

Weniger ist mehr

Understatement ist das Leitmotiv der Lunor AG mit Sitz in Bad Liebenzell im Schwarzwald.

Der Großteil der Brillen wird im süddeutschen Raum gefertigt und trägt zu Recht die Auf-

schrift „Made in Germany“. Als der Gründer Gernot Lindner 2005 das Unternehmen an Ul-

rich und Michael Fux übergab, war das für die neuen Inhaber eine Gratwanderung, denn es

galt zum einen den hohen Qualitätsstandard der Marke zu bewahren und zum anderen

neue Weichen für die Zukunft zu stellen.

Autorin | Viola Losemann



Michael und Ulrich Fux übernahmen das Unternehmen Lunor vor 12 Jahren.

„Die Anfangsphase war nicht leicht. Es ging uns natürlich in erster Linie darum, die technischen Errungenschaften weiterhin zu pflegen“, sagt Juniorchef Michael Fux. Die Branche war zunächst skeptisch, wie sich die Marke nach der Übernahme entwickeln würde. Hinzu kam, dass Großhändler und Augenoptiker nach neuen Modellen fragten. Die Entwicklung von Modellen, insbesondere bei dem hohen Qualitätsanspruch der Marke, erforderte allerdings Zeit. „Wir mussten uns erst einmal einfinden und den Kundenstamm ergründen. Danach haben wir Schritt für Schritt Änderungen vorgenommen“, beschreibt er die Übergangsphase.

Michael Fux ist gelernter Augenoptiker. Im An-

schluss an seine Ausbildung kam das Angebot, die Firma zu übernehmen. Gernot Lindner, der Lunor 1991 gegründet hatte, wollte altershalber aufhören und suchte nach einem würdigen Nachfolger für das Unternehmen. Er fragte Ulrich Fux, ehemaliger Inhaber eines augenoptischen Fachgeschäfts in Calw und heutiger Vorstandschef der Lunor AG. Dieser konnte sich einen solchen Schritt nur unter der Voraussetzung vorstellen, wenn sein Sohn mit von der Partie sein würde.

Jeder Millimeter entscheidet

Juniorchef Michael Fux verantwortet heute das Design. „Es gab einige Leute im Unternehmen, die mir gezeigt haben, auf was man achten muss, insbesondere was die Form und den Sitz der Brille angeht“, beschreibt er seine ersten Schritte als Gestalter. Und damit spricht er neben der Qualität eine weitere Kernkompetenz der Marke an, den Komfort. Es zeigte sich schnell, dass Michael Fux sein Handwerk ernst genommen hatte und wie einige seiner Landsleute über ein gewisses Schwarzwälder Tüftler-Gen verfügt.

„In der Augenoptik kommt es auf jeden Millimeter an. Wenn man beispielsweise den Steg einen Tick zu hoch oder zu tief setzt, macht das einen riesigen Unterschied, wie die Brille nachher im Gesicht sitzt.“ Und das ist nicht unerheblich, denn nach wie vor steht die Marke Lunor vor allem ausgereifte technische Details wie den W-Steg, das Nietscharnier oder die Glasschraube, in die Gernot Lindner über all die Jahre viel Entwicklungsarbeit gesteckt hatte.

Sämtliche Einzelteile wie der Steg, die Backen oder die Stummel werden ausschließlich für die Lunor AG im süddeutschen Raum gefertigt. Zudem werden keine Halbteile aus der Serienfertigung eingesetzt. Die Titanpads, die ebenfalls als Markenzei-



Schlicht und edel: Lunor-Brille
aus dem Schwarzwald

chen gelten, kommen ohne Kunststoff aus. Bei den Acetatfassungen wird direkt aus dem Plattenmaterial geätzt und auf gespritzte Kunststoffe verzichtet. Darüber hinaus werden diese einer speziellen Politur unterzogen, die bis zu zehn Tage dauern kann. Das Ergebnis macht den feinen Unterschied, den Kenner und Liebhaber weltweit zu schätzen wissen. „Was draufsteht, ist auch drin. Das heißt für uns, dass „Made in Germany“ auch wirklich umgesetzt wird, sprich alle Teile weitestgehend in Deutschland produziert werden“, sagt Michael Fux.

Modernes Design im Retrostil

Vater und Sohn haben mit dem Erwerb des Unternehmens auch Gernot Lindners Brillensammlung übernommen, die er über viele Jahre zusammengetragen hatte. Diese außergewöhnliche Sammlung, die Brillen aus drei Jahrzehnten umfasst (1650 – 1950), dient bis heute als Grundlage für zeitgenössisches Design mit Vintage-Charakter. „Wir greifen immer wieder auf die historischen Brillen zurück,

übernehmen gewisse Elemente und interpretieren diese neu.“ Bis heute ist die von Gernot Lindner entwickelte Faltbrille ein Liebhäberstück. Das heute erhältliche Modell wurde von Michael Fux und Alessandro Picicci von der Deoma in Stuttgart-Gerlingen komplett neu entwickelt.

