

# » BE ICONIC - BE CAZAL «



ALS DIE MARKE CAZAL MITTE DER 70ER JAHRE GEGRÜNDET WURDE, WAR DIE AUGENOPTIK NOCH FEST IN DER HAND UNFÖRMIGER „KASSENBRILLEN“. IM JAHR 2020, ACHT JAHRE NACH DEM ÜBERRASCHENDEN TOD IHRES NAMENSGEBERS CARI ZALLONI, STEHT SIE MEHR ALS JE ZUVOR FÜR NONKONFORMISMUS UND EINZIGARTIGKEIT. EYECOM SPRACH MIT KATHARINA SCHLAGER, DIE SEIT JAHRESBEGINN ALS GESCHÄFTSFÜHRERIN UND DESIGNVERANTWORTLICHE FÜR DIE MARKE TÄTIG IST.

**EYECOM:** Frau Schlager, seit dem 1. Januar 2020 sind Sie als Geschäftsführerin für die wirtschaftliche und als Designverantwortliche für die formale Zukunft der Marke Cazal zuständig. Kann man diese Doppelaufgabe gut handeln?

**KATHARINA SCHLAGER:** Ich mag Herausforderungen, das war schon immer so. Und ich habe großen Respekt vor den Arbeiten von Cari Zalloni. Cazal ist eine Marke mit Geschichte, das gilt es nun, mit viel Fingerspitzengefühl weiterzuführen. Dafür habe ich ein großartiges Team an meiner Seite und freue mich sehr auf die nächste Zeit!

**EYECOM:** Die Marke Cazal ist ungefähr so alt wie Sie. Was ist Ihre früheste Erinnerung an Cari Zalloni, den „spiritus rector“ der Marke? Immerhin waren Sie in Ihrer Heimat in der Steiermark ja fast Nachbarn.

**KATHARINA SCHLAGER:** Tatsächlich haben wir uns vor Jahren einmal getroffen. Er lebte ja ganz in der Nähe, wo ich geboren bin. Als wir uns dort zufällig begegnet sind, war ich gerade am Anfang mit Andy Wolf. Cari lobte mich für meinen Mut und meine Entschlossenheit. Das aus seinem Mund zu hören hat mir viel bedeutet.

**EYECOM:** Cazal unterliegt ja nicht dem gängigen Modediktat und den dort üblichen kurzen Modellzyklen. Welche Auswirkungen hat die Corona-Krise auf die Modell- und die Firmenpolitik von Cazal? Und wie haben Sie alle die vergangenen Wochen und Monate überstanden?

**KATHARINA SCHLAGER:** Wir haben in dieser Zeit viel gelernt. Der Lock Down hat dazu geführt, inne zu halten, den Blickwinkel zu ändern und sich auf das Wesentliche zu konzentrieren. Als Team sind wir zusammen gewachsen. Und auch wir werden unsere Zyklen ändern. Statt vier Kollektionen wird es in Zukunft drei geben; Modelle werden länger in der Kollektion bleiben.

**EYECOM:** Corona hatte in den vergangenen Monaten ja massiven Einfluss auf internationale Lieferketten, auch wenn Cazal davon nicht wirklich betroffen ist. Mit welchen corona-bedingten Veränderungen des Brillenmarktes rechnen Sie in den nächsten Jahren? Wird es einen bewussteren, nachhaltigeren Konsum geben?

**KATHARINA SCHLAGER:** Es wird mit Sicherheit ein Umdenken geben. Es gibt ein neues Bewusstsein für wertige Produkte; der Massenkonsum wird zurückgehen und das Konsumverhalten wird nachhaltiger. Ich sehe es als Chance für Cazal, da unser Produkt für Generationen gemacht ist, zeitlos und besonders.

## ZUR PERSON:

**Katharina Schlager (44) ist seit Januar 2020 Geschäftsführerin und Creative Director der Kultmarke Cazal. Zuvor war sie 12 Jahre lang das weibliche Gesicht des österreichischen Labels Andy Wolf Eyewear.**



Katharina Schlager

**EYECOM:** In den vergangenen Jahren hat Cazal mit den neu aufgelegten „Cazal Legends“ auf früheren Jahrzehnten eine Menge Aufmerksamkeit bekommen. Wie wird es da weitergehen?

**KATHARINA SCHLAGER:** Die Legends stehen für sich. Es sind Unikate, die schon gebaut sind oder Zeichnungen, die genauso umgesetzt werden. Davon gibt es noch hunderte. Ich habe staunend schon Stunden im Archiv verbracht, da gibt es wahrlich noch viele unveröffentlichte Schätze. Wir haben in Zukunft vor, ein bis zweimal im Jahr eines dieser Modelle limitiert für unsere Sammler aufzulegen.

**EYECOM:** Von Wilhelm Busch gibt es das Sprichwort: „Wer nur in den Fußstapfen eines anderen geht, hinterlässt keine eigenen Spuren.“ Gibt es Dinge, die man bei der Marke Cazal auf jeden Fall ändern muss oder auf keinen Fall ändern darf – und welche sind das?

**KATHARINA SCHLAGER:** Cari hat immer gesagt: „Man soll eine Cazal von der anderen Straßenseite her erkennen.“ Das ist ihm gelungen. Mir ist wichtig, die Historie der Marke weiterzutragen. Es geht immer mehr um ein Hinzufügen als um ein Weglassen. Natürlich möchte ich auch meine Handschrift mit einbringen. „Be Iconic – be Cazal“ – das fällt mir dazu ein. So wird auch die Zukunft von Cazal aussehen. ■

[kat@cazal-eyewear.com](mailto:kat@cazal-eyewear.com)