

LOVE STORIES

Text: Angela Mrositzki und Christian Schmid



Unsere Mini-Endverbraucher-Serie „Brillenträgerprofile“ begann mit Kurzportraits von Nerd-Brillenträgern (OPTIC+VISION Edition 2-2012). In dieser Creative-Edition bringen wir die Fortsetzung. Spannende Geschichte! Allen Optikern und insbesondere deren Kunden, die sich spontan als Testimonials zur Verfügung stellten, sei an dieser Stelle herzlich gedankt. Unterwegs waren OPTIC+VISION Redaktionsleiterin Angela Mrositzki und Endverbraucherreporter Christian Schmid in Köln und Berlin. Ein Hersteller war so fit, und hat Interviews und Fotos selbst ausgeführt.

Mehr als einmal fiel der Satz: „Ich ziehe meine Brille an.“ Nicht, ich setze sie auf! Als steigere sich mit jedem Brillenkauf die Sensibilität des Brillenträgers (nicht zuletzt auch Ihr Verdienst, liebe OptikerInnen). Aber heißt das nicht so viel wie, die Brille steht dem Verbraucher emotional nahe. Ist Kleidung. Accessoire. Mode. Design. Und ja, natürlich, auch und vor allem eine qualitativ hochwertige Sehkorrektur. Letzteres setzen die Kunden schlichtweg voraus.



Foto: Claudia Weber-Höller

Claudia Weber-Höller: Dipl.-Designerin, stammt aus Wuppertal; trägt nicht nur Brille, konzipiert für ihren Optiker auch dessen neuen Internetauftritt

Claudia Weber-Höller hat Tempo drauf! Kaum haben wir uns zum Interview bei ihrem Optiker Augenweide (Köln) hingesezt, legt sie los. Und das, obwohl sie Tags zuvor mit ihrem Rennrad gestürzt ist. Spontaner Eindruck: Claudia ist supersportlich. Dynamisch. Beweglich. Informiert. Immer online. Mit einem Auge immer bei der nächsten Message auf ihrem I-phone. Die Dipl.-Designerin versprüht reichlich kreatives Adrenalin. Aufgesaugt hat sie es als Art- und Creativ Director in internationalen Werbeagenturen. Bis sie die Agenturszene leid war. Und der Wunsch nach Unabhängigkeit und mehr Lebensqualität zu stark.

Anfang der 1990er Jahre machte sie sich selbstständig: Marketing, Werbung, Grafikdesign. Mit dem besonderen Fokus aufs Internet. „In einer Männerdomäne war ich so ein bisschen die Eier legende Wollmichsau, weil ich klassisches Werbeknowhow auf ein neues Medium übertrug. Aber Online-Marketing ist etwas unglaublich Spannendes. Damit wären wir auch direkt bei meinem Optiker Augenweide.“ Früher kaufte sie hier ihre Sonnenbrillen. Vor einem Jahr die erste Korrekturfassung. Wie es dazu kam? „Mein Freund teilte mir via Facebook mit, dass er sich gerade eine Brille besorge.“ Sie treffen sich, das Geschäft liegt gleich bei ihr um die Ecke. „Während ich wartete, dachte ich, eigentlich bräuchtest du auch eine neue Brille. Ich habe mich umgeschaut und die erste, die mir spontan gefiel, war das Modell Mica von Götti. Ich liebe diese Brille!“

Beim Sport trägt sie Gleitsichtkontaktlinsen, auf dem Rennrad zudem ihre Sportsonnenbrille. „Ansonsten trage ich fast ausschließlich diese Brille, fühle mich total wohl



Diese Brille ist mir sozusagen ins Gesicht geglitten und da sitzen geblieben.



mit ihr.“ Noch nie wurde sie von wildfremden Leuten so oft angesprochen: „Coole Brille!“ Es sei immer der gleiche Ausruf! Die Marke kannte sie vorher nicht. Sie steht auch nicht auf Marken. Außer, sie macht eine gute Erfahrung, dann bleibt sie dieser Marke treu. „Mir muss ein Produkt gefallen. Es muss gut sein. Auch wenn das Gute meistens etwas teurer ist. Diese Brille ist mir sozusagen ins Gesicht geglitten und da sitzen geblieben. Ich dachte nur: Whow, was ist das!“ (lacht) Sie nennt es den „Sympathieeffekt“: „Ich merke, das ist meine! Das ist eine Götti“, sagt sie jetzt jedem, der fragt. Online hat sie nachgeschaut, wer und was hinter dem Namen steckt. „Mich interessieren die Menschen hinter einem Produkt. Den Designer finde ich supersympathisch. Auch ihren Blog, die Videos finde ich gut. Da ist das Handwerkliche zu sehen, der Entwurfsprozess. Dies offen zu zeigen verstärkt für mich als Kundin den Sympathiewert.“

