

Auf die Nase

Autor(en): **Ernst, Meret**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design**

Band (Jahr): **27 (2014)**

Heft 5

PDF erstellt am: **10.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-583453>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Auf die Nase

Die Brille ist Sehhilfe, bietet Schutz und formuliert ein Statement. Was vielen passen soll, muss sorgfältig entworfen und produziert sein.

Text:
Meret Ernst
Fotos:
Désirée Good

In der Schweiz brauchen rund 5,6 Millionen Menschen in der einen oder anderen Form eine Sehhilfe. Viele greifen auf die Korrekturbrille zurück. Aber auf welche Fassung, auf welche Gläser? Wer sich nicht bei den marktbeherrschenden Discountern eindecken will, geht ins Optikergeschäft und lässt sich beraten. Oder man bestellt die Brille online und lässt sie sich per Post nach Hause schicken. Wer keines der Fashion-Labels im Gesicht tragen will, hat die Wahl unter kleinen Herstellern, die ihr Logo diskret einsetzen. Sie bieten Modelle in Horn, Acetat oder Titan an, lassen die Rahmen industriell produzieren oder fertigen sie komplett in Handarbeit im eigenen Atelier. Entwicklung, Form und Funktion, Produktion und Vertrieb: An der Brille zeigt sich, was Design ausmacht.

Eine Form für die immer gleiche Funktion

Geschliffenes Glas verkleinert oder vergrössert die Dinge. Das optische Gesetz war der Beginn der Sehhilfe. Brillengestelle, die auf der Nase sitzen, bringen die Gläser an die richtige Stelle vor die Augen – egal, ob die Gläser das Sehen erleichtern, die Augen vor Sonnenstrahlen oder vor gefährlichen Partikeln schützen. Der Rest ist Arbeit an der Form, um nicht zu sagen am Trend. Wie in der Mode wechseln die Kollektionen halbjährlich und werden an 15 grossen Fachmessen dem Handel präsentiert.

Doch es gibt auch technische Neuerungen. Sie führen zu überraschenden Lösungen – und zu Patenten. Gleitsichtgläser helfen seit den Sechzigerjahren bei Alterssichtigkeit. Getüftelt wird an der Befestigung der Gläser, beim Rahmen konzentriert sich das innovative Tun auf die Scharniere. Konstruktives Wissen und feinmechanisches Können werden vorausgesetzt. Schraubenlose Scharniere, die gelötet werden, erleichtern die Produktion. Das ist wichtig, denn für ein Brillengestell in Acetat braucht es mehr als achtzig Produktionsschritte und viel Handarbeit. Andere Scharniere erlauben es, die Brillenbügel so

flach einzuklappen, dass die Sonnenbrille in der Hosentasche Platz findet. 2007 brachten Sandra Kaufmann und Reto Dudli mit dem Label Strada del Sole Modelle auf den Markt, deren geschlitzte Metallbügel aus Federstahl flexibel wie eine Haarspange sind. Sie schmiegen sich, legt man die Brille zusammen, den nach aussen gewölbten Brillengläsern an (siehe Hochparterre 6–7/07).

Eine andere Lösung für dasselbe Problem entwickelte Sven Götti. Der gelernte Optiker begann 1995, eine eigene Brillenkollektion zu entwerfen, erst in Horn, bald in Acetat und Titan. Inzwischen hat er zwanzig Mitarbeiter, die Kollektionen werden in Japan, Deutschland und Österreich produziert und von Wädenswil an Optiker in mehr als dreissig Länder ausgeliefert. Mit «Spin & Stow» brachte er vor drei Jahren ein zum Patent angemeldetes Scharnier auf den Markt, mit dem sich die Bügel um 360 Grad drehen lassen. Dreht man die im aufgeklappten Zustand nach aussen gewölbten Bügel um ihre eigene Achse, rasten sie mit einem leisen Klick ein und folgen zusammengeklappt der Wölbung der Gläser. Wie unerwartet das System ist, realisierte Götti, als zu Beginn die eine oder andere ausgelieferte Brille von den Fachhändlern zurückgeschickt wurde – weil sie dachten, die Bügel wären falsch montiert. Tatsächlich erschliesst sich der Zusatznutzen erst dem, der die Brille zusammengeklappt sieht. Am integrierten Scharnier lässt sich die Funktion nicht ablesen.

