



Das Nonplusultra des guten Sehens: die Atelier-Kollektion von Silhouette.

Ländern der Welt an. Die stärksten Märkte in Europa sind die Benelux-Länder sowie die Schweiz, weltweit vor allem der Ferne und Mittlere Osten und Russland“, erklärt Pürmayr.

Mit der Tochter Neubau Eyewear bedient Silhouette seit 2016 auch eine jüngere und trendaffine Zielgruppe. Jüngster Neuzugang im Sortiment sind vier Modelle, die in einem eigens entwickelten 3D-Druckverfahren hergestellt werden.

„Der Einsatz dieser Technik ist vor allem auch eine Frage der Menge. Bei großen Stückzahlen macht 3D-Druck keinen Sinn. Bei kleineren Auflagen für Nischenprodukte ist es durchaus eine Variante“, so Pürmayr weiter. Maßbrillen aus dem 3D-Drucker seien derzeit vor allem ein Thema, um Aufmerksamkeit zu wecken, Bedeutung am Markt hätten sie kaum.

Blick in die Zukunft

Insgesamt kann man davon ausgehen, dass der Brillenmarkt künftig spannender und von deutlich mehr Konkurrenz geprägt sein wird als in der Vergangenheit. Das merken zum Teil schon einige Big Player. Safilo machte im Vorjahr vor allem der Wegfall der Gucci-Lizenz sowie eine problematische IT-Umstellung zu schaffen. Der Umsatz sank um 16,4 Prozent auf 1,047 Mrd. Euro und unterm Strich stand ein Verlust von 47,07 Mio. Euro; 2016 hatte man noch einen Gewinn von 13,37 Mio. Euro erwirtschaftet.

„Optiker versuchen, den globalen Brillenkonzernen auszuweichen.“

HANNES PÜRMAJR, SILHOUETTE

Schwach ins Jahr 2018 gestartet ist der Branchenriese Luxottica. Der Umsatz im 1. Quartal lag mit 2,14 Mrd. Euro um fast elf Prozent unter jenem der Vorjahresperiode, Fusionspartner Essilor verzeichnete im selben Zeitraum ein Minus von knapp sechs Prozent auf 1,83 Mrd. Euro; Konzernchef Leonardo del Vecchio macht dafür neben den internen Umstrukturierungen im Zuge des Zusammenschlusses vor allem das schlechte Wetter in Europa und die damit verspätete Sommersaison verantwortlich. Insgesamt rechnet er für heuer mit einem Plus von vier Prozent.



Die internationalen Luxusmarken setzen auf mehr Kontrolle ihres Brillengeschäfts.

Premiere Sonnenbrillen von Atelier Swarovski

Glanz vor Augen

Wattens. Einer der jüngsten Neuzugänge im Segment der Luxussonnenbrillen kommt von Atelier Swarovski, der 2007 gegründeten Highend-Marke des Tiroler Kristallkonzerns. Die Kollektion, die bei der Pariser Fashion Week Anfang des Jahres vorgestellt wurde und im Frühling in den Handel kam, umfasst fünf Modelle: eine rahmenlose Shield-Brille, ein Cateye-Modell mit Metallfassung und drei mit Acetatfassung sowie eine runde Brille, ebenfalls aus Acetat.

Modisch und mondän

Die vom Schmuck inspirierten Designs sind betont feminin und durch den üppigen Einsatz von Kristallen, die aufwendig per Hand gesetzt werden, mondän und glamourös. Die Preise, in denen auch ein chices Kunstlederetui in Kristallform sowie ein Stoffbeutel inkludiert ist, liegen zwischen 349 und 449 Euro.

„Diese außergewöhnlich Eyewear-Collection ist die perfekte Abrundung unseres Sortiments“, ist Nadja Swarovski, Mitglied des Swarovski Executive Board und Gründerin von Atelier Swarovski, überzeugt.

Kooperationspartner ist der italienische Brillenhersteller Marcolin, der bereits seit 2011 die Eyewear für die Hauptmarke verantwortet und dessen Lizenz im Vorjahr bis 2023 verlängert wurde. (red)



Starke Formen und Farben sowie Kristalle machen die Brillen zu echten Hinguckern.

© Atelier Swarovski (3)

UNIQUE. LIKE YOU.



PEEKABOO COLLECTION

BUCHERER
FINE JEWELLERY

Exclusively available in all Bucherer stores
Wien – Kärntner Straße 2 – bucherer.com