

SPIEGLEIN, SPIEGLEIN AN DER WAND

Wer hat die schönste Brille im ganzen Land?

VON SANDY STRASSER

Facettenreich wie das Leben. So präsentiert sich das holländische Brillen-Label Ace & Tate. Wer schon immer zu jedem Look die passende Brille als Accessoire haben wollte, findet hier eine große Auswahl an trendigen Produkten, die alle eines gemeinsam haben: einen verführerisch niedrigen Preis. Geschäftsführer Mark Daniel de Lange ließ uns hinter die Kulissen des hippen Newcomers blicken.

Herr de Lange, welche Bedeutung hat der Name Ace & Tate?

MARK DANIEL DE LANGE: Der Name kommt von Acetat, dem Material, aus dem unsere Brillenfassungen gemacht sind. Für uns geht es nur um das Produkt, deshalb wollte ich es einfach halten. Das funktioniert gut für das, was wir als Marke wollen.

Welches Konzept steckt dahinter?

M. D. D. L.: Wir sind eine Brillenmarke aus Amsterdam. Wir bieten qualitativ hochwertige, stilvolle und dennoch erschwingliche Rahmen und erreichen das, indem wir den „Mittelsmann“ außen vor lassen. Unsere Unternehmensstruktur ist transparent; da wir Konzeption und Entwicklung im eigenen Haus haben, haben wir keine Lizenzkosten und geben diese so auch nicht an Kunden weiter. Wir halten es gerne einfach, haben also einen Preis für alle Modelle, und es gibt keine versteckten Kosten. Unsere handgefertigten Brillen gibt es für 98 Euro inklusive Brillengläser und Versandkosten.

Seit wann gibt es das Unternehmen?

M. D. D. L.: Wir haben die Website im Juni 2013 gelauncht, hatten nun also unser zweijähriges Jubiläum. Das ist wirklich aufregend.»





„Wir geben jeder Kollektion einen modernen Twist, der unser Produkt einzigartig macht.“

Was denken Sie, woher kommt der Hype um die Marke?

M. D. D. L.: Wir hoffen, dass das nicht nur ein vorübergehender Hype ist. Wir sind stolz auf die Qualität unserer Produkte und bieten den bestmöglichen Kundendienst, damit uns unsere Kunden die Treue halten. Wir zielen daher konsequent darauf ab, eine Marken-Ästhetik zu kreieren, die zeitlos und für unsere Klientel interessant ist. Gleichzeitig geben wir jeder Kollektion einen modernen Twist, der unser Produkt einzigartig macht.

Wir erweitern unsere kreative Gemeinschaft außerdem durch die Zusammenarbeit mit verschiedenen Künstlern, Fotografen und Stylisten, um moderne und aktuelle Inhalte zu schaffen. Kooperationen sind wichtig für uns, während wir wachsen. Wir halten Dinge gern interessant, nicht nur für die Kunden, sondern auch für unser Team.

Wie würden Sie den typischen Ace & Tate-Look beschreiben? Wer trägt Ihre Brillen?

M. D. D. L.: Der Ace & Tate-Look ist zeitlos mit einem modernen Twist. Wir bieten eine Vielzahl von Rahmen für verschiedene Anlässe und für jeden Geschmack. Das Konzept der Marke ist, Menschen in die Lage zu versetzen, sich Brillen als Accessoires zu nähern. So wie wir alle verschiedene Taschen oder mehrere Paar Turnschuhe haben, bedeuten verschiedene Gestelle zu einem erschwinglichen Preis, dass man nicht auf Stil verzichten muss. Der typische Ace & Tate-Brillenträger ist eine Person, die gern gut aussieht und ihren Stil oft ändert.

Wo kann man Ihre Brillen kaufen?

M. D. D. L.: Wir haben eine Reihe von Pop-up-Geschäften und Verkaufsstellen in den Niederlanden und Deutschland, aber unser primäres Geschäft ist unsere Webseite.

Jedes Ihrer Modelle gibt es bereits für 98 Euro. Wie lässt sich der unglaublich niedrige Preis erklären? Wie schaffen Sie es dennoch, Gewinn zu erzielen?

M. D. D. L.: Wie bereits gesagt, lassen wir die Zwischenhändler aus. Darüber hinaus machen wir alles selbst, entwerfen im eigenen Haus und arbeiten Seite an Seite mit unseren Herstellern, sodass alle unnötigen Kosten wegfallen. Wir berechnen Anti-Kratz, Antireflex- und UV-Schutzgläser nicht extra, weil wir glauben, es sollte immer alles im Preis enthalten sein. »



Welche Strategie haben Sie, um sich am Markt gegen andere Mitbewerber durchzusetzen, die ihre Kunden zum Großteil mit Luxusmarken locken?

