

Vorwort zur 2. Auflage

Nachdem die erste Auflage auf so viel positive Resonanz gestoßen ist, liegt hiermit die stark erweiterte Neuauflage der *Handferngläser* vor. Anregungen und kritische Kommentare zahlreicher Leser haben zu diesem vollständig überarbeiteten und aktualisierten Buch beigetragen, wofür der Autor zu tiefem Dank verpflichtet ist.

Auf vielfachen Wunsch wurde ein neues, einführendes Kapitel aufgenommen, das den Leser mit der Terminologie und der Funktion des Fernglases vertraut machen soll. Es trägt dazu bei, die *Handferngläser* zu einem eigenständigen Werk zu machen, das auch ohne Zuhilfenahme externer Literatur genutzt werden kann.

Die technischen Kapitel wurden an vielen Stellen überarbeitet, dabei Darstellungen vereinfacht und Inhalte homogenisiert. Wichtige Stichworte und mathematische Formeln sind nun farblich hervorgehoben, um dem Leser beim Blättern eine schnelle Orientierung zu erleichtern.

Ein zentrales Anliegen bleibt weiterhin, die enge Verknüpfung von Fernglastechnik und visueller Wahrnehmung herzustellen und dabei zu einer soliden Grundlage der visuellen Beobachtung zu gelangen, die es erlaubt, quantitative Aussagen zur Leistungsfähigkeit eines fernoptischen Instruments zu treffen. Der nächste Schritt ist dann, aus diesen Erkenntnissen Kapital zu schlagen und zu verstehen, welches Fernglas für welchen Einsatzzweck und Beobachter die ideale Lösung darstellen könnte.

In diese Auflage wurde ein reich illustrierter Praxisbericht von Gerhard Eller über seinen Fernglaseigenbau aufgenommen, der bei vielen Lesern auf Resonanz stoßen dürfte. Was letztere – im Gegensatz zum Autor – leider nicht erleben können, ist die erstaunliche Leistungsfähigkeit dieses Selbstbaus im praktischen Einsatz. Kaum eines der kommerziell vertriebenen Instrumente dürfte ähnlich nahtlos mit dem Auge des Beobachters harmonieren und dabei diese perfekte Illusion vermitteln, direkt in das Motiv einsteigen zu können.

In den vergangenen fünf Jahren gab es einiges an Bewegung auf dem Fernglasmarkt, das in dieser aktualisierten Auflage berücksichtigt ist. Unverändert bleibt der Anspruch der *Handferngläser*, auch einen kritischen Blick auf das Marktgeschehen zu werfen und zu analysieren, welche Trends den Bedürfnissen des anspruchsvollen Beobachters entgegenkommen und welche wohl vornehmlich von kommerziellen Interessen getrieben sind. Die Suche nach dem optimalen Fernglas der Zukunft hält an und wird auch nie enden, das Marketing allein wird jedoch nicht dazu befähigt sein, die entscheidenden Akzente zu setzen, die erforderlich sind, um sich diesem Ziel zu nähern.

Holger Merlitz,

Dresden, 12.08.2018