

Robert Neisen

# Perfektion vor Augen

150 Jahre Optik Nosch



# Inhalt

Vorwort von Thomas Nosch .....	6
Vorwort von Robert Neisen .....	8

## 1. Kapitel

### **Erste Erfolge in einer aufstrebenden Stadt:**

#### **Die Gründerjahre (1861-1905)**

Ein Wanderer wird sesshaft .....	13
Ein angesehenes Radolfzeller Geschlecht .....	17
Anziehungspunkt Universität .....	17
Vom Gesellen zum Meister .....	18
Vom Mieter zum Hausbesitzer .....	20
Neues Geschäftsfeld Optik .....	21
Aufstieg in einem günstigen Umfeld .....	23
Ein bescheidenes Mitglied einer angesehenen Gruppe .....	27
Private Schicksalsschläge .....	29
Endlich Nachwuchs .....	31
Erfolge und Probleme im Instrumentengeschäft .....	32
Die Nachfolge der Söhne und die Trennung des Geschäfts ...	38

## 2. Kapitel

### **Aufstieg in Krisenzeiten (1905-1945)**

Vom Kommen und Gehen der Generationen .....	39
Familienausflug an einem Schicksalstag .....	42
Schwierige Zeiten für das Handwerk .....	44
Wirtschaftsaufschwung auf Pump .....	48

Erfolge in einem ungünstigen Umfeld .....	49
Rückblick: Das Optikerhandwerk vom Mittelalter bis zum frühen 20. Jahrhundert .....	50
Aufbruch eines Berufsstandes .....	61
Auf die Ausbildung kommt es an .....	63
Max Nosch spezialisiert sich .....	66
Zur Freiburger Nummer eins .....	66
Die Rückkehr der „Schundbrille“, oder: Stagnation in der Weimarer Republik .....	68
Die Kinder steigen ein .....	71
Geschäftsbelegung im „Dritten Reich“ .....	75
Ein neuer Geschäftsführer .....	78
Gesucht: Fachkraft .....	83
Brillenlager im Hochschwarzwald .....	84
Firmenalltag in den frühen 1940er Jahren: Zwei Lehrlinge berichten .....	85
Knochenjobs in der Werkstatt .....	88
Feuersturm über der Bertoldstraße .....	89
Ersatzladen im Wohnzimmer .....	96

### **3. Kapitel**

#### **Wachstum im „Wirtschaftswunder“ (1945-1979)**

Hunger und Materialnot: Die Nachkriegsjahre .....	99
Die Rückkehr des Sohnes .....	103
Neuanfang in der Salzstraße .....	105
Warennachschub durch Kompensationsgeschäfte .....	111
Fadenkreuze aus Spinnfäden .....	115
Arbeitseinsatz um Mitternacht .....	117
Das Geschäft kommt wieder in Schwung .....	119
Einheit in Freiheit: Die Neuorganisation der Augenoptik nach dem Krieg .....	123
Grüne Ampeln: Der Branchenboom in den 1950er und 1960er Jahren .....	127

Aufschwung mit Mikroskopen .....	130
Die erste Filiale .....	131
Neubau in der alten Heimat .....	132
Besondere Qualität für jedermann: Der weitere Aufstieg in den späten 1950er und 1960er Jahren .....	138
Hart, aber fair: Szenen aus der Nachkriegszeit .....	145
Höhepunkt des Jahres: Der Betriebsausflug .....	155
Viel Licht und erste Schatten: Die 1970er Jahre .....	159

## **4. Kapitel**

### **Bewährung bei starkem Gegenwind (1980–2011)**

Umbruchsjahr 1980 .....	163
Der Entschluss des Thomas Nosch .....	165
Der Wettbewerb wird härter .....	167
Die Verdichtung des Filialnetzes .....	168
Schmerzhaftige Reformen .....	171
Optik Nosch bekommt Computer, oder: Die Ankunft der Moderne .....	172
Gezieltes Marketing und eine grundsätzliche Entscheidung .....	174
Ein neuer Unternehmensslogan .....	180
Altes geht und Neues kommt: Die Entwicklung der Geschäftsfelder in den 1980er und 1990er Jahren .....	182
Erfolgreiche Vorwärtsverteidigung .....	194
Die Stellung behauptet: Optik Nosch im neuen Jahrhundert .....	201
And the winner is: Optik Nosch! .....	215
Qualität als Tradition: Ein kurzer Ausblick .....	217

# 1. Kapitel

## Erste Erfolge in einer aufstrebenden Stadt: Die Gründerjahre (1861-1905)

### EIN WANDERER WIRD SESSHAFT

Am 10. Januar 1861, die genaue Uhrzeit wissen wir nicht, trat ein Mann mittlerer Statur, 28 Lenze zählend, mit braunen Augen, dunklen Haaren und einer markanten, gewölbten Stirn, durch die Tore der Stadt Freiburg im Breisgau, mit dem festen Entschluss, sich dauerhaft in der „Perle des Breisgaus“ niederzulassen. Für die Stadt am Fuße des Schwarzwalds war es in den frühen 1860er Jahren nichts Außergewöhnliches, dass ein Mann seines Alters sein Glück in Freiburg versuchte, setzte doch zu dieser Zeit eine Wanderungsbewegung in das Zentrum Südbadens ein, die aus dem einst beschaulichen „Pfaffenstädtchen“ in den folgenden Jahrzehnten eine beachtliche Stadt mittlerer Größe und urbanen Charakters machen würde. So wird denn auch an diesem Tag kaum jemand Notiz von dem Neubürger genommen und seiner Ankunft größere Bedeutung beigemessen haben. Und auch der Neuankömmling selbst wird kaum gewusst haben, dass er mit seinem Zuzug nach Freiburg den Grundstein für die dauerhafte Etablierung einer der erfolgreichsten und angesehensten Handwerkerfamilien Freiburgs legen würde. Was er aber sehr wohl wusste: Er wollte in Zukunft sein eigener Herr und Gebieter sein und ein eigenes Geschäft eröffnen. Der Beruf des Mannes: Messerschmied und chirurgischer Instrumentenmacher. Sein Name: Isidor Nosch.



**Firmengründer Isidor Nosch (1832-1910)**

Als Isidor Nosch am 10. Januar 1861 seinen Fuß auf Freiburger Gemarkung setzte, hatte er eine lange Zeit der Wanderschaft hinter sich. Denn ähnlich wie der europäische Adel, der seine Söhne mehrere Jahre in einer „grand tour“ durch Europa schickte, wo sie sich bilden und fortentwickeln sollten, war es für Handwerksgelesen seit Jahrhunderten der Brauch gewesen, für längere Zeit auf Reisen zu gehen. Dort sollten sie nicht nur ihre handwerklichen Fertigkeiten verfeinern, sondern auch Lebenserfahrungen

