



Gemischtes Doppel:
Michael und Christine Strenz



Das Know-how das aus
drei Generationen bestehenden
Teams verbindet Tradition
mit Vision und Innovation.




DREI GENERATIONEN TRADITION

CORONA HAT AUCH DIE STRUKTUREN UNSERER WIRTSCHAFT VERÄNDERT:
WENN DIE GLOBALISIERUNG GEBREMST WIRD, BEKOMMEN LOKALE PRODUKTE
AUS HEIMISCHEN MÄRKTEN EINEN NEUEN STELLENWERT. VOR ALLEM,
WENN SIE MEHR ZU BIETEN HABEN ALS NUR EINEN BEKANNTEN NAMEN.



Michael Strenz ist mit Brillen großgeworden. In seiner bayrischen Heimat würde man sagen, er „hat sie mit der Muttermilch aufgesogen“, denn seine Eltern hatten einen Augenoptiker-Betrieb, den „der Bub“ später mal übernehmen sollte. Die dafür notwendige Ausbildung absolvierte er mit bemerkenswerter Geschwindigkeit: Mit 21 Jahren – da haben andere mit Glück gerade ihren Gehilfenbrief in der Hand – war er einer der jüngsten Augenoptiker-Meister Deutschlands.

Schon während seiner Ausbildung hatten seine Eltern damit begonnen, eine eigene Brillenlinie zu produzieren – ein spannendes Projekt neben dem Augenoptiker-Alltag – in das Michael Strenz von Anfang an involviert war und bei dem er wirklich alle Aspekte von Brillenentwicklung, -herstellung und -vertrieb kennenlernte. 





Noch während seiner Zeit auf der Meisterschule gründete er einen eigenen Herstellungsbetrieb für Brillen, kaufte zusätzlich Glasfräsmaschinen und Tampon-Druckmaschinen und übernahm für namhafte deutsche Hersteller die Endfertigung ihrer Produkte. 1999 lernte er seine Frau Christine, mit der er kurz danach in die USA ging, um einen Brillenvertrieb aufzubauen. Die tragischen Ereignisse des 11. September 2001 machten diesen Plan zwar auf unabsehbare Zeit zunichte, aber viele Verbindungen und Netzwerke aus dieser Zeit existieren bis heute.

2012 gründete er die Firma Inomitec GmbH & Co. KG, eine Gesellschaft für Entwicklung und Design von Brillenfassungen. Das Know-how des aus drei Generationen bestehenden Teams verbindet Tradition mit Vision und Innovation. Im bayerischen Vilshofen wird getüftelt, probiert, experimentiert und diskutiert. Schlussendlich werden dann im eigenen Augenoptikerbetrieb die Prototypen auf Handling, Verglasbarkeit, Anpassung und Akzeptanz beim Konsumenten getestet und solange optimiert, bis die Marktreife erreicht ist. Nie abgehoben, immer mit der resoluten Bodenständigkeit bayrischer Handwerker.

Michael und Christine Strenz brauchen für ihre Kollektion auch keine gehypten Pseudo-Botschaften wie „recyclertes Acetat.“

In all diesen Jahren hat Michael Strenz sich immer wieder intensiv damit befasst, am branchenüblichen Umgang mit der Brille etwas zu ändern. Zum Beispiel daran, dass viele Menschen nur alle paar Jahre eine neue Brille kaufen und in dieser Zeit dann nur diese einzige Brille tragen. „Eye Opener“ waren die Gespräche mit einem Freund, der ein exklusives Herrenbekleidungsgeschäft besitzt und dessen Kunden mehrmals im Jahr bei ihm einkaufen. Einen zweiten Aspekt kannte Michael Strenz selbst aus seiner Augenoptiker-Tätigkeit: Es liegen in der Endauswahl mehrere Modelle auf dem Tisch; oft auch eine farbige Brille, die dem Kunden sehr gut gepasst und gefallen hat - aber letztendlich entscheidet er sich doch für ein neutrales Modell, denn es soll ja täglich zu allen möglichen Situationen tragbar sein und nicht unangenehm auffallen.

