

MODISCHE HINGUCKER IM WELTKULTURERBE



Viel Raum, viel Licht und einheitliche Messestände: Die Location kam bei Ausstellern wie Besuchern gut an.

Es war wie ein Tanz in den Mai für Augenoptiker und Brillenträger: Viele von ihnen zog es am letzten April-Wochenende in den Hamburger Hafen, der auch in diesem Jahr zum Schauplatz der größten Brillenschau für Independent-Labels wurde. Auch wenn die Schiffsmesse inzwischen festen Boden unter dem Kiel hat, der Bezug zur Seefahrt ist geblieben. Als würdige Location erweist sich das ehemalige Hauptzollamt in der Speicherstadt – dem historischen Teil des Hamburger Hafens, der 2015 zum UNESCO Weltkulturerbe erklärt wurde. Bei viel Licht und Raum präsentierten sich 54 Labels aus ganz Europa.

Im Eingangsbereich bietet sich zunächst ein unerwarteter Anblick: Anstatt Brillen empfängt Hightech die Besucher. Die Weco Visionix GmbH stellt ihre auf Wellenfronttechnologie basierenden Innovationen vor. Da zeigt zunächst der VX 120 was er kann, das nach Unternehmensangaben neueste Instrument in der Augendiagnostik. „Das Gerät liefert innerhalb von kürzester Zeit in einem Messdurchgang ein exaktes und vollständiges Bild von beiden Augen“, erläutert Silvia Pohl, Augenoptikerin und Verkaufsberaterin. Es kombiniert dabei die automatischen Messungen Refraktion, Keratometrie, Aberrometrie, Topografie, Pupillometrie, Tonometrie und Vorderkammer-Analyse. Ein Gerät für das Ladengeschäft ist der VX 40, der eine automatisierte Glas- oder Brillenvermessung inklusive Glastypenerkennung ermöglicht. Feinschliff direkt am Point of Sale erledigt das Schleifsystem Briot Attitude. Es zeichnet sich durch



Nicolas Wargenau, Verkaufsberater, und Silvia Pohl, Augenoptikerin und Verkaufsberaterin von Weco Visionix, präsentieren technische Innovationen auch für den Verkaufsraum.



eine geringe Geräuschentwicklung des neuen Motors aus. So können Optiker ihr Know-how direkt im Verkaufsraum vorführen, die besonderen Funktionen der Brillengläser erklären und die Kunden auf diese Weise in den Fertigungsprozess ihrer Brillen einbeziehen. Mit seiner schnittigen Form wurde es für eine platzsparende Aufstellung entwickelt. „Die Messe lässt sich gut an und wir freuen uns sehr darüber, dass wir als Gerätehersteller mit dabei sind“, sagt Silvia Pohl. (www.weco-instruments.de)

Optimierte Licht- und Raumsituation

Wer den Flur der Technologien durchschritten hat, steht im „Ausguck am Dock“, dem lichtdurchfluteten Erdgeschossbereich der Messe. Menschen, viele bereits mit Schmuckstücken auf den Nasen, beugen sich über Displays mit den Neuheiten, die auf den schlicht-edlen, einheitlichen Tischen gut zur Geltung kommen. Wie bereits im letzten Jahr erweist sich der Wechsel der Location als vorteilhaft. 2015 zog die Messe vom Schiff in das ehemalige Hauptzollamt in der Speicherstadt um. „Damit sind wir die wohl einzige Messe, die mitten in einem UNESCO-Weltkulturerbe stattfindet“, betont Wolfgang Kampf vom Hamburger Brillenkontor, zusammen mit Christian Eydam Initiator der Optikerschau. Das historische Backsteingebäude am Zollkanal schrieb Handelsgeschichte; hier wurden einst Tee, Gewürze, Kaffee und Tabak aus aller Welt kontrolliert. Mit seinen hohen Decken und der bodentief verglasten Front zum Fleet hin ist es ideal für die Aussteller. „Das Schiff war ein markanter Anziehungspunkt und kam bei den Besuchern gut an, doch es gab einige Unwägbarkeiten“, resümiert Kampf. „Die Licht- und Raumsituation ist für Aussteller hier deutlich vorteilhafter, und auch die Atmosphäre wird sehr positiv bewertet.“



Andreas Pokojski und Mirjam Rösch von Hoya demonstrieren den Vision Simulator.



