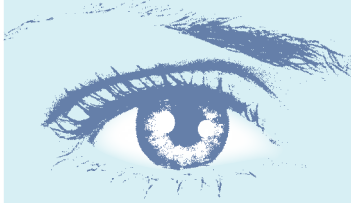




Dr. Erich Feichtinger
NETWORK

Communications Agency
1230 Wien, Ketzergasse 236
Telefon: (01) 865 94 63-0
Fax: (01) 865 94 63-15
Mobil: 0664 132 00 70
network@augen.co.at
www.medical-network.at
www.facebook.com/
MedicalNetwork

**DIE SCHNELLE
INFORMATION FÜR DIE
GESUNDHEITSBERUFE
RUND UM DAS AUGE**
www.medical-network.at



**Wir bringen Ihre
Veranstaltungsberichte,
Personalinformationen,
Produkt- und Wissen-
schafts-News. Rufen Sie
uns einfach an.**

IMPRESSUM
VERLEGER (EIGENTÜMER):
NETWORK Communications Agency, Agentur für
Kommunikationsberatung und Verlag GmbH,
Ketzergasse 236, 1230 Wien
VERLAGSORT: 1230 Wien
REDAKTION: Dr. Erich Feichtinger
Telefon: +43 (0)1 865 94 63-0, Fax: DW 15
e-Mail: network@augen.co.at
GRAFIK: Ingeburg Hausmann, Xaver Challupner,
Telefon: +43 (0)1 585 13 13, +43 699 1000 8662
e-Mail: grafik@productions.at
WEB-AUSGABE, DESIGN UND PROGRAMMIERUNG:
Tanja Haller, e-Mail: tanja@augen.co.at
DRUCK (HERSTELLUNG): Druckerei AgensKetterl
„Medical Network“ ist ein eingetragenes Marken-
zeichen der NETWORK Communications Agency.
Alle Rechte vorbehalten.
Aus Gründen der leichteren Lesbarkeit der Texte wird
in diesem Heft zumeist auf eine geschlechtsspezi-
fische Differenzierung, wie z. B. Teilnehmer/innen,
verzichtet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne
der Gleichbehandlung für beide Geschlechter.

GUTEN TAG!

Alles andere als einfach ist üblicher-
weise die Entscheidung, wen wir beim
Jahresheft auf die Titelseite nehmen.
Diesmal mussten wir nicht lange nachdenken.

Erstens ist Kinderophthalmologie eigentlich
schon „Stiefkinderophthalmologie“, weil dieser
Zweig viel Mühe erfordert und vergleichsweise
wenig Einkommen und Anerkennung bringt.
Unterschiedliche Gesundheitsberufe rund um
das Auge könnten hier fruchtbringend zusam-
menwirken, um jungen und jüngsten Patienten
frühzeitig gutes und gesundes Sehen zu ermög-
lichen.

Zweitens ist es uns eine Ehre, eine Person
vor den Vorhang holen, die nicht nur verbal
gegen fragwürdige Sparkonzepte im Gesund-
heitssystem aufgetreten ist, sondern für sich
auch ganz konkret beruflich die Konsequenzen
gezogen hat.

Im ersten Halbjahr 2015 war sie Primaria
des Instituts für Orthoptik – Sehschule am
Krankenhaus der Barmherzigen Brüder in Linz.
Ab Sommer war sie „nur“ mehr Dr. Barbara
Neudorfer, niedergelassene Fachärztin mit
Wahlarztpraxis und Augenschule.

Warum, das lesen Sie auf Seite 30 dieser
Ausgabe. Für uns jedenfalls ein extrem mutiger
Schritt, mit dem man sich die Position auf dem
Titelblatt mehr als verdient hat.

Freuen Sie sich auch diesmal wieder über
eine tolle Ausgabe mit vielfältigen Inhalten,
die das aktuelle Geschehen in Ophthalmologie
und Optik in vielen Facetten widerspiegelt.

Damit wir Ihnen diese Zeitschrift zur Ver-
fügung stellen können, sind wir auf die Koope-
ration und die Inserate von Unternehmen der
Geräte- und Pharmaindustrie angewiesen.
Im letzten Jahr hatten wir leider eine Situation,
in der ein deutsches Blättchen in den österrei-
chischen Markt drängte und seinen spärlichen
Umfang mit Inseraten aufzufetten versuchte.
Da sich niemand diese Inserateseiten zum

angebotenen Preis kaufen will, wurden massiv
Seiten verschenkt oder extrem verbilligt
verschleudert.

**„Wir ver-
schenken
keine
Inserate-
Seiten“**

Das führte auch bei uns zu
Anfragen, ob wir nicht deutliche
Rabatte gewähren könnten.
Dazu eine klare Ansage: Wir ver-
schenken keine Inserate-Seiten.
Um das nämlich tun zu können,
müssten wir aufwändige Projekte

wie Gerätevergleiche aufgeben, die Reisen zu
Kongressen und Fortbildungsveranstaltungen
einstellen und vielleicht überhaupt auf eigene
Artikel verzichten und nur mehr andere Zeit-
schriften zusammengefasst abschreiben. Zu
guter Letzt müssten wir auf Grafik, aufwändiges
Layout und Heftproduzenten verzichten und die
Texte ohne Gestaltung aneinanderreihen.
Dann gingen auch billige, verschleuderte Inse-
rateplätze und Gratisinserate. Aber dann möchte
das halt keiner mehr lesen. Und das wollen auch
die Inserenten wieder nicht.

So bleiben wir auch in Zukunft bei aufwän-
dig hergestellten Ausgaben von „Medical Net-
work“ und bei vernünftig kalkulierten Inserate-
preisen. Und freuen uns über unsere Kunden,
die das verstehen, weil auch sie kaufmännisch
denken gelernt haben.



Zuletzt eine Erinnerung: Web ist
schneller als Print. Vergessen
Sie nicht, unsere Internet-Seite
mit ihren hochaktuellen Foto-
stories zu besuchen. Und für unseren Facebook-
Auftritt auch mal ein „Like“ zu vergeben.

In diesem Sinne: Daumen hoch!

Dr. Erich Feichtinger



**Ein Klick und Sie sind
dabei:** Die Facebook-
Box auf der „Medical
Network“ Internet-
Seite bietet topaktuelle
Berichte rund um
Optik, Optometrie und
Ophthalmologie.
www.medical-network.at