Schaufenster

Augenoptik

Neue Modelle von „Mexx Eyes“

„Special Edition“

„Mexx Eyes“ präsentiert zwei neue „Special Editions“ für Damen. Ein außergewöhnliches Bügeldesign kombiniert mit hochwertigen Acetat-Materialien in jeweils vier fröhlichen Farbkombinationen sorgt für einen jungen, individuellen Look. „Dank des sehr flachen Federscharniers und des innovativen Design- und Materialkonzepts bietet der Bügel höchsten Tragekomfort und ist perfekt anpassbar.“

Die exklusiven Modelle entsprechen genau den Ansprüchen einer aufgeschlossenen, modernen Zielgruppe und werden mit einem Etui geliefert, das speziell für die beiden Modelle angefertigt wurde.

„Sichern auch Sie sich ein Umsatzplus mit der neuen ‚Special Edition‘ von ‚Mexx Eyes‘.“ Infos und Terminvereinbarungen bei OWP Brillen GmbH, Passau, Telefon (08 51) 59 01-0, Fax -1 23, E-Mail: owp@owp.de.

Mexx Eyes: die Modelle 5197 und 5198

Fassungen für Teens und Twens: „Crush“ von Eschenbach

„Voll im Trend!“

„Trends kommen und gehen, ein Trend geht ungebrochen weiter: Die ‚Crush‘ ist die beliebteste Brille bei Deutschlands Teens und Twens. Wie kommt’s? Ganz einfach: ‚Crush‘ ist modern, stylish, trendy, und die Farben sind immer flippig, jung und einfach ‚crushy‘.“

An dieses Erfolgsrezept halten sich auch die drei neuen Crush-Modelle: die „3480“ mit Doppelbrücke für Jungs, die neue „3482“ für Mädels und die neue „3481“ im coolen Retro-Oval-Look für Jungs und Mädels. Durch geschmeidige zweifarbige Silikonbügelenden passt die „Crush“ nicht nur optisch, sondern auch anatomisch.

„Normal, dass nicht nur Teens und Twens steil auf den Crush-Trend abgehen.“

Die neue „Crush 3480“

„eye-wink ;-)“ von Meitzner + Meitzner

(Un-)dressed for the moment!

Immer gut angezogen mit einer Meitzner „eye-wink ;-)“, auch, wenn man sie mal ablegt ;-)

Ein weiteres Modell der erfolgreichen Serie „eye-wink ;-)“ von Meitzner + Meitzner. Modell 29 ermöglicht ein Outfit nach Lust und Laune durch pfiffige Details wie auswechselbare Bügel. Diese Nylorvariante ermöglicht auch schicken Gleitsichtträgerinnen einen tollen Look.

Weitere Informationen zu dieser Brillenkollektion erhalten Sie bei: Meitzner + Meitzner GmbH, Leverkusen, Tel. (02 14) 312 22 31, Fax 312 22 00, E-Mail: meitzner@meitzner.de, www.meitzner.de.

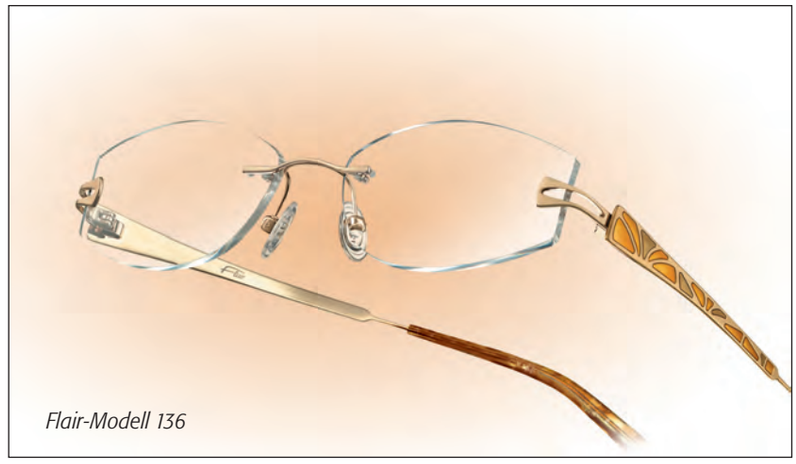
eye-wink 29“ von Meitzner + Meitzner

Flair mit neuem Bügeldesign

Besondere Technik

Inspiriert von Mosaiken wurde bei der Fassung „Flair 136“ ein ausgefallenes, völlig neues Bügeldesign geschaffen. Prägungen im Titan betten glänzende Kalt-Email-Lackierungen in schönsten Farben ein. „Ein edles Design und eine anspruchsvolle Technik, in dieser Verbindung einzigartig am Markt.“

