

Aus einem Irrtum ein Imperium geschaffen

Die Geschäftsidee, Brillen zu Tiefstpreisen anzubieten, ist nicht neu. Und dennoch hatte KMU-Tag-Referent Kilian Wagner mit VIU den richtigen Durchblick – im wahrsten Sinne des Wortes. Bis dahin galt es jedoch, dass ein gewisses Umdenken stattfinden musste. Angedacht als reiner Onlineverkäufer, verschickt VIU auch heute noch bis zu vier Brillenmodelle zur Anprobe nach Hause, führt aber inzwischen auch 49 eigene Geschäfte im In- und Ausland. Bevor Wagner VIU mitgründete, war er selbst mehrere Jahre als Strategieberater bei McKinsey tätig. Ein Karriereweg, der vielen HSG-Absolventen und aktuellen Start-up-Gründern nicht unbekannt ist.

Kilian Wagner, 2013 verschickte VIU alle Brillen zur Anprobe nach Hause. Seither ist einiges passiert. Nun funktioniert sowohl die Online- als auch die Offline-Abwicklung. Ist genau das euer Erfolgsgeheimnis?

Ja, auf jeden Fall ist es ein wichtiger Bestandteil davon, in Kombination mit dem Direktvertrieb (Direc2Consumer) an unsere Endkunden. Wir sind überzeugt, dass Omnichannel-Retail, also einer möglichst nahtlosen Verbindung aus Online- und Offline-Kanälen, die Zukunft gehört.

«Wir sind einem Grundlagenirrtum aufgesessen – die Brille nur online zu verkaufen.»

Was bewog Sie damals, den Schritt in die Selbstständigkeit zu wagen?

Eine Mischung aus Emotion und Rationalität – und dann vor allem den richtigen Partnern und Team. Emotion, weil insbesondere Peter Käser, einer der Mitgründer, leidenschaftlicher Brillenträger war. Rationalität, weil wir die Chance, etwas in diesem Markt zu verändern, gesehen haben. Schliesslich und vor allem das Team, als Mischung aus Business und Design/Produktverständnis – nur durch diese Kombination war es uns möglich, den Markt neu zu denken.

Sie sprechen es an. Brillen zu Tiefpreisen – das Konzept ist nicht neu, der Konkurrenzkampf gross. Dennoch schafft ihr ein gesundes Wachstum. Was habt ihr anders oder besser gemacht als die Mitbewerber?

Das ist schwierig, auf ein paar Stichpunkte herun-

terzuberechnen. Wir haben uns getraut, einen Markt durch eine andere Brille anzuschauen, und sind auch heute immer wieder dabei, bestehendes zu hinterfragen – auch bei uns. Konstante Veränderung ist eine Notwendigkeit. Um nachhaltig erfolgreich zu sein, muss man diese Veränderung als Chance sehen. Mit VIU wollen wir dem Kunden auf jeden Fall eine Alternative bieten, die auf der einen Seite höchste Qualitätsansprüche bedient (die Brillen werden in Zürich designed und in mehr als 80 manuellen Schritten in den italienischen Dolomiten handgefertigt) und auf der anderen Seite kein Vermögen kostet, um so dem design-affinen Kunden endlich die Möglichkeit zu bieten, die Brille als Fashion-Accessoire richtig einzusetzen.

Gab es dennoch Tiefpunkte, die Sie überwinden mussten? Gerade die Anfangszeiten waren ja nicht einfach.

Absolut – Herausforderungen gibt es auch bei uns. Wir sind zu Beginn der Reise mit VIU ja eigentlich einem Grundlagenirrtum aufgesessen – nämlich, die Brille nur online zu verkaufen. Wenn wir nicht mit einem Store/Showroom experimentiert hätten, würde es uns so heute wahrscheinlich nicht geben. Zudem sind wir sehr schnell expandiert, was natürlich auch Wachstumsschmerzen mit sich bringt.

Mittlerweile verkauft VIU im D/A/CH-Raum über 100'000 Brillen im Jahr. Hätten Sie sich solche Zahlen je erträumt?

Natürlich darf man träumen, aber so haben wir das zu Beginn nicht geplant. Es ist ja weiterhin eine spannende Reise. Ich hoffe, dass wir in ein paar Jahren noch über deutlich mehr Brillen sprechen können (lacht).



Kilian Wenger:

Schnelle Expansion mit Wachstumsschmerzen.

Bleiben wir bei der Zukunft. In nächster Zeit sollen Gesichtsscanner zum Einsatz kommen.

Wir sind da in der Tat dabei, einen Test vorzubereiten. Allerdings ist das Thema noch in der Frühphase. Ich schätze, dass es noch ein Weilchen geht, bis wir mit einem solchen Scanner auch «Customer ready» sind.

Welche Pläne und Ziele verfolgen Sie ausserdem?

Wir sind jetzt sehr schnell in neue Märkte ex-

pandiert (aktuell sechs – CH, DE, AT, SWE, DK, UK). Wir werden jetzt erst einmal die Strukturen und Organisation nachziehen und unsere Position weiter ausbauen. Dann sehen wir weiter.

Interview: Manuela Bruhin

Bilder: Roger Sieber