

Wenn deine Brillenkollektion zum Statement wird



WIE DEINE KOLLEKTION DEIN GESCHÄFT UNVERWECHSELBAR MACHT
UND DIE RICHTIGEN KUNDEN ANZIEHT

Ein Wegweiser zur erfolgreichen Neupositionierung, Teil 6

Im sechsten und letzten Teil dieser Serie geht es endlich ganz konkret um die Zusammenstellung deiner Brillenkollektion. Inzwischen sollte dir klar sein: Hohe Fachkompetenz und „schöne Brillen“ allein reichen nicht mehr aus, um langfristig relevant zu bleiben.



Inspiration für „Landblick, Feines Brillenhaus“:
Schöttinger in Landau

■ Ich gehe davon aus, dass du weißt, welche Kunden du in Zukunft sowohl im Geschäft als auch digital ansprechen möchtest - um ihnen genau das anzubieten, was perfekt zu ihren Lebensumständen, ihrem Stil und ihren Ansprüchen passt.

Natürlich willst du keinen Türsteher installieren, der nur „erwünschte“ Kunden durchlässt. Aber deine Brillenkollektion richtest du eben ganz an diesen Wunschkunden aus.

Damit wird die Auswahl deiner Brands viel einfacher als früher. Sie wird dein Geschäft im Laufe der Zeit immer mehr prägen und von der Konkurrenz unterscheiden. Übrigens: Ich bin kein dogmatischer „Gegner“ von Lizenzmarken. Es gibt Positionierungen, bei denen ein Mix sinnvoll ist. Aber mit möglichst vielen Independent Brands wird dein Profil einfach viel schärfer.

Independent Eyewear ist kein Stil, sondern ein Prinzip. Quasi der Gegenentwurf zu den Lizenzprodukten der globalen Fashion- und Lifestylekonzerne. Hinter den Independent Brands steht eine hochdifferenzierte Szene mit vielfältiger Herkunft, Gestaltung, Produktion und Haltung.

Zur besseren Orientierung lassen sich vier Gruppen unterscheiden:

1. Große Independent Brands mit globaler Präsenz

Verbinden Tradition, hochwertiges Design, professionelles Marketing und starke Präsenz auch bei uns in Deutschland. Die umfangreichen und vielseitigen Kollektionen sind eine sichere Basis für ein Independent-Sortiment. **Beispiele:** Lunor, Andy Wolf, Etnia, Mykita, Götti und viele andere mehr; du kennst sie alle!

2. Mitteltgroße Label mit internationaler Strahlkraft

Klare Designsprache, viele verschiedene Stilrichtungen. Etabliert, starke Außenwirkung, oft sichtbare Präsenz der Inhaber/Designer. Können die Ausrichtung einer Kollektion prägen. **Beispiele:** theo, Garrett Leight, Hoffmann, J.F. Rey, Cutler & Gross.

3. „Boutiquemarken“ & Brillenmanufakturen

Mittlere und kleinere Brands, auch Newcomer, Manufakturproduktion (eigene Produktion oder enge Zusammenarbeit), geprägt durch die Persönlichkeit der Menschen dahinter. Meist inhabergeführt. Super als individuelle Highlights einer durchdachten Independent-Kollektion. **Beispiele:** Reiz, Lazare Studio, Jacques Durand, Funk, Suzy Glam.

4. Kreative & Fashion Independent Brands im mittleren Preissegment

Headquarter und Design oft in Europa, Produktion überwiegend in Fernost, viele Stilrichtungen. **Beispiele:** Kaleos, Bloomdale, Kreuzbergkinder, Moscot, Albert I'm Stein.

Es gibt unzählige Möglichkeiten aus den weit über 200 Independent Brands, die du auf deutschen und europäischen Messen einkaufen kannst, um „deine“ Kollektion zusammenzustellen. Alle genannten Brands



Inspiration für „Studio Eyewear“: Die Optik Lounge Augustin in Essen-Frohnau

können aber natürlich nur Beispiele sein und keine Empfehlungen.

Drei Geschäftstypen – drei völlig verschiedene Kollektionen

Zum Abschluss habe ich für dich drei konkrete Brillenkollektionen für unterschiedliche Konzepte zusammengestellt – die sicher in vielen Orten realistisch wären.



„Landblick“

Feines Brillenhaus in der Kleinstadt in Nachbarschaft zu einem Filialisten.

Stilvoll und persönlich geführt. Reduziertes Raumkonzept, Fokus auf Qualität, Nachhaltigkeit, persönliche Begegnungen. Die Kollektion verbindet natürliche Materialien, faire Produktion und hochwertiges Design.

Mögliche Brands: Rolf, Kador, Sea2See, Dick Moby, Markus T., HUG.



„Studio Eyewear“

Urbanes Konzept für mittlere und große Städte. Inspiration, Lifestyle und Service für Menschen, die designorientiert sind und viel rumkommen. Kosmopolitisch. Klare Markenbotschaft. Hoher ästhetischer Anspruch.

Mögliche Brands: Veronika Wildgruber, Ahlem, Vava, Nirvan Javan, Yuichi Toyama, Klenze und Baum, Oliver Goldsmith.

GOOD LOOK

„GOOD LOOK“

Stil, Design und Qualität für viele verschiedene Standorte. Für Menschen

mit Sinn für gutes, individuelles Design und Budgetbewusstsein. Progressive und dezente Marken mit klarer Handschrift und internationalen Einflüssen.

Mögliche Marken: Odettes Lunettes, Le Parc, Stepper, Peter & May, Pagani, Grafix.

Möchtest du zukünftig ein gutes Geschäft führen – oder ein einzigartiges? Du musst nicht jede Marke kennen, nicht jeden Stil abbilden. Aber du brauchst Klarheit darüber, was zu dir passt – und wer bei dir einkaufen soll. Deine persönliche Vision, deine Kundinnen und Kunden, dein Sortiment. Die Independent-Szene bietet Spielraum, um ein Geschäft zu gestalten, das wie ein Maßanzug zu deinem Standort und deiner Persönlichkeit passt – ohne (oder mit wenigen) Lizenzmarken, weit weg vom Mainstream, mit Stil, Substanz und Zukunft. Du wirst nicht jedem gefallen. Aber die Richtigen werden dich finden.

Wenn du wissen willst, welche Kombination aus Wunschkunden und Marken für dich sinnvoll ist: Dann lass uns reden. III

KARIN STEHR - TRUE EYEWEAR

Unabhängige Augenoptiker auf ihrem Weg zur eigenen Marke zu begleiten – das ist Karin Stehrs Mission. Mit 33 Jahren Erfahrung als erfolgreiche Augenoptik-Unternehmerin bringt sie tiefes Branchenwissen mit. Ihre kreative Natur kombiniert sie mit einem scharfen Sinn für Strategie, den sie ihrem vielseitigen beruflichen Werdegang verdankt: von der Spedition über den internationalen Handel bis hin zur Ausbildung als Werbetexterin. Ihre große Leidenschaft gilt den Independent Eyewear Brands – für sie die perfekte Grundlage, um einzigartige Geschäftskonzepte zu schaffen und den Mainstream hinter sich zu lassen.

karin.stehr@true-eyewear.de • +49 (0)176 48 37 54 63 • www.true-eyewear.de

