



„Das fühlt sich an wie ein Apple-Gerät“

Eine große Überraschung und sehr ermutigend: Das war der Gewinn des opti BOX AWARD in München für das junge Schweizer Label LARS Brillen. OPTIC+VISION sprach mit den Co-Foundern Simon Krähenbühl und Silvia Nadenbousch über die Gedanken hinter ihrem minimalistischen Design: Partneroptiker lieben seine Ergonomie- und Kunden begeistert die Haptik und Nachhaltigkeit.

OPTICUNVISION: HERZLICHEN GLÜCKWUNSCH ZUM OPTI BOX AWARD! WIE HABT IHR DIESEN ERFOLG EMPFUNDEN? *Silvia Nadenbousch:* Wir sind zur opti gereist, um zu lernen. Dass wir über diese drei Tage so viele wunderbare Feedbacks zu unserer Kollektion erhalten haben und sogar mit dem opti BOX AWARD in der Tasche wieder nach Bern reisen durften, hat alle unsere Erwartungen übertroffen.

IHRBEIDSEID DIE INHABER VON LARS BRILLEN. WIE KAMES ZU EUREM CO-FOUNDING? Das Spannende an der Geschichte von LARS Brillen ist der Fakt, dass Simon und ich keine Sandkastenfreunde sind – wie es so oft bei kleinen Brillenlabels vorkommt. Wir haben uns in der Berner Start-up-Szene vor drei Jahren eher durch Zufall kennengelernt – beide auf der Suche nach einer neuen beruflichen Herausforderung. Ich habe zuvor in der Kommu-

Minimalismus mit Funktion

LARS Brillen orientieren sich an den 10 Design-Thesen von Dieter Rams, dem einflussreichen Industriedesigner der Moderne: Alles Unnötige wird konsequent weggelassen. Die Brille ist aufs Wesentliche reduziert und besteht nur noch aus einer Front, zwei Bügeln und vier Stiften. So können Ersatzteile leicht ausgewechselt und die Brille einfach in ihre Bestandteile zerlegt und fachgerecht entsorgt werden. Denn gutes Design ist umweltfreundlich.



Rahmen, Bügel und vier Stifte: Alle LARS Brillen folgen diesem Bauschema.



nikation bei Swisscom, der Schweizer Telekom, gearbeitet. Simon ist gelernter Konstrukteur, hat Industriedesign studiert und war lange in der Produktentwicklung tätig. Bei einem Mittagessen stellte Simon mir sein Brillenprojekt vor. Und obwohl ich zuerst nur mässig interessiert war, änderte sich das schnell – denn er erzählte mir, wie wichtig ihm Minimalismus ist, welchen Mehrwert er mit einem durchdachten Produkt leisten will, und wie wichtig ihm „Swissmade“ und nachhaltige Produktion mit niedrigem CO₂-Ausstoß sind. Das heißt: Auf einmal ging es um viel mehr als nur Brillen. Es ging um einen Beitrag für das große Ganze. Deshalb habe ich Feuer gefangen und bin seine Geschäftspartnerin geworden. Wir haben die Firma gemeinsam gegründet und sind mit Herzblut dabei: Simon ist verantwortlich für die Entwicklung, fürs Design und für die lokale Produktion, und ich bin zuständig für die Marke, fürs Marketing und für die Kommunikation.

WAS MACHT DAS MINIMALISTISCHE DESIGN VON LARS BRILLEN SO BESONDERS? *Simon Krähenbühl:* Schon als Teenager brauchte ich eine Brille und machte die Erfahrung, dass sie selten so gut auf der Nase hielt, wie ich wollte. Ständig musste ich sie wieder hochschieben. Als ich Jahre später im Design-Studium von einem befreundeten Optiker gefragt wurde, ob ich eine Brille für ihn designen könnte, da sagte ich ja. Aber mit dem Anspruch,

nicht nur dieses eine Gestell zu entwerfen – sondern gleich das ganze Problem mit der rutschenden Brille in den Griff zu bekommen und darüber meine Masterarbeit zu verfassen. Denn als Ingenieur will ich verstehen und gehe die Dinge ganzheitlich an. Ich wertete zahllose Gesichts-Daten aus und entwickelte unseren Nasensteg. Die Nasenpartie ist komplett in die Fassung integriert, wodurch wir auf zusätzliche Nasenflügel verzichten können. Zudem entwickelte ich zwei einzigartige Scharniere für die Bügel, die ich patentieren ließ. Heute verwenden wir für LARS Brillen ein schraubenloses Scharnier, dass mit einem Steckmechanismus gehalten wird. Der Bügel rastet ein und bleibt fest in der Trageposition. Unsere Brillen bestehen deshalb nur noch aus drei Elementen: einer Front, zwei Bügeln, und vier Metallstiften.

