



INDEPENDENT BRANDS # ROLF SPECTACLES

DIE WEITBLICKER

Herkunft. Vernunft. Zukunft.

„Wir wissen, wo wir heute stehen“, sagen die Brillenmacher von Rolf. 2009 starteten sie mit der Produktion hochwertiger Holzbrillen – und „die Post ging ab“. Sie überraschten mit Neuheiten, erweiterten ihr Produktportfolio um Horn-, Stein und Titanfassungen und jüngst um die Kollektion Substance, hergestellt in einer innovativen 3D-Technologie. Die DOZ besuchte Roland und Bernhard Wolf in Tirol.

Wir beginnen am Ende des Tages. Roland und Bernhard Wolf machen es sich für das letzte Portraitbild auf einem Kanapee bequem. Es steht in ihrem „Wohnzimmer“ vor dem Containermodul, das ihnen als Meeting-Box dient. Das brüderliche Stillleben täuscht. Im Unternehmen, bei ihrer Arbeit, legen beide gerade den Turbo ein. Roland, nach eigener Einschätzung ein Alpha-Mensch, ist ein Visionär, einer der zeigt, wo es langgeht. Nicht von ungefähr hält er heute hundert Prozent Anteile des Unternehmens. Bernhard ist Mitgeschäftsführer und der Fels in der Brandung, der Ruhe einbringt und Übersicht. Im Unternehmen wirkt zudem noch Bruder Christian mit – sehr unterschiedliche Temperamente kämen da zusammen. „Roland kann wahnsinnig gut emotional Dinge übermitteln. Ich bin eher der, der auf ein Ergebnis drängt“, bestätigt Bernhard. In seiner Verantwortung liegen Vertrieb, Marketing, die Finanzen, er denkt in Strukturen und Organisation. Mit der Corona-Krise haben die Brüder Veränderungen im Unternehmen umgesetzt, Mannschaft und Management neu aufgestellt. Um sie herum agiere ein cooles, selbstständig arbeitendes Team, sagen sie. Mit ihm zusammen gehen sie die Agenda 2020 an, die Re-Organisation der Manufaktur, der Maschinen und Prozessabläufe – eine Erkenntnis aus den Folgen von Corona. Hinterfragen, sich neu orientieren – die

Zeit hätten sie gut genutzt, resümiert Bernhard. „Wir schöpfen unsere Ressourcen effizient aus. Entscheidungen werden sehr schnell gefällt und zeitnah umgesetzt.“ Für das Brand läuft es gut, trotz Corona. Die Resonanz, sowohl auf die neue Substance-Linie als auch auf die anderen Kollektionssegmente sei hervorragend. Ihre Botschaft der drei Schlüsselbegriffe „Herkunft. Vernunft. Zukunft.“ käme glaubwürdig bei Augenoptikern an.

Die großen Dinge im Leben haben mit Veränderung und Wandel zu tun, weniger mit Geld, lautet Rolands Grundphilosophie. Veränderung und Bewegung begleiten die Brüder seit ihrer Kindheit. Ende

„Wir wollen Produkte machen, die eine Lebenseinstellung widerspiegeln, die nachhaltig und glaubwürdig sind.“

der 1980er Jahre übernahm der Vater die Stelle des Schuldirektors im Bergdorf Kelmen, in einem Seitental des Lechtals gelegen. In einem einzigen Raum unterrichtete er acht Klassenstufen, eine Handvoll Schüler, darunter die Söhne. Wir fahren nach Kelmen, das alte Schulhaus mit der Lehrerwohnung steht unverändert am Rand der Almwiese. Ein Ehepaar aus Cuxhaven verbringt hier seine Ferien. Sie öffnen die Tür, bitten die kleine Gruppe herein. Die Brüder sind



(Foto linke Seite) Selten Zeit fürs Chillen: Bernhard (links) und Roland Wolf, im Feierabendmodus auf dem Kanapee. • (Fotos oben) Das Bergdorf Kelmen auf 1.350 Metern: 16 Wohnhäuser, ein Gasthaus, eine kleine Kapelle. Schöne Erinnerungen: Die Wolf-Brüder auf dem Balkon des alten Schulhauses – und unzertrennlich als Kinder

Fotos Portraits: Angela Mrositzki / DOZ • Brillen: Rolf Spectacles



Vielfach prämiert: Die Galerie der internationalen Auszeichnungen zeigt, dass das Brand seinem Anspruch, das Beste aus jedem Design und aus Technikinnovationen herauszuholen, immer wieder gerecht wird.

sichtlich berührt. „Hier war unser Kinderzimmer, dies war die Wohnstube“, erinnert sich Bernhard. Heimat! Ein Ort, an dem sie sich wohlfühlten. „Als Buben sind wir mit unseren Mopeds überall herumgefahren.“ Aus ihrer Kindheit ohne Fernseher, Telefon und Internet rührt ihre Nähe zur Natur. Als die Kinder älter werden, zieht die Familie zurück nach Reutte im Tiroler Außerfern. Die nächste Lebensphase beginnt. Zwei der fünf Geschwister werden Augenoptiker. Auch Roland fängt eine Ausbildung an, beendet sie ohne Abschluss. „Ich war immer der beste in der Werkstatt, nur in der Schule eben nicht. Mich interessierten Brillen, weniger die Optometrie.“ Sein Faible für Brillen wurde zum Sprungbrett in den Außendienst bei IC Berlin. „Ich war ein junger Tiroler Bursch‘ mit langen Locken, ziemlich unkonventionell, aber auch ziemlich erfolgreich.“ Bernhard hingegen studierte Architektur in Wien und Los Angeles. 2012 kehrt er ins Unternehmen zurück, um den Vertrieb in den USA und in Asien aufzubauen.

