

## Die Optik-Allrounder

Vom Spezialisten für Glas- und Maschinen-technologie zum Anbieter spezieller Brillenkollektionen für technisch innovative Fassungen und hochwertige Kinderbrillen. Die Optik Werkstatt in Berlin positioniert sich als Ideenpool für Nischenprodukte rund um das Gute Sehen.



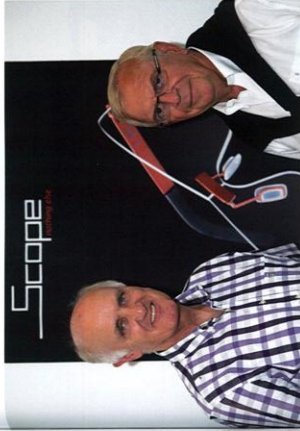
Markus Design, perfect Tagelieferant, Randlos Brillen Scope aus Berlin

An diesem Augustmorgen regnet es Bindfäden bei der Landung in Berlin. Klaus Dieter Horn holt mich in Tegel ab. In der Benzstraße wartet bereits Gerhard Felmeden. Horn „berlinert“ kultiviert. Bei Felmeden hört man sofort, dass er kein Berliner ist. Der gebürtige Nordhesse – er stammt aus einem Dorf in der Nähe von Kassel – lernte Werkzeugmacher auf dem klassischen Berufsweg mit Lehre und Meisterausbildung. Lange Jahre war er Produktionsleiter in einer Bilderrahmenfabrik in Eschwege. Bis er 1987 einem Kollegen nach Berlin folgte. „Das war unser technischer Leiter, Herr Wilhelm, der als Geschäftsführer zu Optyl wechselte und mich als Produktionsleiter an seiner Seite haben wollte. Berlin reizte mich natürlich.“

### Die Aufhaujahre, eine Achterbahnfahrt

Musste er in der Produktion nicht vollkommen umdenken? Nein, denn ob man Brillen oder Bilderrahmen produziere, spiele aus technischer Sicht keine Rolle, erklärt Felmeden. „Brille war für mich ein interessantes Produkt, gerade weil es technisch ausgeprägt ist.“ Nur fünf Jahre später dann fällt beim Berliner Optyl-Werk (eine von fünf Optyl-Fabrikationsstätten) der letzte Vorhang. Wieder ist es Kollege Wilhelm, der die Weichen stellt, indem er die Firma Eurovision, eine Zweigstelle des Unternehmens Polycor, gründet. Und 1995 mit Felmeden die Optikwerkstatt. Mit klarer Aufgabenteilung: Wilhelm besorgt die Kunden, Felmeden leitet die Produktion. Der Produktionsschwerpunkt liegt zunächst im Glasbereich. Als Zulieferer von Eurovision ist man zuständig für das Einfärben optischer Einstärkengläser. Zwei Jahre später fährt die Optik Werkstatt in Spitzbergen 2.400 pro Tag und 360.000 Gläser pro Jahr. Die Auftragsbücher sind gut gefüllt, namenhafte Glashersteller wie Rupp+Hubrach sowie eine französische Tochterfirma von Rodenstock gehören zur Klientel. „Trotzdem gab es ’97 schon erste Anzeichen, dass es sich nicht lange so fortführen ließ, denn es kamen die ersten gefärbten Gläser aus Asien auf den Markt, und ’98 war unsere Produktion bereits auf ein Drittel geschrumpft“, blüht Felmeden zurück.