Stefanie Weise Die gebürtige Berlinerin meldet sich über Skype aus der Hauptstadt. Von Beruf ist sie Augenoptikerin. Aber als Optikerin ist sie ebenso Endverbraucherin. Ihre Brille, das zeigen die Fotos, harmoniert gut mit ihrem Gesicht, dem Tiefblau ihrer Augenfarbe, den dunklen Haaren. „Eine Götti, die vierte in Folge“, sagt sie. Weil sie gut zu ihrem Gesicht passe und sie Design und Machart überzeugten. Klare, schnörkellose Linien, in Form und Farbe eher Understatement. Brille ist ja nun ihr täglich Brot. Geht man anders als der Normalkunde an die Auswahl, wenn man Optikerin ist? „Jede neue Brille ist immer wieder etwas Besonderes. Ich freue mich auf die Veränderung. Aber je länger ich mit Brillen zu tun habe, wird es ein bisschen schwieriger.“ Mode

Foto: Stefanie Weise



Gefällt ihre Arbeit als Optikerin: Stefanie Weise ist seit 12 Jahren bei der Brillenwerkstatt in Berlin-Kreuzberg beschäftigt

und Trends behält sie im Auge: Die Kunden möchten beraten werden und wissen, was gerade en Vogue ist. Selbst wenn Modeeinflüsse für den Kaufentscheid nur eine untergeordnete Rolle spielen. Denn am Ende wird es immer die, die am besten passt, die dem Kunden gefällt und mit der er sich wohlfühlt. „Sonst setzt er sie nachher nicht auf. Das ging mir nicht anders.“

Ihre Brillen fielen den Kunden auf, seien Gesprächsthema bei der Beratung. Und was sagen die Kollegen zu ihrer Wahl? Fragt sie sie? „Natürlich, die müssen mich ja jeden Tag angucken. Ihre Meinung ist mir schon wichtig, aber die stimmt meistens mit meiner überein.“ Ihre Erfahrung mit Marken? „Es gibt Kunden, die entscheiden sich immer wieder für die eine Marke. Aber die Mehrheit ist offen für einen Wechsel. Die urteilt, ob ihnen die Ästhetik der Brille zusagt, ob sie schön ist.“ Wird nach Marken gefragt? Fifty, fifty. „Die meisten Kunden haben sich, bevor sie ins Geschäft kommen, bereits mit dem Thema Brille beschäftigt, häufig im Internet.“ Viele kämen auf Empfehlung. Die wissen, welche Marken das Geschäft führt, was ihnen gefallen könnte. Für eine Korrektionsbrille kämen sie auch mehrmals, bevor es zum Kauf kommt. „Erstaunlich, wie genau die Leute schauen, bevor sie eine Brille ausgesucht haben.“ So seien Kunde und Brillenkauf heute. Wohl informiert. Wohl überlegt. Wohl ausgesucht, resümiert Stefanie Weise.

Christina Schneider Sie liebt Sport in allen Variationen. Radfahren und Fitnessstudio bewegen sie unter der Arbeitswoche und in den Ferien geht es am



Foto: Christian Schmid

Brillenästhetik muss stimmen: Christina Schneider lebt in Ahrensfelde, Brandenburg und unterrichtet Mathematik und Physik

liebsten zum Wandern in die Berge. „Strandurlaube sind nicht so unsere Sache. Ich brauche Bewegung. Im September wollen wir die letzten dreihundert Kilometer des Jakobsweges mit dem Fahrrad fahren.“

Anfänglich trug sie nur eine Lesebrille. Das war aber im Berufsalltag schwierig. „Immer wenn ich ins Buch geschaut habe, musste ich die Brille aufsetzen, und wenn ich an die Tafel geschaut habe, wieder runternehmen.“ Aus diesem Grund entschied sie sich für eine Gleitsichtbrille. Ihr Berater bei Bursche Optik (Berlin) hatte ihr damals angekündigt, dass die Gewöhnung an die Brille zwei bis drei Wochen in Anspruch nehmen könnte. „Das war aber absolut nicht der Fall. Ich hatte sie auf der Nase und es war einfach meine Brille!“ Schön fand Christina auch, wie gut sich die Flair-Brille ihren Kopfbewegungen anpasste.