Weitere Einzelheiten zu den Produkten erfahren Sie direkt bei Flair Modellbrillen unter Tel. (0 25 21) 84 00-0 oder im Internet unter www.flair.de.



Flair-Modell 136

Sonnenbrillen-Kreation von „Efva Attling“ für Scandinavian Eyewear

Retro und doch modern

Efva Attling ist eine der berühmtesten zeitgenössischen Designerinnen Skandinaviens, die sich auf Brillen, Schmuck und Glaswaren-Design spezialisiert hat. Das Modell „Camille“ ist aus der aktuellen Sonnenbrillen-Kollektion und in zwei Farben erhältlich: „Shiny Dark Gold“ mit Braun-Verlauf-Gläsern und „Shiny Silver“ mit Grau-Verlauf-Gläsern.Efva hat seit 2002 zehn Brillen-Kollektionen zusammen mit Scandinavian Eyewear herausgebracht.

Efva legte den Schwerpunkt eher auf die Scheibenformen in dieser Sonnenbrillenkollektion. Sie sind groß, aber nicht übergroß. Es ist retro und gleichzeitig modern . . . und im Kern Luxus, Glamour und Sonnenbrille, während sie einen Hauch Geheimnisvolles beibehält.

„Ich entwerfe keine Brillen für eine spezielle Zielgruppe. Genauso wie mit meinem Schmuck möchte ich, dass sie von Jung und Alt getragen werden, von Mädchen und Jungs, Frauen und Männern. Mit meinen Fassungen sollen sie fähig sein, auszuwählen, wer sie gerne sein würden.“

Weitere Informationen unter E-Mail: info@scandinavianeyewear.fr oder im Web unter „www.scandinavianeyewear.com.

Gülcan Karahanci präsentiert „Humphrey´s Sun“ von Eschenbach

Big and beautiful

Gülcan Karahanci, die nach der Fassungskollektion jetzt auch exklusiv „Humphrey's Sun“ präsentiert, hat es auf den Punkt gebracht: Die neuen Humphrey's-Sonnenbrillen sind viel zu schön, um sie nur am Tag zu tragen.

„XXL-Oversize-Formate liegen ebenso weiter im Trend wie große Schildscheiben und coole Pilotenbrillen. Zu extravaganten Details an den Bügeln gesellen sich trendige Nude- und Weißtöne bei den Fassungen. Damit sind in der neuen Sun-Kollektion alle wichtigen Trends der Modewelt umgesetzt.“

Besondere Aufmerksamkeit verdient die neue Komplettpreis-Aktion „Pure Sun“ – das Gemeinschaftswerk von „Humphrey's“ und „Titanflex“. Eine Kombination, in der die beiden Marken noch stärker sind. Edle Damen-Modelle und hochwertige Titanflex-Brillen für den Herren ergänzen die trendigen, individuellen Styles von „Humphrey's“. „Damit bieten die beiden neben attraktiven Preisen eine nie dagewesene Vielfalt und sprechen eine noch größere Zielgruppe an. Mitmachen lohnt sich garantiert.“

Weitere Informationen über: Eschenbach Optik, Nürnberg, Telefon (09 11) 36 00-0, Fax 36 00-3 58, E-Mail: mail@eschenbach-optik.de.

Gülcan Karahanci mit der „Humphrey's Sun 4932“

Eschenbach erweitert die Linie „Crush sun“

Schluss mit „nettem“ Design für Kinder

Was bei jungen Leuten ankommt, das zeigen heute zunehmend die Stars aus TV-Shows und „Daily Soaps“. Die neuen „Crush sun“ sind deshalb deutlich frecher als bisher. Schluss mit nettem Design für Kinder, lautete das Motto. Erwachsene Brillen in kleineren Größen, das ist die Idee der neuen Kollektion.

