



**„MARKENPRODUKTE
ZUM NO NAME-PREIS.“**

NIKA OPTICS

An der Mosel, an einem sehr idyllischen Plätzchen, hat sich die Firma NIKA niedergelassen. Seit neunzehn Jahren werden von dort Brillengläser an Augenoptiker in Deutschland und Österreich verschickt. Die beiden Firmengründer Nils Kaesemann und Ralf Schmidt wollten Markenprodukte zum No Name-Preis anbieten und haben eine Erfolgstory mit ihrem Unternehmen geschrieben, die ganz klein angefangen hat.

Von Silke Sage

Den Besucher erwartet bei der Anreise in dem kleinen Industriepark direkt am Flugplatz von Winnigen eine beschauliche Idylle. Inmitten seichter grüner Hügel, hoch über der Mosel, liegt der moderne Gebäudekomplex. Der würfelförmige Bau aus Glas und Stahl beherbergt rund 40 Mitarbeiter und ein ansehnliches Glaslager. In einer eigens eingerichteten Einschleifwerkstatt und einer Einheit zur industriellen Fernrandung werden von rund acht Mitarbeitern Brillen gefertigt und Gläser geschliffen.

Die beiden Unternehmer bieten ihren Kunden aus drei Preiskategorien alles, was im täglichen Geschäft benötigt wird. Neben einem Glaslager, das ständig zwischen 350.000 und 400.000 Gläser für ihre Kunden bereit hält, werden auch Rezeptgläser angeboten. Seit 1998 wurde das Angebot um diese Option erweitert. Die Produktion dieser Gläser findet in Asien statt und die Gläser sind trotz langem Lieferweg innerhalb einer Woche beim Augenoptiker. „Anfangs wurden wir belächelt dafür“, erinnert sich Nils Kaesemann, „aber heute können wir sagen, es hat sich als super Erfolg herausgestellt“.

Dabei hat alles ziemlich unspektakulär und klein angefangen. Die beiden Firmengründer Kaesemann und Schmidt hatten nach ihrer Ausbildung zum Groß- und Außenhandelskaufmann Ende der 80er Jahre eine Wartezeit zum BWL-Studium überbrücken wollen

und damit begonnen, Brillengläser zu vertreiben. Der Bezug zu diesem Produkt kam über den früheren Arbeitgeber Kaesemanns, der neben anderen Artikeln auch Brillengläser aus Taiwan und China importierte.

„Wir denken, Brillen sind für den Endverbraucher zu teuer!“

Schon zu Beginn waren sie sich einig. „Wir wollten auf einem guten Niveau möglichst preiswert einkaufen; wir wollten Netto-Preislisten für Augenoptiker anbieten“, so Ralf Schmidt. „Wir denken, Brillen sind für den Endverbraucher zu teuer!“ Nach „Schnupperbesuchen“ auf Mido und Silmo besuchten sie im Herbst 1991 zum ersten Mal die Fachmesse in Hongkong.

In ihren Anfängen haben sie fast alles in den neuen Bundesländern verkauft – die Nachfrage war riesig. Oftmals veräußerten sie ihre Ware buchstäblich aus dem Kofferraum heraus. Ihr Hauptgeschäft lag auf dem Schwerpunkt der mineralischen ‚Kassengläser‘. Zu DDR-Zeiten hatten die Augenoptiker große Gläserlager von 10.000 Stück und mehr. Sogar Bifokal- und Sondergläser waren als Lagergläser keine Seltenheit. Diesen Markt bedienten die beiden Jungunternehmer und bauten ihr Angebot ständig aus. Dabei war es eine Herausforderung, leistungsfähige Lieferanten in Asien zu finden, „denn kontinuierliche Qualität war uns enorm wichtig“, betont Kaesemann.

