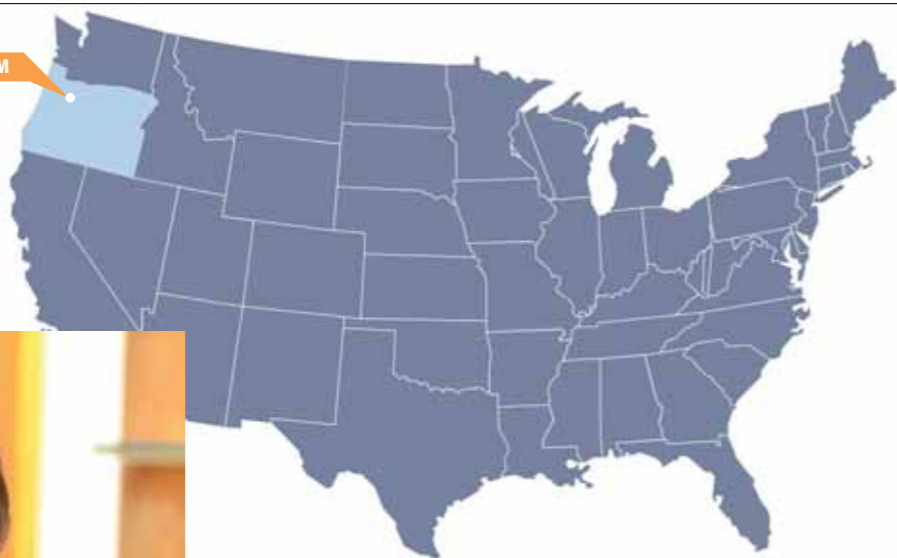


SALEM



LISA MARTINSSON, USA - SALEM

Den Beruf des Augenoptikers kann man bekanntlich auf unterschiedlichste Weise ausüben. Viele machen vieles gleich oder ähnlich, aber manche gehen neue und andere Wege, mit Mut zum Risiko und dem Willen, ausgetretene Pfade zu verlassen. Solche Unternehmerpersönlichkeiten portraitiert EYEBizz in jeder Ausgabe. Dieses Mal ist es



Ein durchschnittlicher amerikanischer Augenoptikerladen sieht eher aus wie ein Gun-Shop und nicht wie ein europäisches Lifestyle-Geschäft

Self Made

Salem ist die Hauptstadt des US-Bundesstaates Oregon – eine typische amerikanische Stadt an der Nordwestküste, in der die Zeit ein wenig stehen geblieben zu sein scheint. Von Hektik und Großstadt keine Spur. Die Menschen gehen freundlich und respektvoll miteinander um und haben offenbar Zeit für das, was sie gerade tun. Filme, die nicht in New York, San Francisco oder Los Angeles spielen, sondern im ländlich-provinziellen Milieu, könnten hier gedreht worden sein.

In dieser Gegend ließen sich Anfang des 19. Jahrhunderts die ersten Siedler nieder, die über den legendären Oregon-Trail in den Westen gekommen waren. Das ist gerade einmal acht Generationen her – und an vielen Stellen meint man bis heute zu spüren, dass die bodenständigen Nachfahren dieser Siedler noch immer von der Zuversicht und vom Fleiß ihrer Vorfahren geprägt sind. Die Weltwirtschaftskrise ist hier jedenfalls deutlich weniger zu spüren als anderswo. Vielleicht, weil hier die meisten Menschen auch heute noch ihr Geld mit ihrer Hände Arbeit verdienen und nicht mit Spekulationen an der Börse. Das merkt man auch beim Blick in Schaufenster und Läden: Arbeitskleidung

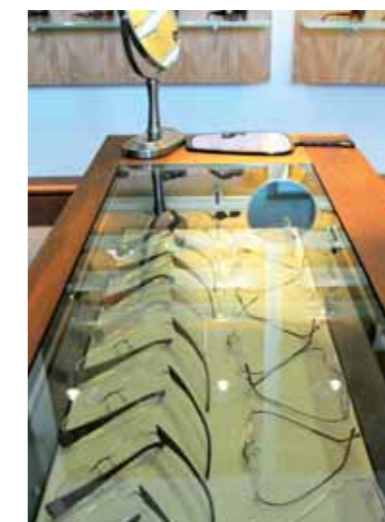
kann man an jeder Ecke kaufen – aber einen gut sortierten Herrenausstatter muss man suchen.