Die Marke spielte dabei keine Rolle. Eigentlich ist ihr nur bei den Brillengläsern der Hersteller wichtig. Da schwört sie auf Rodenstock. „Einmal bin ich mächtig auf die Nase gefallen. Ich brauchte eine Sonnenbrille und habe mir gedacht, na ja, eine Sonnenbrille setze ich nicht so häufig auf, da muss ich keine teuren Gläser nehmen. Also entschied ich mich für günstige Gläser. Ich kam damit aber überhaupt nicht zurecht und habe mir doch wieder Gläser von Rodenstock rein machen lassen.“

Beim Brillengestell zählt für Christina Schneider nur, ob es ihr ästhetisch gefällt. Sie weiß gar nicht genau, wie das Modell heißt, dass sie trägt. Sie hatte sich beim Kauf gerne beraten lassen. Wichtig war ihr vor allem,



Diese Brille hat nicht jeder und das finde ich gut so.



dass an der Brille „ein bisschen was dran“ ist. Und leicht und stabil sollte das Brillengestell sein, damit sie es auch beim Sport tragen kann. Ihr Fazit: „Bei einer Brille muss das Material und der Optiker stimmen!“

Sie lehnt sich über den Tisch und hält mir die Brille hin. „Diese Brille ist nagelneu. In der vergangenen Woche hatte ich meinen zweijährigen Enkel auf dem Arm. Mit einem Griff hat er sich die Brille geschnappt und sie ist im Hof auf die Steine gefallen. Eine Ecke war angesplittert. Sie wurde hier abgeschliffen. Man sieht nichts mehr davon, oder?“

Manuela Blutke Ihre Brille verdankt sie einer Stilberatung bei Bursche Optik. Eine Stylistin hatte ihr die Brille gezeigt und sie gefiel auf Anhieb. „Damals kannte ich die Marke Flair überhaupt nicht. Beim nächsten Mal würde ich mich aber auf jeden Fall wieder für eine Flair-Brille entscheiden.“ Manuela gefällt, dass die Brille „nach was aussieht und nicht altbacken daherkommt.“ Auch die Farbe war ein wichtiger Aspekt, was auch schon in der Stilberatung herausgearbeitet wurde.

Ob die Brille besondere Reaktionen hervorgerufen habe, interessiert mich. Sie sei auf jeden Fall regelmäßig darauf angesprochen worden. Einer Bekannten habe die Brille sogar so gut gefallen, dass sie sie prompt nachgekauft habe. „Diese Brille hat nicht jeder und das finde ich gut so.“ Wenn Manuela Klamotten kauft, ist sie anspruchsvoll. Marken spielen dann eine große Rolle. S. Oliver ist eine Marke, die in ihrem Kleiderschrank immer wieder auftaucht.

Foto: Christian Schmid



Manuela Blutke ist Berliner und Karnevalsjeck. Jedes Jahr verbringt sie einen Monat in Köln, um mit ihrem Karnevalsverein die Session zu feiern

Viel Zeit und Raum in ihrem Leben nimmt der Kölner Karnevalsverein „Düxer Clowns“ ein. Ich bin am Vortag aus Köln angereist und staune nicht schlecht, gerade in Berlin einen rheinischen Karnevalisten anzutreffen. „Ich bin die einzige Berliner in dem ganzen Verein.“

Wie kommt man dazu? „Die Rheinländer wissen einfach, wie man feiert. Das muss man erleben.“ Die Brille stört allerdings etwas, wenn man sie im Karnevalsverein schminkt. Da wäre es schon besser, Kontaktlinsen zu tragen. Sie zeigt mir ein Foto von sich auf ihrem Handy: Ein Clownsgesicht lacht in die Kamera. Dieses Jahr am 11.11. will sie es mal mit Kontaktlinsen versuchen.