Die Entwicklung geschah in knappen eineinhalb Jahren. Erleichtert wurde sie durch die Zusammenarbeit mit dem japanischen Produzenten, den Götti zu Beginn seiner Karriere als Brillendesigner kennenlernte. Inzwischen seien einige tausend Brillen mit dem System verkauft worden, und damit sei der Beweis erbracht, dass es dem Gebrauch standhalte. Scharniere sind Sollbruchstellen. «Brillen werden enorm beansprucht», weiss Götti. «Erfindet man ein neues Scharnier, geht man immer ein Risiko ein.»

Wo kommen in Zukunft neue Erfindungen her? Götti setzt auf den 3-D-Druck. Dafür hat er eigens sein Team erweitert: «Die Technologie steht am Anfang, aber sie könnte etwas bieten, was für Brillen zentral ist: sie viel genauer nach Kundenwunsch anzupassen.» Eine technische →



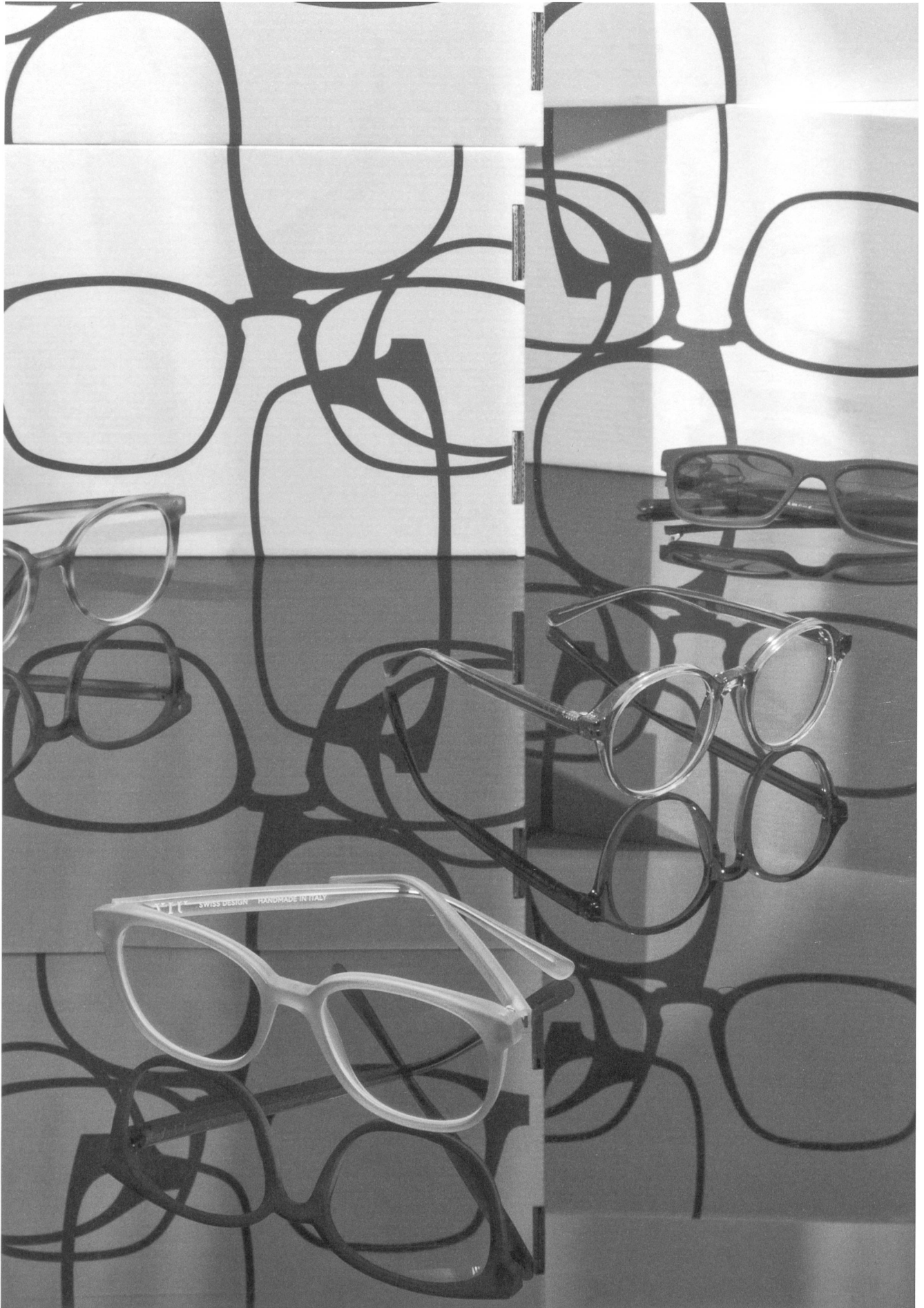
Erfindungen konzentrieren sich bei Brillen unter anderem auf Scharniere. «Spin & Stow» von Götti erlaubt es, die Bügel zu drehen, sodass sie sich beim Zuklappen flach anlegen.