150.000 Einwohner hat die Haupt- und Universitätsstadt Salem, etwa so viele wie Heidelberg oder Potsdam. Der ganze Bundesstaat an der Nordwestküste, der seit 1859 zu den USA gehört, ist etwa gleich groß wie die Fläche der alten deutschen Bundesländer – aber hat nicht einmal 4 Millionen Einwohner. Kein Wunder, das die Entfernungen hier größer sind als in Europa – und dass man deshalb nicht an jeder Straßenecke einen tollen Augenoptiker findet. Wobei anzumerken ist, dass man die US-Augenoptikerbranche sowieso nicht mit der deutschen vergleichen kann: Der durchschnittliche Kollege in der amerikanischen Provinz begnügt sich mit einem Laden,



der eher aussieht wie ein Gun-Shop und nicht wie ein europäisches Lifestyle-Geschäft. Das ist in Salem nicht anders als anderswo.

Wenn ein Augenoptik-Unternehmer hier einen Schritt weitergeht, fällt das umso mehr auf. Lisa Martinsson hat diesen Schritt vor wenigen Jahren getan: Ihr kleines, feines Geschäft namens „Glance“ („Blick“) befindet sich mitten in der Altstadt von Salem in einem der historischen Gebäude der Court Street. Die studierte Grafik-Designerin kam eher aus Zufall als aus Überzeugung in die Augenoptik: „Immer nur alleine zu arbeiten langweilte mich; irgendwann hatte ich einfach keinen Spaß mehr daran.“ Also nahm sie die Chance wahr, im Laden eines Optometristen als Brillenverkäuferin zu arbeiten und auf diese Weise mit Menschen, ihren Wünschen, Sorgen und Träumen zusammenzukommen. „Davor war ich ein Künstler ohne Medium – aber mit der Brille hatte ich mein Medium gefunden“, erzählt sie heute lachend. Ihr Handwerkszeug war ihr untrügliches Gespür für Gesichter, Formen, Farben und Materialien – und ihr kommunikatives Talent, auf jeden Menschen zugehen und ein Gespräch mit ihm beginnen zu können.



Immer nur alleine zu arbeiten langweilte mich; irgendwann hatte ich einfach keinen Spaß mehr daran

An dieser Stelle muss man das amerikanische Berufsbild des Augenoptikers ein wenig erklären, das übrigens nicht in jedem Bundesstaat identisch ist. Grundsätzlich ähnelt es aber dem britischen System mit Optometristen auf der einen und „dispensing opticians“ auf der anderen Seite: Erstere dürfen sämtliche Messungen und auch medizinische Augen-Behandlungen durchführen und natürlich auch eigene Läden betreiben; Letztere dürfen nur Brillen verkaufen. Dafür ist dann allerdings keine besondere Ausbildung erforderlich – wie überhaupt in vielen Bereichen des täglichen Lebens: Zum „Ame-

rican Dream“ gehört im Land der unbegrenzten Möglichkeiten auch 200 Jahre nach seiner Entstehung noch immer, dass man sein Geld mit den eigenen Kenntnissen und Fähigkeiten verdient. Ob man eine entsprechende Ausbildung gemacht und eine Prüfung absolviert hat, ist dagegen in vielen Bereichen nicht so wichtig.

Wenn jemand also sein Glück mit Brillen versuchen möchte, meldet er ein Gewerbe an, mietet einen Laden – und legt einfach los. Für den optometrischen und den handwerklichen Teil gibt es schließlich Zulieferer in Form von Arztpraxen und Einschleifwerkstätten. Zahlreiche „Dispenser“ beschäftigen auch einen Teilzeit-Optometristen, der halbtagesweise in den Laden kommt und dort die mit den Kunden terminierten Augenprüfungen und Kontaktlinsen-Anpassungen ausführt. Das System funktioniert sicher nicht schlechter als das deutsche. Scheitern wird man nur, wenn man einen schlechten Job macht oder nicht rechnen kann – egal, ob mit oder ohne Ausbildung.

Lisa Martinsson machte einen guten Job; ihr Arbeitgeber war überaus zufrieden mit ihr. Als er gemeinsam mit drei anderen Kollegen vor sieben Jahren „Glance“ gründete, über-



Ich liebe es, in meiner Haut zu leben!

KENNEN SIE ... auch einen Kollegen, dessen außergewöhnliche unternehmerische Leistungen so interessant sind, dass sie in EYEBizz vorgestellt werden sollten? Oder sind Sie am Ende selbst einer? **Telefon: +49 7735-9191957, oder per eMail: redaktion@eyebizz.de**



GLANCE OPTICS AND EYEWEAR | 330 Court Street NE | Salem, OR 97301
Tel. 001-503-399-9090 | www.glanceglasses.com | eMail: info@glanceglasses.com

Früher war ich ein Künstler ohne Medium – aber mit der Brille hatte ich mein Medium gefunden

trug er ihr die Leitung des neuen Geschäfts, das jedoch von Anfang an einen kleinen „Systemfehler“ hatte: Ein moderner Laden kann mit althergebrachten „Rezepten“ nicht wirklich gut funktionieren und ist deshalb auch nicht besonders profitabel. Also schlug die Selfmade-Augenoptikerin ihren Arbeitgebern einen Deal vor: Sollten sie jemals daran denken, den Laden zu verkaufen, würde sie ihn gerne übernehmen. Ob am Ende ihr Charme,

ihre Überzeugungskraft oder ihre Sturheit die ausschlaggebende Rolle spielten, lässt sich heute nicht mehr genau rekonstruieren; Tatsache ist: Nach anfänglichem Kopfschütteln der Besitzer war Lisa Martinsson vier Monate später Alleineigentümerin von „Glance“.

