. Kot vsako malo podjetje, sva bila sprva za vse sama, od računovodstva do čistilke. Delala sva veliko več, kot se spodobi za običajni delavnik, vendar naju je zelo veselilo samo delo kot tudi prepoznavnost v mestu. Bila sva ena prvih v Kranju in zaradi najinega pristopa, ki je bil zelo oseben, sva hitro nabirala krog zelo zadovoljnih strank. Ob tem, da sva več let dobesedno skoraj živela v optiki, sva se med vikendi intenzivno izobraževala in skrbela, da sva bila seznanjena z vsemi strokovnimi smernicami. Še vedno temeljiva na tem, da ohranjava kvaliteto, ki je zaradi najinih izkušenj še toliko večja ter pristen in oseben stik s strankami. To se pozna tudi tako, da četudi se je kakšna najina dolgoletna stranka odselila iz mesta, se še vedno po nakup očal vrača nazaj k nama. To nama veliko pomeni.

11. Katero obletnico podjetja bosta praznovala? Ali že imata naslednike?
Optiko sva odprla 1979. leta, kar pomeni, da letos praznujeva že 38 let. Naslednike že imava, vendar ne v optiki. To je še odprto vprašanje. Hči je izbrala drug poklic, kdo pa ve, v katero smer zanese vnuka.

12. Igrala sta tenis. To počneta še danes ali so se hobiji skozi leta kaj spremenili?
Valerij še vedno igra tenis kot tudi badminton. Jaz pa se vse rajši umikam v naravo ter tečem v gozdu. Ko ujameva možnost pa se z veseljem še zapodiva po snežnih strminah. Športno in aktivno življenje nama je še vedno zelo blizu. Ko ravno omenjam naravo; jaz sem se precej posvetila vrtnarjenju, v katerem neizmerno uživam. Ko lahko dobesedno gledaš sadove svojega dela, je to res radost.

13. Kaj bi spremenila, če bi še enkrat začela znova?
Vse bolj cenim dneve z družino. Če bi lahko ponovila svoja leta v optiki, bi zaprla lokal še za kak dan več in šla na izlet s svojimi domačimi. Napis na vratih »Zaprto, ker se imamo fino!«, me navdaja s hudomušnostjo :-)

14. Kam bi šla najrajši na počitnice? Kje bi najrajši živela?
Ker rada smučam, bi rada ponovila najine medene tedne in za več dni šla v kakšno gorsko kočo. Uh, živela bi pa kar tu, kjer sem. Obožujem pogled na gore in bližino gozda.

15. Kaj je za tebe luksuz?
Tri ure dodatnega časa na dan.

16. Katero glasbo imaš najrajši ?
Rada grem na kakšen klasični koncert, z veseljem poslušam zborovsko petje.

17. Kaj nekomu najtežje oprostiš?
Hinavščina je tista, ki jo pri ljudeh res ne maram. O vsem ostalem, vsaj tako mislim, pa se da nekako pogovoriti. S človekom, ki pa je hinavski, pa te možnosti nimaš.

18. Katere svoje osebnostne lastnosti najbolj ceniš?
Uf, težko vprašanje, saj je samega sebe res težko pohvaliti. Hči mi vedno pravi, da sem zares nesebična, da se razdajam z energijo, časom in pozornostjo vsem okrog sebe. To je hkrati dobra lastnost, a obenem včasih vsega naštetega zmanjka za mene.

19. Katera je tvoja največja napaka?
Gre v sklop tega, kaj meni predstavlja luksuz, torej tri ure več časa dnevno. Moja napaka je, da si v en dan natrpam čisto preveč stvari in potem nikakor ne uspem vsega narediti. Ob tem pa je potem prisotno tudi nezadovoljstvo. No, lahko pa rečem tudi to, da ko se česa lotim, so standardi kar precej visoki, bodisi da govorimo o čistoči doma ali o kvaliteti izdelave očal. Stvari morajo biti narejene tako, kot se spodobi. To pa seveda včasih vzame tudi nekaj dodatnega časa.