Hornbrille des Labels Noosh Optix: Der Optiker Pascal Nüesch wurde zum Brillendesigner, als seine eigene Brille kaputtging.



Auch eine Schutzbrille will gern getragen werden, ist der Industrial Designer Raphael Gasser überzeugt. Die Schutzbrille, die er für Unico Graber entwarf, ist modular aufgebaut.



Christian Kaegi und Fabrice Eberhard arbeiten nicht nur am Produkt, sondern auch am Verkaufskonzept. Die Korrekturbrillen des Labels Viu kommen per Post ins Haus.

→ Erfindung allein macht das Produkt nicht erfolgreich, warnt Sven Götti. Eine Brille wird nur gekauft, wenn sie gefällt und richtig auf der Nase sitzt. Technisch ausgedrückt bestehen Brillen aus Freiformen, die auf einen wechselnden, unkontrollierbaren Hintergrund passen müssen. Parameter sind Kopfbreite und Augenabstand, Nasenbreite und die Inklination, die Vorneigung der Brille zum Gesicht.

Die eigene Brille

Wer wie Sven Götti als Optiker an diese Aufgabe herantritt, bringt zwar viel Erfahrungswissen mit. Welche Brille am besten auf der durchschnittlichen Nase sitzt, lässt sich am besten am lebenden Objekt herausfinden. Doch der Wechsel vom Brillenanpassen zum Brillenentwerfen ist mehr als ein Perspektivenwechsel.

Auch Pascal Nüesch ist als Optiker zur Entwurfsaufgabe Brille gekommen. Er gehört zu denjenigen, die sich nicht nur der Brille, sondern auch einem Material verschrieben haben. Ins Geschäft und zu seinem Label Noosh Optix kam er per Zufall, respektive aus Not. Für seine eigene kaputte Brille fand er keinen Ersatz. Weshalb nicht selbst machen? Erst scheiterte Nüesch an der Materialbeschaffung. Entweder war das Acetat, wie in den Achtzigerjahren üblich, knallbunt meliert. Oder die Produzenten in Deutschland und in Italien boten ihm das Material nur in Quadratmeterplatten an.

Von der Laubsäge zur CNC-Fräse

Horn von indischen Wasserbüffeln bot eine Alternative. Geliefert wird es in fünf bis sieben Millimeter dicken Platten von wenigen Quadratcentimetern. Horn ist zwar hart, aber faserig wie Holz. Wird es erwärmt, kann man es wie Thermoplast formstabil biegen. Für die Brillen werden kopfnaher Stücke der Hörner verwendet, die bis zu einem Meter lang werden. Die Farben variieren von Schwarz bis Honig, manchmal sind sie grünlich oder grau.

