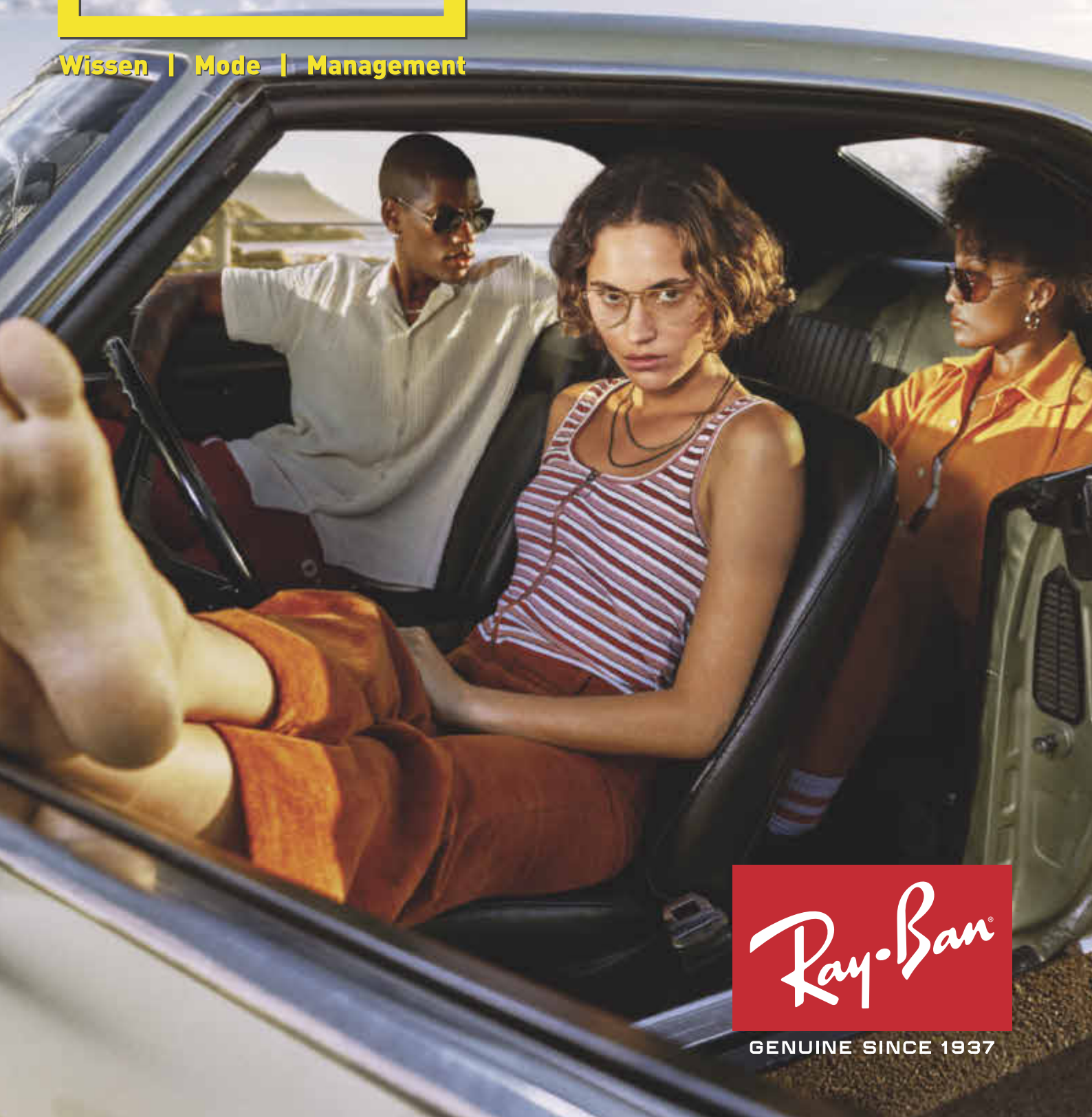


# DER 8 | 20 AUGEN OPTIKER

Wissen | Mode | Management



**Ray-Ban**

GENUINE SINCE 1937



**„Man muss auf  
sein eigenes  
Herz hören!“**

Beate Leinz

# Mit technischem Wissen und Leidenschaft

„Der deutsche Markt tut sich derzeit noch etwas schwer, wenn es um ausdrucksstarke Brillen geht“, sagt Beate Leinz. Auf den ersten Blick leuchtet diese Aussage ein. Es lohnt sich dennoch, einen zweiten Blick auf die Kollektion zu werfen. Unschwer wird deutlich, dass die Berliner Designerin, die ihr Label erstmals auf der diesjährigen opti präsentierte, über das Gestalterische hinaus ihr Handwerk versteht.

Autorin| Viola Losemann





Modellbeispiele  
aus der  
Leinz-Kollektion

Und das kommt nicht von ungefähr. Beate Leinz machte nach dem Abitur zunächst eine Ausbildung zur Uhrmacherin. Es folgte ein Volontariat bei dem Schmuckgestalter Wilhelm Tasso Mattar. „Die Uhrmacherlehre war wichtig in Hinblick auf das Thema Präzision und Materialkunde. Werkstoffkenntnisse sind ein wichtiger Faktor im Designprozess. Ich liebe es, in die Tiefe des Materials einzusteigen und rauszuholen, was rauszuholen ist“, sagt sie.