20. Kateri je tvoj najpomembnejši cilj v življenju?
Ohranjati vitalnost in optimizem tako na duševnem kot tudi telesnem nivoju.

21. Tvoj življenjski moto?
Smej se in rad (se) imej!

Nevenka hvala za razgovor.

INDIVIDUAL SHOP DESIGN

We provide modular shop concepts which can be customized to each requirement and budget. With our modules, partial rebuildings as well as entire redecorations can be carried out. In addition to that, we have the possibility to customize (Corporate Design) by means of a wide range of colours and materials.

When we design a shop, our aim is to work out an optimal furnishing concept and attend you comprehensively until completion. The following services are offered:

– Design (floor plan and views)
– Colour- and material proposals for walls, floor and ceiling
– Photorealistic 3D-renderings
– Quotation of all other contents / display of merchandise

1. Counselling

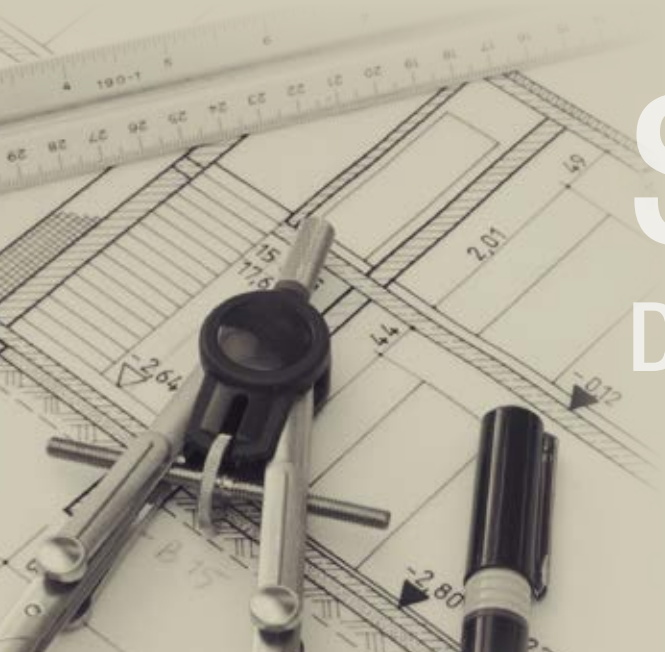
Our interior designers will counsel you individually and, with pleasure, will be at your disposal for further questions. We are looking forward to your call!

2. Planning

Based on our modular concept, we plan the renovation or new construction of your optical shop in a short time.

3. Realization

Our committed team stands by you throughout the entire execution phase. Our experienced installation team can assist you in the assembly if necessary.



SHOP DESIGN

CONCEPT-S RENDERINGS

[concept·s]®

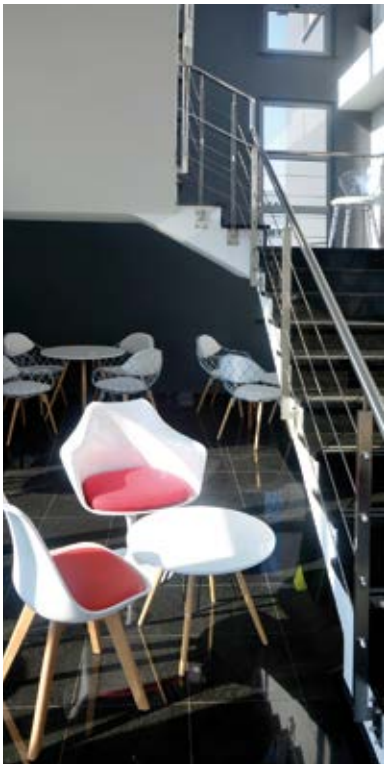
[CS]
COMPONENTS & SHOP SYSTEMS

VISIT OUR SHOW-ROOM!