DAS HEISST, DU BIST AUF UMWEGEN ZUR BRILLE GEKOMMEN? Richtig. Bis es zu dieser Kollektion kam, sind einige Jahre vergangen. Das Brillenthema ließ mich nicht los: Einerseits war ich von meiner Lösung überzeugt und andererseits juckte mich die Frage, ob sie auch vermarktbare war. Ich habe dann meinen Job gekündigt, eine Auszeit genommen und Leute gesucht, mit denen ich meine Brillen an den Start schieben konnte. Und auf diese Weise habe ich Silvia getroffen.

WELCHE PHILOSOPHIE STECKT AUSSERDEM HINTER DEN LARS BRILLEN? Das ist zum einen das Design und zum anderen unser Nachhaltigkeitsgedanke, der lokale Produktion und minimalen CO²-Fußabdruck in den Mittelpunkt stellt. Wegen unseres Anspruchs, in der Schweiz zu produzieren, landeten wir beim 3D-Druck-Verfahren. Denn für Acetat gibt es in der Schweiz keine Produzenten mehr.

WIE KAM ES ZUM NAMEN LARS? Das ist eine Hommage an das reduzierte Design in skandinavischer Tradition. Den Namen merkt man sich leicht – und das wird von unseren Partneroptikern geschätzt. Wir wollen die Optiker abholen, die Wert auf eine klare Formsprache und auf mehrwertstiftende, verständliche Brillen legen. Und mit unseren zeitlosen Designs wollen wir den Konsumenten die Wahl einfach machen in einer von Produkten überfrachteten Welt. Und das klappt bisher ganz hervorragend.

SEIT WANN GIBT ES EUREN BRAND? Die erste LARS Brille entstand vor 4 Jahren. Und vor zweiundhalb Jahren begannen wir, den ersten Optiker zu beliefern – die Brillerei in Bern. Sie ist unser Partner für augenoptisches Fachwissen und Feedback. Nachdem wir dort ein paar Monate unsere Brillen getestet haben, liefern wir im Herbst 2020 unsere Kollektion an sechs Pilotoptiker. Mittlerweile haben wir 24 Partneroptiker und sind dabei, unser Netzwerk auszubauen. Wir haben erstmals einen Außendienst. Unsere Optiker sind sehr begeistert von unserem Produkt und freuen sich sehr über jede neue Farbe und jedes neue Modell, das wir launchen.

WAS MÖGEN OPTIKER AN DEN LARS BRILLEN? Sie können ihren Kunden die Brillen einfach aufsetzen – und bei 80-90 Prozent der europäischen Trägerinnen und Träger sitzt die Brille auf Anhieb perfekt auf der Nase. Deshalb bekommen wir oft die Rückmeldung, dass die LARS Brillen für die Endverbraucher ein Rundum-Sorglos-Paket sind: Sobald sie einmal angepasst wurden, sitzen sie perfekt. Bei anderen Brillen erlebt man es ja oft, das Kunden wiederkommen und Nachjustierungen brauchen.

WELCHES KNOWHOW STECKT IN DER BESONDEREN ERGONOMIE VON LARS BRILLEN? Hier habe ich aus verschiedenen Quellen Daten für die Entwicklung herangezogen, um eine ergonomische und gut sitzende Nasenauflage zu entwerfen. Unter anderem habe ich Daten der NASA ausgewertet und mit Messungen aus der plastischen Chirurgie ergänzt. Das heißt, ich habe intensiv Tiefenrecherche betrieben und anschließend die Nasenauflage in meinem Bekanntenkreis getestet ... Und dass sich dieser Aufwand gelohnt hat, bekomme ich nun als Rückmeldung von unseren Partneroptikern. Sie meinen: „Wir haben noch nie bei einem so jungen Brillenlabel eine derart perfekte Nasenpassform erlebt.“ Und darauf sind wir natürlich stolz. Aktuell bieten wir zwei Nasenformen an: Eine Standardgröße und eine kleinere Größe für schmale Nasen. Und natürlich haben wir auch zwei Brillenmodelle, die speziell schmalen Gesichtern stehen.