Neuen Aufwind bringt ein Anruf. „Meine Frau sagte: Da ist ein Herr Anger am Telefon, möchtest du den sprechen?“ „Selbstverständlich! Sind Sie der Herr Anger, frage ich zuerst? Er war es!“ Der ehemalige Optyl-Chef bot die Mitarbeit an der Brillenentwicklung der Eyphorics Kunststoff-Bohrbrillen-Kollektion an, die heute in über 60 Ländern auf dem Markt ist. Neben dem österreichischen Foto-, Optik- und Elektronikunternehmen Hartlauer kam 1999 mit der AMA ein weiterer Großkunde hinzu. Doch als der Vertrag mit der AMA ausläuft, gehen die Geschäfte wie-



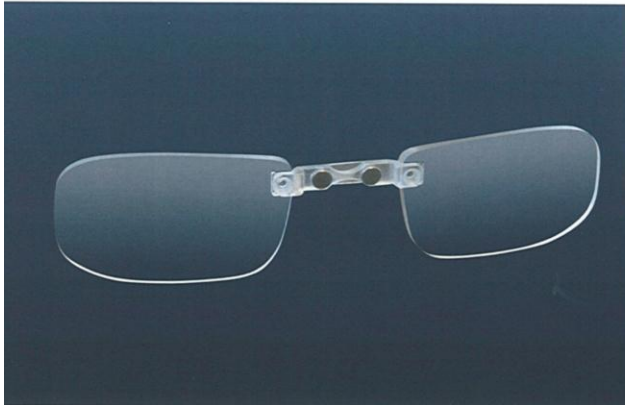
Brainpower für die Optik: Gerhard Felmeden und Klaus Dieter Horn, Foto: autentic.nfb

der zurück. Über Wasser halten sich die Berliner mit dem Einschleifservice für Polycor, bis 2010 auch der gekündigt wird. „Da sind uns von heute auf morgen über 40 Prozent Umsatz weggebrochen“, resümiert Felmeden. Zum Glück aber hatte er schon 2007 die Überlegung, eigene Brillen zu bauen. Über das Bundesministerium für Forschung und Technologie generiert er die notwendigen Mittel. „Ich hatte einfach große Sorge, ausschließlich Dienstleister zu sein. Dann hängt man wie eine Fahne im Wind. Als Polycor aufgrund personeller Veränderungen die Aufträge kündigt, war es gut, dass wir schon einen Fuß in der Tür hatten.“

### Über Diversifizierung Nischen erschließen

Mit seinem Partner Klaus Dieter Horn, der ein optisches Berliner Urgestein ist und ein eigenes Geschäft in Berlin-Hermsdorf führt, arbeitet er seit 4 Jahren zusammen. Seit 2010 ist Horn als Gesellschafter zuständig für Marketing und Vertrieb der Optik Werkstatt. Die Kinderkollektion Haribo war ihr erstes gemeinsames Projekt. Horn hatte den entscheidenden Kontakt zum Lizenzgeber Haribo, die Optik Werkstatt das Know-how. Der Durchbruch kam im letzten Jahr, indem ein direkter Vertrieb aufgebaut wurde. Mit der Eigenmarke und Randlosbrillenkollektion Scope hat man inzwischen ein drittes Standbein, vor allem auf dem heimischen Brillenmarkt.

Es nütze wenig, gegen die starke Konkurrenz auf dem nationalen Brillenmarkt, gegen die Designschmieden einerseits und die Produkte- und Modellflut aus Asien andererseits, zu lamentieren. Der Weg ist ein anderer, nämlich aus eigener Kraft Innovationen einbringen, sagen sie unisono. Gefährlich sei es, allein auf ein Pferd zu setzen. Deshalb konzentrieren sie sich nicht ausschließlich auf Fassungsherstellung. Stattdessen fließt Innovationskraft in die Entwicklung neuer Produkte, für ein zweites, drittes Standbein und ge-



Multifunktionales System: Der Innenclip für das perfekte 3D-Sehen in der Zukunft



Macht auch den Gottschalk froh: Ein Event mit dem Showmaster ist gute Werbung für Haribo-Kinderbrillen

gen eine zu große Abhängigkeit. Horn: „Die technischen und vertrieblichen Voraussetzungen, die wir mitbringen, machen unsere Stärke aus. In der Firma steckt ein großes Potenzial an kreativen Ideen, die aber auch praktisch umgesetzt werden können.“ Deshalb schauen die Berliner auf spezielle Nischenprodukte, die zwar alle mit der Optik zu tun haben, aber nicht zu den klassischen optischen Produkten zählen. So entwickeln sie Innenclips für Arbeitsschutzbrillen, Tauchmasken und 3D-Brillen – das absolute Zukunftsprodukt, wie Horn überzeugt ist. Mit der vielseitigen Einsetzbarkeit des optischen Innenclips entstand eine Produktgruppe, von der man sich gute Verkaufsergebnisse verspricht.