sammeln und zu reifen Persönlichkeiten heranwachsen. Und so hieß es auch für Isidor Nosch, nach seiner Lehre als Messerschmied, die er Ende 1849 abschloss, und drei Jahren Arbeit als Geselle in seiner Geburtsstadt Radolfzell am 30. März 1853 sein Bündel zu schnüren und, mit einem „Großherzoglich Badischen Wanderbuch“ ausgestattet, in die Welt hinauszuziehen. Für die damaligen Verhältnisse – die meisten Menschen, sofern sie nicht dem Adel oder der Kaufmannschaft angehörten, verließen ihr ganzes Leben lang kaum die eigene Scholle – kam er dabei weit herum. Fast sämtliche bedeutenden Städte Südwestdeutschlands, des Elsass und der Nordschweiz lernte er auf seiner Reise kennen. Seine erste Station hieß Stuttgart. Dort hielt er sich ein dreiviertel Jahr auf und schloss sich auch der örtlichen „Turngemeinde“ an. Nach kurzen Gastspielen in Frankfurt und Heidelberg ging er im März 1854 zum ersten Mal ins Elsass, wo er sich in Mulhouse bei einem gewissen Jules Zundel verdingte; für die Wanderung von Heidelberg nach Mulhouse brauchte er stattliche vier Tage. Nach einem kurzen Aufenthalt Weihnachten 1854 bei seinen Eltern in Radolfzell ging es weiter in die Schweiz: Zürich und Luzern lauteten die nächsten Stationen. Ende Januar 1857 betrat er dann zum ersten Mal Freiburger Boden und verrichtete dort immerhin ein ganzes Jahr seine Gesellendienste – Arbeitgeber und Wohnort unbekannt. Noch aber blieb Freiburg nur eine Zwischenstation: Im März 1858 packte er ein weiteres Mal seine sieben Sachen und zog nach Straßburg, wo er bei einem Messerschmied namens J. Elser arbeitete.

Die letzte Station seiner Lehr- und Wanderjahre hieß erneut Zürich, wo er Mitte September 1858 eintraf. Diesmal blieb er nicht nur länger als an allen anderen Orten. Die Stellung, die er innehatte, macht auch deutlich, dass wir es inzwischen – nach sechs Jahren als Lehrling und Geselle in Radolfzell und mehreren Jahren Wanderschaft – mit einer äußerst erfahrenen Fachkraft zu tun haben, die bereits sämtliche Tricks und Kniffe seines Gewerbes beherrschte. Denn das Peter'sche chirurgische Instrumentengeschäft, bei dem er angestellt war, war nicht nur das renommierteste Geschäft seiner Art in Zürich. Isidor Nosch über-

nahm dort auch den Posten des Werkführers – der Inhaber des Geschäfts, Conrad Peter, war bereits gestorben, weshalb es der Witwe Maria Peter recht gelegen kam, dass sie in Isidor Nosch einen tüchtigen Arbeiter fand, dem sie die Aufsicht über ihre Werkstatt anvertrauen konnte. Zweieinviertel Jahre leistete Isidor Nosch im Peter'schen Geschäft zuverlässig seine Dienste, ehe er beschloss, sein Schicksal nun endgültig in die eigenen Hände zu nehmen und am 8. Januar 1861 in aller Herrgottsfrüh nach Freiburg aufzubrechen. Nach fast sieben Jahren und zehn Monaten der nahezu ununterbrochenen Wanderschaft, die ihn durch acht Städte geführt hatte, bereitete Isidor Nosch dem Nomadentum ein Ende und machte sich endgültig sesshaft.



**Auszug aus dem  
Großherzoglich Badischen  
Wanderbuch des Isidor Nosch. Fast  
acht Jahre dauerte seine Wanderschaft  
als Geselle, die ihn in acht Städte des Elsass,  
der Nordschweiz und Süddeutschlands führte.**

## EIN ANGESEHENES RADOLFZELLER GESCHLECHT

Sich sesshaft zu machen, das lag in der Tradition der Familie Nosch. Sie hatte sich schon im frühen 16. Jahrhundert in Radolfzell niedergelassen, wo bestimmte Zweige der Familie bis Mitte des 20. Jahrhunderts ansässig blieben. Nach allem, was wir wissen – allzu viel ist es nicht –, scheint es sich um ein durchaus angesehenes Familiengeschlecht gehandelt zu haben. So bekleideten Angehörige der Familie Nosch in Radolfzell wichtige Ämter wie das des Stadtrats und des Feldhüters; letzterer hatte sogar die ehrenvolle Aufgabe, beim Setzen des Narrenbaums in der Fastnacht den Narrensamen zu streuen (ein Job, dessen Prestige im Südbadischen nicht unterschätzt werden darf!). Auf die herausgehobene Position der Noschs deutet auch hin, dass allein vier Söhne der Familie im 16. und 17. Jahrhundert an der Freiburger Universität immatrikuliert waren, womit sie ein zu dieser Zeit seltenes Privileg genossen. Die unmittelbaren Vorfahren von Isidor Nosch waren in der Landwirtschaft tätig: Sein Großvater Georg Nosch war Winzer, sein Vater Fidel Nosch Hufner. Das heißt, er besaß größere Mengen an Land und war Vollbauer, was ihm Mitspracherechte in der Gemeinde und Nutzungsrechte an der Allmende sicherte. So war er wohl eine gute Partie für Maria Katharina Milowitsch, die ihn am 26. Februar 1821 ehelichte und ihm elf Jahre später, genau am 3. April 1832, den Sohn Isidor schenkte.

## ANZIEHUNGSPUNKT UNIVERSITÄT

Es war also für das Geschlecht der Nosch eine Art Wiedersehen mit der Stadt Freiburg, als sich Isidor Nosch am 10. Januar 1861 in der Studienstadt seiner Vorfahren niederließ. Ob dies aber der Grund war, dass Isidor Nosch ausgerechnet Freiburg zu seiner zukünftigen Wirkungsstätte auserkor? Oder hatte ihm das Städtchen

mit seiner schönen Lage an den westlichen Ausläufern des Schwarzwalds, dem prachtvollen Münster samt seinem lebendigen Markt und seinen romantischen Altstadtgassen bei seinem ersten Aufenthalt so gut gefallen, dass er beschloss, hierher unbedingt zurückkehren zu wollen? Etwas anderes dürfte für ihn viel wichtiger gewesen sein: Dass es nämlich in der Universitätsstadt Freiburg eine medizinische Fakultät gab, die ein wichtiger potenzieller Abnehmer für jene chirurgischen Instrumente war, wie sie Isidor Nosch anfertigte. Damit nicht genug, gab es in einem regionalen Zentrum wie Freiburg eine höhere Ärztedichte als anderswo, was zusätzliche Kundschaft versprach; es wird wohl diese Kombination gewesen sein, die ihn dazu bewogen hat, sich mit seinem Gewerbe just in Freiburg selbstständig zu machen. Die nötigen Referenzen für eine erfolgreiche Führung der Geschäfte hatte er jedenfalls in der Tasche. Alle seine bisherigen Arbeitgeber hatten ihm „gutes“ bzw. „tadelloses Verhalten“ oder „gutes Betragen“ bescheinigt und ihm bezeugt, dass er seine Arbeit „klaglos“ und „mit bester Zufriedenheit“ verrichtet habe. Die besten Empfehlungen brachte er aus Zürich mit: Maria Peter lobte ihn mit den Worten, dass „er sich als ein fleißiger und geschickter Arbeiter, der seinen Beruf kennt, erwiesen und sich stets brav und rechtschaffen aufgeführt habe“. Und ein gewisser Dr. Hermann Mayer, immerhin Professor der Anatomie in Zürich, stellte Isidor einen Tag vor seiner Abreise folgendes Zeugnis aus: „Dem Herrn Isidor Nosch bezeuge ich hierdurch gerne, dass er während der Zeit, in welcher er dahier das Peterische Geschäft leitete, sich in den Arbeiten, welche er für die anatomische Anstalt und für mich persönlich anfertigte, stets durch gute Behandlung des Stahles und durch Geschmack in den Gestalten ausgezeichnet hat.“