Christiane Martin Sie arbeitet als Krankenschwester in einer großen Kölner Klinik und bildet sich derzeit zur Anästhesie- und Intensivschwester weiter. Ihre große Leidenschaft gehört der Fotografie. Deshalb studierte sie berufsbegleitend Fotodesign, „vielleicht als zweites Standbein, man weiß ja nie, was im Leben passiert“. Gerade war sie drei Monate in Costa Rica. Eine Auszeit. Die Suche nach anderen Horizonten. Denn mit der Zusatzausbildung beginnt auch ein neuer beruflicher Lebensabschnitt. Eindrucksvolle Bilder hat sie mitgebracht (zu sehen auf www.neunmaldreizehn.de). Keine Hochzeitsfotografie! „Ich bin da schon eher der künstlerisch-kreative Typ.“ Kein Zweifel! Die Brille steht ihr. „Brille ist ein Stilmittel. Ein Kleidungsstück, das wird morgens angezogen und abends

Foto: Angela Mrostitzi



Christiane Martin kommt aus dem Ruhrgebiet, lebt seit 5 Jahren in Köln; sie trägt eine Brille von Martin&Martin

vor dem Zubettgehen abgelegt. Sie darf ruhig auffallen, muss aber zu meinem Typ passen.“ Wie sie auf die Marke kam? Die hätte sie zufällig gesehen und dann im Internet recherchiert. Das Modell aber, das hätte sie allein für sich entdeckt. „Ich trage seit 10 Jahren Brille, bin auch modisch orientiert, mag es aber individuell. Auf Trendschaue ich nicht.“ Beim Material entschied sie sich diesmal für Kunststoff. „Ich find's einfach angenehm zu tragen.“ Trotzdem war da noch ein Funken Unsicherheit: Steht mir dieses Modell überhaupt? Der verflog erst in der Brillenwerkstatt von Jens Heinzerling (Kurz und Weit). „An dem Tag war schon Ladenschluss. Aber der Jens bat mich trotzdem rein. Wir probierten unterschiedliche Farbvarianten. Diese hätte ich im Leben nicht ausgewählt. Ich habe die Brille aufgesetzt und gedacht, ok, die ist es!“ Die Beratung sei wichtig gewesen, denn die eigene Vorstellung muss ja nicht die richtige sein. „Der Jens ist sehr kundenorientiert und hat mich ausprobieren lassen, hat auch selbst Vorschläge beziehungsweise Kritik angebracht. Ohne professionelle Beratung würde ich keine Brille kaufen. Dafür gibt es das Fachgeschäft.“

Was verbindest Du mit Marke? „Ist nicht meine Priorität. Meine Brille muss robust sein, die Qualität muss stimmen und natürlich das Preis-Leistungsverhältnis.“ Ihre Erfahrung hätte gezeigt, dass Qualität einen höheren Preis rechtfertigt. Wenn die Brille jeden Tag auf der Nase sitzt, sie mehrmals in die Hand genommen wird, sei der Unterschied zu merken. Sie hat mehrere Brillen, aber momentan ist Modell „Gisela“ ihr Liebling. Dass zudem die Marke identisch mit ihrem Nachnamen ist, das sei schon „ein Witz in Tüten!“. Wird sie



Rouven Van Dort: Lebt seit 12 Jahren in Köln. Er liebt Musik, hat früher selbst aufgelegt (House), produziert (Hip Hop) und in einer Band gesungen (Punk)

angesprochen „Du hast ja `ne neue Brille“, ist die Antwort: „Nein, das ist Gisela! Im Kollegenkreis fragen sie auch schon mal: Und wie geht's Gisela?“

Rouven Van Dort Der in Deutschland geborene Brite ist Unternehmensberater und für seinen Job europaweit unterwegs. Er ist eindeutig „brillenaffin“. Kuriosum: Seit seinem 15. Lebensjahr sammelt er alle ausrangierten Brillen. Als seien sie ein Stück seines „Ich“. „Inzwischen zwei Schuhkartons voll. Jede Brille gehört zu einer Epoche meines Lebens. Ich schmeiß sie nicht weg, weil sie alle noch funktionieren, selbst die Gläser. Aber aufsetzen würde ich sie nicht mehr.“

Und dann sagt er den poetisch angehauchten Satz: „Brille ist wie ein Bad! Sie ist ein Teil meines Körpers. Sie ist da. Ich brauche sie, bei minus 4 Dioptrien. Ohne Brille funktioniere ich nicht ...“ lacht er „... sie ist aber nicht unbedingt ein Fashionstatement, hat bei mir nicht bewusst etwas mit Mode zu tun. Sie muss nur gut aussehen. Oder besser, ich muss denken, das sieht gut aus – nicht andere Leute.“ Marke sei ihm total egal. Material und Farbe auch. Da ist er offen. Und warum diese Fassung? Das ging über den Optiker (Kurz und Weit, Köln). „Der Jens hat die Tür aufgemacht, er war nett. Und dann habe ich alles anprobiert, von weiblichen Fassungen in verschiedenen Farben bis zu Riesenbrillen. Aus Spaß.“ Brillenkauf als Spaßveranstaltung? „Ich bin sicher der untypische Mann, ich gehe auch gerne Schuhe kaufen. Und ich nehme mir Zeit die Sachen anzuprobieren, bis mir etwas gefällt. Für mich ist wichtig, dass die neue Brille immer anders ist als die



