



## IMAGO

### Alle Leichtigkeit des Seins

2013 stellte der Brillenhersteller erstmals seine innovative Hightech-Kollektion Ultralight vor – eine Kombination aus dem Material Ultem und hochwertigem japanischen Edelstahl. Der Generation 1.0 folgten Weiterentwicklungen und Variationen. Im Herbst 2017 wurde die Kollektion 4.0 eingeführt. Sie ist an Leichtigkeit kaum zu übertreffen und in ihrer Design-Essenz derzeit das Nonplusultra! Doch die nächste Generation reift schon heran.

Wie andere Industrien auch sucht die Brillenherstellung sowohl bei den Produktionstechnologien als auch beim Material fortwährend nach innovativen Hightech-Lösungen. Bisher unentdeckte Materialeigenschaften sind ebenso Inspiration für eine neue Designsprache. So bei Ultem, einem technologisch hochentwickelten Kunststoff auf Basis von Polyetherimid. Das ist ein zur Gruppe der hochtemperaturbeständigen Kunststoffe zählender Hochleistungsthermoplast, der insbesondere im Flugzeugbau und in der Medizintechnik Verwendung findet. Zu dessen besonderen technischen Eigenschaften zählen die extreme Formbeständigkeit bei gleichzeitiger Flexibilität – Ultem ist dennoch sehr leicht biege- und formbar – sowie dessen hohe Resistenz gegen Hitze, UV-Strahlung, Alkohol, Spiritus und sonstige Lösungsmittel.

Über die rein technischen Eigenschaften hinaus begeistert sich das Designteam vor allem für die aus der Leichtigkeit des Materials resultierenden Ästhetik, die ihnen interessante Ansätze für ein modernes Designkonzept lieferte. Ende 2014 kam bereits die Version 2.0 auf den Markt, mit der kompletten Fassungsfront aus Ultem, kombiniert mit Edelstahlbügel in einer markanten Optik und einer fantastischen Haptik – bei gerade 15 Gramm Gesamtgewicht. Im Jahr darauf wurde der Look cooler. 2016 folgte die Ultralight Generation 3.0 komplett aus Ultem mit einer schlichten Metallapplikation am Bügel, „noch dünner und nur 8 Gramm schwer“, laut Geschäftsführer Rainer Laepple.

Ebenso federleicht sind die Ultem-Fassungen der Generation 4.0, für deren Bügel japanisches Beta-Titan verwendet wird sowie ein spezielles patentiertes Ultem-Scharnier. Die Fassungen werden mit modernsten Cad-Cam-Maschinen gefräst, ihr Design setze ein selbstbewusstes Zeichen für Ecken und Kanten, erklärt Laepple. Auf der Webseite be-

schreibt es der Hersteller als „Punchy Look“, was so viel bedeutet wie lebendig, vital, kraftvoll, dynamisch, schwungvoll. Laepple: „Sie hat in der Tat ein ‚edgy‘ und modernes Styling. Wir haben zudem die ursprünglichen sieben Grundfarben stark erweitert und sind inzwischen bei ca. zwanzig Farbvarianten. Durch die Grundfarbe ‚Amber‘ sind allerdings keine bunten und hellen Farben möglich, aber das empfinden wir nicht als Nachteil. Das Kolorit der Kollektion ist bewusst zurückhaltend, sie soll durch ihre Hightech-Qualitäten und ihr dezentes Understatement auffallen.“ Laepple glaubt zudem, dass das Gestaltungspotenzial des Materials noch längst nicht ausgeschöpft ist, beispielsweise bei Farbiefen, Transparenz oder weiteren neuen Farbkombinationen. Da sieht er noch ausreichend kreativen Spielraum für kommende Generationen: „Wir experimentieren ständig. Dabei entstehen immer neue Ideen, die wir vorerst beiseitelegen, weil sie noch zu weit voraus sind. Wir werden noch die eine oder andere Überraschung für unsere Optikpartner präsentieren.“ Tatsächlich sei die Generation 5.0 bereits in der Planung, „sehr konkret als Randlosversion.“ Das Design stehe, die Prototypen würden in den nächsten Wochen absegnen, die Einführung sei für den Mai dieses Jahres geplant.

Insbesondere für seinen Designchef Richard Rembs sei die kontinuierliche Erweiterung der Kollektion eine Herausforderung, betont Rainer Laepple. „Hier zeigt er sein wahres Können.“ Jede Ultralight-Fassung sei eine Hightech-Demonstration und ein Bekenntnis zur Perfektion und Essenz der Form, zu einer klaren, reduzierten Designsprache. Für modische Spielereien lasse das Designkonzept keine Räume. „Die modische Schiene bedienen wir mit unserer Kollektion Imago. Hier spüren wir nach Jahren des Purismus und dem Credo ‚Je schlichter, desto besser‘ endlich wieder Aufwind für Farbe und etwas mehr Mut zu Mustern. Unser neues Damenteam im Produktmanagement, Claudia Hollergschwandtner und Stephanie Stadler, planen da gerade sehr spannende Neuheiten für die zweite Jahreshälfte 2018 – sozusagen ein ‚back to the roots‘ mit frischem, modischem Wind! Mit Ultralight aber bieten wir ganz sicher eine der innovativsten, technisch anspruchsvollsten und im Design vollendeten Brillenkollektionen an. Fassungen für Menschen, die im Aussehen und insbesondere bei der Brille im Gesicht dezentes Understatement bevorzugen.“ (am)