

Presseinformation

Das war die opti 2025

Mit Power ins augenoptische Jahr

Die opti 2025 in München setzte an den vergangenen drei Messetagen erneut ein starkes Zeichen für die internationale Augenoptik. Unter dem Motto **#weareopti** bewies die Messe, wie gut sie als Plattform für Innovationen, Austausch, zukunftsweisende Technologien und Trends funktioniert und wie groß der Enthusiasmus in der gesamten Branche für die opti ist.

München, 3. Februar 2025 – „Beste opti ever“, „absolut wichtig“, „tolle Umsätze“, „ein voller Erfolg“ und „die GHM hat ihr Versprechen gehalten“ – so oder ähnlich begeistert lautete durch die Bank das Feedback der ausstellenden Firmen zur opti 2025, besucherseitig sprach die Anzahl von 21 105 Fachbesuchern und -besucherinnen mit einer Entscheiderquote von mehr als 70 Prozent für eine sehr erfolgreiche Veranstaltung.

Die positive Atmosphäre, die die opti 2025 an allen drei Messetagen prägte, war das Resultat einer intensiven Zusammenarbeit zwischen dem opti Team, den Ausstellern und den Branchenvertretern, die über das gesamte letzte Jahr mit neuen Ideen vorangetrieben wurde. Die Zufriedenheit der Aussteller spricht für sich: Mit über 97% bewerteten fast alle Aussteller die Besucherqualität hinsichtlich des Interesses an den Produkten an ihrem Stand als gut bis sehr gut. Ebenso erfolgreich mit fast 89% beurteilten Aussteller die Anbahnung der Geschäftsbeziehungen auf der opti als sehr gut bis gut – kein Wunder, dass voraussichtlich mehr als 90 Prozent der Aussteller verkündeten, bei der opti 2026 wieder dabei sein zu wollen.

Mit 330 Ausstellern aus 23 Ländern, darunter 190 Anmeldungen aus Deutschland, zeigte die opti die gesamte Wertschöpfungskette der Optik-Branche: Die Bandbreite reichte von Fassungsherstellern über Anbieter von Kontaktlinsen und Brillengläsern, führenden Marken und innovativen, unabhängigen Designern bis hin zu Consulting-Firmen, IT-Beratungen, Geräte- und Glasherstellern sowie Ladenbauunternehmen und Hörakustik.

Cathleen Kabashi, Head of opti, zu der Messe: „Die opti bleibt auf Erfolgskurs! Nach der opti 2024 haben wir nochmal eins draufgelegt und das hat sich ausgezahlt. Das Zusammenlegen unserer Informations-HUBs in der opti HUB

GHM Gesellschaft für
Handwerksmessen mbH

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Postfach 82 03 55
81803 München, Deutschland

Paul-Wassermann-Str. 5
81829 München, Deutschland

T +49 89 189 149 166
presse@ghm.de
www.ghm.de

Geschäftsführung:
Dieter Dohr (CEO and President)
Alexander Uebel (CEO)

Registergericht München
HRB 40217
USt-IdNr.: DE129358691

ARENA und die gemeinsame Plattform für Kontaktlinsenhersteller, TOMORROW VISION, erzielte eine sehr gute Resonanz bei Besuchern wie Ausstellern. Und bestätigte uns, dass sowohl das Konzept sowie die opti als Jahres-Kick-Off ein Erfolg sind. Letzter basiert auf der engen Zusammenarbeit mit unseren Stakeholdern und der starken Community – es ist das Gemeinschaftsgefühl, was die opti ausmacht!“

„Ich bin einfach überwältigt! Die Atmosphäre war beeindruckend, und die Begeisterung der Branche war deutlich spürbar. Die Besucher haben die Messe in vollen Zügen genossen. Mich freut besonders, dass die Kontaktlinse aus einer anderen Perspektive gezeigt wurde und mit TOMORROW VISION und vielen Expertenvorträgen so richtig im Scheinwerferlicht glänzte. Es sind kreative Ideen wie diese, die die opti definitiv zu einer festen Größe für die Märkte in Deutschland, Österreich, der Schweiz und darüber hinaus machen, und sie als wichtigen Impulsgeber für Sortimentsstrategien sowie Jahresplanungen weiter etablieren“, resümiert Dieter Dohr, Vorsitzender der Geschäftsführung der GHM Gesellschaft für Handwerksmessen mbH als Veranstalter der opti.

Highlights so weit das Auge reichte

Die größte Neuheit und damit das Highlight der Messe war klar TOMORROW VISION, die gemeinsame Kontaktlinsen-Plattform der neun renommierten Hersteller Alcon, Bausch + Lomb, CooperVision, Hecht, Hetych, Menicon, MPG&E, SwissLens und Wöhlk. Auf der rund 170 qm großen Gemeinschaftsfläche erlebten Besucher unter dem Slogan „Die Kontaktlinse ist die Zukunft der Augenoptik“ ein umfangreiches Programm mit maximalem Fokus auf die Vorteile der Linse und ihrem großen Verkaufspotenzial.