Das Ergebnis kann sich sehen lassen: 30 Modelle sind entstanden, jedes davon ist in zwei Farben erhältlich. Teens und Twens können sich also auf 60 kultige neue „Crush sun“-Varianten freuen, darunter:

– sechs „unwiderstehliche“ Acetatmodelle für sexy Girls in den Trend-Farben 2008 mit Formen und Mustern im ewig aktuellen 70´s-Style;

– sieben Modelle aus Metall mit Sofort-Star-Effekt für Glamour-Queens;

– sechs sehr leichte, technisch anmutende Kunststoffmodelle für Boys mit angesagten, torischen Scheiben;

– sechs sportliche Modelle aus robustem Metall, für aktive Jungs und junge Männer und

– fünf Fashion-Styles aus Metall und Metall-Kunststoff-Kombi für „Bad Boys“ und Club-Machos.

Angenehmer Nebeneffekt der neuen Designs: Die bisherige Zielgruppe der Zehn- bis 16-jährigen erweitert sich mehr und mehr um eine Sekundärzielgruppe – junge Erwachsene mit eher kleineren Köpfen. „Gerade die sind auf der Suche nach den angesagten großen Brillen, aber ohne die üblichen riesigen Ausmaße der italienischen Labels. Bisher blieb ihre Suche oft erfolglos, bei Crush werden sie jetzt fündig. So wird die Crush immer erfolgreicher. Der beste Grund, die Kollektion um 30 Modelle zu vergrößern.“

Modell „Crush sun 6571“

Aus „EuroNet“ wird „EuroNet Pro“

Neue Version

Seit Mitte August 2007 gibt es mit „EuroNet Pro“ eine vollständig überarbeitete Version der integrierten Branchensoftware für Augenoptiker und Hörakustiker, die „völlig neue Maßstäbe setzt und keine Wünsche offen lässt. ‚EuroNet Pro‘ ist das komplette Programmpaket für Augenoptik, Kontaktlinse, Hörakustik und Handelsware aus einer Hand für alle Anwender, die die Nutzung der EDV als wichtigen Baustein für ihren Geschäftserfolg sehen“.

Bewährte Programmbestandteile wurden weiterentwickelt, eine Vielzahl neuer Funktionen und Features wie Abo- und Teilzahlungsverwaltung, Dokumentenarchivsystem, Auftragsverfolgung und Terminkalender, die Möglichkeit zur Zeiss-XML-Bestellung und neue Schnittstellen, beispielsweise zu „Winfit“ von Rodenstock, zu verschiedenen Keratographen oder den Warenwirtschaftssystemen von Marketinggruppen wie IGA Optic und Opticland sind hinzugekommen. Ebenfalls neu ist die vielseitige Betriebsstättenlösung zur Vernetzung von Filialen und die Unterstützung verschiedener Bildschirmauflösungen.

„EuroNet Pro“ wird seit dem 15. August 2007 an alle EuroNet-Anwender im Rahmen des Servicevertrags als kostenloses Update ausgeliefert. Außerdem steht über das Internet auf „www.euronet-sw.de“ eine kostenlose Demoversion von „EuroNet Pro“ zur Verfügung.

Weitere Informationen erhalten Sie jederzeit im Internet unter „www.euronet-sw.de“ oder bei der EuroNet Software AG, Frechen-Königsdorf, Telefon (0 22 34) 40 00-0, Fax 40 00-80 oder unter E-Mail: info@euronet-sw.de.

Andreas Strauss, „Leiter Entwicklung“ (rechts), und sein Stellvertreter, Michael Keller, präsentieren mit „EuroNet Pro“ die komplett überarbeitete Version der integrierten Branchensoftware für Augenoptiker und Hörakustiker

Schnäppchen-Aktion vom MailShop

Das Produkt des Monats!

In vielen Unternehmen wird regelmäßig ein stolzer „Mitarbeiter des Monats“ ernannt, ausgezeichnet durch hervorragende Leistungen oder besonderes Engagement. Im ganz gleichen Sinne gibt es vom MailShop, Mühlacker, das „Produkt des Monats“.

