

## Imagewandel Brille: vom Kassengestell zum It-Piece

**Mittlerweile meint jede\*r Dritte, dass eine Brille die Persönlichkeit unterstreicht und interessanter macht. Meilensteine dieser Erfolgsstory:**

### **Kassengestell: Adieu, Tristesse!**

Sie erinnern sich? Bis Ende des Jahres 2003 gab es die Brille auf Rezept. Das Medizinprodukt wurde von der Versicherung bezuschusst und rangierte auf der Attraktivitätsskala ungefähr gleichauf mit Stützstrümpfen und Schuheinlagen. Als die Brille plötzlich selbst bezahlt werden musste, brach der Verkauf kurzfristig um ein Drittel ein.<sup>2</sup> Anlass für die Branche, Brillen in größerer Auswahl, mit ausgefeilten Technologien, aus innovativen Materialien und in zeitgemäßem Design zu produzieren. Die klobigen Kassengestelle verschwanden vorerst in der Mottenkiste.

### **Sonnenbrille: Must-have für alle**

Was Udo Lindenberg, Elton John oder Bono vor rund zehn Jahren vorlebten, nahm nicht nur auf den Nasen der Fangemeinde Platz: die Sonnenbrille. Kein Sommeroutfit ohne das Must-have. Trendsetter\*innen wollten selbst im Winter nicht mehr auf das Fashion-Highlight verzichten. Ein Hype, der peu á peu auch Korrektionsbrillen erfasste. Deren Gläser wurden wie die der Sonnenbrillen immer größer, die Fassungen immer prägnanter.

### **Nerd-Brille: Retro is back**

Markant, kultig, hipp. Woody Allen hat ihr einst das Statussymbol verpasst, Kreative und Prominente erklärten die Nerd-Brille Jahrzehnte später zu ihrem Markenzeichen und läuteten damit endgültig den Imagewechsel der Brille ein. Das ehemalige Kennzeichen für Streber\*innen und Außenseiter\*innen wurde zum Accessoire und Modetrend. Bis jetzt sind auffällige Retros – modern interpretiert – absolut angesagt.

### **It-Piece: Brille ist Accessoire No. 1**

Heute hat es die Brille in den Modeolymp geschafft. Die Jungen zeigen mit ihrer Coolness und setzen Brillen-Trends. Die Älteren greifen die Styles auf und prägen den Mainstream. Jeder kann aus einem riesigen Fundus von Fassungen, Gläsern, Materialien, Formen und Farben schöpfen. Kein Wunder, dass 89 Prozent der Brillenträger\*innen und 86 Prozent der Nichtbrillenträger\*innen der Ansicht sind, dass es für jeden die passende Brille gibt. 48 Prozent der Brillenträger\*innen und 45 Prozent der Nichtbrillenträger\*innen meinen außerdem, dass man mit Brille genauso gut aussieht wie ohne.

Diesen Aufstieg muss der Brille erst einmal jemand nachmachen: Vom Stigma des Alterns zum It-Piece mit jugendlicher Seh- und Strahlkraft. Recht hatte Karl Lagerfeld: „Der Mode entkommt man nicht.“ Auch nicht der Brillen-Mode.

*Zeichen: 2.522 (inkl. Leerzeichen)*