



## Pressemitteilung

### **INNOFACT-Umfrage: Nutzungsdauer von Smartphone, Computer & Co. nimmt in Corona-Zeiten deutlich zu**

Dass durch die Corona-Krise die Nutzungszeit von digitalen Geräten einen Sprung nach oben gemacht hat, dürfte auf der Hand liegen. Eine repräsentative Studie von INNOFACT im Auftrag von ZEISS Vision Care unter Brillenträgern zeigt, um wie viel sie tatsächlich zugenommen hat. Das hat auch Auswirkungen auf unsere heutige Sehdynamik.

Aalen, 22. Juli 2020

Ob Videokonferenz, E-Mail, Chat oder Videostreaming: Als Folge der Corona-Krise mit Homeoffice und Social Distancing verbringen 59 Prozent der deutschen Brillenträger privat wie beruflich deutlich mehr Zeit mit Computer, Smartphone, Tablet und anderen digitalen Geräten. Das ergab eine repräsentative INNOFACT-Umfrage im Auftrag des Brillenglaserherstellers ZEISS Vision Care.

#### **Drei Stunden und mehr zusätzlich mit digitalen Geräten und Services**

Konkret erweist sich der Anstieg der „Digital-Zeit“ durch Corona als erheblich: 10,8 Prozent der Brillenträger gaben an, seit dem Beginn der Corona-Krise täglich zwischen drei und fünf Stunden mehr mit digitalen Geräten zu verbringen. Bei 13,5 Prozent waren es sogar mehr als fünf zusätzliche Stunden pro Tag.

Knapp 14 Prozent verbringen zwischen zwei und drei Stunden mehr mit Smartphone, Tablet und Computer, 16 Prozent zwischen einer halben Stunde und zwei Stunden – und fünf Prozent bis zu einer halben Stunde mehr.

Doch auch schon vor dem Corona-Lockdown war die Nutzungsdauer pro Tag hoch: Fast die Hälfte der befragten Brillenträger gaben an, mehr als fünf Stunden täglich mit digitalen Geräten verbracht zu haben.

#### **Weiterer Anstieg der Digital-Zeit**

Die Umfrage evaluierte außerdem, ob ein weiterer Anstieg der Nutzungszeit in den kommenden zwölf Monaten von digitalen Angeboten wie digitale Nachrichten-Medien, Smart Home, Streaming-Anbieter oder Video-Calls, vermutet wird. Davon gehen 41,5 Prozent der befragten Brillenträger aus.

Rund die Hälfte aller Befragten war sich noch unsicher. Nur neun Prozent aller befragten Brillenträger denkt, ihre digitalen Geräte in den kommenden zwölf Monaten wieder etwas weniger zu nutzen.



## Nachfrage nach optimierten Sehlösungen

„Die Umfrage belegt, dass sowohl im Privat- als auch im Berufsleben ein deutlich messbarer Anstieg der Nutzungsdauer von digitalen Geräten stattgefunden hat“, sagt Matthias Wehrle Marketingleiter bei ZEISS Vision Care Deutschland. Generell sei das Interesse an entspanntem und gesunden Sehen im digitalen Alltag stark gestiegen. „Das schlägt sich auch in einem großen Interesse an einer Brille nieder, die für digitale Geräte optimiert ist und damit die Augen und das Sehen unterstützt. Mehr als die Hälfte der Befragten gab an, dass sie eine solche Brille kaufen würde.“

## Verändertes Sehverhalten: Warum das digitale Leben neue Brillengläser erfordert

Doch in „Digital-Zeiten“ sind nicht nur Brillengläser gefragt, die allein für die Nutzung von digitalen Geräten optimiert sind. [Unser Blickverhalten von heute ist geprägt von einer nie dagewesenen Seh-Dynamik](#). Wir haben das Smartphone ständig zur Hand und orientieren uns oftmals aus den Augenwinkeln heraus. Unser Blick wechselt ständig vom Display in die Ferne, nach unten, nach vorne und zur Seite. Unser „smartphoniges“ Sehen bedingt, dass wir mehr Augen- als Kopfbewegungen machen und viel mehr durch die Randbereiche einer Brille schauen als früher.