Wir machen einen Rundgang durch die Büros und Produktionshallen, insgesamt 550 Quadratmeter. 18 Mitarbeiter sind derzeit hier beschäftigt. Technische Lösungen sowie Fassungsdesigns entstehen in Teamarbeit. Mit seinen Mitgesellschaftern Horn und Wilhelm trifft sich Felmeden alle zwei Wochen. Dann wird das Tagesgeschäft besprochen und innovativ in die Zukunft gedacht. „Jetzt müssen wir erstmal die Ideen realisieren, die auf dem Tisch liegen. Im nächsten Jahr aber werden wir sicher wieder etwas Neues angehen“, schaut Felmeden voraus. Soviel kann er schon preisgeben: „Die nächste Entwicklung wird im Softwarebereich sein. Für dieses Projekt suchen wir aber zur Zeit noch einen geeigneten Partner.“

### Marktaktiv mit Produktinnovationen und Kooperationen

Klaus Dieter Horn ist optimistisch. Als Optiker bringt er Sichtweise und Anforderungen der Endkunden ins Unternehmen ein. „Ich sehe aufgrund unserer technischen Kompetenz bei der Brillenherstellung und unserer Dienstleistungsangebote, wie beispielsweise dem Einschleifservice

für Optiker, gute Chancen.“ So läuft bei der bekannten Kinderbrillenmarke Haribo die Umsatzentwicklung in diesem Jahr auf eine Verdopplung hinaus, fast 90 Prozent Steigerung, das sei phänomenal, freut sich Felmeden. Im Fassungssegment wird bereits an einer neuen Kollektion gearbeitet. Zudem investiert man in die Weiterentwicklung der Marke Scope. Für Horn ist das die bestsitzende Brille überhaupt. „Traumhaft leicht und von hohem Tragekomfort. Ich selbst trage sie schon eine ganze Weile.“ Zu ihren Besonderheiten gehören die Panoramascheibenform mit der integrierten Steglösung und die gelungene Nasenpassform (3 Nasenausschnitte und 4 Brücken stehen zur Auswahl), die für optimalen Sitz sorgt. Die unterschiedlichen Glasformen und Designs sind in der Verglasung technisch anspruchsvoll. Aus diesem Grund müssen Optiker die Brille bei der Optik Werkstatt anfertigen lassen. Horn: „Panoramaform plus Steg sind ein Markenzeichen dieser Randlos-Kollektion, die durchaus noch entwicklungsfähig ist. Wenn man so individuell und klein ist wie wir, muss sich eine Idee wie diese langfristig halten können.“

Momentan sei der Weg etwas steinig, räumt Felmeden ein. Andererseits bietet der Hauptstadt-Standort auch Vorzüge: „Made in Berlin, das hat schon was!“ Nicht zu vergessen ist darüber hinaus die Achse Berlin-Rathenow, eine wichtige Schnittstelle für Kooperationen. Die Zugehörigkeit zum Verbund der Optic Alliance Brandenburg-Berlin (OABB) bedeutet für die Optik Werkstatt mehr Marktpräsenz und Marktdurchdringung – sei es durch die Teilnahme an Messen wie der Opti, sei es an gemeinschaftlicher Kommunikation und Werbung. „Natürlich bringt uns dieser Zusammenschluss Vorteile. Alleine könnten wir einen Messeauftritt kaum stemmen. Wir fühlen uns in der OABB gut aufgehoben, und hoffen, dass noch mehr bewegt werden kann.“

Von Angela Mrositzki