



© Maybach Icons of Luxury (2); Hoffmann Natural Eyewear



Wolfgang Dworschak, Geschäftsführer von The Optic House & Maybach Boutique: „Die Qualität von Maybach und Hoffmann basiert auf erstklassigen Materialien und dem Know-how der Handwerker in unseren Manufakturen.“

# Hohe *Schule* der Accessoires

The Optic House & Maybach Boutique bietet feinste Brillen, edle Lederwaren und Luxus für Pferd und Reiter

**BRITTA BIRON**

**Wien.** Bei ‚Maybach‘ denkt man in erster Linie an kostspielige Luxusautos; die gibt’s in dem neuen Laden in der Himmelpfortgasse 13 zwar nicht, aber wer mag und über ein entsprechend gut gefülltes Portemonnaie verfügt, kann hier den Gegenwert eines Mittelklassewagens ohne Weiteres loswerden. „Der Preis der teuersten Brille in unserem Sortiment liegt bei rund 45.000 Euro“, weist Wolfgang Dworschak, Geschäftsführer von The Optic House & Maybach Boutique, auf die Top-Modelle der Limited Gold-Edition hin, deren Gestelle aus massivem 18karätigem Gold und Edelholz bzw. Naturhorn mit feinsten Diamanten besetzt sind. Vergleichsweise erschwinglich mit Preisen zwischen 1.500 und

2.200 € sind dagegen die Modelle der Driver’s Choice-Serie und der Quincy Jones-Kollektion, die aber natürlich ebenfalls handgefertigt sind – ein aufwendiger Prozess, den sich Kunden über einen Screen in der Brillenabteilung ansehen können.

**Für Liebhaber ...**

Aus der gleichen Manufaktur wie die Maybach-Brillen stammen übrigens auch jene von Hoffmann Natural Eyewear, einer Marke, die bei Fans erstklassiger Hornbrillen hoch im Kurs steht. Die Besonderheit liegt darin, dass die Rahmen aus hauchdünnen, aufeinander geschichteten Hornplatten bestehen, wodurch eine breite Farbpalette möglich wird. Daneben kommen auch Edelmetalle sowie Naturmaterialien

wie Schiefer, Hölzer, Schlangenhaut, Seide und Alpaka zum Einsatz.

**FACTS**

.....

**Die Geschichte** von Maybach als eigenständige Automarke endete 2011. Ein Jahr davor erwarb aber das Ehepaar Jutta Kahlbetzer und Wolfgang Thelen, Inhaber der Hornbrillenmanufaktur Hoffmann Natural Eyewear und der IVKO GmbH, die Markenrechte, gründete die Maybach Icons of Luxury GmbH und launchte die Maybach Eyewear. 2012 wurde das Sortiment um Lederwaren & Accessoires erweitert und 2014 folgten Reitarartikel. 2012 wurde in München die erste eigene Boutique eröffnet, weitere folgten in Berlin (2014), Abu Dhabi (2015) und Wien (2016). Ausgewählte Produkte sind auch online erhältlich. Zudem gibt es seit 2015 eine Saddlery Boutique auf dem Gelände von Stal Tops in Valkenswaard in den Niederlanden.

Abgerundet wird das Brillenangebot mit Modellen von Andy Wolf, Bottega Veneta, Masunaga, Brioni, Tod’s, Pomellato, Sospiri, Tom Ford, Saint Laurent Paris, Boucheron, Zeiss, IC Berlin sowie der Silhouette Atelier Collection. „Das sind Marken, die hinsichtlich Qualität, Design und Image perfekt zu Maybach und Hoffmann passen“, erklärt Dworschak, der seit 32 Jahren im niederösterreichischen Langenlois ein eigenes Optikgeschäft mit hochwertigem Sortiment betreibt.

**... des Außergewöhnlichen**

Bei den Lederwaren, von denen einige Modelle in der Brillenabteilung ausgestellt sind, beschränkt man sich auf die eigenen Produkte, wobei man genau genommen nicht von Beschränkung sprechen

kann. Das Sortiment umfasst Damenhandtaschen, Business-Bags, Reisetaschen, Kleinlederwaren und Gürtel – alles aus feinstem Leder, mit edlen Beschlägen und selbstverständlich ‚Handmade in Germany‘. Auch das zeitlos-moderne Design sowie die Farben Schwarz, Braun, Weiß und Orange – uni oder in Kombination – unterstreichen den hochwertigen Look. Das gilt natürlich auch für die Saddlery-Kollektion, die neben weiteren Taschen im Untergeschoß präsentiert wird. „Die Räumlichkeiten wurden früher als Stallungen verwendet, und diese architektonischen Details haben wir bewusst in das Storedesign integriert“, erzählt Dworschak, der in seiner Jugend Dressurreiter war und daher eine Affinität und viel Erfahrung rund um die Bedürfnisse von Pferd und Reiter hat.

**Pop-up-Store** Ordinary House equipped by Interio im McArthurGlen Designer Outlet

## Hotspot für heimisches Design

**Parndorf.** Die Möglichkeit, feine Markenware um bis zu 70% günstiger zu kaufen, lockt jährlich rund 5 Mio. Schnäppchenjäger aus dem In- und Ausland in das McArthurGlen Designer Outlet Parndorf, das durch die jüngste Erweiterung um gut 5.000 m² jetzt noch mehr Einkaufsmöglichkeiten bietet. Zu den aktuellen Neuzugängen gehören unter anderem Juwelier Christ, Patrizia Pepe, Clarks, das Trachtenlabel Wiesnkönig, Birkenstock, Rolling Luggage, Scotch & Soda oder Rich&Royal. Highlight des neuen Center- teils ist aber das Ordinary House equipped by Interio. Entwickelt und konzipiert von der Wiener

Markenagentur brand unit, stellt der temporäre Store eine außergewöhnliche Plattform für Mode- und Produktdesign aus Österreich dar.

**Von Mode bis Möbel**

Das Sortiment umfasst unter anderem Fashion von Marc Baigent, Modus Vivendi, Susa Kreuzberger, Brandmair und Petar Petrov, Taschen von Eva Blut, Lederwaren von Robert Horn, Foulards von Consumed by Thomas Zeitlberger und Schmuck von Petra Hauser. Weiters gibt es Kosmetik der Saint Charles-Apotheke, Heimtextilien des österreichischen Traditions-

unternehmens Vossen, die Thermalbad-Kollektion Vöslau mit Designs des Wiener Labels Sagan, Bademode von Veronica Dreyer, Brillen von Robert La Roche sowie Hüte und Accessoires von Mühlbauer. Designed und made in Austria ist auch die Einrichtung des Stores, welcher noch bis zum 1. Juli geöffnet hat. Sie besteht aus Möbelstücken der Interio-Serie, die Interio-Eigentümerin Janet Kath gemeinsam mit Lilli Hollein, Kuratorin und Direktorin, und sechs heimischen Designern und Möbelherstellern, darunter der Neuen Wiener Werkstätte, entwickelt hat. (red)



Made in Austria ist hier nicht nur das Sortiment, sondern auch die Store-Einrichtung.