Zur Gründung des Unternehmens im Jahre 1991 war der Anteil der Metallfassungen sehr hoch. Mittlerweile sind 70% der Kollektion aus Acetat, wobei die letzte Opti und Silmo gezeigt haben, dass Metall derzeit wieder im Aufwind ist. Besondere Aufmerksamkeit erfuhr die Marke 2011 durch die erhöhte Medienaufmerksamkeit um den verstorbenen Apple-Gründer Steve Jobs. Dessen randlose Brille, die er bei Robert Marc in New York erstanden hatte, wurde vom Nischenmodell zum Kultobjekt. „Als Steve Jobs 2011 gestorben ist, wollten viele wissen, welchen Pulli, welche Schuhe und welche Brille er getragen hat. Mittlerweile ist der Hype ein wenig abgeebbt, doch nach wie vor erhalten wir Anfragen aus aller Herren Länder“, erzählt der Marketingverantwort- ▶▶

„Wir greifen immer wieder auf die historischen Brillen zurück, übernehmen gewisse Elemente und interpretieren diese neu.“



Titanpads sind ein
Markenzeichen von
Lunor.

liche Marco Hering. Das Modell Lunor Classic round PP trägt die gleichen Merkmale wie die i-Produkte des Apple-Gründers: Reduziertes Design, das bis ins kleinste Detail ausgefeilt ist. „Steve Jobs Ansatz war, Design so einfach wie möglich zu gestalten. Und bei der „Classic rund“ ist das auch gegeben. Weniger Brille gibt es nicht“, kommentiert Juniorchef Michael Fux. Vermutlich ist das auch der Grund, warum Jobs die Brille insgesamt 14 Jahre lang ununterbrochen getragen hat.

Konsequent zu Ende gedacht

2016 wurde das neue Firmengebäude der Lunor AG in Bad Liebenzell im Schwarzwald eröffnet. Hier wird deutlich, welchen Stellenwert das Unternehmen dem Designprozess einräumt, denn die offenen Räumlichkeiten schaffen mitten im ländlichen Schwarzwald einen Designkosmos, in dem neue Ideen wirken und entstehen können. Große Glasfronten vermitteln Weitsicht und Transparenz. Bei der Raumeinteilung wurde bewusst darauf geachtet, dass die einzelnen Arbeitsbereiche nicht voneinander getrennt werden, was den eher flachen hierarchischen Strukturen des Unternehmens zugute kommt. Die höhenverstellbaren Tische und Stehbe-

sprechungen sorgen nicht nur für eine flexible Kommunikation, sondern gewährleisten auch ergonomisches Arbeiten.

„Wir sind 25 Mitarbeiter. Natürlich hat bei uns jeder seinen Aufgabenbereich, doch für den Entwicklungsprozess der Brillen ist es wichtig, dass die einzelnen Abteilungen offen zugänglich sind“, sagt Michael Fux. Die Inneneinrichtung der Designmarke Vitra wird dem Ziel, Abläufe und Prozesse zu optimieren und bewusst auf Akustik und eine natürliche Lichteinstrahlung zu achten, auf ideale Weise gerecht. Darüber hinaus ist das Gebäude ökologisch autark: Die auf dem Dach angebrachten Solarmodule decken den gesamten Energiebedarf des Unternehmens ab und durch gezielte Erdwärmeh Bohrungen konnte man bis zu 80% der Heizkosten einsparen. Die Ladestation für Elektrofahrzeuge ermöglicht zudem den Einsatz von Elektrofahrzeugen für Mitarbeiter, Außendienstler und Kunden.

Von der „Lunor Allee 1“ aus beliefern die Schwarzwälder Kunden in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Belgien, Italien und Portugal mit Brillen. In den anderen Ländern sind es Großhändler, die den Augenoptiker direkt vor Ort bestücken. Neben Deutschland ist der stärkste Markt die USA, Frankreich sowie die Niederlande, gefolgt von der Schweiz und Japan. Besonders in den USA und in Frankreich erfreut sich der klassische Stil eines treuen Kundenstamms. Würde Apple-Gründer Steve Jobs heute noch leben, wäre es durchaus vorstellbar, dass die beiden Unternehmen sich für ein Joint-Venture im Schwarzwald getroffen hätten. Und vermutlich wäre aufgrund der gleichen Wellenlänge daraus ein Smalltalk im besten Sinne des Wortes geworden. ●●



Detailaufnahme eines
Lunor-Scharniers