



114 1
20 1

-fach

vielfältig
die Zwecke
Die
für den
Rechte vorbehalten.

ichtung und
bemaßt.
ntnehmen.

		Masse abw.
		Winkel abw.
		Zulaess Toleranz
		Oberf
		Bearb.
		Gepr.
		Norm.
Passmass	Abmasse	

da N/1000

Das abgebildete Weitwinkel-
system kann, in ein Brillenglas
eingesetzt, selbst schwer fehl-
sichtigen Menschen helfen.



Die Zukunft unter die Lupe genommen

Eschenbach Optik setzt auf Präzision

Text Anja Kummerow

Fotos Roland Fengler

Die Zukunft hat schon begonnen. „Das vergangene Jahrhundert war das des Elektrons. Dieses wird das Jahrhundert des Photons“, ist Dr. Wolfgang Rebstock überzeugt. „Licht ist das schnellste uns bekannte Medium – und in spätestens fünf Jahren wird es auch einen Lichtcomputer geben.“

Für den Vorsitzenden der Geschäftsführung der Eschenbach Optik GmbH & Co. ist diese Entwicklung von besonderem Interesse. „Überall, wo Licht steuern, heilen und übertragen kann, muss es kanalisiert werden und dafür braucht man Linsen.“ Um genau zu sein: ultrapräzise Linsen und Systeme und dies in hoher Qualität und in großen Mengen – „dafür sind unsere Ingenieure genau die richtigen Leute“. Ins Visier nimmt das Nürnberger Unternehmen damit vor allem die Medizin-, die Kommunikations- sowie die Automobil-Technik.

ESCHENBACH

EDV

11124

Ersatz fuer



Versiegelte und UV-gehärtete Kunststofflinsen werden bei einer ersten Sichtprüfung auf ihre Qualität hin untersucht (oben). An einer Ultrapräzisionsmaschine bekommt eine Kunststofflinse die Oberfläche, die

sie zur Lupe macht (unten). Blick durch einen so genannten Spritzbaum: Glasähnliche Teilchen, die auf der Linsenoberfläche abgelagert werden, lassen eine verzerrungsfreie Sicht auf die Dinge zu (rechte Seite).