Doch wie stellt man daraus Brillenfassungen her? «Ich schaute einem Produzenten über die Schulter und begann, die Platten mit der Laubsäge zu bearbeiten – mit mässigem Erfolg», erzählt Nüesch. Er experimentierte mit einer selbstgebastelten Tellerschleifmaschine und einer Kopierfräse, die ein befreundeter Metallbauschlosser für ihn baute. «Wie ein Pantograf sollte sie eine eingespannte Form abtasten. Das war viel zu unpräzise. Also leistete ich mir eine kleine CNC-Fräse für die Innen- und Aussenform.» Die Form der Brille zeichnet er am Computer mit «Illustrator», der Rohling wird zweidimensional ausgefräst. Alle weiteren Schritte, die Ausbuchtung des Stegs, die dreidimensionale Form der Brillenränder, schleift er von Hand aus den Platten. Das verlangt nach handwerklichem Geschick und viel Formgefühl. Und nach Zeit: Vom Ausfräsen über das Schleifen, Biegen, Bohren und Polieren bis zum Versand dauert es rund sieben Stunden pro Brille. Allein vier bis fünf Durchgänge braucht es für das Polieren. «Poliere ich nur einmal, glänzt es zwar, aber sobald das Horn abkühlt, entsteht eine ungleichmässige Oberfläche.» Erst wenn die Politur in tiefere Schichten des Horns gelangt, wird die Oberfläche perfekt.

Gefragtes Handwerk

Als Optiker kennt Nüesch die typische Bewegung, mit der Fachleute die Qualität eines Brillengestells prüfen: Sie fassen die Brille von vorne, kippen sie und tasten mit beiden Daumen ab, ob die Bügel formschlüssig an das Gestell anschliessen. Keine Rille, kein Versatz – dann stimmt es. Nüesch entwirft mit derselben Sorgfalt, wie er die Brillen in seiner Churer Werkstatt fertigt. Kürzlich hat er den Förderpreis der Stiftung Bündler Kunsthandwerk erhalten.

«Ich überzeichne Porträtfotos, beginne damit, die Form der Augenbrauen nachzuzeichnen, suche die Form. Verändert man nur einen Zehntelmillimeter, gibt es ein neues Bild.» Von einem Modell zeichnet er mehrere Variationen, die er ausdrückt, an die Wand hängt und so lange überprüft, bis er die beste Form gefunden hat.

Das Material Horn legt eine klassische Form nahe, die man lange tragen will. Auch, weil Nüesch's Fassungen rund 1500 Franken kosten. Verkauft werden sie inzwischen bei 25 Optikern. Hornbrillen profitieren vom regen Interesse an natürlichen Materialien und manufakturieller Herstellung, sie bilden einen Gegenentwurf zum Marketinggetöse grosser Labels. «Eine Brille muss ins Gesicht passen, egal was angesagt ist.» Doch auch in der strengen Form gibt es Variation: Erstmals weisen seine Entwürfe einen Schlüsselochsteg auf. «Das lockert die Brille auf, macht sie über der Nase leichter. Ausserdem forme ich die Rahmen oben massiver als unten. Die markante Linie wird so unterstützt, und nach unten wird alles leichter.»

Wandelbar

Schutzbrillen sorgen dafür, dass keine Säure, keine gefährlichen Partikel ins Auge gelangen. Muss umgekehrt eine Schutzbrille ins Gesicht passen? Nein, ist man versucht zu sagen. Stimmt nicht, meint Raphael Gasser, der für Unico Graber eine modular aufgebaute Schutzbrille entworfen hat. «Schutzbrillen müssen gefallen und gut sitzen, damit sie auch getragen werden.» Und sie müssen Korrekturgläser integrieren können. Auch aus diesem Grund ist die Schutzbrille «Flinco» modular aufgebaut.

Wie ist der Industrial Designer vorgegangen? Er zerlegte die Brille in Bügel, Nasensteg und Schutzglas. Für Fehlsichtige gibt es einen zusätzlichen Clip mit integrierten Korrekturgläsern. Der Bügel endet in einem weichen y-förmigen Zusatz. Mit einem Handgriff kann der Bügel entweder am Schutzglas oder am Clip angebracht werden. Die Enden der Bügel sind in einem weichen Material gefertigt, sodass sie der Kopfform des Trägers folgen. Damit die Brille auf allen Nasen sitzt, hat Gasser verschiedene Nasenstege entworfen. Ohne Schutzglas getragen wird «Flinco» zur Brille, die auch im Büro gute Dienste tut. Das Schutzglas ist getönt oder klar erhältlich. «Es muss für unterschiedliche Gesichtsformen passen. Für die richtige Form machten wir über längere Zeit hinweg Tests, bevor die Brille in die Serienfertigung ging», erklärt Gasser.