Je ein ausgewähltes, attraktives Produkt aus dem umfangreichen MailShop-Equipment-Sortiment ist einen ganzen Monat lang sensationell günstig. Der Preisnachlass beim „Produkt des Monats“ liegt dabei deutlich über 20 Prozent. Jetzt im September ist das zehnteilige Bohr-und Fräserset „Chilidrill“ um 30 Prozent im Preis reduziert. Die hochwertigen „Chilidrill“ aus verschleißfestem Hartmetall bohren anstandslos sämtliche Kunststoff-Brillenglasmaterialien, insbesondere Polycarbonatgläser, da die Bohrlöcher wie poliert aussehen und beim Bohren eine leichte Versiegelung erhalten. So wird das Eindringen von scharfen Reinigungsmitteln in das Bohrloch vermindert und die Zerstörung des Materials verhindert.

Man darf also gespannt sein, welches Produkt zum jeweiligen Monatsbeginn zum MailShop-Schnäppchen-Preis zu haben sein wird. Informieren Sie sich über „Chilidrill“ und über das jeweilig aktuelle Produkt des Monats unter „www.mailshop.de“ oder telefonisch unter Tel. (0 70 41) 88 41 11.

Triggernaut-Modell jetzt neu bei Specom

Sportbrille mit Überraschungen

Es gibt nur wenige neue Sportbrillen, die echte Überraschungen bieten. Das Modell „Transformer“ vom hessischen Hersteller Triggernaut ist so eine. Sie wurde von Wassersportlern für den Wassersport entwickelt und setzt laut Hersteller neue Maßstäbe.

Der Rahmen ist aus splitterfreiem TRI-90-Polyamidmaterial, die grauen Polycarbonatgläser sind polarisierend und die Bügel sind gegen ein breites, bequem sitzendes Sportband durch das Click-in-System austauschbar. Brillensäckchen, großes Etui und Produktinformation werden mitgeliefert. Soweit nichts Neues eigentlich.

Dass hier Sportler und Augenoptiker eine Brille entwickelt haben, zeigen die beiden überraschenden Details: Die Sportbrille ist unsinkbar und sie ist mit einem „unsichtbaren“ Innenclip ausgestattet.

Von vorne nicht sichtbar ist im Innenbereich der Brille ein sogenannter Windblocker eingearbeitet, der auch leicht zu entfernen ist. Die leichte, aber dennoch stabile Konstruktion aus weichem, wasserabweisenden Schaumstoffmaterial an der zur Kopfhaut gewandten Seite und der stabilen Trägerkonstruktion mit Einrasthilfen für den Brillenrahmen hat eine Doppelfunktion: Die soften Schaumstoffpolster versprechen soviel Auftrieb, dass die Brille schwimmt und nicht untergeht, wenn sie trotz aller Vorsicht mal ins Wasser fällt oder in Extremsituationen beim Sturz in Wasser durch den Druck vom Kopf gerissen wird.

Der härtere Trägerrahmen vorne birgt dann die nächste Überraschung: Er ist breit und stabil genug, um mittels einer Kunststoffnut auch optische Gläser aufzunehmen. „Eine perfekte Lösung für einen Innenclip, der zudem von vorne durch die polarisierende Scheiben nicht zu erkennen ist. Diese feine Lösung wertet die Brille insgesamt auf, da bei anderen Innencliplösungen immer der, wenn auch transparente, Kunststoffring durch die Scheibe zu sehen ist.

„Transformer“ ist in drei Farben (Schwarz, Silber und Dunkelbraun) erhältlich und kann ab sofort über den neuen Vertrieb Specom bezogen werden.

Nicht nur Wassersportler freuen sich über diese Innovation, die „Transformer“ passt auch unter jeden Helm und drückt auch bei längerem Tragen nicht. Druckschmerz bereiten nicht wie häufig angenommen die Bügel unter dem Helm, sondern die Nasenauflage, denn diese wird auch fest die Nase gedrückt. „Der Windblocker bzw. Innenclip sorgt durch die Schaumstoffpolster für einen maximalen druckfreien Tragekomfort in diesem sensiblen Bereich – eigentlich noch eine Überraschung.“

Preise, Katalog und weitere Informationen zu diesem Produkt erhalten Sie jederzeit bei Specom Sportoptik unter Telefon (0 81 21) 92 48 66 bzw. Fax 4 82 63 oder unter E-Mail: info@sportoptik.de.