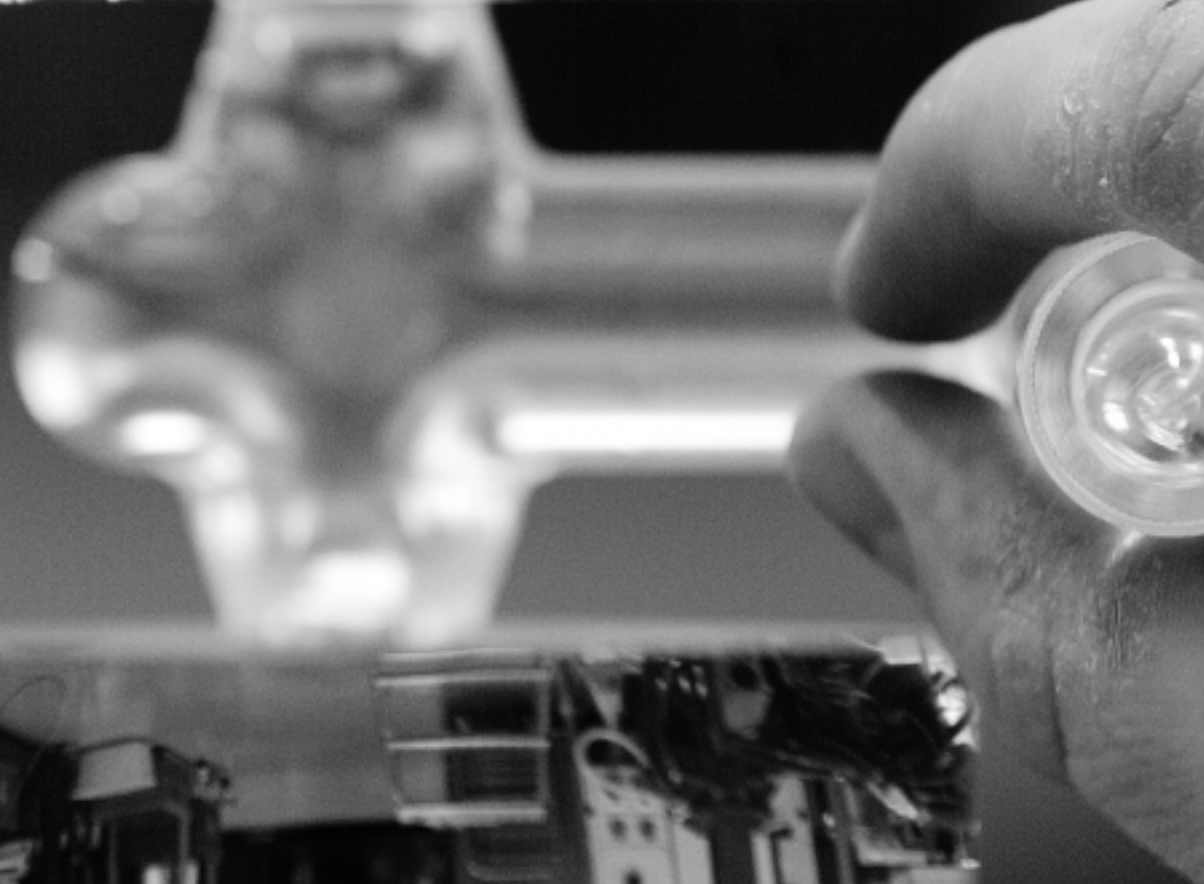
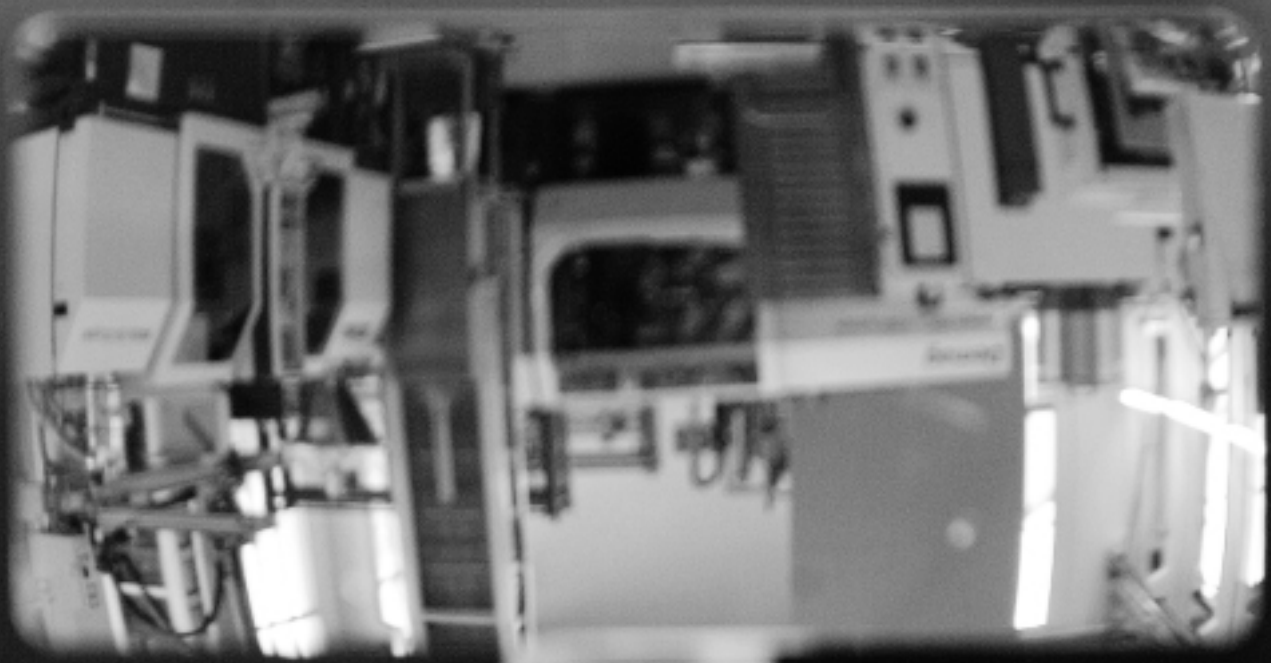
Doch noch ist der Bereich „Technische Optik“ der kleinste der insgesamt drei Bereiche von Eschenbach Optik. Ein Prozent des Umsatzes, der im vergangenen Jahr bei rund 82 Millionen Euro lag, wird hier erwirtschaftet. Allerdings verzeichnet die Sparte Zuwachsraten von jährlich 30 bis 40 Prozent und soll auch in den nächsten Jahren um 20 bis 30 Prozent zulegen. In vier bis fünf Jahren, so schätzt Rebstock, könnte „Technische Optik“ bereits 30 bis 40 Millionen Euro zum Gesamtumsatz beitragen.