Von Harmonie geprägt

Die beiden 41-jährigen Geschäftsführer kennen sich seit Kindertagen. Ihre langjährige Freundschaft bildet die Basis der Zusammenarbeit und ist heute ein entscheidender Erfolgsfaktor für ihr Geschäft. Es gibt Freundschaften, die haben dem beruflichen Erfolg und dem Stress nicht standgehalten. Das ist bei den beiden mehrfachen Familienvätern Kaesemann und Schmidt anders. „Man kann schon sagen, dass die vergangenen zwanzig Jahre bei uns von Harmonie geprägt waren. Unseren beruflichen Erfolg haben wir zudem immer in anderen Größen gemessen, als daran wie viel Geld man in der Tasche hat, was sicher ein schöner Nebeneffekt ist“, meint Kaesemann mit einem Grinsen.

Über die Jahre haben die beiden ihr Unternehmen stetig ausgebaut und vergrößert. Immer wieder haben sie ihr Angebot ausgeweitet. Zu den mineralischen ‚1,5ern‘ kamen dann die höher- und hoch-



Nils Kaesemann



Ralf Schmidt



>>



brechenden Brillengläser und die Kunststoffgläser. Mittlerweile bieten sie 35 unterschiedliche Lagerprodukte an!

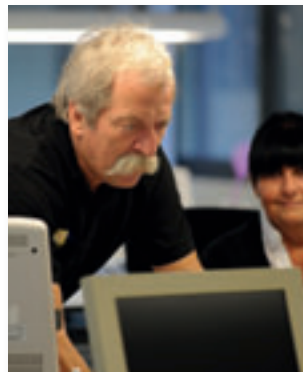
Als sie noch im Ortskern der 2.500 Einwohner zählenden Gemeinde Winnigen ansässig waren, wurden die Räumlichkeiten immer wieder zu klein. Es gab Zeiten, da haben sie permanent neue Flächen, zum Beispiel in Form einer ehemaligen Zahnarztpraxis, gebraucht. Auch Garagen wurden angemietet oder Container im Garten aufgestellt, um dem wachsenden Platzbedarf Herr zu werden. In den Jahren des schnellen Wachstums erweiterte sich auch die Anzahl der Mitarbeiter stetig. Vor dem Umzug an den aktuellen Standort reichten die 400 Quadratmeter schon längst nicht mehr aus. „Wir sind dort mit sieben Leuten eingezogen und mit 30 wieder aus.“ Im Herbst 2004 kam dann der Umzug in das neue Gebäude. 1.500 Quadratmeter stehen nun zur Verfügung – mit idealer Raumaufteilung, offenen Flächen und mit einem modernen Raumkonzept. „In dem Moment, als wir hierher umgezogen sind, bekamen wir einen anderen Stellenwert: Marketing und Verpackung machen einiges aus!“

Das stimmt, denn schon bei der Ankunft fällt dem Besucher die großzügige moderne Architektur positiv ins Auge: viel Glas, Stahl und offener Raum – und immer wieder geben die großen Fenster freie Sicht ins Grüne.

„Hier machen wir auch die karierten Maiglöckchen!“

Auf dem Weg zum Haupteingang passiert man die Werkstatt zur Randbearbeitung. Eine Glasfassade, die bis zum Boden reicht, lenkt den Blick auf den handwerklichen Bereich im Unternehmen. Hier werden Brillengläser von Augenoptikern unter der Leitung eines Augenoptikermeisters präzise in Fassungen eingearbeitet. Mit dem Einzug in den neuen Standort wollten die beiden ihr Leistungsspektrum noch einmal deutlich erweitern. „Hier machen wir die karierten Maiglöckchen!“, sagt Kaesemann mit einem Augenzwinkern. Viele der Aufträge sind Brillen, die in den Betrieben ungerne gefertigt werden, zum Beispiel komplizierte Bohrbrillen oder außergewöhnliche Fassungen. Auch hochbrechendes Mineral wird hier zum Teil in abenteuerliche Formen eingeschliffen: Das Ganze ohne Bruchrisiko für den Augenoptiker. Dieser Teil der Handwerksleistung sei ein schwieriges und schwer planbares Geschäft, gehöre aber unbedingt dazu, so Kaesemann.