Sie möchten sich weiterbilden?

Unsere Fachbücher sind die Lösung!

Fordern Sie unser ausführliches **Verlagsprogramm** an.

DOZ VERLAG

Tel: +49(0)62 21-90 51 70,
Fax: +49(0)62 21- 90 51 71
www.doz-verlag.de

Kollektion „Sport + Fashion“ von „optovision“

Sportgläser für aktive Menschen

„Der deutsche Glashersteller ‚optovision‘ setzt mit der erweiterten Brillenglas-Kollektion ‚Sport + Fashion‘ Maßstäbe für Sportbrillengläser der Spitzenklasse.“ Die Produkt-Serie enthält eine große Auswahl an Einstärken- und Progressivmarkengläsern aus bruchfestem Kunststoffmaterial in variablen Indices. Phototrope und polarisierende Gläser vervollständigen das Glasangebot.

Sportbrillengläser von „optovision“ werden individuell für die Gebrauchsstellung umgerechnet. Durch die Anwendung modernster Technologie bei der Berechnung der Gläser ist ein optimales Sehen mit erhöhtem Sehkomfort bis in die Randbereiche gewährleistet. „Sport + Fashion“-Brillengläser sind außerdem mit Top-Veredelungen und in verschiedenen Farben erhältlich.

„Neben Qualität und starken Preisen bietet der Brillenglasspezialist ‚optovision‘ seinen Geschäftspartnern eine Menge attraktiver POS- und Werbematerialien zur Verkaufsunterstützung.“

Neue Shopware von Pricon

Sportprogramm auf der Crio

Pricon stellt in diesem Jahr sein umsatzstarkes Shopware-Programm auf der Crio am 8. und 9. September in Dortmund vor. Das große Handelswaren-Sortiment rund um Freizeit, Sport und Urlaub wurde auch in diesem Jahr kontinuierlich weiterentwickelt und bietet eine große Auswahl an Schwimmbrillen, Tauchmasken, Sportbrillen und Sportzubehör. Für die letzten Tage der Freibad-Saison, für den Herbsturlaub in sonnige Gefilde oder die Hallenbad-Saison wird das Schwimmbrillenprogramm präsentiert. Neben der bei Pricon selbstverständlichen Individualverglasung zur astigmatischen Korrektion (+6,00 dpt bis –10,00 dpt/cyl bis 4,00) wird auch wieder eine große Auswahl an sphärischen Fertiggläsern angeboten – bei einzelnen Modellen jetzt auch im Plusbereich. Im Tauchmaskenprogramm gibt es zum Beispiel Fertiggläser von – 8,00 bis +4,50 dpt.

Viele neue Farben runden das Programm 2007 für Freizeit- und Leistungssportler ab. Für Aktivitäten an Land bietet sich die Sport-Sonnenbrillen „Insight“ an, die sich mit einsteckbarem Korrektionsadapter und wechselbaren, farbigen Filterscheiben – natürlich hochklappbar – für die verschiedensten Sportarten und Lichtverhältnisse eignet.

Sportbrillen, Sport-Sonnenbrillen und Sport-Schutzbrillen in den verschiedensten Ausführungen runden das Programm für die Sportbegeisterten ab. Alle Sportbrillen von Pricon sind prismenkompensiert und selbstverständlich mit vordezentrierten Gläsern ausgestattet. Auch die Sportbrillen lassen sich, wie viele Schwimmbrillen und Tauchmasken, individuell bei Pricon mit dem Duplex-System verglasen.

Das Pricon-Team – Fachleute für Shopware und Werkstatt – freut sich über Ihren Besuch auf der Crio – oder bestellen Sie den Pricon-Shopware-Katalog kostenfrei unter Freecall-Telefon (08 00) 743 00 84 oder Freecall-Fax (08 00) 077 42 66.

Spätsommer-Aktion vom MailShop

Schlappe Preise!