Sie fühlt sich einfach gut an, satt auf der Nase. Sie ist präsent. Sie ist da.



vorherige.“ Zuerst griff er nach einer Kunststoffbrille, die aussah als sei sie aus Holz. Es wurde dann die Nerdfassung von Martin&Martin, eine Empfehlung des Optikers. Er grinst: „Die liegt im Trend. Und sie steht mir! Ich habe sie mit verschiedenen Outfits anprobiert, Jeans, T-Shirt, auch mit meinem Anzug, um die Wirkung zu sehen. Darauf muss ich im Job achten. Vor allem muss ich mir selber treu bleiben: Das ich aussehe wie ich.“

Cool findet er den kleinen Laden mit ausgesuchten Marken. Ebenso, dass seine Brillenmarke aus Köln ist und die Brille „Handmade in Germany“ garantiert. Qualität eben. „Produkte, die hier designt und hergestellt werden. Local talents soll man unterstützen!“

Helge Hinrichs Vor gut zwei Wochen erlebte der Dipl. Wirtschaftsingenieur und SAP-Experte seine „Brillen-Initiation“. Bei seinem Optiker im Belgischen Viertel. Jetzt trägt er als erster Mensch weltweit eine Brillenneuheit – sozusagen aus dem Präsentationskoffer. Und das, weil man sich schon kennt. Ihn und Augenoptikermeister Jens Heinzerling verbindet ein gemeinsames Hobby: Wakeboarding. „Das ist Wasserskifahren auf einem Brett“, beschreibt es Helge. Eine Trendsportart. Beide betreiben sie intensiv. „Beim Wakeboarden ist viel Lifestyle mit dabei, genau wie bei der Brille! Natürlich braucht man sie als Korrektur. Aber sie gehört für mich auch zum Ausdruck von Persönlichkeit. Wo wir jetzt so nett plaudern: Mit dieser Fassung hatte ich anfangs etwas Angst vor meiner Wandlung.“ Vorher, sagt Helge, habe er eine kleine, eher unscheinbare



Helge Hinrichs, geboren in Mainz, zog 2008 für den Job nach Köln; er trägt eine Brillenneuheit (Acetat mit Metall kombiniert) von Martin&Martin

silberfarbene Brille getragen. Und dann jetzt dieses auffällige dominante „Vamp-Modell“...

Die Neue sollte schon auch sein neues Ich definieren. „Allerdings hatte ich auch Angst davor. Doch der Wunsch war stärker. Es war letztlich eine reine Bauchentscheidung, aber eine sehr gute. Ich fühle mich sauwahl mit ihr!“ Er sei mit der Brille, natürlich noch ohne Gläser, durch den Laden gelaufen, sei rausgegangen, um zu sehen, wie sie wirkt. Eigentlich habe er sie gar nicht mehr absetzen wollen. „Sie fühlte sich einfach gut an, satt auf der Nase. Sie war präsent. Sie war da. Dazu noch von einem Kölner Designer!“ Ein wenig Lokalpatriotismus sei schon angebracht. Nur kein Markenfetischismus. Mode aber schon. Oder besser Lifestyle. „Auch beim Wakeboarding müssen Ausstattung und Outfit zueinander passen, die Farben miteinander harmonieren.“ Aber diese Brille ist doch einfach nur schwarz? Ja, da ziehe er dann doch das Dezentere vor. „Sie muss zu meinem Business-Outfit passen. In meinem Job kann ich nicht mit einer Brille in extravaganten Farben auflaufen, sondern muss Seriosität ausstrahlen. Diese Fassung erfüllt beide Ansprüche, je nachdem mit welcher Kleidung sie kombiniert wird.“

Bei seinem ersten Auftritt mit „der Neuen“ gab es unter den Arbeitskollegen natürlich Reaktionen. „Steh dir total gut“, meinten einige. Andere fanden die Gläser, die Fassung viel zu groß. Bis eine Kollegin Helge erlöste: „Ne, das ist sehr modern. Herr Hinrichs ist sehr weit vorne!“ Da schwoll seine Brust, lächelt er. „Jetzt bin ich als erster Brillenträger weltweit mit dieser Neuheit tatsächlich ein Trendsetter – und ganz weit vorn!“

