



VERONIKA WILDGRUBER

»Tyrell«



»Smith«



»Marvel«



„Elementare Formen ineinander verwoben: Der Steg fädelt sich als gerade Linie in die beiden kreisförmigen Rahmen der Gläser ein. Die zweifarbigen Fassungen loten die Grenzen der Produktion aus.“



Virtually try on
VERONIKA
WILDGRUBER
FAVORSPECS.COM

10 Questions For Veronika Wildgruber

Eyewear Fashion Design From Berlin

Die Berliner Produktdesignerin Veronika Wildgruber beglückt seit etwas mehr als 10 Jahren den Independent Eyewear-Kosmos mit wunderschönen, überwiegend dreidimensionalen Brillendesigns. Für uns ein guter Grund, ihr etwas mehr als 10 Fragen zu stellen.

Hello Veronika, wann und warum hast Du VERONIKA WILDGRUBER Eyewear gelauncht?

Einen richtigen Launch gab es eigentlich nie, es ist eher so nebenher passiert. Die Marke habe ich 2012 angemeldet. Eher als eine Reaktion.

Worauf?

Ich hatte 2010 mit meinem ersten Brillendesignentwurf einen *Silmo d'Or* gewonnen. Zu diesem Zeitpunkt hatte ich noch gar keine Brand und wusste auch noch nicht, ob ich mich überhaupt auf Brillendesign fokussieren möchte.

Folgen Deine Brillenmodelle einer

bestimmten Stilrichtung bzw. Philosophie?

Ja, meiner eigenen.

Die da wäre?

Meine Hauptmotivation ist, eine eigene Formensprache zu erschaffen, die wiedererkennbar und ästhetisch einzigartig ist.

Du spielst häufig mit Dreidimensionalität.

Woher kommt diese Vorliebe für die Tiefe?

Nun, ich bin Produktdesignerin. Möbel, Einrichtungsgegenstände, Gegenstände... das Designen von Produkten habe ich gelernt. Als ich mit Brillen angefangen habe, war mein erster Gedanke: Wie mache ich aus

einem so zweidimensionalen Objekt ein dreidimensionales Produkt?

Hast Du beim Designprozess schon die Zielgruppe vor Augen? Und wie sieht ein typischer VERONIKA WILDGRUBER-Kunde aus?

Nicht wirklich. Natürlich stelle ich mir gerne eine emanzipierte, coole Frau in der Großstadt vor – oder Spike Lee, das wohl bekannteste Testimonial meiner Brillen. Aber ich habe auch schon mehrfach von Optikern gehört, dass deren Mütter nur noch Wildgruber tragen. Das finde ich mindestens genauso cool.

Welche Formen und Farben finden wir in Deinen Kollektionen besonders häufig?

Ich mag große und runde Formen. Und die Farbe Grün taucht auch immer wieder in neuen Nuancen wie *Mint*, *Flaschengrün*

„Erstmals Aluminium in der Kollektion: Ein Stab aus rohem Aluminium trifft auf sein geometrisches Gegenstück. Zwei Materialien mit gegensätzlicher Haptik verbinden sich zu einer einzigartigen Form.“



„Vertraute Form mit sanfter Rauheit: Die Volumina sind skulpturiert mit matten Oberflächen, die an scharfen Kanten aufeinandertreffen, und einem tiefer liegenden Brückendetail.“

oder Petrol in meiner Kollektion auf.

Mit welchen Materialien spielst Du besonders gerne?

Tatsächlich mag ich Acetat sehr gerne, es ist so vielseitig und dreidimensional verwendbar. Ein tolles Material. Seit letztem Jahr habe ich auch Aluminium neu aufgenommen – vielleicht mein neues Lieblingsmaterial.

Thema Nachhaltigkeit. Was macht VERONIKA WILDGRUBER für ihren ökologischen Fußabdruck?

Ich mag kein Greenwashing oder Nachhaltigkeit als PR-Strategie, als wäre das progressiv. Aus meiner Sicht sollte es vielmehr selbstverständlich sein, dass man als Erschaffer von neuen Produkten eine Verantwortung hat und dieser gerecht wird.

Wie machst Du es?

Unser Bestreben ist es, alle Unternehmensprozesse so nachhaltig und zirkulär wie möglich zu gestalten: Die Brillen werden in Etuis aus 100% regeneriertem Leder geliefert, die Putztücher werden in Polen aus 100% recyceltem Kunststoff hergestellt. Die Pakete werden klimaneutral verschickt und das verwendete Nassklebeband aus Papier kann zusammen mit den Kartons recycelt werden. Wir kaufen kein neues Füllmaterial, sondern verwenden ausschließlich Material aus erhaltenen Lieferungen oder von anderen Betrieben bei uns im Haus. Das einzige Fahrzeug unseres Unternehmens ist ein Lastenrad.

Was ist besonders an den neuen 2023er-Modellen?

Bei den neuen Modellen geht es um Verläufe, sowohl beim Volumen als auch bei der Farbe. Wie immer spielt Dreidimensionalität eine große Rolle: vorne, hinten und eben auch „dazwischen“.

Wie sind Deine Pläne für die Zukunft?

Ich möchte mit meiner Brand langsam wachsen. Mir ist es wichtig, dass es den Leuten, die mit mir arbeiten – sei es intern oder im Außendienst – und natürlich auch mir selbst gut geht. Dass jeder gerne macht, was er macht. Das möchte ich nie aus den Augen verlieren. Wenn ich morgens aufstehe und keine Lust habe, in mein Studio zu gehen, läuft etwas falsch. Erfolg gerne, aber nicht um jeden Preis. ▽

veronikawildgruber.com