Im unteren Preissegment trumpfen beim MailShop, Mühlacker, bis zum 14. September die günstigen WebGläser besonders auf. Für die WebGlas-Preise bekommen Sie nun „extra schlappe Preise“ oder „glatt doppelt so viel Gläser, das heißt zwei zum Preis von einem, eines für die Hälfte, oder alles einfach fast geschenkt“. Ganz gleich, ob Einstärken-, Bifokal- oder Gleitsichtgläser, ob farblos oder farbig.

Und obendrein gibt es die Möglichkeit, Ihren Service mit dem WebGlas-Einstärken-„Kunststoff 1,5 Hart SET“-Notlager auszubauen. Die einzige Brille muss bekanntermaßen immer schnell ersetzt werden. Hier können Sie jetzt mit einem Griff ins Notlager schnell punkten. Die darin enthaltenen 102 Gläser decken einen Wirkungsbereich von +4,00 bis –4,00 und cyl 1,75 exakt oder in akzeptabler Näherung ab, verbrauchte Gläser bestellen Sie einfach nach.

„Und das Beste: Dieser Service kostet garantiert wenig. Mit den WebGläsern können Sie im preisaggressiven Wettbewerb bestehen und besondere Aktionsangeboten anbieten. Rühren Sie die Werbetrommel mit Postern und Serienbriefen.“

Die genauen Lieferbereiche, Ausführungen und Preise sowie das Passwort für die Erstbestellung erfahren Augenoptiker unter Tel. (0 70 41) 8 84-1 10. Natürlich können Sie sich auch die kostenlose WebGlas-Broschüre zuschicken lassen.

Anzeige

Seminare Visualtraining
4-Tage Seminar
18. - 21. Oktober 2007
15. - 18. November 2007
Tagungsort: Stuttgart
VISUS GmbH • 70173 Stuttgart
Calwer Str. 41 • Tel. +49-711-226 16 50 • Fax: 29 63 99
Info unter: www.visus.de

Neue „SuperClean"-Klebepads von Seiko Optical

Service für die Werkstatt

Jeder Augenoptiker kennt es, nutzt es, braucht es – die Rede ist vom Klebepad, dem Verbindungsstück zwischen Brillenglas und Blockstück für die Randung eines jeden Brillenglases im Schleifautomaten. Allerdings brauchte man bisher je nach Beschichtungsqualität und Werkstattausrüstung bei der Bearbeitung unterschiedlicher Gläser auch unterschiedliche Klebepads. Hier standen bis dato verschiedenste Varianten von diversen Anbietern zur Auswahl. Zudem benötigte man bei super glatten Oberflächen eine zusätzliche Adapterfolie, die von den Glasherstellern mitgeliefert wird. Das Problem: Einerseits bringt die zusätzliche Folie mehr Arbeit mit sich, andererseits ist das Glas schnell unbrauchbar, wenn die Folie einmal vergessen wird.

Ab sofort gehört dieses Szenario der Vergangenheit an. Seiko Optical bietet ab sofort den Augenoptikern die „Alles in einem"-Lösung für die Werkstatt an. Das Besondere: Die neuen „SuperClean"-Klebepads sind für extrem glatte Vergütungen (super hydrophobe Oberflächen) entwickelt worden und damit auch einsetzbar für alle herkömmlichen Veredelungen (Beschichtungen). Sie können für jedes Glasmaterial (Mineral und Kunststoff), für jede Krümmung (Basiskurve) sowie für jede Beschichtung (super glatte Vergütungen sowie alle anderen Oberflächen) verwendet werden. Die servicefreundlichen „SuperClean"- Klebepads sind erhältlich in allen drei gängigen Größen.

„SuperClean"-Klebepads von Seiko

Ben Baier, „Assistent Manager Quality Control" bei Seiko Optical Europe GmbH: „Jeder Augenoptiker verwendet täglich Klebepads in seiner Werkstatt. Um seine Werkstattarbeit einfacher und müheloser zu gestalten, bedarf es statt der Rolle herkömmlicher Klebepads nur noch der Nutzung der neuen ‚SuperClean'-Klebepads. Als Vorteil erlangt jeder Augenoptiker dafür eine vielfach höhere Sicherheit bei der Glasbearbeitung und Fertigstellung von Brillen. Die neuen Klebepads sind selbst bei der extrem glatten Veredelung ‚Seiko Orgatech' perfekt achsstabil und ermöglichen ein risikoloses Arbeiten. Werkstattbrüche durch Achsverdreher bei allen ‚SuperClean-Coat'- oder ‚Clean-Coat'-Vergütungen wird es zukünftig dank der Optimierung des vorhandenen Verbrauchsmaterial nicht mehr geben."

