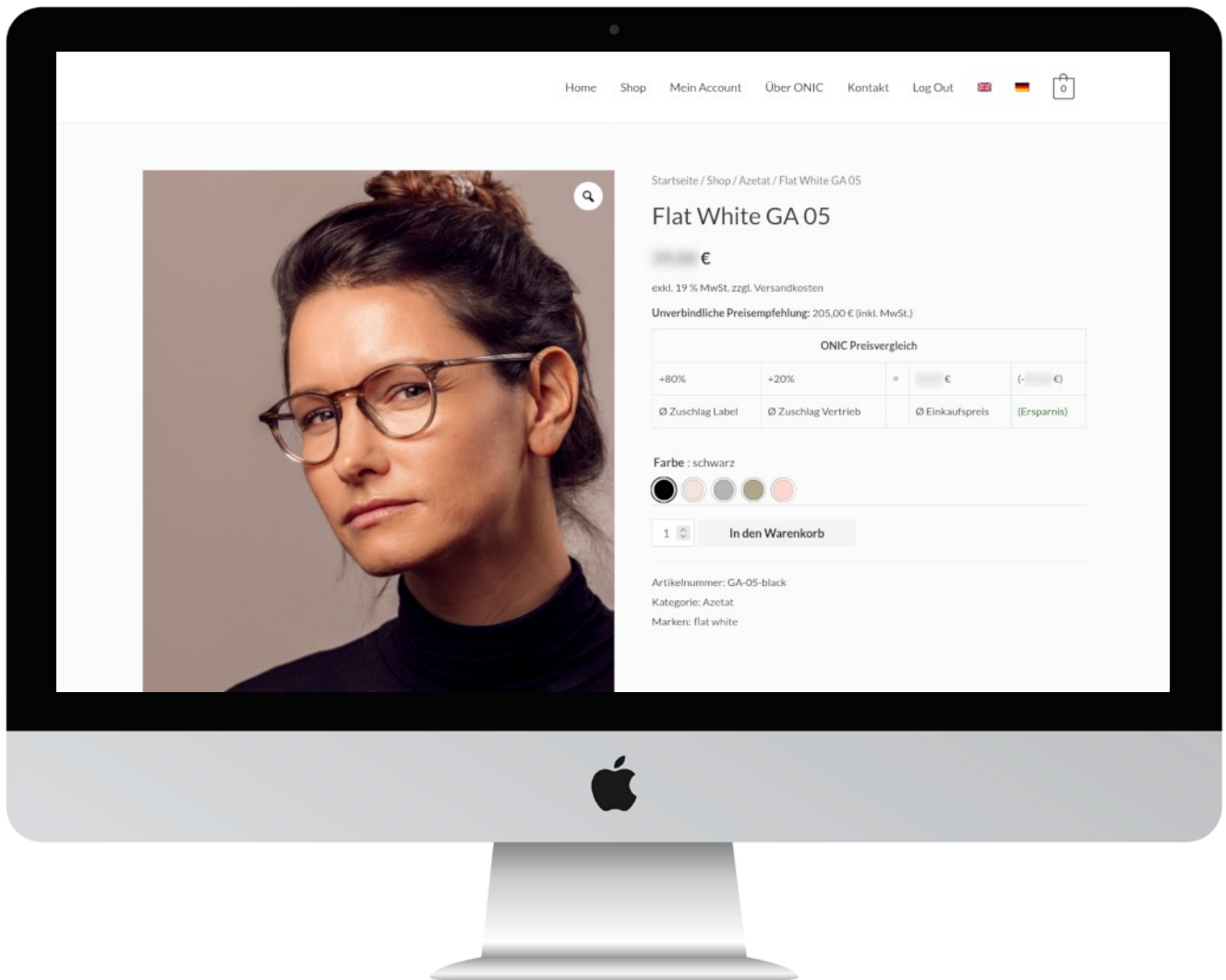




Ohne

UMWEGE

JEDER AUGENOPTIKER WEISS ES: DAS MEISTE GELD WIRD NICHT MIT EXOTISCHEN, SIEBENFARBIGEN BRILLENFASSUNGEN UND AUCH NICHT MIT BERÜHMTE NAMEN AUS DER MODEBRANCHE VERDIENT, SONDERN MIT DEM, WAS DER VERBRAUCHER „SCHÖNE BRILLEN“ NENNEN WÜRD: SOLIDE PRODUKTE ZU REALISTISCHEN PREISEN.



Ein bekanntes Sprichwort sagt: „Wenn das Schicksal dir eine Zitrone gibt – mach’ Limonade draus!“ Was man auch übersetzen kann mit „Wenn das Schicksal eine unternehmerische Tür schließt – schau nach, ob nebenan eine andere aufgeht.“

Die Corona-Pandemie war ein solcher Schicksalsschlag für viele Branchen. Die Augenoptik kam wegen ihrer Systemrelevanz sogar noch vergleichsweise glimpflich durch die vergangenen eineinhalb Jahre, aber auch hier haben die ungeplanten Ereignisse vieles verändert.