Das belegen zahlreiche neuere wissenschaftliche Abhandlungen und eigene Studien von ZEISS. Mit [ZEISS SmartLife](#) bietet ZEISS ein Brillenglas-Portfolio an, das unter anderem dieses neue, periphere Sehen berücksichtigt und die Randbereiche so wenig wie möglich unscharf abbildet. Das kann insbesondere unter Gleitsichtbrillenträgern für eine sehr schnelle Eingewöhnung und verbesserte Sehqualität sorgen, da die unterschiedlichen Sehbereiche einer Gleitsichtbrille ausgewogener sind.

## Studiendesign:

Im Rahmen einer sogenannten Omnibus-Umfrage wurde durch die INNOFACT AG Anfang Juli 2020 eine repräsentative Stichprobe von 694 Brillenträger/innen im Alter von 18 bis 69 Jahren befragt, darunter 322 Männer und 372 Frauen. 64,4 % der Teilnehmer gaben an, berufstätig zu sein.

Zusätzlich wurde im Rahmen der repräsentativen Studie zusätzlich auch Menschen ohne Sehhilfe bzw. Kontaktlinienträger befragt. Die Ergebnisse in dieser Bevölkerungsschicht waren denen der Brillenträger sehr ähnlich beziehungsweise fast identisch.

Die Ergebnisse innerhalb der Gesamtbevölkerung und den gesamten Studienband können Sie gerne bei Miriam Kapsegger, PR Managerin, ZEISS Vision Care, [miriam.kapsegger@zeiss.com](mailto:miriam.kapsegger@zeiss.com), anfordern.

SmartLife ist eine eingetragene Marke der Carl Zeiss Vision GmbH.

## Ansprechpartner für die Presse

ZEISS Vision Care  
Miriam Kapsegger  
Tel. +49 (0) 7361 591 1261  
E-Mail: [miriam.kapsegger@zeiss.com](mailto:miriam.kapsegger@zeiss.com)

[www.zeiss.de/augenoptik-newsroom](http://www.zeiss.de/augenoptik-newsroom)



#### Über ZEISS

ZEISS ist ein weltweit führendes Technologieunternehmen der optischen und optoelektronischen Industrie. In den vier Sparten Semiconductor Manufacturing Technology, Industrial Quality & Research, Medical Technology und Consumer Markets erwirtschaftete die ZEISS Gruppe zuletzt einen Jahresumsatz von über 6,4 Milliarden Euro (Stand: 30.9.2019).

ZEISS entwickelt, produziert und vertreibt für seine Kunden hochinnovative Lösungen für die industrielle Messtechnik und Qualitätssicherung, Mikroskopielösungen für Lebenswissenschaften und Materialforschung sowie Medizintechniklösungen für Diagnostik und Therapie in der Augenheilkunde und der Mikrochirurgie. ZEISS steht auch für die weltweit führende Lithographieoptik, die zur Herstellung von Halbleiterbauelementen von der Chipindustrie verwendet wird. ZEISS Markenprodukte wie Brillengläser, Fotoobjektive und Ferngläser sind weltweit begehrt und Trendsetter.

Mit diesem auf Wachstumsfelder der Zukunft wie Digitalisierung, Gesundheit und Industrie 4.0 ausgerichteten Portfolio und einer starken Marke gestaltet ZEISS den technologischen Fortschritt mit und bringt mit seinen Lösungen die Welt der Optik und angrenzende Bereiche weiter voran. Grundlage für den Erfolg und den weiteren kontinuierlichen Ausbau der Technologie- und Marktführerschaft von ZEISS sind die nachhaltig hohen Aufwendungen für Forschung und Entwicklung.

Mit über 31.000 Mitarbeitern ist ZEISS in fast 50 Ländern mit rund 30 Produktionsstandorten, 60 Vertriebs- und Servicestandorten sowie 25 Forschungs- und Entwicklungsstandorten weltweit aktiv. Hauptstandort des 1846 in Jena gegründeten Unternehmens ist Oberkochen, Deutschland. Alleinige Eigentümerin der Dachgesellschaft, der Carl Zeiss AG, ist die Carl-Zeiss-Stiftung, eine der größten deutschen Stiftungen zur Förderung der Wissenschaft.

Weitere Informationen unter [www.zeiss.de](http://www.zeiss.de)

#### ZEISS Vision Care

ZEISS Vision Care ist einer der weltweit führenden Hersteller für Brillengläser und augenoptische Instrumente. Der Bereich ist Teil der Sparte Consumer Markets und entwickelt und produziert Angebote für die gesamte Wertschöpfungskette der Augenoptik, die weltweit unter der Marke ZEISS vertrieben werden.