



Den Beruf des Augenoptikers kann man bekanntlich auf unterschiedlichste Weise ausüben. Viele machen vieles gleich oder ähnlich, aber manche gehen neue und andere Wege, mit Mut zum Risiko und dem Willen, ausgetretene Pfade zu verlassen. Solche Unternehmerpersönlichkeiten porträtiert EYEBizz in jeder Ausgabe. Dieses Mal ist es

**SANDRINE PAREIRA DA COSTA,
PARIS**

BRILLEN FÜR PARADIESVÖGEL



WER DAS GESCHÄFT FINDET,

→ weiß eigentlich schon Bescheid. „The House of Eyewear“ in der Rue de la Trémoille 30 eilt ein legendärer Ruf voraus. Madonna guckte schon vorbei. „Aber nur eine Sekunde“, räumt Benjamin Adda lachend ein. Der 35-Jährige redet mit den Händen, er brennt für seinen Beruf, das merkt man sofort. Das doppelstöckige Geschäft will einer der Augenoptiker, die an der EYEBizz-Tour durch ausgesuchte augenoptische Boutiquen von Paris teilnehmen, gleich einpacken: „Diesen Laden würde ich gern, so wie es ist, nach Deutschland bringen.“ Lichtdurchflutet und in einer Seitenstraße des Champs-Élysées gelegen, führt ein portugiesisches Straßenpflaster in die wunderbare Welt der Sandrine Pereira ein.

Weiß und Blau sind die Grundfarben. Muster, Ornamente und verspielte Einzelheiten nehmen den Besucher gefangen, so zum Beispiel der bebrillte Karl Lagerfeld karikiert in kleinem Rahmen an der Wand. Das 120 Quadratmeter große Geschäft atmet so viel Liebe zum Detail, dass der Kunde ins Schwärmen kommt. Erst recht, wenn er den Enthusiasmus von Benjamin erlebt. Er ist Franzose, aber an der Zusammensetzung seines Blutes waren die unterschiedlichsten Nationen beteiligt, beteuert er: Italiener, Marokkaner, Franzosen und ein guter Schuss eines portugiesischen Erobers, so scheint es jedenfalls. Denn seine Art, den Kunden einzunehmen, ist mit einem Eroberungsfeldzug der Sonderklasse 1a zu vergleichen. Vielleicht ein Erbe des Christoph Kolumbus? „Wir beruhigen den Gast zunächst mit unseren recht normalen Fassungen, die Sie hier sehen!“, erläutert er und ergänzt: „Die verkaufen wir nicht. Was wir verkaufen, liegt in den Schubladen und ist gar nicht zu sehen.“ Der verblüffte Zuschauer überzeugt sich von der ansprechenden Auslage: Face à Face, Chrome Hearts, Histoire de Voire, Mykita, Alain Mikli... Doch die ganz großen Player sind in dem Sortiment nicht zu finden.

SURPRISE

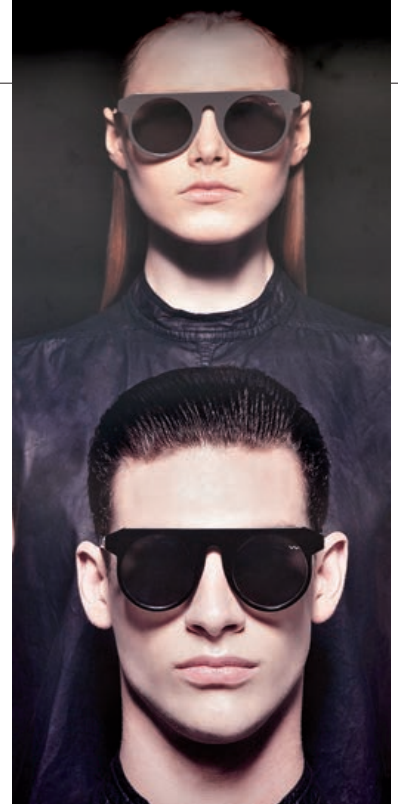
Der Besucher ist entzückt von der Einrichtung: Marmor, glänzende Oberflächen, Spiegel, Kronleuchter, ein gemusterter Teppich in der ersten Etage und ein überlebensgroßes Schwarz-Weiß-Porträt von Sandrine Pereira an der Wand, der Besitzerin. Alles

