

Presseinformation

Frei zur Veröffentlichung.

Bei Abdruck zwei Belege erbeten.

Deutsche haben bei UV-Schutz allein die Haut im Blick

Aktuelle Studie zeigt: Gefahr für die Augen unbewusst

Köln, im Juli 2007. Nur zwei Prozent der Deutschen wissen, dass UV-Strahlen den Augen schaden können. Laut einer aktuellen Umfrage des Meinungsforschungsinstituts IPSOS im Auftrag von Transitions Optical wird der Risikofaktor Sonne vor allem in Bezug auf die Augen unterschätzt. Der Weltmarktführer bei selbsttönenden Brillengläsern ließ mehr als 7.000 Personen in sieben Ländern zum Schutz der Sehkraft befragen. In Deutschland ist das Bewusstsein für den UV-Schutz der Augen am geringsten ausgeprägt.

UV-Risiko für die Augen unbekannt

Wenn es um Sonnenschutz geht, denken die Deutschen in erster Linie an die Haut. Rund 80 Prozent nannten Hautkrebs als eines der größten Risiken bei einem längeren Aufenthalt in der Sonne, gefolgt von Sonnenbrand (44%). Selbst Hitzschlag oder Faltenbildung wurden doppelt so häufig erwähnt wie mögliche Augenschäden. Dieses Ergebnis ist alarmierend, da die unsichtbaren UV-Strahlen irreversible Langzeitschäden wie Makuladegeneration, Grauen Star oder Schäden an der Netzhaut verursachen können.

Nur jeder Zweite geht jährlich zum Augenarzt

„Die Umfrage zeigt, dass UV-Strahlung in Deutschland nicht als Risikofaktor für die Gesundheit der Augen wahrgenommen wird. Die meisten von uns betrachten ihre Sehkraft als selbstverständlich und machen sich keine Gedanken, wie man möglichen Schäden vorbeugen kann“, so Dirk

Beckmann, Business Director Deutschland, Österreich, Schweiz bei Transitions Optical. Zwar ist 84 Prozent der Befragten bewusst, dass regelmäßige Kontrolluntersuchungen eine wichtige Voraussetzung sind, um die Gesundheit der Augen zu erhalten. Aber nur rund die Hälfte geht regelmäßig zum Augenarzt.

Hälfte der Deutschen trägt Brille

Selbst bei Menschen mit Augenproblemen ist das Bewusstsein für den UV-Schutz der Augen relativ schwach ausgeprägt. Laut Umfrage achtet lediglich ein Drittel der Brillenträger beim Kauf der Gläser auf einen integrierten UV-Filter. Insgesamt haben rund 60 Prozent der Deutschen eine Sehschwäche, rund die Hälfte der Bevölkerung trägt deshalb eine Brille.

Hintergrund:

Die repräsentative Umfrage ist das erste Projekt des Healthy Sight for Life Fund von Transitions Optical. Ziel dieser Stiftung ist es, das Bewusstsein der Bevölkerung für die Bedeutung der Augengesundheit zu schärfen. „Die Korrektur der Fehlsichtigkeit ist nicht genug“ lautet der Grundgedanke der Stiftung, die durch ihr Engagement dazu beiträgt, die Gesunde Sehkraft ein Leben lang zu erhalten. Eine herausragende Rolle spielt dabei der UV-Schutz der Augen, für den die Verbraucher sensibilisiert werden.

Transitions Optical, Inc. ist weltweit führend im Bereich der selbsttönenden Kunststoff-Brillengläser. Das Unternehmen besteht seit 1990 und ist aus einem Joint Venture von PPG Industries (Pittsburgh, PA, USA) und Essilor International (Paris, Frankreich) hervorgegangen. Die Zentrale befindet sich in Florida (USA). Handelsniederlassungen hat Transitions Optical in Kanada, Frankreich, Singapur, Brasilien, Indien und Japan eröffnet. Hergestellt werden die Brillengläser in den USA, Irland, Brasilien, Australien und auf den Philippinen. Weltweit beschäftigt Transitions Optical mehr als 1.000 Mitarbeiter.

Weitere Informationen:

Public Affairs PR Agentur GmbH • Heike Temmen • Kamekestr. 21 • 50672 Köln
Tel.: 0221/95 14 41 54 • E-Mail: heike.temmen@public-affairs.de

Büro von Transitions Optical Distribution Ltd. in Deutschland
Luxemburger Str. 72 • 50674 Köln • Tel.: 0221/297 808 0
Fax: 0221/297 808 22 • E-Mail: info@transitions.de