

ADRIAN MARWITZ

TEN QUESTIONS

portrait SACHA TASSILO HÖCHSTETTER, stills RAPHAEL SCHMITZ

In unserer Magazin-Ausgabe Nr. 10 haben wir das damals frisch geborene Label ADRIAN MARWITZ vorgestellt. Seitdem ist der Brillendesigner mit dem großen Namen viel in der Welt herumgekommen und konnte sich mit seiner Marke im Reigen der modernen Brillenlabels etablieren. Man trifft Adrian auf jeder internationalen Messe und seine Brillen finden ihren Weg in feine Optik-Boutiquen. Für uns ist nach fast zwei Jahren die Zeit für ein philosophisch geprägtes Update gekommen. Ten Questions to Adrian Marwitz.

01 Adrian, womit hast Du Dich in den letzten zwei Jahren beschäftigt?

Hauptsächlich mit der Philosophie des Seins. Nebenbei bin ich im Außendienst herumgereist, habe Brillen designt, Messestände gebaut und war ziemlich viel in der Welt unterwegs, um weltweit meine Brillen bei den schönsten Optiker-geschäften zu etablieren.

02 Was ist an Deinen Brillen heute denn anders / besser als noch vor zwei Jahren?

Im Grunde hat sich nicht viel verändert. Das Grundkonzept ist gleich und bleibt es auch. Das Sortiment hat sich jedoch auf 30 Modelle erhöht und es sind weitere Farben dazugekommen – mittlerweile 11 pro Modell.

03 In den Anfangsjahren findet eine Marke zu sich selbst – oft geht es in eine etwas andere Richtung als zunächst geplant. Steht die Marke ADRIAN MARWITZ heute da, wo Du sie vor zwei Jahren sehen wolltest?

Die Marke hat sich tatsächlich genau so entwickelt, wie ich es vor 2 Jahren geplant hatte. Dies braucht viel Konsequenz und ein ordentliches Stück Durchhaltungsvermögen. Das konnte ich glücklicherweise aufbringen.

04 Bitte noch mal in Kürze die Philosophie der Marke ADRIAN MARWITZ.

ADRIAN MARWITZ steht für Vollblock Titan / Handmade in Germany / Liebe zum Detail / Qualität vor Quantität / Starke Wiedererkennung und damit verbunden eine klare eigene Handschrift.

05 Welches waren die wichtigsten Meilensteine in Deiner noch jungen Firmengeschichte?

Für uns ist jeder einzelne neue Kunde ein Meilenstein. Kunden die zu 100 % hinter der Marke und meinem Produkt stehen und die Philosophie an den Endverbraucher transportieren, ist das wirklich Wich-

tigste in unserem Business. Außerdem haben wir gerade vor wenigen Tagen den Special Mention German Design Award für die komplette Kollektion »Urban Strangers« in der Kategorie »Lifestyle and Fashion« gewonnen.

06 Was ist das Besondere an der aktuellen Kollektion?

Die Einfachheit, die durch sehr viele Details erzeugt wird. Die neueste Serie »Stranger No. 16 - 23« nimmt diese Philosophie konsequent auf und hat wieder eine klare Handschrift und Wiedererkennung.

07 Welche Brillen sind die Highlights?

Die »Stranger No. 13« war in letzter Zeit recht oft medial unterwegs, übrigens ohne unsere Einflussnahme – sei es im Dschungelcamp oder bei Andrea Ballschuh im ZDF.

08 Mit welcher Marke wirst Du am liebsten verglichen?

Mir ist Eigenständigkeit sehr wichtig, deshalb möchte ich mit keiner anderen Marke verglichen werden. ADRIAN MARWITZ muss für sich selbst stehen.

09 Mit der Erfahrung der letzten zwei Jahre: Wenn Du noch mal von vorne anfangen könntest, was würdest Du dieses Mal anders machen?

Ich bin sehr zufrieden mit der Entwicklung und wenn es Rückschläge gibt, sind diese auch immer eine Chance, neue Wege zu gehen, die oft besser sind als die zuvor eingeschlagenen. Deshalb bin ich zufrieden damit, so wie es läuft. Schicksal sozusagen.

10 Wo geht die Reise in Zukunft hin?

Eine recht philosophische Frage... Liebe ist das Wichtigste im Leben und die Zukunft zeichnet uns den Weg vor, den wir gehen müssen, ohne dabei das Gleichgewicht zu verlieren und Sehnsüchte außer acht zu lassen. Die Philosophie des Seins eben.

»Stranger No. 16«

»Stranger No. 20«

»Stranger No. 22«

»Stranger No. 18«

ADRIAN MARWITZ

TEN QUESTIONS

portrait SACHA TASSILO HÖCHSTETTER, stills RAPHAEL SCHMITZ

Time flies when you're having fun. Back in the tenth issue of our magazine, we introduced the freshly released ADRIAN MARWITZ label. Fast-forward to today, and the renowned eyewear designer has traveled the entire world establishing his eponymous brand as a staple of modern eyewear style. You can find Adrian at every important eyewear trade-show, and his collections have found their way into leading international boutiques and optical stores. Two years after the initial launch, we think it's high time for an update. Here are our Ten Questions with Adrian Marwitz

01 Adrian, what's been keeping you busy over the past two years?

Most of all the philosophy of being. Aside from that, I've been traveling a bunch on field work, designing eyewear, building tradeshow booths, and generally roaming the world in search of people who like my glasses.

02 What's different about your eyewear compared to two years ago?

Actually, not that much has changed. The basic concept is the same and that's not going to change. But we did increase the line-up to 30 pieces while adding some new colors – at this point we have eleven for each model.

03 They say that the early years are when a brand finds itself – sometimes heading in a different direction than initially planned. Is ADRIAN MARWITZ in a place today where you envisioned it two years back?

The brand has indeed developed exactly how I planned it two years ago. That actually took consistency and a good dose of dexterity – both of which I managed to come up with, fortunately.

04 Please briefly summarize the philosophy of the Adrian Marwitz.

ADRIAN MARWITZ represents full-titanium eyewear, handmade in Germany, love for detail, quality over quantity, strong recognizable style, and unique signature aesthetic.

05 What were some of the milestones of your relatively young company history?

For us, every new customer is a milestone. Finding customers who back the brand and products 100% and communicate

them accordingly to end customers – that's the most important part of our business.

06 What's the most unique feature of the current collection?

The simplicity created by a multitude of details.

07 Which glasses are your highlights?

The »Stranger No. 13« model has really made its rounds in the German media recently. By the way, without much of our own intervention, from reality TV to talk shows.

08 If you were to be compared with one brand, which one would it be?

I put great emphasis on independence, so I would rather not be compared to any other brand. ADRIAN MARWITZ has to stand for itself.

09 Given the last two years of experience: If you could start it all over, what would you do differently?

I'm actually really satisfied with the way the brand has developed and if there were some setbacks, they always provided a chance to go down a new path, which was often better than the initial direction. That's why I'm content with things just the way they are. Destiny, you might call it.

10 Where's the journey headed in the future?

That's a rather philosophical question ... Love is the most important part of life and the future lays out a path for us to walk on without losing our balance or neglecting our desires. The philosophy of being, if you will.

»Stranger No. 16«

»Stranger No. 20«

»Stranger No. 22«

»Stranger No. 18«