Zu Beginn der Corona Krise wurden Messen abgesagt und viele Außendienst-Besuche gecancelt. Eher gezwungenermaßen als freiwillig entwickelten einige Anbieter daher digitale Marktplätze für ihre Kunden, auf denen man oft auch gleich online bestellen konnte. Und zahlreiche Brillenhersteller bemerkten: Vieles geht eigentlich auch ohne den persönlichen Kontakt. Man muss nicht jede Brille beim Einkauf körperlich in der Hand gehabt haben, wenn man den Anbieter kennt.

Adrian Marwitz, der unter seinem Namen selbst acht Jahre mit einer eigenen Fassungs-marke auf dem Markt war, kennt viele Feinheiten der Branche und der Brillenherstellung – auch und gerade die, über die man sich üblicherweise eher weniger Gedanken macht. Aber hier sahen er und zwei weitere Jungunternehmer - Tobias Niedrig, studierter Betriebswirt, und Andor Goetzendorff, von Beruf IT-Spezialist, eine Menge Potenzial für eine besondere Idee, die weit mehr sein sollte als „eben noch eine andere Brillenmarke“: ONIC.

Keine gekauften Labels und ganz kurze Wege zwischen Hersteller und Augenoptiker – aber dafür Spitzenqualität zum Normalpreis.

Der Preis einer Brillenfassung setzt sich aus vielen Faktoren zusammen. Neben gekauften Labels spielen die Vertriebskosten eine nicht unerhebliche Rolle, auch wenn es den Anschein hat, der Außendienst würde seine Koffer „gratis“ zum Augenoptiker tragen.

Deshalb griff ONIC eine Idee auf, die führenden Augenoptiker in den 70er und 80er Jahren – lange vor Gründung der ersten Einkaufsgemeinschaften - schon einmal hatten: Sie kauften damals nicht (nur) die Brillenfassungen deutscher Firmen, sondern fuhren selbst nach Italien zu lokalen Brillenherstellern und bestellten ihre Produkte dort direkt. ONIC macht dies wieder möglich - und deutlich einfacher: Man muss nicht selbst fahren, aber hat trotzdem direkten Zugriff auf den Hersteller. Und spart sich teure Zwischenschritte und Lizenzgebühren, die den reinen Herstellungspreis einer Brillenfassung leicht verdoppeln können. Denn ONIC stellt eine

direkte Verbindung zwischen Hersteller und Augenoptiker her, eine Art „verlängerte Werkbank“. Nicht mit irgendwelchen No-Name-Produzenten, sondern mit renommierten Herstellern, für die auch eine solide Ersatzteilversorgung kein Fremdwort ist. Neben kurzen Wegen und gelebter Nachhaltigkeit ist den ONIC-Gründern auch die Ehrlichkeit zu ihren Partnern wichtig: „Brillen als ‚made in Germany‘ zu deklarieren, obwohl in Deutschland nur die Stützscheiben montiert oder die Bügel graviert wurden, ist nicht seriös“, sagt Adrian Marwitz.

„Brillen als ‚made in Germany‘ zu deklarieren, obwohl in Deutschland nur die Stützscheiben montiert oder die Bügel graviert wurden, ist nicht seriös.“

Brillenmode ist ohne Frage toll. Aber auch im Jahr 2021 erwarten die meisten Brillenkunden von ihrem mittelständischen Augenoptiker nicht in erster Linie teure Modelabels oder siebenfarbige Fassungen, sondern solide, verlässliche Produkte, die länger als einen Sommer halten und zu unterschiedlichen Anlässen getragen werden können. Auch wenn wir noch so gerne glauben wollen, dass die Brillenmode für lukrativ-kurze Kaufrhythmen sorgt: Die Mehrzahl der Deutschen und Europäer trägt ihre Brillen drei und mehr Jahre lang.

Begonnen hat ONIC mit zwei Herstellern, bei denen die Partner solche Brillen bestellen können – auf Wunsch auch „namenlos“ oder als Eigenmarke. Die Metallbrillen kommen aus Deutschland; die Acetatmodelle werden aus feinstem japanischem Material in einer Manufaktur in Hong Kong gefertigt. Bis Ende des Jahres 2021 werden vier weitere Firstclass-Hersteller mit an Bord kommen und das Angebot neben Acetat und Metall auch auf Titan und 3D-Druck ausgeweitet.

Auch wenn wir noch so gerne glauben wollen, dass die Brillenmode für lukrativ-kurze Kaufrhythmen sorgt: Die Mehrzahl der Deutschen und Europäer trägt ihre Brillen drei und mehr Jahre lang

Damit kann ONIC seinen Partnern ein ganz besonderes Angebot machen: Einen digitalen Marktplatz für high-quality-Brillenfassungen. Keine gekauften Labels und ganz kurze Wege zwischen Hersteller und Augenoptiker – dafür Spitzenqualität zum Normalpreis. ■



Adrian Marwitz



Andor Goetzendorff



Tobias Niedrig

www.onic.net