Foto: Angela Mrostitzi

Foto: Christian Schmid



Trägt seit Ihrer Kindheit Brille: Die gebürtige Berlinerin Carola Körner arbeitet in leitender Funktion in der Baubranche

Carola Körner Die gutgelaunte Carola Körner trägt schon seit ihrer Kindheit eine Brille. Mit einem Schmunzeln erinnert sie sich an die Zeiten, in denen Brillen noch deutliche Abdrücke im Gesicht hinterließen. „Damals waren die Gläser tatsächlich aus Glas und die Brille ein richtiger Apparat.“

Warum sie sich für genau dieses Modell entschieden hat? „Die Brille besticht einfach durch den Komfort. Schlicht, leicht und bei den Farben hat man reichlich Auswahl.“ Förderlich war vermutlich auch der Umstand, dass bei Optik Blickfang die Auswahl an Silhouette-Brillen sehr groß ist. Die Brille hat sie entdeckt, als sie sich die „alte“ hat richten lassen. Sie ist einem Impuls gefolgt und hat die Brille an Ort und Stelle gekauft. Von Silhouette hat Carola auch noch eine Sonnenbrille, mit der sie auch Ski fährt. Insgesamt sieht sie sich allerdings nicht als Marken-Fetischist. „Was Marken angeht bin ich eher neutral.“

Ihren Lebensstil stuft die sympathische Berlinerin als eher traditionell mit bürgerlichem Wertesystem ein. In ihrer Freizeit wird der Schalter aber auch gerne mal umgelegt. Salsa ist eine große Leidenschaft, der sie unter anderem in der Kulturbrauerei am Prenzlauer Berg nachgeht. Beim Tanzen und auch beim Radfahren stört die Brille überhaupt nicht. Eigentlich ziehe sie die Brille nur beim Schwimmen aus. Toll sei auch, dass es keinen Rahmen gibt und man damit die Form des Glases selber bestimmen kann. Die Gläser kann man somit der eigenen Gesichtsförmigkeit anpassen. Eine Brille sei ja heute auch Accessoire und Schmuckstück. Silhouette hat Carola auch überzeugt, weil es Jahre



Die Brille besticht einfach durch den Komfort. Schlicht, leicht und bei den Farben hat man reichlich Auswahl.



später noch Ersatzteile für die Brille gibt. Dadurch kann man seine Brille wirklich lange besitzen.

Zum Ende unserer Interviews fällt ihr noch eine Anekdote ein. Neulich sei sie beim Skifahren mit ihrer Brille in der Tasche gestürzt. Das Etui war zermatscht und die Brille sah auf den ersten Blick nicht viel besser aus. Sie konnte aber erstaunlicherweise noch repariert werden. Sie hält mir die Brille mit einem Lächeln zur Inspektion hin. „Sehen sie, die ist wieder wie neu!“

Maria Zechlau Ihr hat der Optikerberuf eine Brille beschert. Was nach einer Déformation professionelle klingt, hat eine kuriose Geschichte. In der Berufsschule habe man natürlich das ganze Spektrum an Sehfehlern durchgenommen. Bei einem sei sie hellhörig geworden. „Das kam mir sehr bekannt vor. Ich habe einen eher seltenen Sehfehler, den bis dahin niemand festgestellt hatte.“ Das war vor sechs Jahren. Die Einstiegsbrille war eine Kunststoffbrille. „Ich wollte richtig viel Brille. Randlos fand ich anfänglich immer etwas bieder. Aber so viele unserer Kunden haben von Silhouette geschwärmt, da musste ich es einfach auch mal selber ausprobieren. Nicht zuletzt auch, weil meine Gläser immer stärker und damit schwerer wurden.“ Die Optikerin besitzt selber ganz viele Brillen, wovon etwa zehn im Gebrauch sind. „Wenn ich es bequem haben möchte, ziehe ich diese an.“ Dann fügt sie lachend hinzu: „Die Silhouette-Brille sind meine Hausschuhe. Tagsüber trage ich gerne hochhackige Schuhe und wenn ich nach Hause komme, mache ich es mir in meinen Hausschuhen bequem.“

Foto: Christian Schmid



Maria Zechlau kommt ebenfalls aus Berlin und arbeitet als Augenoptikerin bei Blickfang. Für Sie ist Brille immer ein Gesprächsthema

Wie wichtig ist die Marke? Sehr wichtig. Andere Hersteller produzieren ja auch randlose Brillen. Diese haben aber oft nicht die Flexibilität, die Silhouette durch sein Titan bietet. Und die Bandbreite im Sortiment reiche von jung bis alt. Welchen Stellenwert haben Marken insgesamt in ihrem Leben? Mode ist sowohl privat als auch beruflich ein Thema. „Wir verkaufen ja hier auch Mode. Man muss schon wissen, was die Trends sind. Da ich meine Klamotten aber selten länger als eine Saison trage, ist mir die Marke da nicht so wichtig.“ Nur bei funktionalen Sachen interessiere sie die Marke wirklich. Speziell bei Schuhen und Sportbekleidung.