## VOM GESELLEN ZUM MEISTER

Bevor sich Isidor Nosch jedoch dem Vorankommen seines Geschäftes widmen konnte, galt es für ihn zunächst, sich in seiner

neuen Heimatstadt einzurichten. Das nötige Kapital brachte er mit: Es betrug Anfang der 1860er Jahre ca. 3.000 Gulden (5.130 Mark), die er zu einem kleineren Teil von seinem Vater erhalten, zu einem größeren Teil selbst angespart hatte. Was er aber noch brauchte, war ein größerer Raum, in dem er seine Messerwaren schleifen und seine chirurgischen Instrumente anfertigen konnte. In Oberlinden wurde er fündig: Dort konnte er im Hause des (wahrscheinlich) ältesten deutschen Gasthofs „Zum Bären“ seine Werkstatt einrichten. Auch seine Wohnung befand sich in dem Haus der Wirtsfamilie Hauser. Für eine erfolgreiche Ausübung seines Berufes fehlte Isidor Nosch jetzt nur noch der Meistertitel, um den er sich deshalb gleich nach der Ankunft bemühte. Lange warten musste er nicht: Am 23. Oktober 1861 wurde er zur Meisterprüfung zugelassen; zum Prüfer wurde einer seiner zukünftigen Konkurrenten bestellt, der Messerschmied und chirurgische Instrumentenmacher Thielecke. Am 6. Mai 1862 war es dann so weit. Das Großherzogliche Stadtamt Freiburg teilte mit: „Dem Isidor Nosch dahier wird nach gefertigtem und gut befundenem Meisterstück das Meisterrecht als Messerschmid und chirurgischem Instrumentenmacher ertheilt.“ Jetzt hatte er alles, was er für den Start in die Selbstständigkeit benötigte: gute Empfehlungen, eine Werkstatt und den Meistertitel. Nun endlich konnte er seine ganze Energie dem Absatz der Waren widmen, die er entweder direkt weiterverkaufte oder bearbeitete. Dazu gehörten zum einen Scheren und Messer aller Art: Taschenmesser, Rasiermesser, Küchenmesser, aber auch Scheren und Messer für Operationen. Zum anderen waren es Artikel für den chirurgischen Bedarf wie Katheter, Skalpelle, Bruchbänder, Geburts- und Knochenzangen, Pinzetten, Spritzen aus Glas und vieles andere. Für die Bearbeitung bzw. Anfertigung der Waren standen ihm zur Verfügung: ein Schmiedhammer, ein Ambos, ein Blasebalg (zum Erkalten des Stahls), eine Drehbank, zwei Schraubstöcke und Abzugssteine, drei Feilen, ein Schleifzeug, ein Beil und eine Handsäge.

## VOM MIETER ZUM HAUSBESITZER

Und tatsächlich: Das Geschäft entwickelte sich in den ersten Jahren gut. Zwar existieren keine Unternehmensbilanzen mehr aus dieser Zeit. Doch gibt es einige Indizien dafür, dass Isidor Nosch trotz zweier Konkurrenten, die es in Freiburg in seinem Gewerbe gab, recht rasch Fuß fassen konnte. So ist überliefert, dass er Mitte der 1860er Jahre nicht nur die Freiburger Entbindungsanstalt und die medizinische und chirurgische Abteilung der Universitätsklinik sowie vier Freiburger Ärzte mit seinen Waren belieferte, sondern seine Kunden in ganz Mittel- und Südbaden und Oberschwaben hatte. Zu ihnen gehörten Ärzte in Ettlingen, Kippenheim, Müllheim, Kandern, Schopfheim, Gottmadingen, Meßkirch, Neustadt, Lenzkirch und Rottweil; sogar im hessischen Naumburg besaß er einen Kunden. Zudem wagte Isidor Nosch einen Schritt, den er wohl kaum gemacht hätte, wenn in den ersten Jahren nach Eröffnung seines Ladens nicht einigermaßen der Rubel gerollt wäre: Ende Oktober 1864 kaufte er zu einem Preis von 10.300 Gulden (17.600 Mark) von dem Küblermeister Joseph Melder in der Jesuitengasse 284 ein dreistöckiges Wohnhaus mit Hintergebäude. Davon waren 2.000 Gulden sofort zu zahlen, der Rest in zehn Jahressummen mit Zinsen. Damit hatten die Noschs eine Immobilie im Herzen von Freiburg, denn das Haus Bertoldstraße Nr. 9, wie die Adresse des Anwesens nach der Umbenennung der Jesuitengasse in die Bertoldstraße im Jahre 1865 lautete, lag unmittelbar in der Nähe des Bertoldsbrunnens. Hier, an der Kreuzung von Kaiser-, westlicher Salz- und Bertoldstraße, pulsierte nicht nur das Freiburger Geschäftsleben und waren die bedeutendsten Freiburger Einzelhändler anzutreffen. Es war auch das Stadtgebiet, in dem mehrere Freiburger Adelige, die höheren Beamten und die reichsten Kaufmänner wohnten. Und da Isidor Nosch mit einem Vermögen von ungefähr 3.000 Gulden lediglich zur unteren Mittelschicht gehörte, zeugte der Kauf der Immobilie gleichzeitig von erheblichem Aufstiegswillen und Selbstbewusstsein.



**Blick auf den alten Bertoldsbrunnen und die Bertoldstraße. Links im Hintergrund ist das Firmenschild von Isidor Nosch zu sehen.**

## NEUES GESCHÄFTSFELD OPTIK

Der Erwerb der Bertoldstraße 9, in der sich ab Ostern 1865 auch die Werkstatt und der Laden befanden, war gleichwohl nicht die einzige weitreichende Entscheidung, die Isidor Nosch im ersten Jahrzehnt nach seiner Ankunft in Freiburg fällte. Im Jahr 1868 tat er etwas, das für die kommenden Familiengenerationen von noch größerer Bedeutung sein würde: Er führte optische Artikel in sein Sortiment ein. Was aber bewog ihn ausgerechnet in jenem Jahr zu diesem Schritt, wo er doch zuvor offenkundig keinen Anlass

gesehen hatte, nun auch Brillen, Zwicker, Operngucker und Lorgnetten an den Mann bzw. die Frau zu bringen? Ein Blick in das Freiburger Adressbuch von 1868 verrät uns seine eigentliche Motivation: Es war just in diesem Jahr, dass sein Konkurrent Ferdinand L. Fischer in breiterem Stil für optische Gegenstände zu werben begann und sich fortan auch als „chirurgischer Instrumentenmacher und Optiker“ bezeichnete. Isidor Nosch, der immer noch als „chirurgischer Instrumentenmacher und Bandagist“ für sich warb und in seiner Werbeanzeige lediglich allgemein und eher beiläufig vom Verkauf „optischer Gegenstände“ sprach, sah sich dadurch vermutlich ein wenig unter Zugzwang gesetzt. War es doch nicht ausgeschlossen, dass ein Arzt, der Bruchbänder für die gebrochenen Gliedmaßen seiner Patienten oder Bandagen für deren Prellungen oder Verwundungen kaufte, auch nach einer Brille oder einer anderen Sehhilfe fragte, die ja auch etwas mit

einer körperlichen Beeinträchtigung zu tun hatte. Wenn aber der Konkurrent beides im Angebot hat, wird sich Isidor Nosch gedacht haben, dann ist es besser, wenn ich mitziehe und auf diese Weise keine Kunden verliere.