„Die Eigenschaften auf einen Blick des weltweit ersten Klebepads für super hydrophobe Oberflächen der neuesten Generation:

– noch nie da gewesenes Trägermaterial (Dicke 0,7 mm);
– dank Puffer-Eigenschaften durch 0,7 mm Dicke bestens für Hartblocks geeignet;
– unübertroffene Klebeeigenschaften;
– einfachste Handhabung, keine Adaptershields, kein Nachpunkten mehr;
– kompatibel mit allen erdenklichen Arten von Beschichtungen und allen Glasmaterialien;
– für alle Basiskurven verwendbar;
– einfach zu entfernen;
– in drei Größen erhältlich: SCP-R („SuperClean"-Pad 24 mm rund), SCP-O („SuperClean"-Pad 18 mm x 29 mm oval, ohne zentrisches Loch, daher keine Vakuumbildung zwischen Glas und Blockstück mehr) und SCP-HR („SuperClean"-Pad 24 mm halbrund, mit zentrischem Loch)."

Infos: www.seiko-optical.com.

Ladenbauprojekt von Söker Läden

Geradlinigkeit!

Ein großes Ladenlokal, mit dem die Firma Clauß Optik in Erwitte ihren Standort am Marktplatz und der Hauptstraße verbessern konnte, muss dem Kunden Orientierung durch einen klar strukturierten Grundriss geben.

Die Möbel unterstützen dieses Konzept durch Geradlinigkeit ohne designerischen Schnick-Schnack und heben die Brillenfassungen in den Vordergrund. Eine interessante Farbgebung: Verwitterte Holztexturen, Pastellgelb kombiniert mit Anthrazit und ein spezielles Grün, zur Kennzeichnung des Service-Zentrums, tragen zu einer angenehmen, aber auch besonderen Verkaufsraum-Atmosphäre bei.

Söker Läden konnte auch bei diesem Kunden bereits das zweite Objekt planen und ausführen. Unterlagen können Sie anfordern unter „www.soekerlaeden.de" oder per Fax (0 64 04) 66 65 65 bei Söker Läden anfragen.

Ladenbauprojekt in Stuttgart

Signalwirkung

„Kästner Optik ist ein alt eingesessenes Augenoptik-Geschäft im Herzen Stuttgarts im Königsbau am Schlossplatz. Aufgabe war es, durch den Umbau des ersten Obergeschosses der Kernkompetenz eines Augenoptikers, also der Arbeit rund um das menschliche Auge, einen neuen Rahmen zu geben. Zur Wahrnehmung als Stilberater sollte hier ein klares Gegengewicht gesetzt werden. Im neuen Sehzentrum soll in einer klaren, Präzision vermittelnden Atmosphäre die optometrische Arbeit stattfinden sowie in entspannter Atmosphäre des „After Sale"-Gesprächs eine noch stärkere Kundenbindung erreicht werden."

Im neuen Sehzentrum werden zwei „Key Visuals" herausgearbeitet: der Ausblick durch die Kollonaden des Königsbaus auf den Schlossplatz sowie eine mit vier Meter Durchmesser übergroße blaue Iris an der Decke. Das Auge an der Decke setzt nicht nur das Thema des Raums, sondern ist auch ein weit sichtbares Signal. Während von innen durch einen Spiegel im Treppenhaus bereits im Erdgeschoss ein spannender Ausschnitt der Decke des Sehzentrums neugierig macht, bietet die hinterleuchtete Iris in den Abendstunden einen aufmerksamkeitsstarken Hinweis auf das Fachgeschäft.

