

DER 5 | 16 AUGEN OPTIKER

Wissen | Mode | Management



Silhouette lässt Sie strahlen.

WEIL SIE EINZIGARTIG SIND

www.silhouette.com

„Ich wollte der beste Optiker der Welt werden“

„Nein, im Ernst, ich wollte das schon richtig gut machen“, sagt Stefan Flatscher, gefragt nach seinem beruflichen Werdegang. 50 Jahre wird er 2016, und er hat eine ganze Menge geleistet und erlebt in der augenoptischen Branche. Sein neuestes Kind ist die Kollektion namens FHONE.

Autor | Theo Mahr



Länger befreundet als manches Unternehmen alt ist: Stefan Flatscher (links) und Uwe Pinhammer

Seine Augenoptikerlehre beginnt er im beschaulichen Bad Reichenhall, und letztlich ist es die berufliche Versetzung des Vaters, die ihn mitten in der Ausbildung nach Wiesbaden verschlägt, wo er bei Brillen Bouffier seine Lehre abschließt. Ein geradezu mondänes Umfeld nach dem Start im Alpenland, das ihn seinem zweiten Traum deutlich näher bringt. „Ich wollte immer nach Amerika!“ Birgit Bouffier arbeitet zu dieser Zeit bei Oliver Peoples und bestärkt ihn in seinem Vorhaben. Nach der bestandenen Gesellenprüfung steckt ihm der Vater eine Belohnung zu, und Flatschers erster Weg führt ins Reisebüro. Das Problem der eigenen „übersichtlichen“ Sprachkenntnisse ficht ihn nicht an, sein Entschluss steht fest. Er fliegt zum ersten Mal nach Amerika.

„Milchgesichter“ gründen Unternehmen

Längst hat er für sich entschieden, dass er ein eigenes Geschäft haben möchte, noch dazu mit einer eigenen Kollektion. Die Kunden sollen darin einen Termin machen müssen, damit sie von ihm beraten werden. Jugendliche Spinnererei? Weit gefehlt. Nahezu alle Vorhaben werden in kürzester Zeit Wirklichkeit. Bereits 1991 gründet er mit Uwe Pinhammer und Dieter Funk das Unternehmen „Freudenhaus“. Funk steigt kurze Zeit später aus und gründet sein eigenes, ebenfalls erfolgreiches Unternehmen (wir berichteten in Ausgabe 1/16).

Der erste Firmensitz ist ein altes Verlagshaus in „schrecklicher Lage, aber es hatte Charme“. „Die Vermieterin fand uns irgendwie drollig. Wir waren ja noch Milchgesichter“, erinnert sich Flatscher, der trotzdem den Zuschlag für die Zehn-Zimmer-Immo-



brille bekommt. Das Geschäft ist also da, und parallel entwirft Flatscher die erste Kollektion, orientiert sich dabei am Design von Monsieur Nicole aus Japan. „Wir brauchten aber was Europäisches“, erinnert er sich. Und weil den Jungspunden keiner was Passendes liefern kann, machen sie es eben selbst. 1992 stellen sie mit genau vier (!) Brillen auf der Optica in Köln aus.

Zu dieser Zeit gibt es noch nicht viele Designerlabels. Flatscher und Pinhammer setzen ihre Idee durch, dass Augenoptiker die kleine Kollektion nur nehmen können, wenn sie sie vollumfänglich kaufen. „Es gab insgesamt 36 Modelle, und die haben wir eben nur komplett verkauft.“

In der Folge wird Freudenhaus zu einer in der Branche seltenen Erfolgsgeschichte. Doch eine unerfüllte Sehnsucht bleibt: der Traum von Amerika. „Irgendwann“ lernt Flatscher seine Frau in Amerika kennen. Diese kommt für sechs Jahre mit nach Deutschland, bevor die Sehnsucht zu groß wird. „Ich wollte doch in den USA wohnen, und sie fand die Idee toll“, denkt Flatscher an das Jahr 2007 zurück.

Trennungsgedanken von seinem Wegbegleiter und Freund Uwe Pinhammer gibt es bei allem Fernweh nie. Die Aufgaben werden mit der Zeit immer deutlicher geteilt: Pinhammer kümmert sich im Wesentlichen um die vier eigenen Geschäfte, Flatscher erledigt alles rund um die Produktentwicklung. 2010 verkaufen sie zudem den Vertrieb der Marke „FreudenHaus“. Bis 2014 entwirft Flatscher noch die Brillen für die Marke, danach wird diese Zusammenarbeit beendet.

Neue Marke seit 2014

„FHONE“ ist die Neugründung von Flatscher und Pinhammer. „Flat und Hammer“ seien sie eh schon immer. „Und ein bisschen Freudenhaus steckt in dem Logo eben auch noch drin, denn immerhin haben wir die Marke ja gegründet.“ Den Vertrieb der 2014 erstmals in New York vorgestellten Kollektion bewältigt ein kleines Team von Vertrauten, das Design ist Flatschers Sache. Alles wie immer also. Fast. Die neue Kollektion ist ein bisschen bunter, als man das von Flatscher kennt. „Aber nicht zu bunt“, sagt er. Insgesamt kommen die Brillen frisch und munter rüber, der Tragekomfort ist hoch - man spürt, dass da keine Anfänger am Werk sind. Anschauen kann sich's der Augenoptiker gerne und jederzeit. Mit Termin, versteht sich. ●●

Die Modelle Beverly, Davis, Floyd, Ludwig und Scarlett geben nur einen kleinen Einblick in die neue Kollektion von FHONE.

Den Vertrieb der Kollektion bewältigt ein kleines Team von Vertrauten.