Ein weiteres opti Highlight war die opti HUB ARENA in der erstmals vier Info-HUBs konzentriert waren, neben dem etablierten opti SUSTAINABILITY HUB und dem opti MYOPIA HUB auch erstmals der opti FUTURE VISION HUB mit aktuellen Trends der Augenoptik u.a. im Messesegment Fassungen. Beliebt waren hier unter anderem die Vorträge und Diskussionen zu den Eyewear Trends 2026 der New Yorker Trend-Expertin und Gründerin Selin Olmsted. Die von ihr geführten Trend-Rundgänge waren bereits Anfang Januar ausgebucht. Kein Wunder: Denn je früher die Trends in der Branche bekannt sind und fürs Ordern genutzt werden können, desto besser stehen die Chancen, fit für die Zukunft zu sein.

Gleich nebenan: der opti NEXT GENERATION HUB, mit dem sich die opti in enger Zusammenarbeit mit Vertretern des VDCO Young für den

Branchennachwuchs stark machte. Geboten wurden hier Speed-Dating-Formate wie NextGen Meet-up, bei dem Youngster der augenoptischen Branche untereinander Erfahrungen austauschen konnten etwa zu Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten oder das Format Meet & Match – Nachwuchs trifft Unternehmen.

Awards und Branchenfest

Erstmals ausgelobt wurde der Publikumspreis opti FRAME STAR – The Audience Award, bei dem die opti Besucher unter 50 Fassungen für ihre Lieblingsfassung per QR-Code abstimmten. Wir gratulieren dem glücklichen Sieger Munic Eyewear aus München. Den 4. opti BOX AWARD gewann das Berliner Start-up Manti Manti für sein Kinderbrillendesign, wie die international besetzte Jury unter Leitung von Daniel Feldman von The Optical Journal bekannt gab. Herzlichen Glückwunsch! Die opti PARTY am Freitag hatte sich dieses Jahr bereits als Muss-Termin etabliert. Hier feierten alle Messeteilnehmer bei coolen Beats und Drinks den ersten erfolgreichen Tag.

Jetzt schon vormerken: die nächste opti findet vom 16. Januar bis zum 18. Januar 2026 in München statt.

Statements ausgewählter Messebeteiligten:

Christian Müller, Präsident des Zentralverbands der Augenoptiker und Optometristen (ZVA): *„Auch in diesem Jahr hat die opti eine zentrale Rolle dabei gespielt, die Branche zusammenzubringen und wichtige Impulse zu setzen. Bei uns im opti CAFÈ powered by ZVA war der Andrang für die beliebten Poffertjes groß, der ZVA wie gewohnt eine Anlaufstelle für Gespräche und Informationen zu Themen, die die Augenoptiker aktuell beschäftigen. Die Begegnungen am Stand bieten uns jedes Jahr wertvolle Einblicke in die aktuellen Bedürfnisse und Wünsche der Branche.“*

Mirjam Rösch, Vorsitzende Consumer Optics des Industrieverbands SPECTARIS: *„Meiner Meinung nach war die opti ein voller Erfolg. Die GHM hat ihr Versprechen gehalten, und es sind spannende neue Formate entstanden. Wir erhalten durchweg positives Feedback von unseren Kunden. Besonders Halle 4 war stark frequentiert, und wir haben dort viel positives Echo aus der Industrie erhalten – sowohl von der Glasindustrie als auch von kleineren Unternehmen. Besonders der Gerätebereich spürt einen kleinen Aufwind, da Kunden wieder mehr Bereitschaft zeigen, zu investieren. Auch*

das allgemeine Feedback der Industriepartner bestätigt: Der Standort München und die opti ist gesetzt. Wir möchten weiterhin investieren und sehen die opti als wichtige Kommunikationsplattform für unsere Kunden.“

Christoph Hinnenberg, Geschäftsführer Carl Zeiss Vision GmbH: *„Wir haben erneut hervorragend mit der opti zusammengearbeitet und hatten einen großartigen Stand. Mein Team war hochmotiviert, wir haben tolle Umsätze erzielt und sagen: best opti ever für Zeiss!“*

Markus Schuldt, B.Sc. Optometrie: *„Wir sind superglücklich, dass das opti Team die VDCO Young bei der Gestaltung des opti NEXT GENERATION HUB eingebunden hat. Das durchweg positive Feedback motiviert uns diesen Weg des gemeinsamen Austauschs weiterzugehen. Außerdem war die opti für die VDCO Young der ideale Ort, um den Austausch zu fördern und neue Kontakte zu knüpfen. Danke an Cathleen Kabashi und Julia Hofmann für die großartige Unterstützung!“*

Andrea Mazzo, General Manager EssilorLuxottica Wholesale Germany: *„Auch in diesem Jahr ist die opti wieder äußerst interessant – sowohl für EssilorLuxottica als auch für die gesamte Branche. Hier treffen wir unsere Partner und knüpfen gleichzeitig neue Kontakte für die zukünftige Zusammenarbeit. Keine Frage – in Europa gibt es weitere Messen, wie beispielsweise die MIDO oder die SILMO, doch die opti ist für uns als nationale Messe mit Fokus auf die DACH-Region absolut wichtig. Und wir erreichen hier zudem auch einen internationalen Markt.*

Wir freuen uns insbesondere auch, dass unsere Expert:innen auf dem opti MYOPIA HUB den Fachbesuchern u.a. mit Essilor Stellest eine evidenzbasierte Lösung und Möglichkeit vorstellen können, aktiv der Entwicklung von Kurzsichtigkeit bei Kindern und Jugendlichen entgegenzusteuern.

