

OPTI 2009



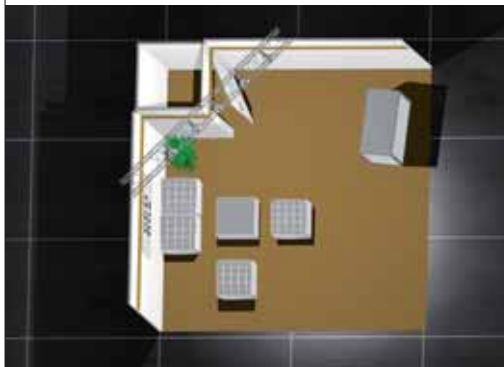
# opti-Mismus

Die opti '09 steht in den Startlöchern: Vom 23. bis 25. Januar 2009 versammelt sich die Augenoptikerbranche auf dem Münchner Messegelände, um das Geschäftsjahr 2009 einzuläuten. Und noch nie war opti-Mismus so wichtig wie in diesem Jahr



**W** Die Frage „Geh ich oder geh ich nicht?“ gibt es so lange wie es Optik-Fachmessen gibt. Man kann sie sachlich-positiv beantworten („der Messebesuch kostet mich nicht mehr als das, was ich einem Kunden für eine einzige gute Brille berechne“); man kann aber auch eine geschäftliche („ich kann unmöglich an diesem Samstag den Laden oder den Gehilfen alleine lassen“) oder eine private Ausrede finden („an diesem Wochenende hat doch Tante Helene Geburtstag“). Engagierte Augenoptik-Unternehmer geben sich selbst eine unternehmerische Antwort: „Wenigstens einmal im Jahr sollte man einen Überblick über das Gesamtangebot der Branche bekommen“. Und das ist die eigentlich beste Antwort; für diese Besucher wird eine Messe gemacht.

Der Messeveranstalter GHM, der die opti vom 23. bis 25. Januar 2009 zum zweiten Mal ausrichtet, hat jedenfalls eine Menge Aufwand betrieben, um sie zu einem Branchentreffpunkt zu machen, der weit über das reine Zeigen und Kaufen von Ware hinausgeht, auch wenn die über 400 Aussteller natürlich hoffen, dass am Ende nicht nur das Image, sondern auch die Kasse stimmt. Die opti 2009 wird aber auch unter einem besonderen Stern stehen: Genau 50 Jahre ist es her, dass der französische Ingenieur Bernard Maitenaz 1959 das erste Gleitsichtglas der Welt entwickelte. Zu einer Zeit, als Franklin-Gläser mit sichtbarer Trennlinie zwischen Nah- und Fernbereich für Presbyope in aller Welt noch augenoptischer Standard waren, war „Varilux“ ein technologischer Quantensprung. Fast vergessen ist, dass es eine ganze Menge Sturheit und Weitblick brauchte, um dieser Technologie zum Durchbruch zu verhelfen, denn ein Brillenglas, das nicht über seine gesamte



## IM BLICK: DIE OPTI-BOX

Vor einigen Monaten hat EYEBizz unter den Start-Ups der Branche eine so genannte „opti-BOX“ ausgelobt. Das ist ein fertiger Messestand, auf dem sich junge Unternehmen erstmals einem großen Publikum präsentieren können. Vier dieser Unternehmen haben sich beworben; eines davon, die Firma „Lichtbändiger“, wurde von der Redaktion ausgewählt. Aber auch die drei anderen Bewerber haben interessante Konzepte, die sie auf der opti '09 erstmals vorstellen werden.





**SUNCLIPIES**

Die Sunclipies der gleichnamigen Firma sind zuzusagen die Minimal-Lösung in Sachen Sonnen-Vorhänger: Sie werden nach Muster oder Foto direkt auf die jeweilige Brille zugeschnitten und können dann mit zwei kleinen, integrierten „Nasen“ an die Brille geclipst werden. Da sie auch in diversen Modifarben lieferbar sind, sind sie nicht nur dem Sonnenschutz, sondern auch zu kurzfristigen Individualisierung (je)der Brille gedacht. Neben Putztüchern und Etuis ein feines Accessoire, das gleich beim Brillenkauf mit angeboten werden kann.  
[www.Sunclipies.de](http://www.Sunclipies.de) | **Halle C1, Stand 215a**

Fläche optimale optische Abbildungseigenschaften hat, schien den meisten Experten jener Zeit ein Unding ohne Zukunft.

Auch wenn zwischen dem „Varilux 1“ und den individualisierten Gleitsichtgläsern von heute ähnliche Distanzen liegen wie zwischen einem VW Käfer und dem aktuellen VW Golf, hat dieses Produkt die moderne Augenoptik überhaupt erst möglich gemacht und war damit für die Branche mindestens ebenso wichtig wie der gedankliche und formale Sprung von der Sehprothese zur Brillenmode. Auf der opti wird der aktuellste Stand der Gleitsichtglas-Technologie bei zahlreichen Herstellern zu sehen sein. Im Bereich Brillenfassungen und Sonnenbrillen sind ein paar von den großen Ausstellern wie Allison, Marchon und De Rigo auf die opti zurückgekehrt, weil sie die Bedeutung des Markt- und Messeplatzes Deutschland erkannt haben. Andere wollen der opti auch weiterhin fernbleiben; speziell die „großen Italiener“ suchen ihr Heil auch weiterhin eher in der Beschränkung auf die Mailänder MIDO. Ob das eine gute Entscheidung ist und ob es mittelfristig genügt, auf die Zugkraft bekannter Markenamen zu setzen, bleibt abzuwarten. Wie in den vergangenen Monaten zu sehen war, bewegen sich Märkte gerade in Krisenzeiten oft schneller und unvorhersehbarer als tatsächliche und vermeintliche Experten in Ruhezeiten glaubten.