Als Optikerin ist Brille auch in der Freizeit Gesprächsthema. „Wenn die Leute hören, was ich tagsüber mache, dann kommen eigentlich immer wieder Fragen.“ Ob es auch Gelegenheiten gibt, zu denen sie die Brille bewusst abnimmt? Nach einer Bedenkzeit sagt Maria: „Ja, beim Sonnenbad nehme ich sie immer ab.“

Milada Gutwillinger Sie ist kunstinteressiert und selbst ein wenig aktiv in Fotografie und Malerei. Ein sehr visueller Mensch, wie sie von sich sagt. Milada hat mehrere Brillen von Carlottas Village probiert. Die sahen allesamt toll aus. Je auffälliger, desto besser stehen ihr die Fassungen. Ihr neues Acetatmodell trägt sie mit einem veränderten Brillenbewusstsein. „Speziell dieses Modell bedeutet für mich ein neues Lebensgefühl – mit Brille. Sonst war ich immer eher darauf bedacht, etwas sehr Unauffälliges aufzusetzen.“

Foto: Angela Touré



Milada Gutwillinger, gebürtig in Brünn (Tschechien), von Beruf Ergotherapeutin, verheiratet, zwei Kinder

Zuletzt entsprach das nicht mehr meinem Gefühl. Ich wollte etwas anderes.“

Diese Brille fand sie außergewöhnlich. „Die Verbindung von Retro und aktuellem Design. Einfach super! Ich trage sie gern.“ Findet sie, dass Brille sexy macht? „Sie macht sexy, wenn man sexy sein will.“ Passform und Sitz? Die seien extrem wichtig, denn ihre Brille trägt sie von morgens bis zum Schlafengehen. Marke? Muss nicht sein. „Ich bin kein Markenjunkie. Wichtig ist mir Qualität. Deshalb bin ich gezielt zum Optiker gegangen und habe mich beraten lassen.“ Die Brille ist ihr ständiger Begleiter. Ausnahmen? Beim Sport, da steigt sie auf Tageslinsen um. Oder wenn es etwas edler und konservativer sein muss, da gibt es ihre dezentere, klassische Zweitbrille. „Aber ich lege mich da nicht mehr so fest. Man kann auch diese zu allem kombinieren.“ Ohne über die Stränge zu schlagen. Aber doch individualistisch: „Ich genieße es, das jetzt über die Brille auszuleben.“ Mode an sich sei ihr nicht wichtig. Kleidung, die ein authentisches Lebensgefühl ausdrückt, aber schon. Und Label? Nein, definitiv nicht. „Ich bin jemand der Second Hand und Marken zusammenmischt.“

Was vorher nie passiert ist: Dass sie fremde Leute spontan und mit Bewunderung auf ihre Brille ansprechen. Einzig ihre Mutter fand, die Fassung passe nicht zu ihr: „Aber das kann ich abhaken, sie hat einen völlig anderen Stil!“ Auch unter Freunden ist „die Neue“ Gesprächsthema. Und bei ihren Kindern: „Mein Sohn meinte: „Ja, 'ne Raggae Brille! Wegen der Farben.“ (Anmerkung: Jamaika/ dk grün/ rot/ gelb)

Foto: Charlotte Dokkedal Leth



Peter Sonberg stammt aus Køge in Dänemark und lebt heute in Kopenhagen



Sie hat für mich eine funktionelle Bedeutung, ist aber auch Accessoire oder Schmuck.



