



Zentralverband der
Augenoptiker und Optometristen

ZVA-Presseinformation 14/2016

05.04.2016

Das falsche Sehen. Ein Experiment.

Ein Blick sagt mehr als tausend Worte. Doch was, wenn es nicht das Richtige ist? Wenn unser wahres Wesen gar nicht zur Geltung kommt? Ein Experiment zeigt: Wer mit verkniffenem Blick durchs Leben geht, wird falsch eingeschätzt. Wie wichtig den Menschen aber eine sympathische Ausstrahlung ist, lässt sich anhand des Interesses an diesem Experiment erkennen: Der Film wurde online bereits mehr als eine Million Mal angeschaut!

50 Probanden folgten im November 2015 einer Einladung in die Hamburger Innenstadt zu einem Experiment, von dem sie lange glauben sollten, es stehe im Zusammenhang mit der Bewerbung der Hansestadt um die Ausrichtung der Olympischen Spiele 2024. Doch weit gefehlt, stattdessen hatten die Düsseldorfer Kreativagentur Butter und der Zentralverband der Augenoptiker und Optometristen (ZVA) sich etwas ausgedacht, das eindrucksvoll zeigt, wie negativ unsere Wirkung auf unsere Mitmenschen durch einen angestregten Blick beeinflusst wird.

Nacheinander mussten die Probanden auf einem Wimmelbild bestimmte Dinge finden und erkennen, während diverse Kameras sie bei dieser anspruchsvollen Sehaufgabe aufnahmen. Die Livebilder ihrer Augenpartie wiederum wurden einer zweiten Gruppe von Teilnehmern gezeigt, die allein dank dieses Bildausschnittes auf den Charakter der gezeigten Person schließen sollten. Die Urteile dieser Jury waren zum Teil verheerend!

„Dem traue ich nicht, der ist korrupt!“, lautete beispielsweise die Bewertung eines besonders angestrengt dreinschauenden Augenpaares. Bemerkenswert daran: Die Augen, die diesen Argwohn hervorriefen, waren die eines Polizisten! Mit entspanntem Blick wirkte der Beamte anschließend nicht nur vertrauensvoll, sondern auch äußerst sympathisch – so wie der „Freund und Helfer“ sich und seine Wirkung auf andere auch selbst eingeschätzt hatte.

Im Netz über eine Million Mal angesehen

Der rund dreiminütige Film „Das falsche Sehen. Ein Experiment.“ wurde im Internet auf diversen Kanälen bereits über eine Million Mal angesehen. Rund 100.000 User steuerten zudem bislang die eigens kreierte Website an, auf dem weitere Informationen zum Film beziehungsweise zum guten Sehen präsentiert werden. Von etlichen Homepages und

Blogs, auf denen das Video derzeit läuft, klicken rund sechs Prozent der Zuschauer auf diese „Landingpage“ – diese sogenannte „Click through rate“ (CTR) ist bei anderen Onlineformaten durchschnittlich nur knapp halb so hoch.

Ein weiteres Indiz für die Relevanz der erzählten Story ist die Zahl der Nutzer, die sich den Film über dessen gesamte Länge ansehen. In einem derart schnellen Medium, wie es das Internet ist, muss ein Video von drei Minuten Länge, das von zwei Dritteln aller Zuschauer bis zum Schluss angesehen wird, ein erhebliches Interesse hervorrufen. Das spricht für die Geschichte und die ausgezeichnete Arbeit der Filmproduktion Cobblestone rund um Regisseur Kai Klinke.

„Wir sind stolz auf diese Zwischenergebnisse und freuen uns sehr, dass wir auch ohne allzu große finanzielle Klimmzüge ein solch unterhaltsames wie informatives Video produziert haben. Das Experiment ist absolut authentisch und spiegelt unsere Vermutung Eins-zu-eins wider. Vielleicht trägt es ja auch dazu bei, dass das Bewusstsein für ein optimales Sehen geschärft wird“, erklärt Ingo Rütten, der als Marketingleiter und Pressesprecher des ZVA das Projekt der Innungsaugenoptiker begleitete.

Die enorme Resonanz auf Facebook, YouTube und in diversen Blogs und Online-Communitys zeigt, wie sehr das Thema den Nerv der Menschen trifft. Belegt wird dies auch in den zahllosen persönlichen Kommentaren auf Facebook. Viele der User fühlen sich „ertappt“ oder nennen spontan jemanden aus ihrem Freundeskreis, der ihrer Ansicht nach mal wieder zu einem Sehtest bei einem Augenoptiker gehen sollte – um anschließend anstrengungsfreier gut sehen und somit freundlicher und authentischer auf seine Mitmenschen wirken zu können: Ein Blickt sagt eben mehr als tausend Worte, „lass es das Richtige sein!“

Hinweis an die Redaktionen: Bei den angehängten Fotos handelt es sich um Screenshots aus dem YouTube-Film.

Hier geht's direkt zum Film: <https://www.youtube.com/watch?v=BapoGyIetuw>

Ihr Ansprechpartner für Rückfragen:
Zentralverband der Augenoptiker und Optometristen
Lars Wandke
Alexanderstraße 25a, 40210 Düsseldorf,
Tel.: 0211/863235-0, Fax: 0211/863235-35
www.zva.de, presse@zva.de