sieht stylish und wertig aus. Der Kunde schaut sich um und bekommt, wenn er danach fragt, die phantasievollsten Fassungen, die er je in dieser Anzahl auf einem Fleck sah, auf dem Marmortisch auf samtenen Tablett präsentiert.

„Die Leute kommen rein und wollen eine bestimmte Fassung, die sie auf Instagram gesehen haben“, erzählt Benjamin stolz. Dabei meint er keine französische Klientel. Die eigenen Landsleute interessieren ihn nicht mehr: „Zu langweilig!“, winkt er ab. Sein Fokus liegt auf Touristen. Sie kommen, um viel Geld in seinem Laden zu lassen. „Sie sind in Paris und wollen ein Andenken, da spielt der Betrag keine Rolle!“

Bei Preisen um die 1.500 Euro pro Fassung eher bemerkenswert. Ob Tigermuster, die gold-verspiegelte Sonnenbrille mit dem Eulen-Emblem oder das Feder-Modell. Diese höchst extravaganten Modelle stammen vorwiegend aus dem Hause Karin Karlsson: eine Wucht für jeden Kostümball, für Phantasievögel, Schauspieler und Musiker – für Mutige aber auch alltagstauglich. Täglich verkauft er mindestens eine dieser Traum-Teile, die er „crazy lenses“ nennt: „Ohne sie wären wir tot.“

Ob das Konzept in Berlin so gut wie hier in der Nähe des Triumphbogens funktioniert? Oder vielleicht eher in Düsseldorf an der Kö?



AUSSERGEWÖHNLICHE BRILLEN FÜR EXTRAORDINÄRE LEUTE: „THE HOUSE OF EYEWEAR“ IN PARIS IST DAFÜR PRÄDESTINIERT.





DAS GESCHÄFT WURDE AUF INITIATIVE DER SILMO
IN KOOPERATION MIT EYEBIZZ WÄHREND DER DIESJÄHRIGEN
MESSE IN PARIS BESUCHT.



DEN KUNDEN IN DER HAND

Wenn es um die Auswahl der jeweiligen Fassung geht – egal ob nun eher die fancy Sonnenbrille oder eher Korrektur - wird der Kunde kurzerhand entmündigt: „Wir wählen die Fassung aus!“, verkündet Benjamin selbstbewusst. Und wenn sie nicht gut aussieht, dann sagen sie es „offen“. Schock oder neudeutsch Shocking scheint auch eine Art der Kundenbindung zu sein. Selbst wenn die Leute ein Rezept haben, wird nachgemessen. Der Klient wird dann in den kleinen Refraktionsraum geführt. Geschwindigkeit ist keine Hexerei – die Korrektionsgläser bekommt der glückliche Besitzer der Brille am gleichen Tag oder bei Gleitsicht 48 Stunden später: „Wir bringen die fertigen Brillen auch ins Hotel!“, komplettiert Benjamin den Service des Hauses.

Eine Eintagsfliege, meinen Experten jetzt vielleicht. Nein! „The House of Eyewear“ existierte schon seit rund 15 Jahren. Erst vor einem Jahr sind sie in die Rue de la Trémoille gezogen. In ihrem ehemaligen Geschäft um die Ecke residiert jetzt Louis Vuitton im sogenannten „Goldenen Dreieck“ von Paris.

Hat der Brillen-Beglückte bei Benjamin seine Neueroberung auf der Nase, wird er fotografiert und schon gibt es wieder etwas Neues auf Instagram zu sehen. Dort finden sich mittlerweile 1.084 Beiträge, 6.174 Abonnenten und täglich werden es mehr.