Nicht zu vergessen sind in diesem Zusammenhang auch die vielen kleinen und besonders kreativen Unternehmen der Branche, deren Angebot man oft nur auf Messen zu sehen bekommt: Sie können sich nicht auf bekannte Namen verlassen und unterhalten oft nicht einmal einen eigenen Außendienst. Um diesen Unternehmen eine adäquate Bühne anzubieten, hat die opti-Messeleitung erstmals die YES!-Halle (Young Eye Styles) nach dem Vorbild ande-



**CSAWA GMBH**

Johanna Holldack hat sich eines verbreiteten Problems angenommen, das viele Brillenträger kennen: Wo ist die Brille? Als Alternative zur Brillenkette hat sie den magnetischen „Click-Holder“ entwickelt, der jede Brille festhält. Denn Brillen haben nach ihrer Ansicht etwas Besseres verdient als am Kettchen auf der Brust zu ankern. Eine bessere Lösung hat nach ihrer Ansicht genial einfach zu sein und zugleich einfach nur praktisch: Weg mit der Brille. Her mit der Brille. Ohne Einschränkung, ohne Behinderung und ohne ständiges Suchen. Der „Click-Holder“ trägt einem die Brille zwar nicht hinterher. Er trägt sie dafür stolz vorne weg.

[www.csawa.de](http://www.csawa.de) | **Halle C4, Stand 413**







rer Messen eingerichtet: Hier sollen und können sich die ausgewiesene Designer-Firmen so darstellen, wie es ihrem Selbstverständnis entspricht, ohne neben und zwischen den „Großen“ unterzugehen. In dieser Halle ist auch die Start Up-Arena mit den „Opti-Boxen“ untergebracht, um neuen Ausstellern die Möglichkeit zu eröffnen, sich und ihr Angebot zu einem attraktiven Preis erstmals auf einer Messe zu präsentieren. Eine dieser Boxen hat EYEBizz gesponsert; der glückliche Gewinner ist die kleine Firma „Lichtbändiger“ aus Eschweiler, die mit ihren „Brillentattoos“ Dinge anstellt, die technisch bis vor kurzem noch unmöglich schienen. Aber auch die anderen Bewerber um die EYEBizz-Box haben Sehenswertes zu bieten (siehe Kasten)

**Ein weiterer Messe-Schwerpunkt** werden die Bereiche „Kinderbrille“ und „Sportoptik“ sein. So unterschiedlich die Produkte sind, so verbindend ist der „Stiefkind-Status“, den diese beiden Produktgruppen in vielen Augenoptikerbetrieben einnehmen, wo sie entweder gar nicht oder nur als Alibi-Angebot vorhanden sind. Denn es genügt tatsächlich nicht, nur ein paar Brillen in Vitrinen und Schaufenster zu legen und auf Kundschaft zu warten. Man muss sicher keinen speziellen Kinder- oder Sportbrillenladen eröffnen, um in diesen Segmenten erfolgreich zu sein. Die opti wird aber zeigen, dass und wie man solche Nischen proaktiv vermarktet. Und dass weder „von allem ein bisschen, aber nichts richtig“ noch Krisengerade ein Unternehmenskonzept ist, mit dem tausende von inhabergeführten Betrieben weiterhin überleben könnten, sondern nur aktive Gestaltung der eigenen Unternehmenszukunft – beispielsweise durch Messebesuche. Denn schlussendlich ist es nicht anders als bei einer Bundestagswahl: Wer sich nicht beteiligt hat, kann später auch nicht mitreden. ■ [www.opti-munich.com](http://www.opti-munich.com)



**LICHTBÄNDIGER**

Ruth Joura und Thomas Froitzheim sind ein junges innovatives Duo mit langjähriger Erfahrung in der Augenoptik. Die beiden Tüftler haben ein neuartiges Laserverfahren zur Brillenglasbearbeitung entwickelt. Durch die Verbindung von kreativem Design, neuer Technik und klassischem Handwerk entstehen ihre „Brillentattoos“. Brillendesigns, die man so noch nie gesehen hat. Bilder oder Schrift zieren die Brillengläser; Elemente wie Flügel oder springende Delfine ragen plastisch aus ihnen heraus. Außerdem bestechen die Kreationen durch extravagante Formen und filigrane Gravuren. Natürlich nicht nur in Serie, sondern auch als Einzelstück nach Kundenwunsch. [www.lichtbaendiger.de](http://www.lichtbaendiger.de)  
**Halle C4, Stand 312**



**ROLAND WOLF KG**

Nach einigen Jahren im Brillenvertrieb wagten sich Roland Wolf und Marija Ilijazovic an die Herstellung eigener und ganz besonderer Brillenfassungen. Ungewöhnlich ist die Materialwahl: Die 20 Modelle ihrer in Tirol handgefertigten „Rolf“-Kollektion bestehen aus nichts anderem als sorgfältig ausgewähltem Holz, das über Jahre eine einmalige Struktur entwickelt hat und aus jeder Brille ein Unikat macht. Durch eine neue Fertigungstechnik sind auch stark gewölbte Brillenfronten möglich. Jedes Modell ist in vier Farben lieferbar. [www.rolf-spectacles.com](http://www.rolf-spectacles.com) | **Halle 4, Stand 310**