1865 warb Isidor Nosch zum ersten Mal im Freiburger Adressbuch. Optikartikel fehlen noch. Er führt sie erst drei Jahre später ein.

Indes: Es war ein Metier, in dem Isidor Nosch bereits erste Erfahrungen gesammelt hatte. Wie aus einem weiteren Empfehlungsschreiben aus seinen Züricher Tagen hervorgeht, hatte er schon während seiner Zeit als Werkführer im Peter'schen Instrumentengeschäft auch einen Augenarzt betreut, der aus der dortigen Werkstatt seine Sehhilfen bezog. Warum sich dieser an einen chirurgischen Instrumentenmacher wandte und nicht an einen Optiker, ist unklar. Vielleicht war es der gute Ruf des Instrumentengeschäfts bei sämtlichen medizinischen Artikeln, der ihn dazu veranlasste. Vielleicht hat es aber auch mit einem Trend zu tun, der sich im 19. Jahrhundert bereits ansatzweise abzeichnete, obwohl er erst im nachfolgenden Jahrhundert voll zum Durchbruch kommen sollte: Da sich die Qualität der Brillengläser im Laufe des 19. Jahrhunderts allmählich verbesserte, wenngleich sie noch weit von der Genauigkeit des 20. Jahrhunderts entfernt war (siehe Kapitel 2), konnte man die Dienste von Präzisionsarbeitern gut gebrauchen, die die Brillengläser einwandfrei in die Fassungen einsetzen konnten und so die höhere Qualität der Gläser stärker zur Entfaltung brachten. Hierfür waren Instrumentenmacher wie Ferdinand Fischer oder Isidor Nosch auch deshalb gut geeignet, weil sie sich als Messerschmiede mit dem Werkstoff Metall auskannten. Das könnte ein weiterer Grund dafür gewesen sein, warum neben den beiden Optikern, die es in den frühen 1860er Jahren in Freiburg bereits gab, sich nun auch zunehmend chirurgische Instrumentenmacher im Optikgeschäft versuchten.

## AUFSTIEG IN EINEM GÜNSTIGEN UMFELD

Mit dem Erwerb des Hauses in der Bertoldstraße und der Aufnahme von Optikartikeln in sein Angebot hatte Isidor Nosch weitere Weichen in Richtung Aufstieg gestellt. Und in der Tat lief das Geschäft auch in der Folgezeit gut. Dabei kam ihm eine Entwicklung zugute, die sich bereits in den frühen 1860er Jahren abgezeichnet hatte: Freiburg wuchs und wuchs. Der Anstieg der

## 4. Kapitel

### Bewährung bei starkem Gegenwind (1980-2011)

#### UMBRUCHSJAHR 1980

Im Jahr 1980, als die westlichen Nationen nach dem Einmarsch der Sowjetunion in Afghanistan die Olympischen Spiele in Moskau boykottierten und in Westdeutschland der Bundestagswahlkampf zwischen dem CSU-Vorsitzenden Franz-Josef Strauß und dem SPD-Bundeskanzler Helmut Schmidt die Bundesrepublik in zwei Lager spaltete, begann für die Firma Nosch wie für die deutsche Augenoptik eine neue Zeitrechnung. Im Hause Nosch erfolgte der dritte Generationenwechsel in der Firmengeschichte. Nach über 33 Jahren als alleiniger Geschäftsführer der Firma – offiziell hatte er die Leitung im Jahr 1947 übernommen – nahm Rudolf Nosch seinen Sohn Thomas in die Geschäftsführung auf. Es war der Beginn eines behutsamen, schrittweisen und alles in allem sehr harmonischen Übergangs, der insgesamt eineinhalb Jahrzehnte dauerte: Nachdem die offene Handelsgesellschaft Anfang 1980 in eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung umgewandelt worden war, wurden nicht nur nach und nach immer höhere Gesellschafteranteile an Sohn Thomas übertragen; er übernahm sukzessive auch immer mehr Führungsaufgaben in der Firma, während sich Rudolf Nosch allmählich aus dem Tagesgeschäft zurückzog. Ein weiteres Mal glückte das, an dem so viele mittelständische Familienbetriebe scheitern: Der Stab wurde erfolgreich von der älteren an die jüngere Generation weitergereicht.



**Im selben Jahr, in dem in Moskau unter Abwesenheit der westlichen Nationen die Olympischen Spiele stattfanden (Bild unten) stand auch bei Optik Nosch der Wechsel von der dritten zur vierten Generation auf der Tagesordnung: Thomas und Rudolf Nosch im vertraulichen Gespräch.**



Quelle: Bundesarchiv, Bild 183-W0719-102 / Mittelstädt, Rainer / CC-BY-SA

Im gleichen Jahr schreckte indes eine Studie der Ortskrankenkassen im Auftrag des Bundesarbeitsministeriums die deutsche Augenoptikbranche auf. Sie ließ kaum ein gutes Haar an den deutschen Augenoptikern. Die Preise, so die überaus kritische Studie, seien überhöht, und auch die Qualität lasse oft zu wünschen übrig. Dies brachte einen hohen Ansehensverlust für den Stand der Augenoptiker mit sich und führte zugleich dazu, dass die Optiker angesichts der immer weiter zunehmenden Diskussion über die Kostendämpfung im Gesundheitswesen politisch stark unter Druck gerieten. Jegliche Versuche des ZVA, der Diskussion gegenzusteuern und die Augenoptikerschaft dazu anzuhalten, beim Brillenverkauf wieder mehr auf Qualitäts- denn auf Modeaspekte zu achten, halfen nichts: Im Jahr 1981 wurde für Brillen und für andere Heil- und Hilfsmittel ein mehrjähriger Preisstopp

eingeführt und überdies der Anspruch der Versicherten auf eine Brille zeitlich limitiert. Es war der erste einer Reihe von weiteren schmerzhaften Einschnitten in das Krankenkassengeschäft der Augenoptiker.

