

VIEW ON DESIGN

VUE SUR LE *DESIGN*

By/Par Jean-François Venne

# KATHARINA SCHLAGER

TAKES THE HELM AT  
PREND LA DIRECTION DE

**CAZAL**  
EYEWEAR

*Katharina Schlager is CEO and creative director for Cazal Eyewear. Until recently, she held the same positions at Andy Wolf, which she co-founded. She wants to bring Cazal back to the level of fame it has known in its heyday of the 1980s.*

*Katharina Schlager a récemment été nommée PDG et directrice de la création de Cazal Eyewear. Elle occupait auparavant ces mêmes fonctions chez Andy Wolf, dont elle était l'une des cofondatrices. Elle souhaite faire de Cazal une marque aussi célèbre qu'à sa glorieuse époque des années 1980.*

### **Optik: Why did you accept this new position at Cazal?**

**Katharina Schlager:** Actually, it's a funny thing. I was born the same year Cazal was founded. Cari Zalloni, the designer who started the brand, lived about one kilometre from my hometown. I met him at different venues. He even came to me when we launched Andy Wolf to encourage me. That made me very proud. I always had a strong relationship with the brand, because I believe it is one of the rare brands that is really iconic. It's even exhibited at the design museum Die Neue Sammlung in Munich, and will also be shown later this year at MOMA in New York. Their eyewear is art. That brand is like my second love after Andy Wolf, and it's a deep one. I feel it's the right place to be.

### **Optik: How do you view this new challenge?**

**K.S.:** Cazal is a strong brand, with a very deep heritage. So, it's a great opportunity for me. I also think that Cazal has been a bit of a sleeping beauty for the past 15 years and I want to wake it up. I want to bring it back to its previous level of fame, where it belongs. I know it's a big challenge. Of course, it's about marketing and sales, but more than that it's about communicating my own love and passion for the brand. I think that's also what made the success of Andy Wolf. People could feel the love I had for the brand.

### **Optik: As a designer, when you go from one brand to another, do you have to change your own style?**

**K.S.:** Yes, you do. But I am always changing my style, both personally and in my creations. It's very important that you don't stay in the same spot and that you always move forward. It is a different brand from Andy Wolf, but I do believe I can handle that transition. At Cazal, I will have the occasion to send the styles in new directions, while preserving the heritage and the spirit of the brand. Cazal is different. You can spot a Cazal frame from the other side of the street. That will not change.

As a designer, Cari Zalloni didn't try to be liked by people at all costs. Design came first. We have that in common.



### **Optik: Pourquoi avez-vous accepté de vous joindre à Cazal?**

**Katharina Schlager:** Je connais cette marque depuis longtemps. Je suis née l'année où Cazal a été fondée. Carl Zalloni, le *designer* qui l'a lancée, vivait à peine à un kilomètre de ma ville natale. J'ai eu plusieurs occasions de le rencontrer. Il est d'ailleurs venu me voir quand nous avons lancé Andy Wolf, pour m'encourager. Ça m'a rendue très fière. J'ai toujours eu une relation assez forte avec Cazal, parce que je crois que c'est une des rares marques véritablement iconiques. On la retrouve même exposée au musée de *design* Die Neue Sammlung, à Munich et elle sera aussi exposée cette année au MOMA, à New York. Leurs montures, c'est de l'art. Cette marque est mon deuxième grand amour après Andy Wolf et il est profond. Je sens que je suis au bon endroit.

### **Optik: Comment voyez-vous ce nouveau défi ?**

**K. S.:** Cazal est une marque forte, avec un héritage de grande valeur. Alors, il s'agit d'une belle opportunité pour moi. Je crois aussi que Cazal a été un peu une beauté endormie depuis 15 ans et j'entends la réveiller. Je veux la ramener au sommet de célébrité qu'elle a connu auparavant. Elle le mérite. Je sais que ce sera un grand défi. Bien sûr, le marketing et les ventes seront importants. Mais je crois qu'au-delà de cela, il s'agit d'arriver à communiquer l'amour et la passion que je ressens pour la marque. C'est ce qui a fait le succès d'Andy Wolf. Les gens pouvaient sentir mon amour pour cette collection.

### **Optik: En tant que *designer*, devez-vous changer votre style lorsque vous passez d'une marque à une autre ?**

**K. S.:** Oui, bien sûr. Mais mon style évolue sans cesse, à la fois personnellement et professionnellement. C'est très important de ne pas faire du sur place et de continuer de progresser. Cazal est une marque différente d'Andy Wolf, mais je me crois en mesure d'assumer cette transition. Chez Cazal, j'aurai l'occasion de faire prendre de nouvelles directions au *design*, tout en préservant l'héritage et l'esprit de la maison. Cazal est différent des autres marques. Vous pouvez remarquer une monture Cazal de l'autre côté de la rue. Cela ne changera pas.

En tant que *designer*, Cari Zalloni n'essayait pas de faire juste ce qui plaisait aux gens. Il plaçait le *design* en premier. Nous avons cela en commun.

*So, I think you should expect to see more colours in future collections. The shapes will be modern, architectural and audacious.*

*Préparez-vous à voir la palette de couleurs s'élargir dans les prochaines collections ! Les formes seront modernes, architecturales et audacieuses.*

**Optik: Tell us about Cazal's style and how it might evolve under your direction.**

**K.S.:** At the moment, Cazal is known for its combinations of black and gold or crystal and gold. Which is amazing. Yet Cari Zalloni wasn't afraid of using colours, and neither am I. So, I think you should expect to see more colours in future collections. The shapes will be modern, architectural and audacious.

As for the collections, right now there are three: optical, Legends and sun. I think there is a missing link to bind these three collections. I want to link them all by adding a fourth one. The new designs will be launched in 2021, but there will be a few teasers at SILMO Paris in 2020.

**Optik: As a CEO what are your business goals for Cazal?**

**K.S.:** My main goal is to make Cazal as successful as it was in the 1980s. That would mean selling about 500,000 frames a year. That's a lot of frames for an independent brand. It's a big challenge. You need to find the right strategies, the right designs, the right stores and the right people. But it's also a very exciting project. ■



**Optik: Comment le style de Cazal évoluera-t-il sous votre gouverne ?**

**K. S. :** En ce moment, Cazal est connu pour ses combinaisons de noir et d'or ou de cristaux et d'or. C'est très bien, mais Cari Zalloni ne craignait pas d'utiliser des couleurs et moi non plus. Préparez-vous à voir la palette de couleurs s'élargir dans les prochaines collections ! Les formes seront modernes, architecturales et audacieuses.

Présentement, il y a trois collections : ophtalmique, solaire et Legends. Je crois qu'il manque un lien pour unifier le tout. Je compte donc ajouter une quatrième collection. Les nouvelles montures seront lancées en 2021, mais un avant-goût sera offert lors du SILMO Paris 2020.

**Optik: En tant que PDG, quels sont vos objectifs d'affaires pour Cazal ?**

**K. S. :** Mon principal objectif est vraiment de rendre Cazal aussi populaire que dans les années 1980. Cela signifierait vendre environ 500 000 montures par année. C'est une cible ambitieuse pour une marque indépendante. Il faut trouver les bonnes stratégies, les bons designs, les bons magasins et les bonnes personnes pour y arriver. Mais c'est aussi un projet très excitant. ■