Auf den Flächen von EssilorLuxottica präsentierten wir spannende Innovationen und erlebten bereits ab der ersten Minute großen Zulauf. Wir haben Optiker persönlich eingeladen, und sie sind der Einladung gefolgt, um unsere Innovation Nuance Audio – die weltweit erste Hörgeräte-Brille – zu entdecken, die hier auf der opti ihre Premiere feiert und ab Mitte dieses Jahres auch in Deutschland erhältlich sein wird. Eine weitere Neuheit auf der Messe sind AI-Funktionen, die schon ab dem zweiten Quartal für Ray-Ban Meta

freigeschaltet werden. Zudem dürfen wir hier ein ganz besonderes Jubiläum anteasern: 50 Jahre Oakley.

Für uns war die opti ein voller Erfolg, und wir sind sehr mit dieser besonderen Messe und dem großen Zuspruch für unsere Innovationen zufrieden.“

Thomas Smits, Geschäftsführer Silhouette Deutschland und Schweiz:

„Die opti 2025 war für uns eine erfolgreiche Veranstaltung und ein guter Start ins neue Jahr. Wir haben viele konstruktive Gespräche geführt, bestehende Kundenbeziehungen weiter gefestigt und zugleich wertvolle neue Kontakte geknüpft. Unsere Erwartungen in puncto Umsatz wurden erfüllt. Die positive Stimmung auf der Messe und das große Interesse an innovativen Lösungen zeigen uns, dass die Branche auf einem vielversprechenden Weg ist. Wir blicken optimistisch in die Zukunft – sowohl für unser Unternehmen und die Branche als auch für die opti als zentrale Plattform der Augenoptik.“

Jan Thore Föhrenbach, Cluster Franchise Head Vision Care, Alcon

DACH: *„Wir sind das erste Mal seit 5 Jahren wieder dabei, was mich persönlich sehr freut, weil ich ein großer Fan der Messe bin. Der Gesamteindruck ist sehr positiv: Erwartungsgemäß hat der Freitag ein bisschen Anlaufzeit gebraucht, aber am Samstag und Sonntag war der Stand voll, die Frequenz sehr gut und wir hatten viele Kundenkontakte und gute Gespräche.*

Was mich persönlich begeistert, ist die Gemeinschaftsaktion der Kontaktlinsenhersteller, welche wir von Anfang an unterstützt haben. Die Idee, gemeinsam den Markt weiterzuentwickeln – die Augenoptiker zu motivieren, Kontaktlinsen anzupassen und damit auch die Penetration zu erhöhen und dabei nicht nur das eigene Stück Kuchen zu vergrößern, sondern den Kuchen als Ganzes – ist meines Erachtens der richtige Ansatz. Diese Idee, die aus dem SPECTARIS Kontaktlinsenkreis geboren wurde und dann von der GHM, allen voran Cathleen Kabashi persönlich vorangetrieben wurde, ist ein gutes Beispiel wie die Kooperation zwischen Kontaktlinsenherstellern funktionieren kann. Die Zusammenarbeit war aus meiner Sicht sehr kooperativ und in einer gewissen Art und Weise solidarisch. Und ich glaube, dass wir ein gutes Konzept gefunden haben. Jetzt sind wir gespannt und warten ab, wie die Ergebnisse der Gemeinschaftsfläche sind, grundsätzlich ein positiver Eindruck von unserer Seite.“

Über die opti

Die opti ist die internationale Messe für Optik & Design, die jährlich als Branchenauftritt im Januar in München stattfindet. Die Messe und Networkingveranstaltung bietet dem Fachpublikum das komplette augenoptische Spektrum von Brillenfassungen über Gläser, Kontaktlinsen, Refraktion, Diagnostik, Low Vision bis hin zu Ladenbau und technischer Ausstattung. Der frühe Zeitpunkt im Messejahr macht die opti zum idealen Ort für Produktpremieren von internationalen Marktführern und Start-ups gleichermaßen. Seit 2008 wird die Messe von der GHM Gesellschaft für Handwerksmessen mbH veranstaltet, zum ersten Mal fand sie im Jahr 1998 statt.

Medienkontakte:

Julia Scharfenberger, Head of Public & Media Relations
T +49 (0)89 189 149 164
scharfenberger@ghm.de

Bernd Degner, Public & Media Relations Manager
T +49 (0)89 189 149 166
bernd.degner@ghm.de

www.opti.de

Veröffentlichung kostenfrei – Beleg erbeten

Hinweis an die Redaktionen

Pressetexte und Fotos zur opti können Sie herunterladen unter:

www.opti.de/presse

Social Media

www.facebook.com/optitradeshow

www.instagram.com/opti_show

www.linkedin.com/company/opti/

www.youtube.com/user/optiShow