## DER ENTSCHLUSS DES THOMAS NOSCH

Thomas Nosch stieg also zu einer Zeit in die Firma ein, als sich die Rahmenbedingungen in Deutschland für das Geschäft mit Brillen und Kontaktlinsen weiter verschlechterten, nachdem bereits Mitte der 1970er Jahre die Ölkrise und steigende Arbeitslosenzahlen für einen ersten Dämpfer im Augenoptikergewerbe gesorgt hatten. Was seine berufliche Qualifikation betraf, war er für die Herausforderungen der Zukunft gut gerüstet. Schon als Kind hatte er den Beschluss gefasst, in die Fußstapfen des Vaters zu treten und Augenoptiker zu werden – als einziges der vier Kinder von Rudolf und Esther Nosch. Eine entscheidende Rolle spielte dabei ein Schlüsselerlebnis anlässlich der 100-Jahr-Feier der Firma im Jahr 1961. Lassen wir ihn selbst berichten:

*„Ich erinnere mich noch, 1961 hatten wir 100-jähriges Jubiläum. Da gab es eine entsprechende Schaufensterdekoration, in der sich auch ein großes, auf Holz aufgezogenes Bild meines Urgroßvaters befand. Und da stand drunter auf einem kleinen Täfelchen: Isidor Nosch, Gründer des Betriebs. Als die Dekoration aus dem Fenster rauskam, hat mein Vater dieses große Holzbild heimgebracht, und hat gesagt: ‚Das Bild kriegt einmal derjenige, der die Firma übernimmt.‘ Da hab’ ich damals – ich war gerade acht Jahre alt! – spontan gesagt: ‚Das mache ich mal! Bitte gib mir das Bild.‘ Und dann habe ich bei mir in meinem Kinderzimmer das Bild aufgehängt. Seither war für mich glasklar, dass ich Augenoptiker werde und später mal den Betrieb meines Vaters übernehme.“*

Noch heute weiß Thomas Nosch nicht, ob sein Vater, der ansonsten im Hinblick auf seine Berufswahl keinerlei Druck auf ihn ausübte, damit vielleicht einen psychologischen Trick anwandte, um eines seiner Kinder auf subtile Art und Weise zur Unterneh-



**Schon damals fest entschlossen, die Unternehmensnachfolge anzutreten: Thomas Nosch im Alter von ca. 13 Jahren.**

mensnachfolge zu bewegen. Wie auch immer: Unter den wachenden Augen des Urgroßvaters schlug Thomas Nosch tatsächlich eine Karriere im Augentoptikerhandwerk ein. Ohne dass sein Vater auch nur den leisesten Druck auf ihn ausübte, zog er 1971 nach dem Abitur, das er am humanistischen Friedrich-Gymnasium absolvierte, nach Kassel, um dort bei dem Optiker Osterberg, einem Freund seines Vaters, in die Augentoptikerlehre zu gehen. Weil er das Abitur in der Tasche hatte und den Stoff des ersten Lehrjahres in Abendkursen an der Berufsschule nachholte, durfte er schon nach zweieinhalb Jahren die Gesellenprüfung machen. Die nächste Station war das schweizerische Lausanne, wo er ein Jahr als Geselle arbeitete. 1975 war er zum ersten Mal für ein halbes Jahr im elterlichen Betrieb tätig. Von Oktober 1975 bis Februar 1978 besuchte er die Augentoptikerfachschiule in München. Aber weil das Studium in München aus seiner Sicht noch einige zentrale Fragen offengelassen hatte, wagte er in Abstimmung mit seinem Vater einen Schritt, der für die Firma nicht unwesentlich sein würde: Im Wintersemester 1978 nahm er an der Universität Houston in Texas ein verkürztes, ganz auf seine speziellen Bedürfnisse zugeschnittenes Optometrie-Studium auf, das er bereits im Sommer-



**Die texanische Zeit: Thomas Nosch, der von einem waschechten Texaner kaum zu unterscheiden ist, mit Tochter Susan, die in den USA geboren wurde. Oben das „College of Optometry“ in Houston.**



semester 1980 abschließen konnte. Mit seiner medizinischen Orientierung bildete es die ideale Ergänzung zu der eher technisch-handwerklich ausgerichteten Ausbildung in Deutschland.

## DER WETTBEWERB WIRD HÄRTER

Als Thomas Nosch im August 1980, mit dem Titel des „Doctor of Optometry“ im Gepäck, aus den USA zurückkam, sah sich die Firma Nosch – wie die gesamte Branche – bald nicht nur mit dem erwähnten Preisstopp für Sehhilfen konfrontiert. Sie erlebte zudem den weiteren Aufstieg der Filialisten, die ihre Umsatzanteile stetig ausbauten und Mitte der 1990er Jahre bereits ein Drittel des Gesamtumsatzes in der Augenoptik erzielten. Auch in Freiburg nahm der Wettbewerb zu. Das lag nicht nur an den Optikerketten, sondern ebenso an der weiter steigenden Zahl der Augenoptiker-geschäfte: Kämpften 1980 noch 17 Optiker im Freiburger Stadtgebiet um die Gunst der Kunden, verdoppelte sich die Zahl der Augenoptikergeschäfte innerhalb von nur 20 Jahren auf 35 im Jahr

2000. Doch nicht nur das: Auch in den umliegenden Städten und Gemeinden, in denen es bis in die 1970er Jahre hinein kaum Optik-Spezialgeschäfte gegeben hatte, eröffneten immer mehr Augenoptikerläden ihre Pforten. Da die Kundschaft tendenziell etwas bequemer wurde und auch für den Einkauf in Fachgeschäften kurze Wege bevorzugte, erwuchs daraus für das Freiburger Hauptgeschäft, dessen Einzugsgebiet traditionell bis weit in die Umgebung hineingereicht hatte, eine ernsthafte Konkurrenz.

## DIE VERDICHTUNG DES FILIALNETZES

Zu den ersten Aufgaben, die für die Firma Nosch an der Wende von den 1970er- zu den 1980er Jahren anstand, gehörte deshalb die Gründung von weiteren Filialen im Umland von Freiburg. Schon im Dezember 1977 war in Breisach nach einer Pause von über 25 Jahren wieder eine Filiale gegründet worden. In den 1980er und 1990er Jahren kamen nun weitere hinzu. 1984 wurde in Kirchzarten in den Räumen eines früheren Trachtengeschäfts eine Filiale eröffnet. 1992 öffnete die Niederlassung in Umkirch ihre Pforten, 1996 und 1998 folgten Filialen in Ihringen und Merzhausen. Ein eherner Grundsatz der Firmenleitung lautete dabei, die Betriebsführung der Filialen ausschließlich erfahrenen Augenoptikermeistern anzuvertrauen, die sich zudem in aller Regel längere Zeit im Hauptgeschäft bewährt hatten. In Kirchzarten hatte Adolf Wiestler die Leitung inne, der schon im Jahr 1950 als Lehrling bei Nosch angefangen hatte; er hatte die Gründung der Filiale sogar selbst angeregt. Dem Betrieb in Breisach stand Gernolf Leppert vor, die Leitung der Filiale in Merzhausen wurde Friederike Kroitisch übertragen. Die Filialleitung in Ihringen wurde Thomas Kühnle übertragen. Er begann bereits 1978 als Lehrling bei Nosch, machte 1986 seine Meisterprüfung und ist nun schon seit vielen Jahren ein verlässlicher und loyaler Mitarbeiter des Unternehmens. In Umkirch übernahm zunächst Thomas Nosch selbst das Zepter. Unterdessen kam es in der



**Das Geschäft in Emmendingen, hier in einer Aufnahme aus den 1980er Jahren (am Bildrand links), war die erste von insgesamt acht Filialen, die seit 1951 gegründet wurden. Die Konkurrenz befand sich zur damaligen Zeit direkt gegenüber. Unten die Inneneinrichtung der Filiale vor dem Umbau im Jahr 1988.**



ältesten Filiale von Optik Nosch in Emmendingen Ende der 1980er Jahre zu einschneidenden Veränderungen: Nachdem das Grundstück am Marktplatz Nr. 5 von Optik Nosch 1988 gekauft worden war, wurden im Folgejahr die Verkaufsräume erweitert und die Geschäftsräume komplett umgestaltet.

