



BACK TO THE ROOTS

LEIDENSCHAFT AUS TRADITION

Tradition und Firmengeschichte werden heute schon bei Brillenherstellern bemüht, die kaum zehn Jahre alt sind. Einer der ältesten Brillenhersteller der Welt hat sich jetzt aber auf echte Traditionen besonnen und eine Kollektion auf den Weg gebracht, die viel mehr ist als „nur Retro“

genen Jahren und Jahrzehnten mitgemacht haben, nicht immer zu ihrem Vorteil: Wenn man heute durch Morez, Oyonnax oder Morbier fährt – noch vor zwanzig Jahren die Hochburgen der französischen Brillenindustrie – sieht man viele bekannte, aber längst verblasste Schriftzüge an leeren Gebäuden. Manche davon gibt es noch irgendwo als Handelsmarke, aber hergestellt wird hier nichts mehr.

➔ **130 JAHRE SIND MEHR** als ein Menschenleben. Von heute zurückgerechnet hatte Thomas Alva Edison im Jahr 1880 gerade einmal seine Glühlampe erfunden; sechs Jahre später meldete Carl Benz seinen Motorwagen zum Patent an. Und im französischen Jura begann in jenem Jahr ein gewisser Jules Morel mit der Herstellung von Brillen. Er tat das aus ähnlichen Gründen wie viele andere Brillen- und Uhrmacher aus der Umgebung: Brillen und Uhren waren klein und leicht; sie ließen sich während der langen, harten Winter in Heimarbeit herstellen und im Frühling auf dem Rücken hinunter ins Tal tragen und von dort in alle Welt verschicken. Und das taten Jules Morel und seine Nachfolger sehr erfolgreich.

Einer der Gründe dafür ist, dass sich das französische Traditionsunternehmen bis heute vielen Entwicklungen und Strömungen verweigert hat, die seine Mitbewerber in den vergan-

Morel dagegen ist absolut eigenständig geblieben und nicht im Besitz irgendwelcher Investoren, Aktionäre oder Banken. Sich antizyklisch zu verhalten und nicht ständig auf die Konkurrenz oder den schnellen Profit zu schauen war offenbar eine sehr erfolgreiche Strategie. Das Unternehmen wird in vierter Generation noch immer als Familienbetrieb mit kurzen und soliden Entscheidungswegen geführt. Und es hat erfolgreich allen Versuchungen und Verführungen widerstanden, zu schnell zu wachsen, sich kurzlebigen Trends anzuschließen oder die eigenen Qualitäten mit branchenfremden Markennamen zu übertünchen.

Erfolgskollektionen wie Koali, Lightec, Nomad, Rebel und natürlich Marius Morel sind sämtlich „hauseigene Gewächse“, die ohne





Mitsprache Dritter, ohne Lizenzgebühren und auf ganz kurzen Wegen entstehen. Und „kurz“ ist hier wirklich wörtlich gemeint: Die Mitarbeiter, die die Brillen entwerfen und die, die sämtliche Kommunikationsmittel dafür gestalten, sitzen im selben Raum und stehen in ständigem Austausch. Direkter kann eine Markenbotschaft kaum vermittelt werden.

Gleiches gilt für die Produktion: Natürlich wird das eine oder andere zugekauft; kein Hersteller kann angesichts der Vielfalt von Brillenteilen noch alles selbst machen. Aber die eigentliche „Seele“ der Brillen entsteht bis heute am Firmensitz im französischen Morbier. Daran soll sich auch nichts ändern, auch wenn es in vielen Fällen sicher billiger wäre, wesentliche Teile der Produktion in die bekannten Billiglohnländer auszulagern. Jérôme, Francis and Amélie Morel, die Urenkel des Firmengründers, die sich die Unternehmensleitung teilen, würden damit sicher eine ganze Menge Geld sparen – aber auch mindestens so viel von ihrer Unabhängigkeit aufgeben. „Es bringt Flexibilität und wir sind frei, immer nur unsere eigenen Entscheidungen zu treffen“, erklärt Amélie Morel.

Eine dieser Entscheidungen war, sich anlässlich des 130-jährigen Firmenjubiläums auf die Wurzeln der Brillenmacherkunst im französischen Jura zu besinnen und dies mit einer ganz besonderen Kollektion zum Ausdruck zu bringen. Für diese Kollektion wagten die traditionsbewussten Brillenmacher etwas, was man sonst besser bleiben lässt, wenn man sich nicht dem Vorwurf der Ideenlosigkeit aussetzen möchte: Sie nahmen dafür Anleihen im hauseigenen Brillenmuseum und gaben der Jubiläums-Kollektion einen eingängigen Namen: Sie heißt schlicht „1880“ und zitiert gekonnt Modelle aus der langen und vielfältigen Firmengeschichte. Nicht durch bloße Nachbauten, sondern durch zeitgemäße Nachempfndungen klassischer Morel-Brillen.

Mit hohem Handarbeits-Anteil und in begrenzter Stückzahl trägt diese Kollektion eine Kernbotschaft des Unternehmens in die Welt: Brillen herstellen können viele – aber Brillen machen ist und bleibt eine hohe Kunst, die nur wenige beherrschen.

Das soll jetzt und in Zukunft so bleiben – denn auch bei Morel versteht man unter Tradition nicht das Bewahren der Asche, sondern das Weitergeben des Feuers. //

www.morel-france.com,
www.exclusivbrillenagentur.com