Am ersten Stand im Erdgeschoss wartet zunächst eine weitere technologische Innovation: Hoya stellt seinen per App gesteuerten Vision Simulator vor. Brillengläser vor dem Kauf erlebbar machen, lautet das Credo. Die Virtual Reality-Brille präsentiert Brillenglasdesigns mit den individuellen Glasstärken und Trageparametern der Kunden. Diese können sich beim Blick durch das Headset per 3D-Simulation schon vor dem Kauf davon überzeugen, wie sich ihr Sehen mit unterschiedlichen Designs und Veredelungen der Gläser verbessert. „Als einziger Glashandelskonzern auf der Messe konzentrieren wir uns dieses Mal auf die Präsentation des Tools“, sagt Marketingleiterin Mirjam Rösch. „Heute am zweiten Tag ist noch mehr los als gestern und es kommt soweit gut an.“ (www.hoya.de)

Eine Steinbrille als Leichtgewicht

Ein paar Stände weiter fallen ungewöhnliche Brillengestelle ins Auge. Das junge Schweizer Label EinSTOFFen hat neben Holzbrillen mit Acetatbügel auch Steinbrillen im Portfolio, die sogenannten „Rock-n-Rollas“. Echter Schiefer oder Quarzit auf der Nase, und trotzdem ist die Brille ganz leicht. Das Geheimnis ist die Grundkonstruktion. Sie besteht genauso wie bei den Holzmodellen aus vielen querlaminierten Schichten FSC-Edelholz. Darauf wird beim Finish eine feine



Steinbrillen und Holzbrillen: Nancy Schindler und Oliver Schröder von einSTOFFen setzen auf natürliche Materialien.

Steinschicht geleimt, die der Brille ihre besondere Optik verleiht. „Uns liegt sehr viel daran, dass wir auf dieser Messe vertreten sind“, lautet das Fazit von Nancy Schindler, Vertriebsleitung Deutschland. „Wir haben schon einige interessante Kontakte knüpfen können. Die Atmosphäre hier ist klasse.“ (www.einstoffen.ch)



Auf den Trend zum Werkstoff Holz und Nachhaltigkeit setzt man auch bei Van Haaf. Zu jeder der modischen Brillen aus Eiche, Nussbaum oder Buche gibt es eine Pflegepasta für das Holzgestell ▶





Naturprodukte, Nachhaltigkeit und soziales Engagement: Marcel Haaf und Julia Bürklin von Van Haaf.

sowie ein Brillenetui aus Leinen, beides handgemacht. Die Etuis werden bei der Lebenshilfe Haßfurt von Menschen mit Behinderung gefertigt. „Wir sind zum ersten Mal hier auf der Schiffsmesse und ganz beeindruckt von der Location“, sagt Augenoptikermeisterin Julia Bürklin. Zusammen mit Geschäftsinhaber Marcel Haaf vertritt sie den Drei-Personen-Betrieb. „Besonders gut gefallen uns die einheitlichen Tische. Da stehen die Produkte ganz im Mittelpunkt und lassen sich schön präsentieren.“ (www.van-haaf.de)



Handarbeit gibt es auch am Stand der Manufaktur Sehen aus Lüneburg von Inhaber Peter Resch. Die exklusiven Brillen aus Carbon werden nach individuellem Kundenwunsch hergestellt. Das besonders stabile und leichte Material erhöht den Tragekomfort. „Bei uns kann der Kunde selbst kreativ werden“, erklärt Augenoptikerin Ute Glaser. „Auch das patentierte, schraubenlose Scharnier wird dabei zum Designelement.“ (www.manufaktur-sehen.de)



Newcomer im „Sehgang“

Neu auf der Schiffsmesse ist ein eigener Bereich für Newcomer-Brands. Der „Sehgang am Oberdeck“ im ersten Stock verströmt die Gemütlichkeit eines inhabergeführten Geschäfts mit edlem Parkett und einer kleinen Getränkebar. Elf Aussteller haben hier genügend Platz gefunden, auf den Tischen liegt Buntes und Besonderes. Neben Baumwollzweigen begrüßt Alexander Kauroff, Sales Manager der avatar Merchandising GmbH, seine interessierten Gäste. Es hat seinen Grund, dass die Pflanze den Messestand zierte: Die Agentur für Mode- und Werbeartikel vertreibt unter anderem das italienische Label WeWood, das seit Neuestem neben Uhren auch Brillen aus Holzfaser und Bio-Baumwolle herstellt, leichtgewichtige Modelle mit Werten zwischen 30 und 40 Gramm. Der Faktor Nachhaltigkeit wird durch eine Aktion unterstrichen: In Kooperation mit der Naturschutzorganisation American Forest wird für jede gekaufte Brille ein Baum gepflanzt – ähnlich wie bereits bei den WeWood-Uhren. (www.wewood.de)



Alexander Kauroff informiert über Brillen mit Bio-Baumwolle von WeWood.