Peter Sonberg stieß in eine Frauendomäne vor und ließ sich zum Handarbeitslehrer ausbilden. Später griff er zu Kamm und Schere. Seit 4 Jahren hat er seinen eigenen Friseursalon im exklusiven Kopenhagener Stadtteil Østerbro. Peter ist seit langem Brillenträger. „*Sie hat für mich natürlich eine funktionelle Bedeutung, ist aber durchaus auch Accessoire oder Schmuck.*“ Eigentlich könne er auch ohne Brille gut sehen (weitsichtig), aber er habe sich daran gewöhnt, sie fast immer zu tragen. Ein wahrer Brillenfetischist: er sammelt Brillen! „*Diese von Charlottas Village habe ich ausgewählt, weil in meiner Sammlung aus Kunststoff- und Metallbrillen noch eine runde fehlte. Und weil sie klassisch in der Form gleichzeitig durch ihre Größe aber auch trendy ist.*“ Wie viele Brillen sind es denn? „*Ich muss zugeben, dass ich so ungefähr alle 6 Monate eine neue kaufe. Ich glaube ich habe jetzt mehr als 20, von denen ich immer noch 10 oder 12 verschiedene trage.*“ Er nennt es „kontrollierten Impulskauf“ (und lächelt dabei) ...

man hat eben so seine Ideen und Gedanken – auch im Hinblick auf die nächste Fassung! Sein Favorit ist Kunststoff. „*Es ist ganz ok für mich, dass man die Brille im Gesicht sieht. Es braucht nicht diskret zu sein.*“

Life-work-Balance: Peter hat es geschafft, dass sein Hobby seine Arbeit ist. Die wenige Freizeit verbringt er am liebsten mit Freunden. Und mit guter Musik. Sie bringt Ruhe in seinen Kopf. Diese Ruhe brauche er, als kreativer, empfindsamer Mensch. Sprechen wir über Mode. Als Friseur muss man doch sicher über Trends informiert sein? „*Ja, darum lese ich Modemagazine. Wir beraten unsere Kunden oft in Sachen Brille und Kleidung. Ich schaue mir auch Subkulturen an, die aber meist nach einer Weile dann wieder Mainstream werden, wie die „Hipsters“.* Was ist Dir wichtiger bei Brille: Marke oder Design? „*Design! Tatsächlich ist die Brille, die ich aufhabe, immer auch Ausdruck meiner momentanen Stimmung.*“

Foto: Angela Touré



Anina Sponer, Filderstadt, mit ihrer Brille von Charlottas Village



Ich habe immer gerne Brille getragen und sie nie als Ballast gesehen.



Anina Sponer ist Diplom Sozialpädagogin und arbeitet in der Justizvollzugsanstalt in Schwäbisch Hall. Ihr Job sei eine Herausforderung, sagt sie. Dem Standardbild einer Beamtin möchte die zielstrebige Anina jedoch nicht entsprechen. „*Weil es meiner Arbeit mit vorwiegend jungen Gefangenen nicht förderlich ist. Da muss man im Hier und Jetzt leben. Sonst erreicht man die Menschen nicht und kann ihnen nicht helfen.*“ In ihrem Beruf geht sie offensichtlich auf. „*Wenn man Sozialarbeit richtig macht, entwickelt man sich dadurch auch selbst.*“

Seit ihrem 12. Lebensjahr ist Brille für Anina ein tägliches Muss – nichtdestoweniger aber auch modisches Accessoire. „*Ich habe immer gerne Brille getragen und sie nie als Ballast gesehen.*“ Doch warum gerade diese? Eigentlich hätte sie eine Tropfenform gewollt, die meisten Modelle aber standen ihr nicht. „*Es war dann genau diese ausdrucksstarke Brille, recht groß und von der Farbe her für mich passend. Ich möchte auch*

mit der Brille ein wenig auffallen.“ Happy ist sie jetzt! Das Acetat-Modell falle nicht aus dem Rahmen, weil es sehr schön in ihr Gesicht passe, fühlt sich Anina ihrer Entscheidung sicher. Sitz und Passform seien ja wohl die Grundvoraussetzungen. Es muss auch nicht unbedingt die eine Marke sein, da switsche sie. Wichtig jedoch sei die Beratung durch ihre Optikerin (Wunschbrille in Ludwigsburg). „*Ich sage zwar immer meine Meinung, aber sie weiß, was ich will. Sie hatte auch die Idee zu dieser Fassung, die nicht in der Auslage war.*“

Eineinhalb Jahre trägt sie ihre Brille jetzt. Bei jeder Gelegenheit. Auch in der Justizvollzugsanstalt. „*Meine Kollegen waren wohl zuerst etwas schockiert, dass ich mit so einem Riesengestell daherkomme. Ich wurde oft drauf angesprochen, auch von den Gefangenen, aber nie negativ!*“ Selbst ihre Friseurin habe sie „infiziert“, die trage jetzt ebenfalls eine neue. Das seien ihre kleinen Brillengeschichten (lacht).

