

optic und vision

Magazin für wertige Augenoptik 01-2018



Silhouette®

ICONIC EYEWEAR MADE IN AUSTRIA. SINCE 1964.

www.silhouette.com

SHOOTING
COOL + CRUDE

STANDORT DEUTSCHLAND
Qualität sichert Wettbewerbsvorteile

BRANCHE
Opti macht den Jahresauftakt


MEDIENGRUPPE
OBERFRANKEN
FACHVERLAGE



■■■■■■■■■■
FYSH UK





Beauty & Style

In Kanada und auf dem US-Markt kennt so ziemlich jeder Optiker das Unternehmen Westgroupe. Dessen Marken Fysh UK, Evatik und Kliik Dänemark sind auch auf dem europäischen Markt erfolgreich. Das Design entsteht inhouse unter der Verantwortung von Beverly Suliteanu, Kreativdirektorin und Leiterin der Produktentwicklung. Fasziniert von Formen, Farben und Dekors, sind ihre wichtigsten Inspirationsquellen die internationalen Fashion-Catwalks.

Herzlich ist sie, freundlich und entspannt. Selbst inmitten des Messe-trubels auf der Silmo, wo wir uns zum Interview treffen. Der Einfluss ihrer Herkunft macht sich bemerkbar: Beverly wurde in Montreal geboren, Kanadas lebhafter, weltoffener Hafenstadt, deren ethnische Vielfalt Einflüsse aus Kulturen der ganzen Welt zusammenbringt. Hier studierte sie und begann ihre berufliche Laufbahn als Marketingassistentin, Marketing Analyst und Produktmanagerin bei diversen Unternehmen. Seit 1994 führt sie gemeinsam mit ihrem Bruder Michael das vom Vater, Rod Suliteanu, gegründete Familienunternehmen. Modeaffin, reiselustig, kulturell vielseitig interessiert und inspiriert von internationalen Modeschauen, arbeitet sie mit Moodboards. Saisonale

Modetrends gehören zu ihren wichtigsten Kreativquellen, aus denen sie Formen und Farbideen ihres Brillendesigns schöpft.

BEVERLY, WIE LÄUFT BEI DIR DER GESTALTUNGSPROZESS AB?

Mit jeder Kollektion schaue ich mir an, wie wir unsere Designs weiterentwickeln können und gleichzeitig den Charakter jeder Linie bewahren. Tendenzen in der Mode, im Interiordesign sowie aktuelle Brillentrends geben mir Input. Aus Ideenfragmenten entstehen Moodboards, auf die ich bei der Entwicklung neuer Styles zurückgreife. Meine Gedanken kreisen dabei immer um die Menschen, die unsere Brillen tragen - deshalb ist es wichtig, dass wir der DNA unserer

Marken stets treu bleiben. Nicht jeder Trend ist richtig für die Marke. Als Designer muss ich erkennen, welche Trends nicht zur Marke oder zur Zielgruppe passen. Mein Ideal ist, dass man zuerst die Person wahrnimmt, nicht die Brille! Mir geht es darum, dass unsere Fassungen das persönliche Stilempfinden eines Brillenträgers repräsentieren, seinen Gesichtszügen schmeicheln, seinen Look unterstreichen. Es gibt einen ständigen Austausch, während wir die Details entwickeln. Jede Fassung soll speziell sein, jedes Brillendesign für den Optiker technisch funktionieren. Für den Verbraucher wiederum muss es passend sein in puncto Tragbarkeit und Fitting.

GIBT ES DESIGNER, DEREN ARBEIT DICH BEEINFLUSST?

Inspiriert haben mich Designer, die ihren eigenen Weg gegangen sind. Die durch die Schönheit ihrer Designs begehrte Marken kreiert haben – weniger durch ein auffälliges Logo auf dem Bügel. Die Brille ist wie ein Stück Leinwand, mit dem man arbeitet. Es gibt klare Grenzen beim Design, bei den Passformen, was machbar ist und was nicht. Aber ganz ehrlich, ich staune immer wieder über die Designkreativität in unserer Branche.

DIE WICHTIGSTEN TUGENDEN EINES DESIGNERS SIND ...?

Phantasie, Kreativität und Neugier.

DESIGNTHEORIE, PRAXIS, ERFAHRUNG: WAS IST ENTSCHEIDEND FÜR DICH?

Es ist eine Kombination. Es ist wichtig, Funktion und Ästhetik bei jeder Brille in ein Gleichgewicht zu bringen, daher kommt der Erfahrung definitiv eine Schlüsselfunktion bei der Gestaltung von Brillen zu. Erfahrung kann aber auch zur Routine und zum kreativen Stillstand führen. Von daher ist es wichtig, sich mitunter dem Design wie ein Anfänger zu nähern, so zu tun, als gäbe es keine Regeln. Spannend zu sehen, was aus diesem Prozess entstehen kann.

VERÄNDERT GUTES DESIGN UNSER LEBEN?

Gutes Design kann unser Leben definitiv verändern. Beim Design geht es um Evolution, die Produkte nicht nur ästhetisch, sondern auch funktional verbessert.