Revolution auf dem Brillenmarkt

Das Augenmerk der breiten Öffentlichkeit ruht allerdings bislang noch immer auf dem Bereich „Eyewear“ – mit 60 Prozent Umsatzanteil nach wie vor der größte des Unternehmens. Als Marke ist der Name Eschenbach vielleicht nicht in den Köpfen einer breiten Öffentlichkeit präsent, dafür aber um so öfter auf den Nasen der Bundesbürger. Im Verkauf von Brillenfassungen beim Augenoptiker belegen die Nürnberger in Deutschland den zweiten Platz hinter Rodenstock. Bekannt ist Eschenbach vor allem für seine Titanflex-Brillen – jene Gestelle, die nicht nur für Leichtigkeit stehen, sondern vor allem für eine extrem große Flexibilität.

Damit sorgte Eschenbach 1988 für eine kleine Revolution auf dem Brillenmarkt. Titanflex besitzt ein „Gedächtnis“, das der Brille – auch bei außergewöhnlichen Belastungen – ihre ursprüngliche Form zurückgibt. „Die Titanflex ist eine unserer Großtaten“, sagt Geschäftsführer Wolfgang Dietrich. Bislang hat Eschenbach die alleinige Europalizenz für das Basismaterial, die jedoch am Ende dieses Jahrzehnts ausläuft. Grund zur Sorge besteht aber nicht. „Wir haben mit der Marke ‚Titanflex‘ bereits eine so starke Position erreicht, dass wir nicht mehr von der Technologie abhängig sind.“

Außerdem steht der Bereich „Eyewear“ auf mehreren Säulen. Während die Titan-Brillen wegen ihrer meist klassischen Formen und dem anspruchsvollen Material vor allem die Herren ansprechen und sich wegen ihrer „Unkaputtbarkeit“ besonders gut für Kinder eignen, kamen die Frauen bislang etwas zu





Ein Linsenspritzbaum wird aus der Form entnommen, in die der Kunststoff zuvor mit einem Druck von rund 200 Tonnen hineingepresst wurde (oben). Im 1996 eröffneten Technikzentrum von Eschenbach Optik in

der Andernacher Straße forschen, entwickeln und produzieren rund 100 Mitarbeiter (rechte Seite unten). Vor dem Gesicht von Monteur Werner Geyer wird die Vergrößerungskraft einer Lupe deutlich (ganz rechts).

kurz. Diese Klientel will sich das Unternehmen künftig mit der Marke „Brendel“ erschließen. Erst im vergangenen Jahr erwarb Eschenbach die Fürther Marke. Mit den Designs von Ann-Kristin Brendel will der Brillenhersteller jetzt ein Stück vom großen Kuchen ergattern. Immerhin liegt der Frauenanteil am Brillenmarkt bei 55 Prozent. „Frauen“, weiß Dietrich, „sind ausgesprochen designorientiert.“

Darauf setzt Eschenbach Optik auch mit seiner neuen Sonnenbrillen-Marke „Scappa“. Der Name hat seinen Ursprung im italienischen „Scappatella“. Und zu einem „Seitensprung“ wollen die Nürnberger jene Frauen verführen, die bislang auf die großen und teuren Designer-Namen setzten. „Wir haben einen sensationellen Designer im Haus“, sagt Rebstock. „Scappa ist einfach ein irres Zeug.“

Handel mit Weitblick

Überhaupt vertraut Eschenbach nahezu ausschließlich auf eigene Marken. Der Name Bogner ist der einzige, der als Lizenzmarke zugekauft wurde. Man will nicht abhängig sein vom Wohl und Wehe eines anderen Unternehmens. Immerhin ist Eschenbach heute bei den über die Augenoptiker verkauften Sonnenbrillen Marktführer in Deutschland. Und das soll auch so bleiben.