Der Raum wird in zwei Richtungen aufgespannt. Durch das Abrunden der oberen Raumkanten sowie der sich plastisch nach außen wölbenden Iris entsteht eine Art Tunneleffekt, der den Ausblick inszeniert. Der Blick wird nochmals durch zwei vor den Fenstern platzierte Rahmen gefasst und gleichzeitig dem Raum ein Abschluss gegeben. Ein kammförmiges, hinterleuchtetes Regal am Treppenaufgang sowie die dahinterliegende Polsterung der Längswand unterstützen diese Bewegung. Zum anderen orientiert sich der Raum auf die gegenüberliegende Glaswand, hinter der die mehr technischen Refraktionsräume sowie die Kontaktlinsenanpassung liegen.

Der Hauptraum ist in vier Bereiche gegliedert, die durch kubische Möbel besetzt werden. Gleich links vom Aufgang werden Ferngläser, Lupen und andere Sehhilfen präsentiert. Rechts der Treppe präsentiert eine in der Wand eingelassene Vitrine ausgefallene Brillenfassungen aus der Sammlung des Eigentümers Henning Hüppauff. Gleich daneben bietet ein höhenverstellbarer Tisch die Möglichkeit zu analogen Messungen am Auge.

An der Außenfassade schließlich findet in fast lounge-artiger Atmosphäre die eigentliche Anpassung statt. Eine Videostele nimmt den Kunden mit seiner neuen Brille auf. Das Auge wird so gleich ausgemessen, und der Kunde hat die Möglichkeit, sich noch einmal mit seiner neuen Brille in Bild und Video auf dem Bildschirm zu sehen. Neue Technik wird ganz bewusst als Kompetenzbeweis inszeniert. Während des Gesprächs schaut der Kunde auf die weiß gepolsterte Wand und über den Mitarbeiter hinweg auf eine Videoinstallation auf drei Bildschirmen. Augen wechselnder Menschen verschiedenen Geschlechts und Alters schauen in den Raum, aus dem Fenster, sind mal ganz ruhig oder kommunizieren sehr lebhaft miteinander.

Foto: Zooey Braun

Das Farbklima des Raums wird im Wesentlichen durch die Iris bestimmt. Das Blau des Auges wird von einem wasserblauen Epoxydharzboden erwidert. Der kreisförmigen Iris an der Decke entspricht ein in den Boden eingelegter Strahlenkranz aus Aluminiumprofilen. Dieses Motiv findet sich bereits im Treppenhaus, wo es die Kunden von der Verkaufsfläche im Erdgeschoss zum Sehzentrum im Obergeschoss leitet. Das Mobiliar ist in zwei verschiedenen Beigetönen lackiert, ein grüner Streifen an der Kante der Rahmen an der Fassade verstärkt noch einmal die Wirkung und leitet den Blick auf das Grün des Schlossplatzes. Die Atmosphäre ist gleichzeitig konzentriert und entspannt.

Die Glasfassade zu den Refraktionsräumen ist mit einer Textinstallation des Berliner Künstlers Bruno Nagel belegt. Ein fragmentierter Textstrom beleuchtet aus den Blickwinkeln der Poesie, Naturwissenschaft, Geschichte und Theorie die Arbeit des Augenoptikers. Das Textfeld ist einerseits Sichtschutz für die dahinterliegenden Räume als auch Zeitvertreib für wartende Begleiter.

Die konzentrierte Atmosphäre wird in den Refraktionsräumen noch weiter zugespitzt. Das Farbklima wird auf Weiß und Grau reduziert. Der Boden wechselt zu Linoleum, das sich zu Rückwand und Decke entwickelt und so den Räumen zum einen Geborgenheit, zum anderen aber auch eine klare Fokussierung zur Projektionswand gibt.

Weitere Infos: Ippolito Fleitz Group – Identity Architects, Stuttgart, Tel. (07 11) 99 33 92-3 30, E-Mail: info@ifgroup.org, Web: www.ifgoup.org.

Anzeige

Seminare Visualtraining
4-Tage Seminar
18. - 21. Oktober 2007
15. - 18. November 2007
Tagungsort: Stuttgart
VISUS GmbH • 70173 Stuttgart
Calwer Str. 41 • Tel. +49-711-226 16 50 • Fax: 29 63 99
Info unter: www.visus.de