

„ICH WOLLTE IN KLEINMACHNOW ZEIGEN, WIE MAN RICHTIGE GUTE AUGENOPTIK MACHEN KANN“.

GROSS GEDACHT

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

HOLGER DYMKE, KLEINMACHNOW



DER IN DER DDR ERLERNT BERUF HATTE NICHT VIEL MIT DEM ZU TUN, WAS ER HEUTE DARSTELLT.

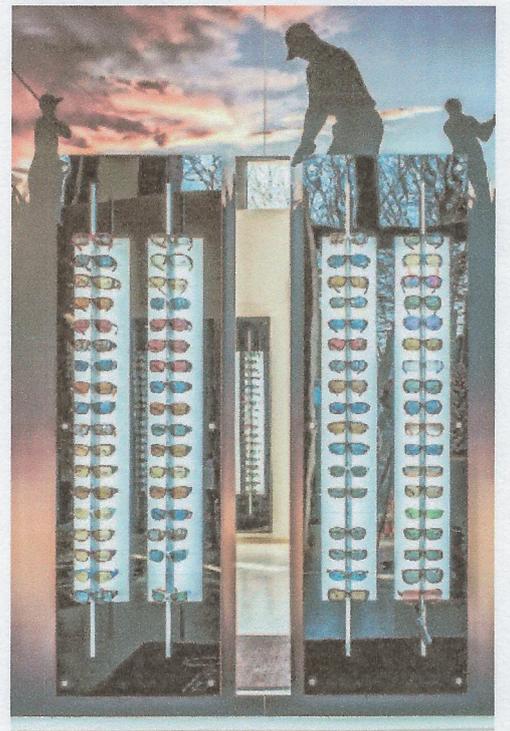
— **DAS BRANDENBURGISCHE** Klein-
→ machnow südlich von Berlin war schon früher eine begehrte Wohngegend. In den 30er Jahren des vorigen Jahrhunderts lebten hier zahlreiche Menschen mit Geld; ebenso Schauspieler und andere Filmleute, die in den nahe gelegenen Filmstudios der UFA in Potsdam-Babelsberg arbeiteten.

Bis heute profitieren die Einwohner vom Freizeitwert der nahe gelegenen Erholungsgebiete von Havel, Wannsee und Grunewald – eine tolle Kombination zwischen Großstadt- und Landleben. Nicht umsonst gilt die Kleinstadt heute als kinderreichste Gemeinde Deutschlands – rechtlich zwar eigenständig, aber räumlich und von der Verkehrsanbindung her beinahe ein Stadtteil von Berlin: Von hier bis zum Kurfürstendamm sind es mit dem Auto kaum 15 Minuten. Man muss anspruchsvollen Kunden also schon etwas Besonderes bieten, wenn man an einer solchen Location bestehen möchte; ansonsten sind sie schneller bei den Kollegen in der Stadt als man „Rot-Grün-Test“ sagen kann.

Als Augenoptik-Unternehmer Holger Dymke hier im Sommer 2012 sein „Sehquartier“ eröffnete, war sein Anspruch daher durchaus hoch gesteckt: „Ich wollte in Kleinmachnow zeigen, wie man richtige gute Augenoptik machen kann“. Was für ihn bedeutete, den Einwohnern seiner Heimatstadt das anzubieten, was man üblicherwei-



„MEIN CHEF NAHM SCHON MITTAGS DIE HUNDERTER AUS DER KASSE, WEIL DIE KASSENSCHUBLADE SONST NICHT MEHR ZUGEGANGEN WÄRE.“



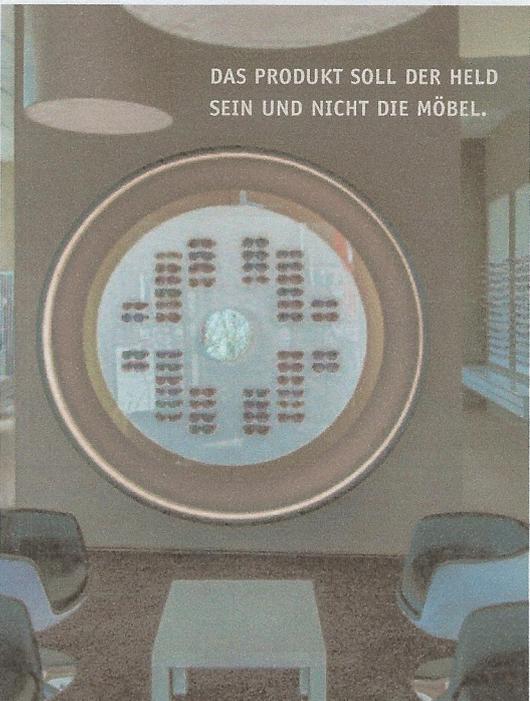
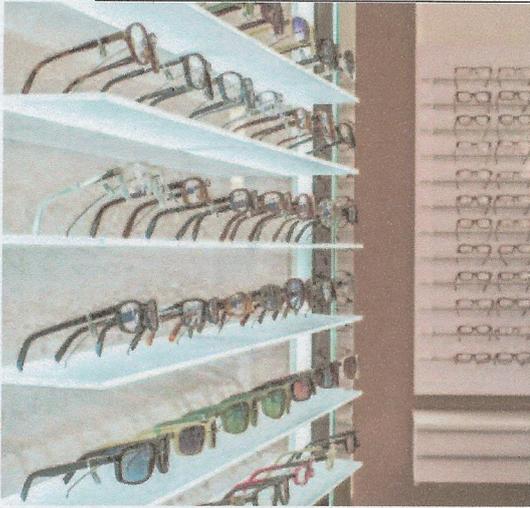
VOR DEM EIGENEN VERDIENST ALS UNTERNEHMER KOMMT HIER EINE NICHT GERINGE MIETE, DIE ERST EINMAL ERWIRTSCHAFTET WERDEN WILL.

