



Exclusivbrillenagentur Emmerich, Herdecke

# Step by Step

Als Holger Emmerich und seine Frau Britta ihrer Firma den Namen gaben, sollte von vorn herein alles auf die Fassungen hinweisen. Also wurde es ‚exclusiv‘ für ‚besonders im Aussehen‘ – aber nicht besonders (hoch) im Preis. Und ‚Brillenagentur‘ für – na raten Sie mal.



Holger Emmerich hatte schon ein Studium Elektrotechnik ins Auge gefasst, als er all die ‚abgebrochenen Absolventen‘ sah. Bevor es ihm genauso ging, wollte er dann doch vorher noch eine Lehre machen und suchte nach einem technischen Beruf. Sein Vater war seinerzeit Verkaufsleiter bei Argenta – die Augenoptik lag also nicht fern. Der technische Bereich der Augenoptik faszinierte den jungen Mann und die Vielfalt des Berufes. „Ich mochte den Umgang mit Menschen, den Verkauf, die Technik.“ Er absolvierte in Herne seine Lehre und arbeitete auch anschließend noch ein Jahr als Geselle, um dann als Außendienstler zur Firma Atair zu gehen. Er war damals 21 Jahre alt und – wie ihm gesagt wurde – der

jüngste Außendienstler in Deutschland. Zusammen mit anderen hatte er für viele Jahre Spaß und Erfolg bei der italienischen Firma. Irgendwann suchte er Spaß und Erfolg bei anderen Firmen, wo er sich die Zusammenarbeit leichter und innovativer vorstellte.

### Verschiedene Stilrichtungen in einer Firma

Bald vertrat er dann vier oder fünf verschiedene Firmen mit den dazu gehörenden vier oder fünf verschiedenen Auftragsformularen. Er träumte davon, diese fünf oder sechs verschiedenen Stilrichtungen in einer Firma unterzubringen, so dass auch der Augenoptiker nur noch eine Serviceadresse, ein Formular, einen

Bankeinzug, einen Ansprechpartner hatte. Vor fast vier Jahren war es dann soweit, er gründete seine Exclusivbrillenagentur. Erste Linie war Joshi Jazawa. Die Kunststoffkollektion teilt er sich stückzahlenmäßig mit einem Holländer, so dass sie als Partner zwei Länder bedienen können. „Diese Kollektion ist sehr stark geworden, weil sie ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis hat. Sie liegt bei 29 Euro im EK, der Augenoptiker kann sie für 98 Euro verkaufen. Wir wollen keine Konkurrenz zum Low-Level-Bereich sein, sondern ein Stück darüber liegen. Inzwischen haben wir bei dieser Linie Metall gestartet. Das wird sicher auch ein großer Erfolg werden.“

### Zweite Linie

Die zweite Linie der jungen Firma war ‚Zens‘. Ein Hersteller, den Holger Emmerich in Italien auf einer Messe entdeckte. Die Linie sollte neu auf den europäischen Markt kommen. Leider waren die Brillen für Europäer nicht tragbar. Die Nasenstege waren falsch angelegt und der Butterflyschwung zu extrem, wenn auch die Grundidee sehr schön war. Holger Emmerich machte Ver-

änderungsvorschläge, man ging darauf ein und heraus kam eine spezielle Kollektion, gängig für den europäischen Markt. Man erkennt den japanischen Touch, sicher keine Brille für jedermann oder besser jederfrau. Dann kam etwas Besonderes auf die Exclusivbrillenagentur zu. Die Firma Morel Cottet war für einige Zeit gut bei der Firma Autzeider untergebracht. Dann machte die Firma zu. „Es ist mir ganz wichtig zu sagen, dass die Firma Autzeider nicht pleite gegangen ist, wie vielfach erzählt wurde,“ sagt Holger Emmerich. Einer der Inhaber wollte sich nach 15 Jahren in der Branche neu orientieren, der andere wollte und konnte die Firma nicht allein weiterführen. Beide kamen auf Holger Emmerich zu und fragten ihn, ob er nicht Lust habe, die Firma Morel Cottet zu vertreten. Er hatte. Inzwischen fand auch in der französischen Firma ein Generationswechsel statt. Man verstand sich auf Antrieb gut. „Vor allen Dingen gehen sie auf den deutschen Markt ein, der sich doch erheblich vom französischen unterscheidet,“ erklärt Holger Emmerich. „Sie haben sich einen schwedischen Exportmanager in die Firma geholt, der

sieben verschiedene Sprachen nicht nur spricht, er lebt sie auch. Die Kommunikation klappt einfach prima.“

### Vertretung für Morel-Cottet

Rebell und Tattoo waren die ersten Marken, mit denen Emmerich bei den Franzosen einstieg. Es folgten Koali, Nomad und Lightec. Heute hat die Exclusivbrillenagentur ein eigenes großes Lager direkt beim Hersteller. Die Lagerkosten sind so einfach günstiger. „Wir arbeiten lieber mit einem kleinen Gewinn, um auch dem Augenoptiker zu signalisieren, dass er mit einer schönen ausgefallenen Brille, die viel teurer aussieht, in den Mittelpreis-Bereich reingehen kann. Ich finde es immer wieder wichtig, die totgesagte Mitte ins Gespräch zu bringen. Man kann heute nicht nur ganz teuer oder ganz billig verkaufen.“ Zu den Fassungen wird ebenso exklusives Deko-Material verkauft, das die Brillenagentur auch bei Morel-Cottet bezahlt. „Das bringt uns in eine Superlage. Wenn ich der Meinung bin, dass das von Morel angebotene Material nichts für den deut-

schen Markt ist, kaufe ich es einfach nicht ein. Die machen uns dann anderes.“ Auch bei den Fassungen macht Holger Emmerich Vorschläge, die gern aufgegriffen werden. Die französische Firma vertraut ihm völlig. „Wir sind allerdings auch in kurzer Zeit das größte europäische Abnehmerland geworden“, lacht Holger Emmerich, der auch noch sein eigenes Reiseland hat und einer von acht Außendienstlern in seiner eigenen Firma ist. Im Innendienst beschäftigt er fünf Mitarbeiterinnen. Die sechste ist seine Frau Britta, ohne die er, wie er gesteht, ‚das alles niemals geschafft hätte‘.

### Step by Step

Nächstes großes Potential bietet die Linie ÖGA, was auf skandinavisch einfach nur ‚Augen‘ heißt. Sie wird designt von Jonas Blanking, der u.a. für Ferrari, Alcatel und Salomon arbeitet. „Wir gehen Step by Step unseren Weg,“ meint Holger Emmerich. „Als Familienbetrieb wollen wir so bleiben. Wir sind gut sortiert und wer bei uns nichts findet, hat entweder kein Geld oder kann uns nicht leiden.“

Ulla Schmidt

Die Damen Kuhn, Emmerich, Jacke, Bolz-Baumann, Minklei (von links nach rechts)

