

Multifocale contactlenzen: Be curious, not judgemental

Door: Vincent Molkenboer

Mijn guilty pleasure? Ted Lasso. Voor wie deze briljante serie nog niet kent: het gaat over een Amerikaanse footballcoach die zonder enige voetbalervaring een Brits voetbalteam onder zijn hoede krijgt. Zijn geheime wapen? Onuitputtelijke positiviteit, een flinke dosis menselijkheid en quotes waar je optiekhart sneller van gaat kloppen. Zoals: "Be curious, not judgemental."

Stel je het volgende voor: je staat als voetbalvader of -moeder op zaterdagochtend langs de lijn. Je probeert én het spel te volgen én op je horloge te kijken hoeveel minuten je nog hebt voordat je naar de supermarkt moet racen. Maar het regent pijpenstelen. Dan zijn multifocale contactlenzen toch zoveel beter dan een bril.

Kijk je naar de leeftijdsopbouw van Nederland, dan zie je dat we midden in een visuele transformatie zitten. Meer dan 53% van de bevolking is boven de 40. De vraag naar multifocale contactlenzen stijgt, en terecht. Maar zoals Ted zou zeggen: "All people are different people". En dat geldt ook voor ogen.

Multifocale lenzen zijn er in allerlei smaken: Center Near, Center Distance, Extended Depth of Focus. Klinkt als een tactiekboek van een voetbalcoach, toch? Maar het draait om één ding: het scherpte-diepte profiel. Hoe lager dat profiel, hoe minder visuele ruis. Minder verstrooiing betekent sneller wennen, beter contrast en minder halo's. Kortom: een lens die je niet alleen laat zien, maar laat vertrouwen in wat je ziet.

En wat ligt aan de basis van dat profiel? Juist: de refractie. Met de juiste refractie maak of breek je het succes van multifocale contactlenzen. Het geheim? Maximaal plus corrigeren op afstand. En met "maximaal" bedoel ik ook echt MAXIMAAL; alsof je Ted Lasso vraagt om een motivational speech: je krijgt er altijd een beetje extra bij.

Hoe dan? Simpel. Doe een normale refractie, corrigeer sferisch én cilindrisch. Laat de klant binoculair naar de maximale visus kijken en draai +0.25 dpt voor. De klant zegt: "Het wordt minder scherp, maar ik zie het nog." Jij zegt: "Mooi, nog een +0.25 erbij." Net zo lang tot de regel niet meer leesbaar is, of er fouten worden gemaakt. Dan één stap terug. Die waarde gebruik je in de pasbril om de laagst mogelijke additie voor nabij te vinden. Resultaat? Meer plus dan bij een multifocale bril, en een lager scherpte-diepte profiel. Win-win.

Elke fabrikant heeft z'n eigen filosofie en design, allemaal met hun eigen multifocale sausje. Maar de kern blijft: begrijp het "waarom" achter het design. Succes begint bij refractie, maar eindigt bij begrijpen wat de visuele effecten van het design zijn en de daarbij benodigde communicatie naar de klant.

En daar begint de echte coaching. De perceptie van de drager is minstens zo belangrijk als de technologie. Een goede uitleg, een snelle visuscheck, en vooral: luisteren. Want een multifocale lens is geen bril. Het is een ervaring. En die moet je begeleiden, zoals je een speler begeleidt die voor het eerst het veld op gaat.

Dus collega's, wees als Ted: positief, nieuwsgierig, en altijd bereid om te leren. Leg uit, test, optimaliseer. En als het even niet lukt? "Be a goldfish". Vergeet het, probeer opnieuw, en blijf lachen. Multifocale contactlenzen zijn geen trucje; ze zijn een kans om mensen weer scherp te laten kijken, op alle afstanden én met vertrouwen.

En zoals Ted zou zeggen: Believe!