se eher in der Großstadt findet. Nachdem er in diesem Ort geboren und aufgewachsen ist, hatte er nicht nur Geld, sondern auch einen guten Ruf zu verlieren. Das ist kein Risiko, das man leichtfertig eingeht, auch wenn ein vertrautes Umfeld natürlich manches erleichtert.

Seine Berufsausbildung begann Holger Dymke 1988 noch in der DDR: Im Berliner Stadtteil Teltow lernte er einen Beruf, der damals nicht viel mit dem zu tun hatte, was er heute darstellt, sondern im Wesentlichen darin bestand, mit einer sehr überschaubaren Auswahl an Brillenfassungen und –gläsern Fehlsichtigkeiten zu korrigieren, technisch und modisch etwa auf dem Niveau von „Westdeutschland in den 50er Jahren“.

Dann kamen die Wendezeit, das Begrüßungsgeld, die ersten Einkommen in D-Mark – und ein riesengroßes Nachholbedürfnis nach schönen Brillen: „Die Leute standen bei uns in Schlangen vor der Ladentür, manche hatten sich sogar Stühle mitgebracht. Und mein Chef nahm schon mittags die Hunderter aus der Kasse, weil die Kassenschublade sonst nicht mehr zugeworfen wäre.“ Aufregende und für viele Unternehmer goldene Zeiten, an die man sich gerne erinnert, auch wenn sie so sicher nicht wiederkommen.

Nach Abschluss seiner Lehre blieb Holger Dymke zunächst noch drei Jahre im vormaligen Ausbildungsbetrieb, bevor er sich Mitte der 90er Jahre mit seiner Cousine im Berliner Stadtteil Steglitz selbständig machte. Etwa

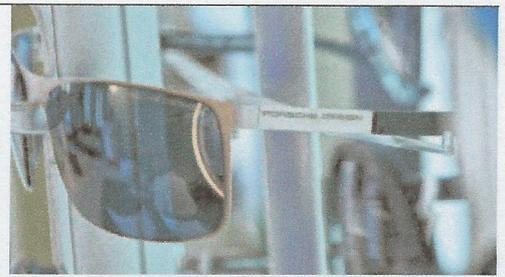


DAS PRODUKT SOLL DER HELD SEIN UND NICHT DIE MÖBEL.

zehn Jahre später begann er durchaus erfolgreich, Brillen-Restposten über das Online-Auktionshaus ebay zu verkaufen – und würde das möglicherweise auch heute noch tun, wenn nicht eines Tages ein Freund angerufen hätte, der ihm sagte, dass ein erst vier Jahre alter, großer Fahrradladen im Zentrum von Kleinmachnow demnächst zur Neuvermietung anstehe, der sich für seinen Besitzer nicht wirklich lohne, weil die Kunden ihre Räder heute oft anderswo kaufen und bei ihm nur reparieren ließen.

Die Lage des Ladens war top: Der Rathausmarkt ist ein erst vor wenigen Jahren erbautes Einkaufsareal mitten im Ort. Die Größe des Ladens ist allerdings ebenso beachtlich: 180 Quadratmeter wären auch Platz genug für ein größeres Restaurant oder für ein lukratives Schuhgeschäft. Um auf einer solchen Fläche, zu der noch 40 Quadratmeter Lager kommen, ein Augenoptikergeschäft zu betreiben, braucht man jedenfalls nicht nur Mut, sondern auch ein Konzept. Denn vor dem eigenen Verdienst als Unternehmer kommt hier eine nicht geringe Miete, die erst einmal erwirtschaftet werden will.

Aber Holger Dymke denkt gerne in großen Dimensionen, da gibt es dann eher ein „richtig oder gar nicht“. Das verbreitete Modell, sich mit kleinem Budget und IKEA-oder Gebrauchtmöbeln irgendwo in einem Wohngebiet niederzulassen, um dort jeden zweiten Tag mal eine Brille zu verkaufen, hätte kaum zu ihm gepasst.



KENNEN SIE...