Gemäß der schon von Rudolf Nosch praktizierten Philosophie, bewährten Mitarbeitern ein hohes Maß an Eigenständigkeit zu gewähren, bekamen die Filialleiter einige Freiheiten, die ihre Eigenmotivation stärken sollten. So waren und sind sie im Tagesgeschäft weitgehend unabhängig. Auch durften sie etwa über die Dekoration der Schaufenster selbst entscheiden. Ebenso konnten sie bestimmen, welche Fassungen der – von der Zentrale vorgeschriebenen – Lieferanten sie in ihr Sortiment aufnahmen, was

auch den Vorteil hatte, dass das Warenangebot optimal an die örtlich etwas unterschiedlichen Geschmäcker angepasst werden konnte (das Sortiment an Gläsern, das die Filialleiter anfangs ebenfalls selbst aussuchen durften, wird inzwischen wieder von der Zentrale vorgeschrieben). Um ihre Eigenverantwortung zu unterstreichen und entsprechende Anreize zu schaffen, erhielten die Filialleiter außerdem zusätzlich zu ihrem Grundgehalt eine Beteiligung am Umsatz, sofern er eine bestimmte Marke übersprungen hatte. Alle Filialen verfügten im übrigen über eine angeschlossene Werkstatt mit den wichtigsten Instrumenten und Apparaten und boten eine breite Auswahl an Produkten an: Angefangen von der „normalen“ Brille, Sonnenbrille und Kontaktlinse über Spezialbrillen für Kinder, Schutzbrillen, Lupen und Feldstecher bis hin zu einer Vielzahl an Instrumenten – Mikroskope, Barometer, Thermometer, Hygrometer und anderem – konnte dort eine Vielzahl an Waren erstanden werden. In den ländlichen Gebieten mit viel Wein- und Obstanbau hatten die Niederlassungen sogar Zucker-Refraktometer für Winzer und Imker und Schnaps- und Weinwaagen im Angebot. In Kirchzarten wiederum gibt es seit 1993 in direkter Nachbarschaft auch ein eigenes Kontaktlinsengeschäft.

Mit der Gründung fünf weiterer Zweigstellen in den Jahren 1977 bis 1998 war nun um ganz Freiburg herum ein feiner Kordon an Nosch-Filialen gesponnen. Damit konnte nicht nur der Konkurrenz vor Ort besser begegnet werden. Auch ließ sich auf diese Weise eine größere Nähe zu den Kunden herstellen. Zudem stellten die Niederlassungen im Umland, das sich wirtschaftlich seit den 1970er Jahren besser entwickelte als die Stadt Freiburg selbst und zu einer Art Freiburger „Speckgürtel“ wurde, einen wichtigen Ausgleich zum Geschäft in der Zentrale dar. Die strukturellen Probleme Freiburgs seit dem Ende des Ersten Weltkriegs verschlimmerten sich zwar nicht. Der bisherige Nachteil, die Schwäche der Industrie, wurde in einer Zeit, da der Anteil an Dienstleistungen am Bruttosozialprodukt stetig zunahm, sogar bis zu einem gewissen Grad zum Vorteil. So blieb Freiburg im Gegensatz zu Regionen, in denen traditionelle Industrien wie die Textil- und Montanindustrie im Niedergang begriffen waren, von schlimmen

ökonomischen Krisen verschont. Zudem stieg die Zahl der Einwohner in Freiburg weiter unaufhörlich an – allein von 1989 bis 1996 wuchs die Stadt von 190.000 auf 200.000 Bewohner; heute sind es 221.000 – und nahm der Anteil der Senioren an der Bevölkerung noch einmal zu. Kurzum: Es stritten sich zwar wesentlich mehr Augenoptiker um den Kuchen, der im Brillengeschäft zu verteilen war. Aber dieser wurde auch etwas größer. Dennoch blieb Freiburg nicht zuletzt wegen des im Bundesmaßstab weiterhin vergleichsweise niedrigen Durchschnittseinkommens der Bevölkerung ein nicht ganz einfacher Markt. Kurzum: Es war auch vor diesem Hintergrund ein Vorteil, wenn die Firma im prosperierenden Umland über ein dichtes Filialnetz verfügte.

## SCHMERZHAFTE REFORMEN

Die Gründung von neuen Filialen konnte aber nicht die einzige Antwort auf die veränderten Rahmenbedingungen innerhalb der Branche seit den 1980er Jahren bleiben. Denn nicht nur der Wettbewerb unter den Augenoptikern nahm weiter zu. Auch die Leistungen der Krankenkassen im Bereich der Sehhilfen wurden immer stärker reduziert. Die diversen Gesundheitsreformen der



„Wenn andere aus der Fassung geraten“ – Karikaturen aus der Zeit der Gesundheitsreform Ende der 1980er Jahre.

1980er und 1990er Jahre trafen deshalb die Augentoptikerbranche mit einiger Wucht. 1989 wurden für Brillengläser Festbeträge bestimmt, die in den Folgejahren noch weiter sanken. Kontaktlinsen wurden nur noch nach einer medizinischen Indikation von den Krankenkassen bezuschusst. Zugleich wurde der Zuschuss für Brillenfassungen von 40 auf 20 DM begrenzt. 1997 wurde er sogar gänzlich gestrichen. Die Folge: Der Anteil des Kassengeschäftes ging immer weiter zurück. Auch die Häufigkeit des Brillenkaufs nahm im Zuge dessen ab: Legten sich die Kunden Ende der 1970er Jahre noch ungefähr alle zweieinhalb Jahre eine neue Brille zu, schafften sie sich Anfang der 2000er Jahre nur noch etwa alle fünf Jahre eine neue Sehhilfe an.

## OPTIK NOSCH BEKOMMT COMPUTER, ODER: DIE ANKUNFT DER MODERNE

Man konnte es drehen und wenden, wie man wollte: Der Kampf um Marktanteile und Umsätze wurde härter, die „goldenen Jahre“ für die Augentoptik waren ein für alle Mal passé. Umso wichtiger war es für einen Marktführer wie Optik Nosch, durch einen Kurs der konsequenten Modernisierung seine führende Position zu behaupten. Gefragt war in diesen schwieriger werdenden Zeiten nichts anderes als eine moderne, rationale Betriebsführung nach den neuesten Erkenntnissen von Theorie und Praxis. Dies war auch der Grund, warum sich Thomas Nosch, die Zeichen der Zeit erahnend, nach seiner Rückkehr aus den USA bei der Handwerkskammer Freiburg zum „Betriebswirt des Handwerks“ fortbilden ließ. Zu der konsequenten Ausrichtung der Firma an modernen betriebswirtschaftlichen Prinzipien gehörte nicht zuletzt die Einführung der elektronischen Datenverarbeitung. Sie ging im Wesentlichen auf die USA-Erfahrung von Thomas Nosch zurück, die sich hier nicht zum ersten Mal positiv auf die Firma auswirkte: Nachdem er in den Vereinigten Staaten, in der die elektronische Datenverarbeitung schon weiter fortgeschritten war, die Möglich-