WIEVIELE LARS-DESIGNS GIBT ES DERZEIT? Aktuell haben wir 14 Korrekturmodelle und sechs Sonnenbrillen. Die meisten davon sind unisex, doch wir haben gerade auch vier feminine Formen gelauncht. Dieser minimalistischen Philosophie folgen wir bewusst, denn wir wollen die Dinge für alle Beteiligten so einfach wie möglich halten. Der Partneroptiker und die Konsument:innen sollen nicht mit einer riesigen Auswahl überfordert werden, sondern eine treffsichere Kollektion bekommen aus zeitlos-klassischen Brillenformen.

S.N.: Gerade in der Eyewear-Industrie gibt es viele schnelllebige Trends. Ein langlebiges Produkt ist für uns deshalb nicht nur eine Frage der Qualität sondern auch die Frage: Wie zeitlos ist das

Design? Aktuell haben wir vier Farbnuancen, die wir „graphit, pecan, salbei und schiefer“ genannt haben. Diese dezenten Naturtöne harmonieren gut mit vielen Augenfarben, Teints und Haarfarben. In Zukunft werden es noch mehr Farben werden.

WARUM WURDE DAS SPEZIELLE SCHARNIER VON LARS BRILLEN ERFUNDEN? *S.K.:* Wir sind der Ansicht, dass ein herkömmliches Scharnier ein Schwachpunkt für die eigentliche Funktion der Brille ist. Ein Scharnier ist dazu da, die Brille kompakt zusammenzulegen. Doch wir wollten ein Scharnier entwickeln, das den bestmöglichen Halt beim Tragen der Brille sicherstellt. Deshalb schnappen unsere Bügel beim Ausklappen ein, damit die Bügel in der Trageposition fixiert sind und die Brille gut sitzt. Wir haben schon öfter das Feedback bekommen, dass dieses Einschnappen ein beruhigendes Gefühl vermittelt, wegen seiner sanften Haptik.

BEI AUTOS DESIGNT MAN ABSICHTLICH DAS GEFÜHL UND DEN KLANG DER TÜREN ... *S.N.:* Ja genau! Aber dieses beruhigende Schnappen unserer LARS Brillen hatten wir nicht bewusst intendiert, es ist als Nebeneffekt der Click-in-Funktion entstanden. Interessanterweise finden Menschen es sehr attraktiv. Es ist ein schönes, haptisches Gefühl.

Das größte Kompliment dafür bekam ich von einem ehemaligen Arbeitskollegen, dem ich meine Brille bei einem gemeinsamen Mittagessen in die Hand drückte. Während ich ihm erzählte, was ich als Co-Founderin von LARS Brillen mittlerweile so mache, spielte er gedankenverloren mit dem Brillenbügel herum. Er ließ das Scharnier immer wieder hin und her schnappen ... Und nach einer Weile kommentierte er verträumt: „Das fühlt sich an wie ein Apple-Gerät.“ Für mich war das ein wundervolles Kompliment, dass die User Experience von LARS Brillen auf witzige Weise beschreibt.

WIE FÜHLT SICH EUER MATERIAL HAPTISCH AN? *S.K.:* Wir haben eine samtig-matte Oberflächenstruktur und die Brillen sind durch das 3D-Druck-Polymer super leicht. Die Farbgebung ist sehr haltbar, auch bei intensiver Nutzung.

WER KAUFT LARS BRILLEN? *S.N.:* Wertebewusste Menschen jeden Alters. Wir sprechen Charaktertypen an, die bewusst ein Schweizer Produkt kaufen und denen Lokalität, Nachhaltigkeit und soziales Engagement wichtig sind. Für unsere hochwertigen Karton-Etuis arbeiten wir zum Beispiel mit einem Hersteller zusammen, der Menschen den Wiedereinstieg ins Berufsleben ermöglicht. Und im Hintergrund forschen wir nach immer neuen, nachhaltigeren Lösungen! Aktuell recherchieren wir, ob wir unsere Produktion in Zukunft auf biobasiertes Rohmaterial umstellen wollen. Dazu haben wir einen Beratungspartner engagiert, der Spezialist für ökologische Fußabdrücke ist. Wir möchten nämlich herausfinden, ob eine Rizinusbohnen-Brille, deren Rohstoff in Südamerika oder Südostasien wächst, noch umweltfreundlicher für unseren Planeten ist. Oder ob es einfach nur gut klingt. Wir achten sehr auf solche Details und wollen wirklich einen positiven Impact haben. Und darauf basieren unsere Entscheidungen.

Das Interview führte Rosemarie Frühauf.

Hier das Click-in-Scharnier im Video anschauen:

<https://larsbrillen.ch/design-funktion/#gestecktnichtgeschraubt>