Von 1991 bis 1996 vertiefte sie dieses Wissen während ihres Schmuckstudiums an der Hochschule für Gestaltung in Pforzheim. In dieser Zeit entstand auch ihre Leidenschaft für die Brille. „Unegale“ lautete das Thema ihrer Abschlussarbeit – einer Brillenkollektion. Die ersten Weichen in Richtung Brille waren also gestellt. „Was mich beim Schmuck immer ein wenig gestört hat, ist die Tatsache, dass man sehr nahe an der Kunst ist. Ich entwickle gern hochwertige Produkte, die aufgrund moderner Technologien möglichst vielen Menschen zugänglich gemacht werden können“, sagt sie.

Ihr Studium führte zu langjährigen Tätigkeiten als Designerin für nationale und internationale Eyewearbrands. Zunächst arbeitete sie in Deutschland, u.a. bei Meitzner& Meitzner in Leverkusen, später bis zur Schließung des Büros in München bei Charmant.

### Auf zu neuen Ufern

2003 zog sie mitsamt der Familie nach Italien. „Das war keine leichte Zeit. Ich musste mein bisheriges Leben in Deutschland hinter mir lassen. Und dann war da auch noch das Italienisch, das ich erlernen musste“, resümiert sie heute. Darüber hinaus galt es, ihre bisherige Sicht auf das Thema Brille zu ändern, denn der italienische Markt ist ein Brillenkosmos für sich.

Das kollegiale Umfeld führte schnell dazu, dass sie sich zunehmend in ihrer neuen Heimat wohlfühlte. Sie entwarf für die Marken Hugo, Hugo Boss und Christian Roth. 2008 ging es nach Treviso, wo sie hauptsächlich für die Kollektion der Marke Mont Blanc, aber auch für Tom Ford und Dolce Gabbana



– Anzeige –



**NIRVAN JAVAN**

TOKYO 03:05 (JST)



Fotos: S. SchröderCS

Modellbeispiele  
aus der  
Leinz-Kollektion

Brillen gestaltete. Dann folgte 2009 der Umzug nach Mailand. Im Hause Prada und Miu Miu entstanden ihre bis dahin erfolgreichsten Modelle und Kollektionen.

Wegen der Einschulung des Sohnes entschloss die Familie, 2012 wieder nach Deutschland zurückzukehren. Ein altes Haus in Falkensee bei Spandau sollte nicht nur das künftige Zuhause, sondern auch gestalterischer Lebensmittelpunkt werden. Für die neu gegründete Marke Yohji Yamamoto Eyewear entwickelte sie von 2013 bis 2018 eine völlig eigenständige und prägende Formensprache, die in der Branche nicht unbeachtet blieb.

### Transparenz versus Masse

Nach langjähriger Erfahrung bei unterschiedlichen Eyewearbrands wurden ihr der Druck und die Hierarchie zu viel. „Man muss auf sein eigenes Herz hören“, sagt sie rückblickend. Auf der Suche nach einer völlig neuen Ästhetik, gründete sie 2018 ihr eigenes Label LEINZ. Rund zwei Jahre feilte sie am Konzept für ihr eigenes „Baby“.

Ein Augenmerk der Kollektion sind die beiden Kunststoffe Acetat und Polyamid, die aufgrund ihrer unterschiedlichen Materialeigenschaften interessante gestalterische Kontraste bilden. „Acetat ist ein flaches Plattenmaterial, das spanend, reduktiv bearbeitet wird, während das gedruckte Polyamidmaterial im SLS-3D-Druckverfahren seine Gestalt additiv dreidimensional entwickeln kann“, sagt sie.

Eine besondere Herausforderung war, diese beiden unterschiedlichen Materialien zu verbinden. Eine Klebeverbindung kam technisch nicht in Betracht. Die Konstruktion basiert daher auf einer innovativen Steckverbindung, bei der die einzelnen Komponenten plastisch ineinandergreifen. Dabei ist die Durchdringung der verschiedenen skulpturalen Elemente Teil des Designkonzepts. Zudem werden durch die einzelnen Komponenten zahlreiche, fein aufeinander abgestimmte Farbvarianten möglich. Durch die Kombination massiver und transparenter Elemente entstehen so grafische Akzente, die dem Gesicht einerseits einen markanten Rahmen geben, andererseits einen sinnlichen Look erzeugen.

Für das Etui wurden Lederabfälle aus der Produktion recycelt, die von Arbeitshandschuhen stammen. Das Material ist strapazierfähig und leicht, mutet aber trotzdem wie Rindsleder an.

Bei der Herstellung trifft traditionelles italienisches Handwerk auf moderne Technologie aus Belgien. Die Logistik erfolgt aus Berlin. „Die Resonanz auf der opti war sehr positiv. Das lässt mich zuversichtlich in die Zukunft schauen“, sagt Beate Leinz. Ihr Messestand auf der Silmo, sollte diese im Herbst stattfinden, ist bereits gebucht. ●●