Am Stand von al dente zieht eine patentierte Verglasungstechnologie die Blicke auf sich: Das „Easy Block-System“ des neuen Labels EBlock Italia funktioniert mit einem kleinen Schlüssel und einem Zwischenstück. Die spezielle Kombination ermöglicht dem Optiker ein präzises, sicheres und schnelles Befestigen der Gläser. „Das Verschlussystem kommt ohne Feder aus, die ermüden könnte“, erklärt Repräsentant Tim Lenger, der es direkt am Stand vorführt. Die Firma ist zum ersten Mal auf der Messe. „Es hat uns schon viel an Aufmerksamkeit gebracht, das Interesse der Gäste ist groß“, lautet seine Einschätzung am Morgen des zweiten Tages. (www.al-dente-brillen.de)



Aus Rathenow, der Stadt der Optik im Havelland, kommen die handgefertigten Titanbrillen von Grafix, dem Label der MOM GmbH. Das Unternehmen setzt sowohl Alpha- als auch Beta-Titan für die Fassungen ein. Dem Werkstoff angepasste Bearbeitungsverfahren wie Laserstrahlschneiden, Schweißen unter Schutzgas statt Löten und das universelle Gleitschleifen sichern die hohe Produktqualität. Die Modelle sind in zahlreichen Farben von schlicht bis kräftig erhältlich. (www.grafix-eyewear.de)



Die Titanbrillen von Grafix gibt es in vielen Farben. Sales Manager Olaf Winkelvos setzt heute selbst einen blauen Kontrast.



Mitveranstalter Christian Eydam und Dietmar Kleis von Hamburg Eyewear zeigen unter anderem Modelle, die eigens für die Schiffsmesse entwickelt wurden.



Hans-Peter und Peter von Spectacular Eyewear haben neben poppigen Brillen auch schicke Retro-Etuis mitgebracht.

Auch die Veranstalter der Schiffsmesse sind im Raum der Newcomer anzutreffen. Wolfgang Kampf und Christian Eydam sind mit ihrem bereits 2005 gegründeten Label Hamburg Eyewear vertreten, zu dem als dritter Geschäftsführer Dietmar Kleis gehört. Extra für die Messe haben sie drei neue Modelle entwickelt. Wie gewohnt zeichnen sich die hochwertig verarbeiteten Acetat- und Titanbrillen durch hanseatisches Understatement aus, die typisch nordische Zurückhaltung. Man verzichtet auf unnötigen Schnickschnack und ein protziges Label am Bügel, setzt bei den Kollektionen wie „Heimathafen“ auf Stil und Qualität. (www.hamburg-eyewear.de)

Eine musikalische Ecke

Stilisierte Gitarrenhälse als Brillenbügel, Putztücher im Design von Langspielplatten und Retro-Etuis in poppigen Farben: Am Stand von Spectacular Eyewear fühlt man sich in einen Plattenladen der 1980er Jahre versetzt. Aber natürlich dreht sich hier alles um Brillen und Zubehör. Der Niederländer Peter D. Lippens und Kollege Hans-Peter – beide bevorzugen die Ansprache mit Vornamen – vertreten das französische Brillen-Label „Vinyl Factory“. Sie haben viele neue Modelle mitgebracht, die wie

gewohnt die Namen berühmter Musiker tragen. Bei der Kollektion für Erwachsene und Kinder geht es um Musik und das damit verbundene Lebensgefühl. Angesprochen fühlen sich damit im Grunde alle Menschen, findet Hans-Peter. „Jeder liebt doch auf irgendeine Weise Musik, ob es Pop ist oder klassisch oder eine andere Richtung. Jeder hört gern Musik und so kann auch jeder bei uns etwas finden.“ (www.vinylfactory.fr)



Ein berühmter Musiker prägt auch die Trend-Kollektion von Karavan & Co. am Messestand gleich neben den Niederländern. „John Lennon“ ist hier präsent. Angelehnt an die berühmte, kreisrunde Brille, die der Beatles-Sänger und Gitarrist trug, wurde die Kollektion entworfen. Sie geht dabei über die runde Form hinaus und bringt Variationen wie Pantos oder Oval, behält dabei jedoch den John-Lennon-Stil bei. Dazu gibt es für die Augenoptikergeschäfte Kommunikationsmaterial wie Rollbilder und Riesenposter, eines davon speziell für John-Lennon-Fans in limitierter Auflage. „Um diese Kollektion, die wir 2015 herausgebracht haben, gibt es einen regelrechten Hype. Sie ist derzeit ganz klar unser Aushängeschild“, stellt Bettina Harms fest,



John Lennon als Aus hängeschild: Bettina Harms (links) und Gabriele Firchau von Karavan & Co.

Gebietsleiterin des Traditionsunternehmens, das schon seit 1966 am Markt ist. Auf der Messe gefällt es ihr und Kollegin Gabriele Firchau. „Wir konnten schon viele Kontakte knüpfen und es ist eine sehr schöne, persönliche Stimmung in diesen Räumen.“ (www.karavanproduction.com)

Text und Fotos:
Christine Lendl