Was für ein Wunder auch, wenn Lady Gaga ihr Team hierher schickt und Brillenpapst Elton John ebenfalls schon da war. Die Stammkundin Haifa Wehbe mag nicht jedem in der deutschen augenoptischen Branche ein Begriff sein. Wer aber weiß, dass die libanesischen Sängerin in Bahrain nicht auftreten durfte, weil sie zu sexy ist, ahnt, welches Kaliber sich hinter der Dame versteckt. Aber auch französische Stars lassen sich gern im House of Eyewear beraten. Chansonsängerin Patricia Kaas zum Beispiel und andere „wichtige Leute“, erzählt Sandrine Pereira und bleibt diskret verschwiegen.

DER ZAUBER VON LISSABON

Die Geschichte von Sandrines optischem Paradies begann eigentlich in Portugal, wo sie die Mosaik- und Kacheln in den Straßen von Lissabon bezauberten. Zwischen Paris und der berühmten weißen Stadt verbrachte die Optikerin und Designspezialistin ihre Kindheit. Es ist dieses Flair von Größe und Macht, von Schönheit und Mut, der das Ambiente des Geschäftes durchdringt. Des-



KENNEN SIE... auch einen Kollegen, dessen außergewöhnliche unternehmerische Leistungen so interessant sind, dass sie in EYEBizz vorgestellt werden sollten? Oder sind Sie am Ende selbst einer? Schreiben Sie uns oder rufen Sie uns an: Tel. +49 (0)211-595 036 oder E-Mail: redaktion@eyebizz.de



SANDRINE PEREIRA DA COSTA
THE HOUSE OF EYEWEAR
30, RUE DE LA TRÉMOILLE · 75008 PARIS
TEL.: +33 1 44 43 48 90
WWW.THEHOUSEOFEYEWEAR.COM
WWW.INSTAGRAM.COM/THEHOUSEOFEYEWEAR/

wegen auch die originalen Pflastersteine, die Möbel aus Portugal (Silosa Interieur), die Kacheln und Ornamente, die von Eroberungen aus Afrika, Asien, Südamerika, dem Stolz und der Lebensfreude von Insulanern aus Ozeanien berichten.

ES GIBT MEHR ZU ENTDECKEN

Wie ist sie überhaupt zur Augenoptik gekommen? Die 37-jährige gebürtige Pariserin hatte immer einen Hang zum Luxus und zu wirklich gutem Design. Beide Aspekte vereinen ihrer Meinung nach Brillen, wobei das Gesicht als Schönheitsaspekt hinzukommt. Nach Stationen in den besten Modehäusern wie Hermès und Louis Vuitton perfektionier-

te sie ihr betriebswirtschaftliches Wissen an der HEC (École des hautes études commerciales). Sie wurde mit den wichtigsten Herstellern in der Augenoptik bekannt, eröffnete ihre erste eigene augenoptische Boutique und entwarf 2014 ihre erste eigene Kollektion aus bestem Mazzucchelli Acetat, kombiniert mit Kacheln aus Lissabon: „Clush Eyewear“.

Ihr Ziel ist es, das Beste an Augenoptik zu bieten – in ihrer Boutique und in ihrer Kollektion: „Niemand hat es bisher ganz geschafft, genauso individuell und einzigartig zu sein, wie unsere Kunden. Jetzt gibt es uns!“

Momentan ist Sandrine schwanger: eine Reise in eine neue Welt. Bon Voyage und auf bald! //

»Warum mir meine Arbeit Spaß macht? Weil wir nur nette Kunden haben.«

Nicole Gerritzen, Marketing und Administration bei Optics Network, Ratingen



OPTICS NETWORK

GEMEINSAM INDIVIDUELL BLEIBEN!

TEL.: 02102/74 00 917

WEB: www.opticsnetwork.de