M. D. D. L.: Die Basis unserer Marke ist immer die Entwicklung von Qualitätsprodukten und erstklassiger Kundenservice. Wir wollen unsere Kunden glücklich machen. Dies hat bisher zu Nachbestellungsraten geführt, die über dem Industriestandard liegen. Ein weiterer Aspekt, der uns von Konkurrenten unterscheidet, ist unser überaus erfolgreicher „Zu Hause probieren“-Service. Er soll unseren Kunden die Entscheidung für ihre Lieblingsbrille so einfach wie möglich machen, da sie sie bequem zu Hause probieren und sich mit Freunden und Familie beraten können. Sie können bis zu vier Gestelle aussuchen, und wir liefern kostenlos bis vor die Haustür, ohne Bedingung. Und schließlich gibt es noch die interessanten Kooperationen und die Arbeit, die wir mit unseren Kreativen für saisonale Kampagnen und Geschichten leisten.

Welche Rolle spielen dabei Ihre Concept-Stores?

M. D. D. L.: Mit unseren Pop-up-Stores wollen wir uns unseren Kunden auf eine andere Weise nähern. Wir arbeiten mit Künstlern und der Design-Firma New Tendency zusammen, um jedem Raum ein einzigartiges Flair zu geben. Wir wollen, dass unsere Pop-up-Stores eher wie Galerien als wie Geschäfte aussehen und haben uns deshalb für einen minimalen und gut durchdachten Design-Prozess entschieden.

Wie kann man sich die Kreativstube Ace & Tate vorstellen? Wer ist für das Design verantwortlich?

M. D. D. L.: Wir sind vor Kurzem in ein schönes altes Gebäude im Osten von Amsterdam gezogen. Unser Büro ist ein großer, offener Raum, mit den Designern in einem Bereich, dem Kundendienst in einem anderen und so weiter. Dies erlaubt uns allen, als Team zu arbeiten und zu verstehen, woran die Kollegen gerade arbeiten.

Wie und wo lassen Sie Ihre Brillen am Ende produzieren? Welchen Stellenwert hat in diesem Zusammenhang das traditionelle Handwerk für Sie?

M. D. D. L.: Wir arbeiten immer mit etablierten Fabriken, die das seit mehreren Jahren machen. Die meisten von ihnen sind kleine Familienunternehmen. Derzeit werden fast alle unsere Rahmen in Italien handgefertigt. Wir verwenden meist Acetat der weltweit bekanntesten Marke Mazzucchelli, und die Produktion unserer Gestelle kann über 50 Schritte umfassen.

Wie leicht kann man ein Modell zurückschicken oder umtauschen?

M. D. D. L.: Wir haben ein Rückgaberecht, das heißt, Brillen können innerhalb von 30 Tagen kostenlos an uns zurückgeschickt werden. Ohne weitere Fragen gibt es entweder einen Umtausch oder das Geld zurück. Darüber hinaus bieten wir ein Jahr Garantie auf jeden Kauf.

Wie hoch ist die Quote der Rückläufer und was passiert mit ihnen?

M. D. D. L.: Das kommunizieren wir nicht nach außen. Wir können Ihnen aber sagen, dass sie weit unter der Stan-

dardrate im E-Commerce für Mode liegt und klar im einstelligen Bereich. **Stichwort „Double Vision“: Von jeder Brille, die Sie verkaufen, geht ein Teil des Erlöses an Ihren Partner Sight-Saver. Damit erhalten Menschen in den ärmsten Teilen der Erde Zugang zu Sehhilfen. Was ist Ihr Antrieb, mit dem Sie Ihr Charity-Projekt verfolgen?**

M. D. D. L.: Wir brauchten keine Motivation von außen, es war eher eine Frage des „Warum nicht, wenn du kannst?“ Menschen in den ärmsten Regionen der Welt zu helfen, während man ein Unternehmen aufbaut, ist sinnvoll. Es geht darum, denen zu geben, die in Not sind. Vor diesem Hintergrund schien das Double-Vision-Projekt am besten geeignet für uns.

Wo soll es in den kommenden fünf Jahren mit Ace & Tate hingehen? Welche Ziele haben Sie im Blick?

M. D. D. L.: Ich glaube, dass die Grenzen zwischen on- und offline in fünf Jahren völlig verschwommen sein werden. Daher wird sich Ace & Tate, wie jedes Handelsunternehmen, sowohl on- und offline betätigen. Ich erwarte, dass unser Online-Kanal dominant bleibt. Unser Ziel ist es, die Brillenmarke zu werden, die viele Menschen mit guten Produkten, unglaublichem Service und effektiven gemeinnützigen Projekten beglückt.

WEITERFÜHRENDE LINKS

www.aceandtate.de

studio1

START

DIGITAL ASSET MANAGEMENT

BERATUNG. KONZEPT. ENTWICKLUNG. INTEGRATION.

www.studio1-dam.de

Studio1 Digital Asset Management GmbH & Co. KG · Prenzlauer Allee 242 · 10405 Berlin · T. +49 30 206039874 · kontakt@studio1-dam.de