

DRITTE Runde

„WIEVIEL MESSE BRAUCHT DER MENSCH?“ IST KEINE FRAGE, AUF DIE ES EINE EINFACHE ANTWORT GIBT. SICHER IST: HOCHWERTIGE BRILLEN FINDEN IHREN WEG ZU ANSPRUCHSVOLLEN AUGENOPTIKERN NUR IM PERSÖNLICHEN KONTAKT – EGAL, OB BEI AUSSENDIENST-BESUCHEN ODER AUF VERKAUFSVERANSTALTUNGEN.

Ein ganz besonderes Branchen-Highlight ist „Die Brillenmesse“, die jedes Jahr im Frühling in Köln und im Herbst im süddeutschen Böblingen stattfindet. Komplettiert wird das Trio der Tischmessen für Designer-Brillen durch die „Hall of Frames“ im Oktober in Zürich. Am 6. und 7. Mai 2017 machte die Brillenmesse zum dritten Mal Station im „Dock One“ am traditionsträchtigen Messestandort Köln im Mühlheimer Hafen. Das ehemalige Fabrikgebäude bot mit seiner einmaligen Industrie-Architektur wie in den Vorjahren eine stimmungsvolle Kulisse, in der Designermarken und Augenoptiker zum Austausch, zur Diskussion und natürlich auch zum Kauf herausragender Korrektions- und Sonnenbrillenmodelle zusammenfanden. Vom ersten Tag an ist das EYECOM-Team einer der Medienpartner und –berater dieser Messen – einer von vielen Gründen, warum uns diese Veranstaltungen besonders am Herzen liegen.

Nach den Erfolgen in Zürich und Stuttgart hatte der „Think Tank“ nun auch Premiere in Köln. Das ist eine Veranstaltungs-Reihe, die explizit auf aktuellen Frage und Bedürfnisse von Augenoptikern zugeschnitten ist. Im Stundentakt hielten Fachleute kurze Referate zu aktuellen Branchenthemen, die im Anschluss diskutiert werden konnten.

Ganz zufrieden mit dem Erfolg war Messemacher Nathanaël Wenger diesmal nicht; die Besucherzahlen blieben etwas unter seinen Erwartungen. Eine eindeutige Ursache dafür gab es nicht: Eine Rolle kann das Wetter gespielt haben, das speziell am Messe-Samstag nach wochenlangem Regen einfach zu schön war, um diesen Tag in einem geschlossenen Gebäude zu verbringen. Weitere mögliche Ursachen könnten eine gewisse „Messemüdigkeit“ sein, die allgemeine aktuelle Verunsicherung über die Zukunft der Augenoptik, fast im Wochentakt aus dem Nichts neu auftauchende neue „Brillenmarken“ – oder von allem ein bisschen.

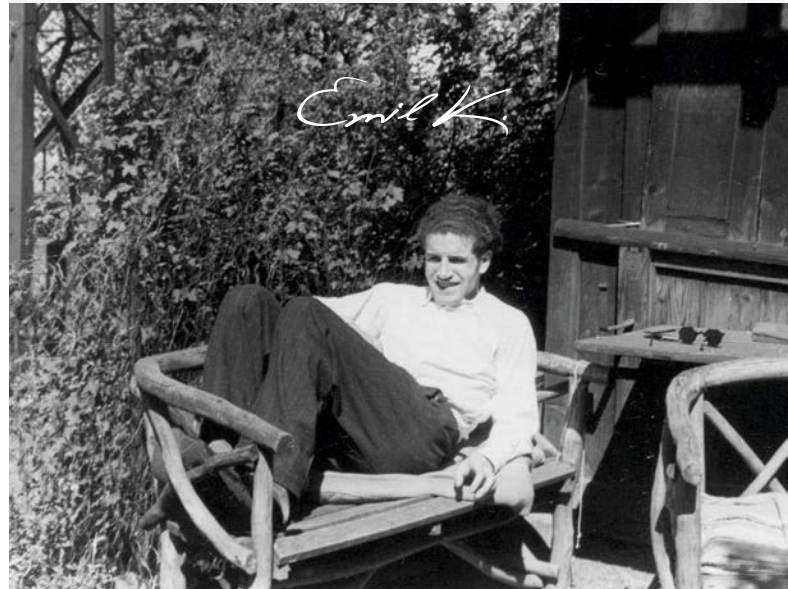
Die Schweizer Messemacher wollen sich für das nächste Jahr daher nach einer anderen Location in Köln umsehen und auch das



Konzept etwas überarbeiten. Vielleicht ist es ja ein kleiner Widerspruch in sich, dass ausgerechnet die Produkte, die in den Brillenboutiquen des Landes die größte Aufmerksamkeit erfahren, auf der Brillenmesse doch recht nüchtern ausgestellt und präsentiert werden.

So gesehen geht es einer Messe zum Thema „Design-Brillenmode“ nicht anders als den in ihrem Rahmen präsentierten Produkten: Sie muss in ständiger Bewegung bleiben, sich verändern und an neue Gegebenheiten anpassen. Denn nur, wer kreativ genug ist, sich selbst immer wieder neu zu erfinden, bleibt attraktiv und begehrenswert. ■

www.diebrillenmesse.de · www.hallofframes.ch



ZURÜCK ZU DEN WURZELN.

Emil K., die neue Kollektion von Wagner + Kühner, wurde benannt nach unserem Gründer Emil Kühner, dem wir diese Kollektion widmen.

Tradition, Vision und Passion sind Werte, die Emil Kühner lebte und in der neuen Kollektion aufblühen.

TRADITION

Mit Emil K. gehen wir zurück zu unseren Wurzeln und schaffen mit viel Leidenschaft eine Marke, die hohe Qualität mit perfektem Tragekomfort zu einem angemessenen Preis vereint. Mit viel Sorgfalt ist eine Kollektion mit hochwertigen Brillen in klassischen Designs entstanden.

EMIL K. VERBINDET TRADITION MIT KLASSISCHEN DESIGNS.

AIGNER
EYEWEAR

Classix

DEEJAYS
EYEWEAR

Emil K.

INVU.

LIEBESKIND
BERLIN

MORE & MORE

Pepe Jeans
EYEWEAR

s.Oliver

SUNfit **4**you