Auch sonst sieht sich das Unternehmen gut aufgestellt. Am Ende des vergangenen Jahrtausends – 1999 – fiel eine für die Zukunft des Unternehmens bedeutende Entscheidung. Eschenbach Optik wurde von einem Inhaber- zu einem Management-geführten Unternehmen. Die Brüder Gerd und Walter Eschenbach, die die Firma in dritter Generation leiteten, gaben dem Unternehmen eine neue Gesellschafter- und Führungsstruktur, um dessen Nachfolge zu sichern. Heute sind die Familie Eschenbach und die Hannover Finanz GmbH mit jeweils knapp unter 50 Prozent an der Eschenbach Holding GmbH beteiligt. Die übrigen Anteile sind im Besitz des Führungstrios, dem neben Rebstock und Dietrich noch Peter Schwind angehört.

Trotz der Anpassung an die Erfordernisse der Zeit sind die Wurzeln der Firma auch heute noch unverkennbar. Gegründet wurde das Unternehmen im Herbst 1913, die Eintragung ins Nürnberger Handelsregister als „Handel für optische Produkte und Reißzeuge als Präzisionswerkzeuge“ ließ Josef Eschenbach am 5. Januar 1914 vornehmen. Der Betrieb wuchs, der Handel mit Lupen, Fadenzählern und anderen Sehhilfen florierte. Als 1923 Sohn Rudolf Eschenbach ins Unternehmen einstieg, kamen neue Zielgruppen hinzu, hervorgebracht auch durch die beginnende Automobilisierung der Bevölkerung. Eschenbach startete mit der Produktion von Sonnenbrillen für Damen. Auch Kartenmesser, Kompass und Teleskope zählten ab da zum Sortiment.

Die „Handelsepoche“ endete mehr oder minder, als Eschenbach 1947 die Firma Pröbster übernahm und damit in die feinmechanische Präzisionsfertigung einstieg. Dennoch begann Rudolf Eschenbach in den 50er Jahren, Ferngläser aus Fernost zu importieren – und bewies auch damit Weitblick. Gerd Eschenbach trat 1963 ins Familienunternehmen ein und kümmerte sich um den Bereich Optik, während Bruder Walter 1974 den Brillensektor übernahm. Einen weiteren Wandel vollzog Eschenbach in den 80er Jahren, als sich das Unternehmen die Herstellung von Präzisionskunststoff zu eigen machte.

Diese hochentwickelte Spritzguss-Technik erlaubt es Eschenbach auch heute noch, Sehhilfen für Menschen mit ausgeprägten Sehproblemen herzustellen.



Hinter dem dritten Bereich von Eschenbach, „Vision Technology Products“ (VTP), verbirgt sich „ein Programm, um den Sehbedarf zu lösen, wenn die Brille nicht mehr ausreicht“, erklärt Dietrich. Jeder zweite Erdenbewohner trägt heute bereits eine Brille oder benötigt eine. Vier Prozent der Weltbevölkerung ist auch mit Brille nicht mehr zu helfen.

Lupen helfen sehen

Dem Anspruch, „spezielle Sehprobleme lösen zu wollen“, wird Eschenbach auf verschiedenen Wegen gerecht. Einer davon ist ein hochvergrößerndes Lupensystem, das in ein Brillenglas integriert ist und damit von der Umwelt nicht als Prothese wahrgenommen wird. Eine besondere Technologie macht es möglich, dass neben der Lichtbrechung auch Licht gebeugt wird. „Das ist eine riesige technologische Herausforderung, die bislang nur mit Laser bewältigt werden konnte. Wir sind die einzige Firma, die das kann“, sagt Rebstock nicht ohne einen gewissen Stolz. Daneben arbeitet Eschenbach an zahlreichen anderen Produkten, die Sehbehinderten das Leben erleichtern sollen: von Leuchtlupe bis zur Videolupe, die ein komfortableres Lesen via Fernseher ermöglicht.

An Ideen und Visionen mangelt es Eschenbach nicht, dafür jedoch an hochqualifizierten Fachkräften. Die Ausbildung in Spritzguss-Technik „ist noch nicht im Fokus der Universitäten“, bedauert Dietrich. Das Umfeld hat Eschenbach mit dem 1996 errichteten Technologie-Zentrum in der Andernacher Straße bereits geschaffen. Etwa 100 der knapp 330 am Standort Nürnberg Beschäftigten sind hier tätig. Weltweit arbeiten rund 500 Menschen für Eschenbach, viele davon im Vertrieb – von Dänemark über Japan bis hin in die USA. Denn die Produkte der Zukunft verkaufen sich schließlich nicht von allein.