Schutz ist Pflicht

Auswählen können die Kundinnen und Kunden die Brille in drei Farbstellungen: in Schwarz, Blau oder Gelb. Die Brille ist allerdings nicht im Laden erhältlich, sondern wird von der Suva online vertrieben. Sie wird wie viele Schutzbrillen vom Arbeitgeber zur Verfügung gestellt. Denn Schutzbrillen gehören zur «persönlichen Schutzausrüstung». Sie erfüllen Sicherheitsauflagen und sind je nach Arbeitsplatz obligatorisch – geregelt ist diese Pflicht unter anderem im Arbeits- und Unfallversicherungsgesetz. Die Entwicklung von Schutzbrillen, die im Spritzgussverfahren hergestellt werden, kostet schnell über 100 000 Franken. Läuft die Brille gut, kann sie langfristig angeboten werden – mehrere Millionen Stückzahlen sind dann kein utopisches Ziel.

Letzten November wurde «Flinco» an der grössten internationalen Sicherheitsmesse, der A+A Sicherheitsmesse in Düsseldorf, vorgestellt. Der Hersteller Unico Graber ist seit den Dreissigerjahren im Geschäft. Die Firma bietet nicht nur Schutzbrillen an, sondern berät Unternehmen und organisiert Schulungen, damit Mitarbeitende lernen, ihre Augen zu schützen, und das auch gern tun. →

→ Den Vertrieb neu erfinden

Der durchschnittliche Preis einer Korrekturbrille aus dem Optikergeschäft inklusive Gläser kommt auf rund 600 Franken. Kein Wunder, wechseln wir unsere Korrekturbrillen im Schnitt nur alle drei Jahre aus. «Die Margen auf Fassungen und Gläser sind deutlich höher als sie etwa im Möbelbereich üblich sind», erklärt der Industrial Designer Fabrice Aeberhard. «Wir lesen diese Preisgestaltung auch als Ausdruck einer Strukturschwäche der traditionellen Branche, die von grossen Firmen wie Luxottica beherrscht wird.» Eine Schwäche, die von kleinen Herstellern ausgenutzt werden kann.

Aeberhard und sein Büropartner Christian Kaegi sind die kreativen Köpfe des Brillenlabels Viu, das im Frühling 2013 von zwei HSG-Absolventen und einem Optiker als Start-up gegründet wurde. Ihr Ziel: Korrektur- und Sonnenbrillen online vertreiben und ausgewählte Modelle in Boutiquen anbieten. Was nichts anderes bedeutet, als über tiefere Preise, aktuelle Fassungen und mit der richtigen Positionierung des Labels auch die Korrekturbrille als Accessoire aufzuwerten. «Wir arbeiten ebenso an einem überzeugenden Produkt wie am Verkaufskonzept. Im Brillendesign gibt es nicht allzu viel Potenzial, die Welt neu zu erfinden. Anders ist das im Vertrieb und in der Produktion», sagt Fabrice Aeberhard. Die beiden Designer beschäftigen sich seit über sieben Jahren mit Brillen. Für ihr eigenes Label Sire konzipieren sie Hornbrillen mit einem charakteristischen offenen Nasenbereich, und sie entwerfen für die Marke Swisshorn klassische Modelle, die weltweit verkauft werden. Kaegi und Aeberhard wissen inzwischen, was es braucht, bis eine Brille auf möglichst viele Nasen passt.

Für Viu entwarfen sie eine Standardkollektion, die von modernen Klassikern ausgeht. Dafür analysierten sie gängige Modelle und interpretierten sie neu. Die Startkollektion umfasst 14 Modelle, ausgewählt wurden sie aus 88 Prototypen. Fabrice Aeberhard: «Man muss sich bei einer solchen Kollektion sicher sein, dass die Formen richtig sitzen. Dass die Nase perfekt stimmt.» Das Ziel dieser Mikroergonomie im Zehntelsbereich sei es, rund 95 Prozent aller Fälle abzudecken und eine gute Passform zu erreichen. «Diese Perzentile muss erreichen, wer mit einem Onlinevertrieb im Geschäft bleiben will.»