„Alle Welt redete von der Brille als ‚Modeaccessoire‘ - aber das ist sie eigentlich nie wirklich geworden, weil man sie nicht dem Outfit des Kunden anpassen kann“, erläutert der bayrische Unternehmer. Aus dieser Überlegung entwickelte Strenz eine Wechseltechnologie, die er sich patentieren ließ und in seiner Werkstatt und dem eigenen Geschäft ausprobierte.

Auf der opti 2020 präsentierte er der Augenoptiker-Branche das Ergebnis: Zum einen die Wechseltechnologie „Strenz Like You“, in der er die über Jahre gesammelten Inspirationen in Bezug auf Farbgebung, Design, Qualität und Handling zusammenfasst. Zum zweiten die Kollektion „Strenz Restyle“, ein ganz neues Patent, ebenfalls made in Germany. Damit kann der Augenoptiker seinem Kunden edle Brillen anbieten,

Die „Kollektion vom Augenoptiker für Augenoptiker“ ist besonders, im Inland hergestellt, tragbar und bezahlbar.

die dieser sich individuell nach seinem persönlichen Geschmack zusammenstellen kann. Die hochwertigen Acetatfronten können mit fein gearbeiteten Titanbügeln mit exzellenter Mehrfachlackierung kombiniert werden. Sogar die Bügelenden und -hülsen sind wählbar. „Mit dieser Kollektion möchten wir dem Optiker neue Möglichkeiten der Kundenbegeisterung, -gewinnung und -treue bieten. Durch den

modularen Aufbau der Kollektion in Verbindung mit edlen Materialien hat der Optiker eine ganz besondere Brillenlinie an der Hand, für Kunden mit Sinn für Fashion und Qualität, die es gerne individueller hätten“, erläutert der Unternehmer.

Das sind einleuchtende Produktvorteile. Michael und Christine Strenz brauchen für ihre Kollektion deshalb auch keine gehypten Pseudo-Botschaften wie „recyceltes Acetat“ (dessen Herstellung energieintensiver ist als die von neuem) und sie bekommt ihre Inspirationen auch nicht von Schamanen unter 1.000-jährigen Eichen. Die Ideen für Technologien, Designs, Farben und Farbmuster holen sie sich einfach aus dem täglichen Leben, im Geschäft beim Kundengespräch, aber auch aus Modemagazinen, auf Reisen und auf Messen.

Auch im Vertrieb gehen die Vilshofener jetzt neue Wege. Gerade in der Krisensituation der letzten Monate stellten sie fest, welche bislang nicht genutzten Möglichkeiten die digitale Kommunikation auch in der Brillenbranche bietet. Dinge, die bislang der Außendienst leisten musste – beispielsweise die Information über Technologien und Herstellungsverfahren – wurden den Augenoptikern in Videoform zur Verfügung gestellt. Statt durch Außendienstler kann eine Brillenkollektion auch per Videokonferenz präsentiert, erklärt und geordert werden. „In unserer Zeit ist vieles dann abrufbar, wenn man die Zeit dafür hat. Wir streamen Filme und Musik - warum sollte man sich nicht auch eine Brillenkollektion digital ansehen, wenn man gerade ein bisschen Zeit dafür hat?“ sagt Michel Strenz.

Die „Kollektion vom Augenoptiker für Augenoptiker“ braucht jedenfalls keine fremden Namen und hat zahlreiche, gut vermittelbare Alleinstellungsmerkmale: Sie ist besonders, im Inland hergestellt, tragbar und bezahlbar. Möglich wird das durch das Weglassen des Zwischenhandels,



kurze Wege, direkten Service und reduzierte Lager: Eine Manufaktur muss nicht tausende von Modellen ins Regal legen, von denen niemand weiß, ob und wann sie sich verkaufen werden. Was – nicht nur nebenbei – auch ein echter Beitrag zur Nachhaltigkeit ist. ■

www.strenz.cc