Die Courage der jungen Wilden

Bei den alteingesessenen Unternehmen in Weibach galten sie von Beginn an als Outsider. Sie entzogen sich allen Konventionen, blieben sich dafür immer treu. „Den eigenen Weg zu gehen war ein hartes Stück Arbeit.“ Der große Hype um das Brand begann 2009, als sie für ihre Holzbrille „Imperator

05“ den Silmo d’Or in der Kategorie „Technik und Innovation“ gewannen. Mit der Übernahme einer ehemaligen Tankstelle in Reutte, die 2011 zum Verkaufs- und Showroom umgebaut wurde, sorgte das Brand auch an ihrem Heimatort für Publikumsinteresse und Sichtbarkeit. Heute kommen die Kunden auf Termin, Bernhard bedient sie gerne selbst, präsentiert

„Das Ziel für die Zukunft ist, dass die Konsumenten unsere Brillen als Statement für Veränderung wahrnehmen.“

die Highlights der Kollektionen. Bodenständig, self-made ist ihr Unternehmen. Das wiederum resultiert aus den Anfängen, als nichts selbstverständlich war. „Der Heizkeller des Elternhauses war die Produktionsstätte unserer ersten 800 Brillen, mit selbstgebastelten Maschinen gefertigt. Auf unserer ersten Opti tauchten wir am Mittag nach Messebeginn auf, da stimmte das Timing noch nicht“, lacht Roland. Ob für ihr Design oder die ausgeklügelten Technikinnovationen: Ihre Produkte wurden ein ums andere Mal mit internationalen Awards ausgezeichnet. „Das Neue muss nachweisbar besser sein als das Alte, sonst macht es keinen Sinn. Doch nur wenige schaffen es, das Alte immer wieder zu toppen. Das macht die Qualität unserer Produkte aus“, erklärt Roland. Den dritten Silmo d’Or erhielten sie für ihr Gelenk Flexlock, ein Prototyp der Simplizität.

Er glaube an die Genialität der Einfachheit, an die Feinessen der Technik, sagt Roland, der selbst Maschinen entwickelt und gebaut hat. „Ein Produkt, das mit einem Minimum an Aufwand mehr kann als

andere, hat eine ganz andere Stärke. So wie unser Gelenk, ein Kautschukgummi, wo kein Schließblock, keine Schrauben gebraucht werden.“ Selbst das schwierige Verglasen von Holzbrillen sei mit ihrem System kein Thema mehr für Augenoptiker. Beide Technikinnovationen ließen sie patentieren. Sie verstanden sich als Pioniere wesentlicher Neuerungen, sagt Roland. Jüngst stellten sie ihre Kollektion Substance vor (siehe DOZ 07|20), dessen Grundmaterial aus dem Samen des Wunderbaums, der Castorbohne gewonnen wird – ein nachhaltiges, innovatives Material für die Brillenproduktion. Besonderheit: Bei der 3D-Technologie wird das Gelenk direkt mitgedruckt. Die Kollektion sei bewusst in einem Preissegment positioniert, das junge Kunden anspricht, die es cool fänden, eine nachhaltig produzierte Brille aus einer Bohne zu tragen. „Unsere Horn-, Holz-, oder Steinbrillen sind für viele unerschwinglich, mit der Substance aber geben wir ihnen die Möglichkeit.“ Schlussendlich gehe es um eine Veränderung im Konsumverhalten. Nachhaltigkeit sei mehr als nur das Brillenmaterial. Erst die Summe der Einzelteile ergebe wirkliche Nachhaltigkeit, betont Bernhard. „Das beginnt bei der Überlegung, was kann eine Technologie, wie kann ich sie optimal nutzen, beispielsweise bei unseren Titanbrillen. Die Fassung besteht aus drei Teilen, die werden gedruckt, bei uns gestrahlt, beschichtet, montiert und von hier verschickt. Das sind nachvollziehbare Schritte einer nachhaltigen Titanproduktion. Wir kaufen nichts dazu, entwickeln alles selber, nur den Druck machen wir nicht selbst.“ Die Wolf-Brüder haben sich zum Ziel gesetzt, ein verändertes Denken anzustoßen. Sie möchten beweisen, dass Nachhaltigkeit nicht allein auf das Material zurückzuführen ist, sondern auf das Zusammenspiel vieler Komponenten. „Das ist unsere authentische Geschichte, die den Zeitgeist trifft und die der Augenoptiker seinen Kunden erzählen kann. Er bekommt Brillen aus einem nachhaltigen, biobasierten Material, ein gutes Design, in Österreich produziert, ein Gelenk, das es so auf dem Markt nicht noch einmal gibt, zum wettbewerbsfähigen Preis.“

„Ein Produkt ohne eine Geschichte hat keinen Wert. Wir wollen Brillen mit Mehrwert schaffen.“

Anforderungen umrüsteten. Sie stemmen alles aus eigener Kraft: „Wir sind der David, der ohne Investor gegen die Goliaths der Branche antritt. Dafür bleiben wir unabhängig in unseren Entscheidungen.“ Sie arbeiteten oft wie Irrwitzige, aber sie seien erfolgreich. Der Gewinn jedoch fließe in neue, kostenintensive Investitionen. Das sei okay so, sagt Roland. „Wir machen es uns nicht einfach – wir machen es konsequent.“

Angela Mrositzki



Handgefertigt in Tirol: Mit hochwertigen Holzbrillen wurden die Brillenmacher von Rolf Spectacles bekannt. Zwischen Rohling und fertiger Fassung liegen bis zu 82 Arbeitsschritte, viele Stunden Arbeit und großes manuelles Geschick.



Neuheit, die Kollektion Substance: Die Brillen entstehen durch den Einsatz einer innovativen Technologie, das Verfahren ist speziell auf den Werkstoff abgestimmt.