Die Anforderungen sind umso höher, als die Brillen von Beginn weg sitzen müssen. Wer vier Modelle online ausgewählt hat, lässt sie sich nach Hause schicken – in der eigens konzipierten Schachtel, die nicht mehr als 250 Gramm wiegt. Es folgt die Anprobe vor dem Spiegel, man wird von Liebsten, Familie, Freunden beraten, entscheidet sich, schickt die Brillen in derselben Schachtel zurück, lädt das Brillenrezept hoch und bestellt. Nach wenigen Tagen wird die Brille ausgeliefert.

Wie soll das gehen, ohne Beratung, ohne Anpassung? Im Vergleich zu anderen Branchen, etwa dem Buchhandel, entwickelt sich der Onlinehandel in der Optikbranche nur langsam. Stolperstein ist die Auswahl – zumindest für unsichere Kundinnen. Andere, wie die inzwischen über tausend Viu-Kunden, trauen sich die richtige Wahl auch ohne Beratung zu. Einige der Anbieter unterstützen die Auswahl mit einer virtuellen Anprobe. Für Aeberhard und Kaegi kam das noch nicht in Frage, zu schlecht ist die Aussagekraft der wackligen Bilder. Bis Ende Jahr wollen sie eine bessere Lösung auf ihrer Website einbauen, mit der man per Livestream das ausgewählte Modell virtuell anprobieren kann. Und noch ist die überschaubare Kollektion klein genug, um sich zu orientieren. Filter sollen die Suche zusätzlich erleichtern.

Bleibt das Anpassen. «Unser Ziel ist es, dass die Brille auch ohne Anpassen gut und gerade sitzt.» Dafür gibt es eine Lösung: Bügel, die nicht auf den Ohren aufsitzen. Sie schliessen stattdessen am Hinterkopf an, der, im Unterschied zu den Ohren, meist symmetrisch ausgebildet sei. Wer will, kann sich die Bügel später immer noch beim Optiker um die Ohren biegen lassen.

Tragbar billig

Kaegi und Aeberhard wollen nicht falsch verstanden werden. Sie richten sich nicht gegen das Fachgeschäft, sondern wollen eine günstigere Alternative anbieten, die näher an der wechselnden Mode ist. Ihre Korrekturbrillen inklusive Gläser, die von einem Optiker hergestellt und eingesetzt werden, gibt es ab 195 Franken. Das ist mehr, als das amerikanische Vorbild Warby Parker verlangt, das für 95 Dollar Korrekturbrillen übers Internet vertreibt – inklusive einer zusätzlichen Brille, die pro Kunde einem Hilfswerk gespendet werde. Was Aeberhard und Kaegi aber wichtig ist: Im Unterschied zu Warby Parker legen sie offen, wo ihre Brillen produziert werden. Nicht in Fernost für wenige Dollars, wie das die meisten tun. «Wir fanden in den Dolomiten einen italienischen Hersteller, ein Familienunternehmen, das in der zweiten Generation Acetat-Brillen produziert, auch für bekannte Marken. Sie sind auf unsere Wünsche eingegangen.» In der Region ist dieser Betrieb nicht der einzige: Seit gut hundert Jahren werden dort Brillenfassungen hergestellt. Wer die Verlagerung der Produktion nach Fernost überlebte, spezialisierte sich, rüstete die Werkstatt auf und verlässt sich zugleich auf erfahrene Handwerkerinnen und Handwerker.

Die Sorgfalt im Entwurf und in der Produktion verbindet Christian Aeberhard und Christian Kaegi mit den anderen vorgestellten Optikern, Designern und Herstellern. Sie arbeiten mit Lust daran, dass das, was wir tagtäglich mitten ins Gesicht heben und uns damit zu erkennen geben, im Wortsinn tragbar ist. ●

Bildergalerie:
Was die Menschen bei
Hochparterre
auf der Nase tragen.

www.hochparterre.ch

BERGER
swissFineLine®

Die rahmenlose Verglasung.

Transparenz in
ihrer schönsten Form

swissFineLine ermöglicht fließende Grenzen
zwischen innen und aussen und erzeugt
Lebensraum voller Licht, Luft und Atmosphäre.

Berger swissFineLine, 3550 Langnau
Tel. +41 (0)34 409 50 50 www.swissfineline.ch