Jetzt konnte sie – endlich – schalten und walten, wie sie wollte. Eine ihrer ersten Aktivitäten war die Überarbeitung des Sortiments: Sie erlaubte sich, auf den eigenen Bauch zu hören und nicht mehr nur das zu verkaufen, was andere auch anboten. Sie be-

diente sich stattdessen bei kleinen, feinen Kollektionen aus dem fernen Europa wie Mykita, Markus T. oder Theo. Solche Brillen hatte man in Salem bislang höchstens in Modemagazinen oder im Fernsehen gesehen – jetzt konnte man sie plötzlich anfassen, ausprobieren und vor allem: Kaufen.

„Die Resonanz war wundervoll“, erinnert sich Lisa Martinsson (Lebensmotto: „Ich liebe es, in meiner Haut zu leben!“) an ihre mutige Entscheidung, den ausgetretenen Weg zu verlassen. Wobei sicher eine Rolle spielte, dass sie als Autodidaktin keine Sklavin eines Systems war, in dem das Argument „das haben wir schon immer so gemacht!“ die entscheidende Rolle spielt: Sie hörte einfach auf ihr Bauchgefühl und machte „Glance“ zu dem Laden, in dem sie selbst gerne Brillen gekauft hätte, bevor sie sich einer Lasik-Operation unterzog. Denn Lisa Martinssons Kindheit und Jugend waren davon geprägt, flaschenbodendicke Brillengläser in unansehnlichen Brillenfassungen zu tragen. Eigentlich müsste diese Frau Brillen hassen – stattdessen hat sie sie zu ihrer Lebensaufgabe gemacht.

Gerne erzählt sie deshalb auch die Geschichte von dem 12-jährigen, schüchternen Mädchen, das eines Tages – noch vor ihrer Selbständigkeit - mit seinen Eltern zu ihr in den Laden kam und ihr wie ein Spiegelbild ihrer selbst erschien: Eine viel zu große und zu schwere Brille mit dicken Gläsern dominierte das zierliche Gesicht des Mädchens. Die Eltern sahen sich im Laden um und suchten wieder eine jener „Un-Fassungen“ aus, die das Kind seit Jahren entstellten. „Da nahm ich Mädchen zur Seite und versprach ihr, die perfekte aller Brillen für sie zu finden“, erinnert sich Lisa Martinsson. Und sie hielt Wort: „Als dieses scheue kleine Mädchen ein paar Tage später zur Abholung kam, die neue Brille zum ersten Mal aufsetzte und in den Spiegel schaute, sah sie ein ganz anderes Gesicht als das, was sie seit Jahren kannte. Sie drehte sich um und flüsterte beinahe ehrfürchtig: ‚Ich bin ja schön!‘“. Lisa Martinsson bekommt selbst feuchte Augen, als sie davon erzählt und hinzufügt: „Das ist der Grund, warum ich tue, was ich tue.“ Das tut sie auf eine Weise, die nicht einmal eine echte Konkurrenz für die immerhin 24

Die Kunden bekommen von mir ein Tausend-Dollar-Facelift und sind begeistert, wenn sie danach zehn Jahre jünger aussehen

Mitbewerber am Ort ist. All diese Kollegen praktizieren das klassische amerikanische Konzept der Arztpraxis mit angeschlossener Optikabteilung und eher konventionellem Sortiment; deshalb sieht Lisa Martinsson ihr eigenes Angebot weniger als Wettbewerb denn als Ergänzung: „Meine Kunden kommen mit einer Verordnung vom Augenarzt, ich suche mit ihnen die passende Brille aus und schicke alles ins Labor zum Einschleifen. Die Kunden bekommen von mir ein Tausend-Dollar-Facelift und sind total begeistert, wenn sie danach zehn Jahre jünger aussehen“, erklärt die Unternehmerin.

Dass ihre Kundenkartei nicht nur halb Oregon und einen Teil der benachbarten Bundesstaaten Kalifornien und Washington umfasst, sondern sogar bis ins weiße Haus reicht, erfüllt sie mit ganz besonderem Stolz. Denn das ist immerhin auf der anderen Seite des Kontinents. ■