[concept·s]®
Displays & Shopdesign

CONCEPT-S SHOWROOM

Our new and extended showroom even offers more room for ideas: Get inspired! Discover top news, trends and ideas in the field of shop design and spectacle display on more than 600 m²! The concept-s team is looking forward to your visit!



CONCEPT-S
KOVINSKA 12
10 000 ZAGREB
CROATIA

Mo – Fr: 9 a.m. – 6 p.m.
Saturday: on request

Please make an appointment with us:

Tel: (+385) 1 2409 209
info@concept-s.hr

600M²

CONCEPT-S SHOP DESIGN

MANY COMPANIES COME UP WITH NEW IDEAS –
WE REALIZE IDEAS AND GIVE THEM SPACE!

[concept·s]®
Displays & Shopdesign

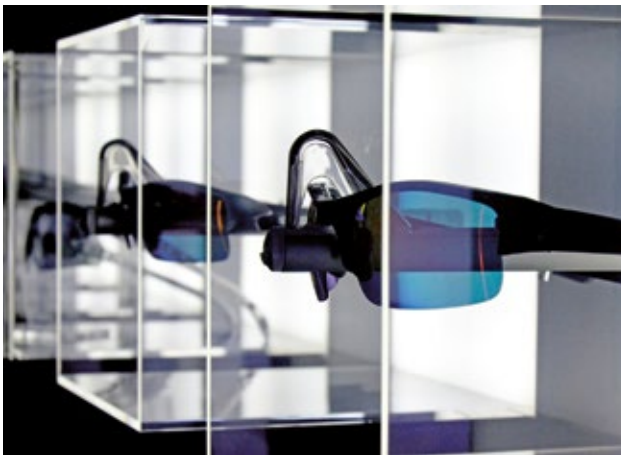
[CS]
COMPONENTS
&
SHOP SYSTEMS

Concept-s d.o.o.

Kovinska 12
10 000 Zagreb
Croatia
Tel: (+385) 1 2409 209
Fax: (+385) 1 2409 409
concept-s@zg.htnet.hr
info@concept-s.hr
www.concept-s.hr

WWW.CONCEPT-S.HR

SELECTED
REFERENCES



WWW.CONCEPT-S.HR

ACUVUE®
BRAND CONTACT LENSES

KONTAKTNE LEČE, KI SPREMENIJO *življenje.*™

UV BLOCKING

SLO_Focus_March2017

VODILNI V SVETU NA PODROČJU KONTAKTNIH LEČ[1]

Vse kontaktne leče blagovne znamke ACUVUE® imajo UV zaščito, ki pomaga zaščititi roženico in oko pred škodljivimi UV-žarki. Kontaktne leče z UV-zaščito NISO zamenjava za drugo zaščitno opremo za oči, kot so UV-zaščitna ali sončna očala, ker ne pokrivajo očesa in njegove okolice v celoti. Še naprej nosite očala z UV zaščito, kot vam je svetoval vaš očesni specialist.

[1]-Podatki JJVC iz leta 2015.Temeljijo na podlagi številnih virov, vključno s podatki neodvisnih virov, kvartalnih poročil in analize konkurence.

ACUVUE®, ACUVUE OASYS®, ACUVUE OASYS® for ASTIGMATISM, 1-DAY ACUVUE® TruEye®, 1-DAY ACUVUE® MOIST, 1-DAY ACUVUE® MOIST for ASTIGMATISM, ACUVUE®, KONTAKTNE LEČE, KI SPREMENIJO življenje ™, so zaščitne blagovne znamke podjetja Johnson & Johnson Vision Care, ki je del podjetja Johnson & Johnson S.E. d.o.o.© Johnson & Johnson S.E.d.o.o. 2017.

Johnson & Johnson
VISION CARE COMPANIES

Samo kakovosten izdelek nudi varnost uporabe in pričakovano delovanje.

Pot k Sejmišču 26a, 1231 Ljubljana-Črnuče
www.oktal-pharma.si
OKTAL PHARMA