„Mein Ideal ist, dass man zuerst den Menschen wahrnimmt, nicht die Brille!“

BIST DU ALLEIN VERANTWORTLICH FÜR DIE GESTALTUNG DER KOLLEKTION?

Ich habe ein großartiges Team in unserem Hauptsitz in Montreal, mit dem ich zusammenarbeite. Gemeinsam entwickeln wir die Neuheiten von der Konzeption über das Design bis hin zur Farb- und Materialauswahl. Wir führen viele Diskussionen und vertiefen uns in Recherchen, bevor wir mit einer Kollektion beginnen. Tatsächlich ist es eine sehr gemeinschaftliche Anstrengung und ich bin sehr stolz auf unser Team.

TEAMWORK IST ALSO DIE VORAUSSETZUNG FÜR GUTES DESIGN?

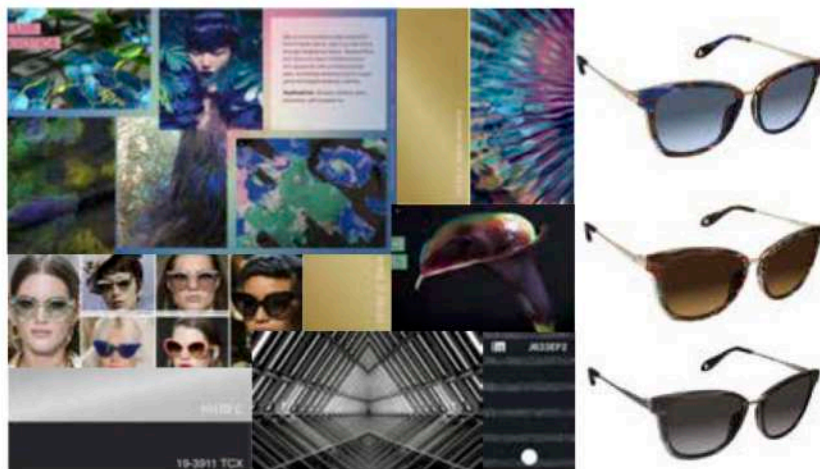
Absolut. Obwohl der Designer die Vision und den Überblick über das große Ganze haben muss, erfordert es Teamarbeit, Ideen und Entwürfe zum Leben zu erwecken.

WIE VIEL KREATIVE FREIHEIT HAST DU?

Da Kliik, Fysh und Evatik Eigenmarken sind, habe ich das Privileg, dass ich mir völlige Freiheit im Design zugestehen kann. Deshalb sind wir sehr flexibel und können uns in einem sich ständig verändernden Markt schnell bewegen, um die Anforderungen unserer Kunden zeitnah und effizient zu erfüllen.

WER NIMMT NOCH EINFLUSS AUF DAS DESIGN?

Das Produkt- und Designteam arbeitet eng mit dem Vertrieb zusammen, um sicherzustellen, dass wir Designs entwickeln, auf die unsere Optikerkunden und der Endverbraucher reagieren.



Modetrends, Formen- und Farbideen: Moodboards inspirieren die Designerin zu neuen Brillenkreationen

ZURÜCKGESCHAUT, WELCHES WAR BISHER DEIN BESTES BRILLEN-DESIGN?

Meine Lieblingsbrille ist das Modell Fysh F-3565. Die kantige Katzenaugenform war strukturell modern und kühn. Das Gesamtdesign wurde durch die besondere Struktur des Acetats noch erhöht, in das metallische Fasern zwischen den Kristallschichten eingebettet wurden. Das Endergebnis war wirklich sehr schön und jede Farbgebung unverwechselbar.

WIE SETZT DU DAS IDEENRAD IMMER NEU IN GANG?

Durch Neugierde. Ich erkunde neue Fertigungstechniken mit unseren

Herstellerpartnern und experimentiere gern auf der Suche nach neuen Wegen, Materialien und Farben zu kombinieren. Und ich stelle immer wieder Fragen.

DEINE INSPIRATIONEN KOMMEN WOHER?

Reisen, Mode wie die Streetwear, Natur, Innenarchitektur. Inspirationen kommen aus vielen verschiedenen Quellen.

WELCHES SIND DIE AKTUELLEN FASSUNGSHIGHLIGHTS?

In den Kollektionen für Kliik, Fysh und Evatik dominieren Kombinationen unterschiedlicher Designelemente von den Materialien über Farben und Muster. Metall und Acetat überwiegen, mehrfarbige Acetate, Animalprint-Dekors oder Glitzereffekte in tiefen Erdtönen mit gedeckten Gold- und Roségoldtönen. Bei den Formen ist alles dabei, von rund über eckig bis hin zu modernen Katzenaugen. Ein interessanter Mix, der subtile Details und Texturen hervorbringt, die unerwartet sind. Designs, die den Anspruch haben, speziell zu sein, gleichzeitig aber zugänglich und tragbar. Ein Highlight werden unsere neuen Sonnenbrillenmodelle sein, zum Beispiel die modifizierte Cateye-Form, bei der ein Metallrahmen zwischen irisierenden Acetat-schichten mit Animalprints eingeschlossen ist, ein Spiel mit Farben, die sich ständig verändern.

BEVERLY SULITEANU, DANKE FÜR DAS GESPRÄCH.

Das Interview führte Angela Mrositzki.