Die Zukunft sehen die beiden Geschäftsführer eher in der Fernrandung. „Was bis mittags bestellt wird, liefern wir noch am gleichen Tag gerandet aus. Der Augenoptiker hat am nächsten Morgen die präzise geschliffenen Gläser im Glaskasten und setzt sie dann nur noch ein.“ Um das Ganze möglichst zu machen, wird von einem



Techniker im Vorfeld der Scanner eingerichtet. Dieser stellt die Verbindung zu NIKA her. „Eigentlich ganz einfach“, betont Schmidt, „jedoch ist eine regelmäßige Kalibrierung ein entscheidender Faktor für akkurate Ergebnisse.“ Der Augenoptiker kann sein eigenes Gerät dazu nutzen, sofern es kompatibel ist. Oder er macht einen Deal mit NIKA und erhält ein Gerät zum Vorzugspreis.

2006 ergab sich eine fantastische Gelegenheit: Die Integration von Nikon in die vorhandene Produktpalette. Die Marke genoss bereits ein hohes Ansehen, was jedoch im Glasbereich zuvor wenig kommuniziert worden war. Das wollten die NIKA-Gründer ändern. Aber zunächst wurde ihnen klar, dass sie damit buchstäblich bei Null anfangen mussten. Am ersten Tag schrieben sie damit keinen einzigen Auftrag! Ein geschicktes Marketing und die Aufnahme in die reguläre Preisliste hatten dann zur Folge, dass die Nachfrage stetig anstieg und sich nun als ideales Konzept erweist.

Da schauten plötzlich auch andere Firmen auf das kleine Unternehmen in Winnigen. Essilor International schaute etwas genauer hin und machte dann Mitte des Jahres 2008 NIKA zu seinem Partner. Mit einem Anteil von 74,9 Prozent ist Essilor International Hauptgesellschafter. Die beiden Geschäftsführer betonen noch einmal, dass es sich dabei nicht um Essilor Deutschland handelt, sondern um den französischen Mutterkonzern. „Es ist eine strategische Partnerschaft, die uns weiterhin frei agieren lässt. Etwas

anderes wäre für uns nicht in Betracht gekommen. Unsere Entscheidungen können wir immer noch selbst fällen und für unsere Kunden hat sich – außer einer größeren Produktvielfalt – eigentlich nichts geändert.“

Etwas anderes ist den beiden auch noch wichtig: Nach wie vor beliefert NIKA keine Filialisten, sondern versteht sich als Partner von Augenoptikfachgeschäften, die als Einzelunternehmen auftreten. Das war schon immer so und so soll es auch bleiben!

Nils Kaesemann und Ralf Schmidt sind auch nach knapp zwanzig Jahren immer noch täglich dafür verantwortlich, guten Service zum bestmöglichen Preis anzubieten. Die Qualität der Produkte steht dabei ganz oben auf der Liste. Allerdings verkaufen sie nur Produkte von Firmen, die sie selbst besucht haben, egal wo diese Firmen angesiedelt sind. Die soziale Komponente spielt für die beiden bodenständigen Unternehmer eine wichtige Rolle.

Beim Rundgang durch das Unternehmen ist eine entspannte Arbeitsatmosphäre auffallend. Der ganze Betrieb erscheint effektiv geplant und lässt Raum für eine individuelle Arbeitsweise. Wir besuchen den IT-Bereich, die Auftragsannahme, das Glaslager und den Versand. Am Ende stehen der Besuch der Einschleifwerkstatt und der Fernrandung auf dem Plan. „Wir sind die Besten, wir können alles“, steht dort über der Werkbank. Und in kleinen Buchstaben darunter: „Und zwar gleichzeitig!“ ■