...auch einen Kollegen, dessen außergewöhnliche unternehmerische Leistungen so interessant sind, dass sie in EYEbiz vorgestellt werden sollten? Oder sind Sie am Ende selbst einer? Schreiben Sie uns oder rufen Sie uns an: Tel. +49 7735-9191957 oder eMail: redaktion@eyebizz.de

Und sein Optimismus zahlte sich aus: Der Repräsentant seines Brillenglaspartners Essilor bestätigte ihm jedenfalls sehr erstaunt, er hätte noch nie erlebt, dass ein Augenoptiker gleich nach der Unternehmensgründung einen derartigen Senkrechtstart hingelegt habe. Dafür ist der Glasumsatz ein ziemlich untrügliches Indiz: Dieser bildet schließlich nicht ab, wie oft die Ladentür geklingelt oder jemand sich „nur mal unverbindlich umgeschaut“ hat, sondern nur das, was am Ende in der Kasse war.

Konzeptpartner für die Einrichtung des Ladens war die Schorndorfer Firma Concept S; eigentlich kein Ladenbauer im klassischen Sinn, sondern ein Lieferant für Komponenten, mit denen sich Augenoptikergeschäfte modular ausstatten lassen. Wie gut das geht, kann man im „Sehquartier“ sehen: Nichts wirkt improvisiert; alle Module fügen sich zu einem kühlen, aber trotzdem harmonischen Ganzen. Der Verzicht auf laute Farben und Schnörkel hat gute Gründe: Hier gilt der Grundsatz, dass das Produkt der

**We love
mediterranean
lifelovers**
www.jiscoeyewear.com

Live our Jisco lifestyle





SEHQUARTIER – HOLGER DYMKE
 FÖRSTER-FUNKE-ALLEE 102, 14532 KLEINMACHNOW
 TEL. 033203-886879 | EMAIL: INFO@SEHQUARTIER.DE
 WWW.SEHQUARTIER.DE | WWW.FACEBOOK.COM/SEHQUARTIER

„ÜBER VIELE DINGE SOLLTE MAN NICHT LANGE NACHDENKEN, SONDERN SIE EINFACH MACHEN.“

Held sein soll und nicht die Möbel. Und von diesen „Helden“ sind hier eine Menge sichtbar – in der offenen Schaufensterpräsentation, aber auch überall im Laden. Zentrales Gestaltungs- und Deko-Element ist das runde, beleuchtete Augensymbol auf einer Wandscheibe, auf dem meist ausgesuchte Sonnenbrillenmodelle dekoriert sind.

Bis die Einrichtung aufgestellt werden konnte, gab es allerdings manche schlaflose Nacht, denn das Mietobjekt bestand im Wesentlichen aus zwei großen Schaufensterflächen, einer abgehängten Decke und einem nackten Betonboden. Alles andere musste konzipiert, gestaltet, auf- und eingebaut werden. Und dabei erwies sich das Zeitfenster zwischen dem Abschluss des Mietvertrages und dem geplanten Eröffnungstermin immer wieder als sehr eng: Gerade einmal

vier Monate hatte Holger Dymke dafür vorgesehen.

Bei der Eröffnung im August 2012 wurden vorn bereits die ersten Gäste bewirbt und die Interviewfragen des Regionalfernsehens beantwortet, während hinten im Laden noch Regale montiert wurden. „Aber wir haben eine Riesens Party gemacht, über 600 Leute waren hier“, freut sich Dymke noch heute. Denn natürlich weiß er, dass Menschen, die etwas Schönes erlebt haben, das nicht für sich behalten, sondern es mindestens zwei weiteren erzählen. Für ein Unternehmen ist ein Event-Budget also zu keiner Zeit wichtiger als gleich zu Anfang.

Auch in den eineinhalb Jahren, die seither vergangen sind, nahm der Unternehmer jede sinnvolle Gelegenheit wahr, sein Geschäft vorübergehend vor die Ladentür zu verlegen

und zum Gesprächsthema zu machen. Denn Schwellenängste fallen am ehesten, wenn gar keine Schwellen zu überschreiten sind. In der Vorweihnachtszeit gibt es dort schon einmal selbstgemasteten, frischen Apfelsaft für die Passanten oder Crunch-Eis mit Jägermeister, und das einjährige Jubiläum im Sommer wurde mit einem Golf-Event begangen. Zu anderen Zeiten hat sich die Kombination von einem DJ, ein paar Tischen, Beleuchtung, Drinks, Snacks und der Trunkshow bestimmter Hersteller bewährt, deren Außendienstler zu solchen Anlässen ihre komplette Kollektion mitbringen und vorstellen.

„Am Ende sind wir mit solchen Veranstaltungen immer Gesprächsthema, denn wenn du den Leuten etwas bietest, dann kommen sie auch“, sagt Holger Dymke, der sich bei solchen Entscheidungen nicht auf Auswertungen und Charts verlässt, sondern vor allem auf sein unternehmerisches Bauchgefühl: „Über viele Dinge sollte man nicht lange nachdenken, sondern sie einfach machen.“ //



Welcome in OPTI Munich,
 C4. 115



 **JISCO**
 MEDITERRANEAN EYEWEAR