keiten der EDV näher kennengelernt hatte, war er gewillt, sie auch für den eigenen Betrieb nutzbar zu machen. Mit großer Entschlossenheit und gegen nicht unerhebliche Widerstände innerhalb der Belegschaft läutete er deshalb bei Optik Nosch das Zeitalter des Computers ein. Da es zu Beginn der 1980er Jahre noch keine geeignete Software für Augenoptikerbetriebe gab, entwickelte er zusammen mit einer Freiburger Softwarefirma ein eigenes Programm, das ganz auf die Bedürfnisse des Unternehmens zugeschnitten war. Nachdem Anfang 1982 auch noch eine entsprechende Nixdorf-Computeranlage installiert worden war und sich mit Peter Andreas Schulz, der heute noch die EDV betreut, ein eigener Mitarbeiter darum kümmerte, wurden nun viele Arbeiten per Computer erledigt. So erleichterte das Programm die Pflege der Kundenstammdaten wesentlich und ermöglichte deren Auswertung nach bestimmten Kriterien. Auch das Verwalten der Aufträge und Ausrechnen der Rezepte erfolgte nun elektronisch. Das Softwareprogramm sorgte auch innerhalb der Branche für einige Furore: Mehrfach erhielt der Betrieb in den 1980er Jahren Besuche von Optikern aus Österreich, der Schweiz und dem gesamten Bundesgebiet, die bei Optik Nosch die Wunder der modernen Datentechnik bestaunten.



**Thomas Nosch im Jahr 1987 im Alter von 35 Jahren. Durch die Einführung der elektronischen Datenverarbeitung, eines Marketingkonzepts und den Umbau des Hauptgeschäfts sorgte er in den 1980er Jahren für eine Modernisierung des Unternehmens.**

Ein weiterer wichtiger Baustein bei der konsequenten Modernisierung des Betriebs war 1997 die Etablierung eines systematischen Qualitätsmanagements mit Zertifizierung nach DIN ISO 9001. Es sollte die weiterhin hohe Qualität der Sehhilfen von Nosch sicherstellen, stand aber auch in unmittelbarem Zusammenhang mit der Gründung immer weiterer Filialen: Durch die Definition genauer Betriebsabläufe beim Brillen- und Kontaktlinsenverkauf und die Festlegung klarer Prozesse zur Vermeidung von Fehlern sollte ein einheitliches oder zumindest ähnliches Leistungsniveau in allen Betriebsstätten gewährleistet werden. Für die Umsetzung und Überwachung des Qualitätsmanagements sorgt seitdem eine eigens etablierte Qualitätsbeauftragte, die der Geschäftsleitung in regelmäßigen Abständen über die Einhaltung der festgelegten Regeln berichtet. Einmal im Jahr kommt außerdem ein externer, offiziell akkreditierter Gutachter, der den Filialleitern mit seinen genauen Fragen zu Betriebsabläufen oder zur Fehlerkontrolle und -dokumentation auf den Zahn fühlt und sie nicht selten erheblich ins Schwitzen bringt; fällt die Befragung und Kontrolle zu seiner Zufriedenheit aus, erhält der Betrieb das begehrte DIN-ISO-Zertifikat. Allein durch diese präventive Funktion hat das Qualitätsmanagement bislang die Erwartungen erfüllt.

## GEZIELTES MARKETING UND EINE GRUNDSÄTZLICHE ENTSCHEIDUNG

Mindestens ebenso wichtig wie die Einführung der EDV und des Qualitätsmanagements war es indes, dass die Firma das Marketing und die Werbung seit den 1980er Jahren wesentlich verstärkte. Zwar hatte Optik Nosch schon früher in Zeitungen, Zügen, Kinos und anderswo geworben (siehe Kapitel 3). Aber die Gesundheitsreformen und der verstärkte Wettbewerb unter den Augenoptikern machten es nun fast zu einer unabdingbaren Notwendigkeit, systematisch den Absatz zu fördern und noch aktiver auf die Kunden zuzugehen als zuvor. Verbunden war dies mit einer



Der regelmäßige Umbau des Hauptgeschäfts und der Filialen gehört bei Optik Nosch zum unverzichtbaren Muss. Der Laden in der Bertoldstraße vor (links oben) und nach (links Mitte) dem Teilumbau im Jahr 1973/74. Rechts zu erkennen die neu gebaute Treppe. Gleichzeitig ist die Kassentheke von hinten an die linke Seite gerückt. Oben rechts der Verkaufsraum im Erdgeschoss nach dem Teilumbau 1973/74. Unten links: Verkaufsraum im ersten Stock nach dem Umbau des Jahres 1983.

grundsätzlichen Entscheidung über die Geschäftsstrategie: Für welche Kunden wollte man werben? Und: Wie wollte man sich in einem enger werdenden Markt von den anderen Geschäften abheben? Den konkreten Anlass, sich über die grundsätzliche Ausrichtung der Unternehmensstrategie und -philosophie zu verständigen, gab der Umbau des Hauptgeschäftes im Jahr 1983. Thomas Nosch über die Diskussionen, die in diesem Zusammenhang geführt wurden:

*„Als wir hier in der Bertoldstraße umgebaut haben, haben wir uns überlegt: Wohin will sich die Firma Nosch orientieren? Orientieren wir uns an den damals langsam aufkommenden Billiganbietern, Ketten? Oder orientieren wir uns nach oben und halten die Qualität, die Beratung und die Qualifikation unserer Mitarbeiter hoch? Das war eine ganz grundlegende Diskussion, die wir seinerzeit geführt haben. Und wir haben dann Mitte der 1980er Jahre, das weiß ich noch gut, definiert und klar festgelegt, dass der Weg beschritten wird, wie er auch heute noch begangen wird. Nämlich, dass wir uns durchaus abheben wollen von den Billiganbietern. Wir wollen es ihnen nicht gleichtun. Wir steigen nicht auf die Billigangebote ein. Wir geben zu, dass wir höhere Preise haben. Aber wir haben auch höhere Qualität und halten gut geschultes Personal in großer Anzahl vor, um viel Zeit für jeden Kunden zu haben.“*

Damit war die Grundsatzentscheidung gefallen: Zusammen mit seinem Vater und Manfred Albrecht, der 1970 Prokura erhalten hatte, entschied sich Thomas Nosch, die traditionellen Stärken von Optik Nosch beizubehalten. Neben der hohen Qualität und der guten Ausbildung des Personals waren dies eindeutig der umfangreiche Service und die konsequente Kundenorientierung der Firma, die Rudolf Nosch schon nach dem Zweiten Weltkrieg zum Markenzeichen von Optik Nosch gemacht hatte. Im Verein mit diversen Werbeagenturen – die Zusammenarbeit mit ihnen gehört seit den frühen 1980er Jahren zum täglichen Geschäft von Optik Nosch – entwarf man nun gezielte Marketingpläne, mit denen die Stärken der „Marke“ Nosch kommuniziert und die Kunden zum Brillenkauf in das Hauptgeschäft und die Filialen gelockt werden sollten. So galt es zum einen, das Image von Optik Nosch als hochwertiger Anbieter „mit dem gewissen Etwas“ im öffentlichen

Bewusstsein noch stärker zu verankern. Exemplarisch hierfür steht eine Anzeigenserie, die Optik Nosch Anfang des vergangenen Jahrzehnts in den örtlichen Zeitungen lancierte. Dort warb die Firma mit den großen handwerklichen Fähigkeiten seiner Meister, seiner Kundenfreundlichkeit und seinen besonderen Serviceleistungen. Zum anderen wurden Werbung und absatzfördernde Aktivitäten maßgeblich verstärkt.

Dabei umfassten die Werbe- und Verkaufsförderungsmaßnahmen nunmehr ein zunehmend breites Spektrum an Tätigkeiten, die jetzt zu der klassischen Werbeanzeige in den Zeitungen, Telefonbüchern, Gelben Seiten etc. hinzutraten. So ging Optik Nosch dazu über, gelegentlich auch mit Preisrabatten zu werben. Für erhebliches Aufsehen sorgte die Firma zum Beispiel mit der sogenannten „Sparschwein-Aktion“ im Jahr 1989, bei der mit Preisnachlässen von bis zu 30 Prozent auf bestimmte Markenfassungen geworben wurde. Ebenso populär war die Aktion „Den Preis bestimmen Sie!“ im Mai 2003. Dort konnten die Kunden nach Vorlage ihrer Versicherungskarte bzw. des Augenarztrezepts selbst festlegen, welche Zuzahlung sie für eine Brille mit einem bestimmten Glastyp leisten wollten. Allerdings setzte Optik Nosch das Instrument der Preisnachlässe sehr dosiert ein, wollte man sich doch gerade nicht als Billiganbieter profilieren. Zudem waren etwaigen Sonderpreisaktionen bis zur Novellierung des lange Zeit äußerst strengen deutschen Wettbewerbsgesetzes im Juli 2004 enge juristische Grenzen gesetzt; Rabattaktionen wurden von der Konkurrenz stets mit Argusaugen verfolgt, sodass Optik Nosch manchmal auch abgemahnt wurde.

Hingegen wurde und wird die Methode des „Direct Mailing“, i. e. das direkte Anschreiben an den Kunden, seit Mitte der 1980er Jahre im breiten Stil und mit großem Erfolg eingesetzt. Schon seit Jahrzehnten hatte die Firma ihren Kunden zum Geburtstag mit einem persönlichen Schreiben gratuliert und zum Beispiel ein Brillenputztuch mit dem Firmenlogo als Präsent beigelegt, was von den Kunden sehr positiv aufgenommen worden war. Während dieser Brauch lange Zeit beibehalten wurde, bis er aus verschiedenen Gründen schlicht nicht mehr bezahlbar war, begann

Seit ich eine  
Nosch-Gletscherbrille  
trage, sind meine Kumpels  
hier oben  
blass vor Neid.

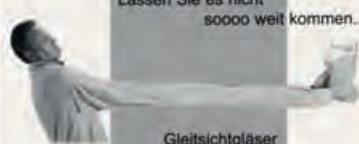


Denn Sie haben  
nur zwei Augen.

**optik nosch**

Mitten im Zentrum von Freiburg – Emmendingen – Breisach – Kirchzarten.

Lassen Sie es nicht  
sooooo weit kommen...



Gleitsichtgläser  
bis 800 €

Für Übergangler  
hier: Lücke in, nach und Fern...

Preis für Gleitsichtgläser inkl. 100% Garantie	inkl. 187,-
inkl. 100% Garantie	inkl. 43,-
<b>inkl. 100% Garantie</b>	<b>inkl. 94,-</b>

**optik nosch**

Unsere Aktion im Wonnemonat Mai!



Das gab's noch nie:  
Den Preis bestimmen Sie!

Wir vertrauen in Ihre  
Wertschätzung unserer Leistung!

Wählen Sie aus unserer Musterkollektion und profitieren Sie von  
Tauschmöglichkeiten von Kontaktlinsen für  
Ihre Gleitsichtgläser. Einmalig 100% Garantie  
auf die Qualität unserer Kontaktlinsen.  
Spenden unsere Kontakte für Ihre Augen.  
Guten Tag!

**optik nosch**  
Präzision vor Augen



In Zeiten verschärfter Konkurrenz unter den Augenoptikern wurde sie immer wichtiger: Beispiele für die Werbung von Nosch in den letzten drei Jahrzehnten.

*Ausgezeichnet  
als freundlichstes  
Fachgeschäft.*

*Zeit für Sie.*



Optik Nosch seit 1861.

**optik nosch**  
Perfektion vor Augen

*Echte Handarbeit.*

*Zeit für Sie.*

Ihre Nosch-Brille ist echte Handarbeit. In unserer gläsernen Produktion nehmen wir uns viel Zeit für Ihre Brille und viel **Zeit für Sie!**

Optik Nosch seit 1861.

**optik nosch**  
Perfektion vor Augen

[www.optik-nosch.de](http://www.optik-nosch.de)

**8 x in Ihrer Nähe:**  
Freiburg • Emmendingen • Breisach  
Kirchzarten • Limmich • Illingen  
Merzhausen • Denzlingen

Optik Nosch Mitte der 1980er Jahre nun auch damit, regelmäßige Werbeanschreiben an die Kunden zu verschicken. Dabei wurden mal sämtliche registrierten Kunden von Nosch angeschrieben, mal nur bestimmte Zielgruppen wie etwa Personen, deren Brillenkauf schon eine Weile zurücklag, oder Frauen in einem bestimmten Alter, denen man ein maßgeschneidertes Angebot präsentierte. Möglich wurden diese gezielten Anschreiben erst durch die Einführung der EDV: Gewissermaßen auf Knopfdruck konnten jetzt bestimmte Zielgruppen ermittelt werden, die den gewünschten Kriterien entsprachen. Auch war es jetzt möglich, die Wirksamkeit von Werbeaktionen zu überprüfen. So konnte die Geschäftsleitung mit Hilfe der EDV feststellen, wie viele Kunden aufgrund der Aktion ins Geschäft gekommen waren und wie viel Umsatz sie dabei getätigt hatten.

## EIN NEUER UNTERNEHMENSLOGAN

Zum Marketingmix, der in den 1980er Jahren entwickelt wurde, zählte außerdem die Erfindung eines griffigen Firmenslogans. Ein Logo hatte die Firma schon seit den 1930er Jahren, als man mit „Max Nosch“ und zwei stilisierten Pupillen in der Brillenfassung geworben hatte. Mitte der 1960er Jahre wurde es durch das Logo „Nosch-Brillen“ abgelöst. Seit ca. 1990 wirbt die Firma mit dem Logo „Optik Nosch“, das seitdem noch zwei Mal leicht modifiziert wurde. Was aber zum Logo noch fehlte, war ein markanter Slogan, der in den Köpfen der Kundschaft hängen blieb. Längere Zeit zerbrachen sich Werbeagenturen, Firmenleitung und Belegschaft, die ebenfalls um Vorschläge für einen eingängigen Slogan gebeten wurde, darüber den Kopf. Am Ende einigte man sich auf den Spruch „Denn Sie haben nur zwei Augen“. Damit war aber das Ei des Kolumbus noch nicht gefunden. Dies geschah erst im Jahr 2000, als eine Werbeagentur den Slogan „Perfektion vor Augen“ erfand. Der geradezu geniale Slogan, der mit zwei unterschiedlichen Bedeutungsebenen spielt – dem Anspruch von