



PRESSEINFOMATION (Q1/2021)

Qualität, Tradition, Mut & Innovation in der 4. Generation:

Familienunternehmen MENRAD feiert sein 125. Jubiläum

1896 hat Ferdinand Menrad sein Unternehmen zur Brillenproduktion mit einem klaren Grundsatz gegründet: „Ich glaube fest an die Macht der Gründlichkeit. Qualität wird sich immer durchsetzen.“ Täglich prüft er die gefertigten Brillen von Hand, um sich durch die besten Produkte und hochwertige Produktion zu etablieren. Damit legt er den Grundstein für eine andauernde Unternehmenshistorie: 2021 feiert Menrad, in vierter Generation im Familienbesitz, 125-jähriges Bestehen.

In diesen 125 Jahren hat sich der Markt grundlegend verändert. Die Brille ist inzwischen nicht mehr nur ein Medizinprodukt, sondern gilt als modisches Accessoire und Ausdruck des persönlichen Stils. Menrad ist stets mit der Zeit gegangen und hat die Branchendiskussionen über Mode, Design und Markenbotschaften mitgeprägt. Auch die Werte haben sich weiterentwickelt: „Für unseren Ur-Großvater bezog sich Qualität überwiegend auf die Produktion und die Produkte selbst. Heute und zukünftig ist unser Verständnis des Begriffs Qualität umfassender: die Produktqualität ist zwar die Voraussetzung für Wettbewerbsfähigkeit, darüber hinaus streben wir aber auch nach Exzellenz im Vertrieb, Marketing, CRM, IT und im After-Sale-Service“, fassen die geschäftsführenden Brüder Hermann und Eberhard Müller-Menrad zusammen.

Ein Rückblick auf die Historie zeigt, wie die Unternehmensphilosophie gewachsen ist und welche **Werte** auch heute das Handeln prägen. Bis 1929 dominiert ein unmissverständlicher **Qualitätsanspruch** die Produktion. Für den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens sind darüber hinaus weitere Faktoren ausschlaggebend: eine entscheidende Rolle spielen moderne Produktionsmethoden. So zeigt Ferdinand Menrad Junior Mut zur **Internationalisierung** und geht nach Abschluss seines VWL Studiums in Frankfurt einen höchst ungewöhnlichen Schritt: er entscheidet sich, mit dem Schiff in die USA zu reisen, um bei American Optical in Massachusetts in zwei Jahren die Prinzipien der Serienproduktion zu erlernen. Mit 27 Jahren übernimmt er anschließend den mittlerweile 110 Mitarbeiter starken Betrieb und verfolgt ungewöhnlich früh weitere internationale Ambitionen. So verkauft Menrad bereits in den 40er und 50er Jahren bis nach Südostasien.

Die dritte Familiengeneration konzentriert sich in einer Phase kräftigen Wachstums ab 1970 auch auf die **Internationalisierung der Produktion**. Fabriken in Irland, Malta und in der Schweiz werden gegründet, die Menrad Kundenreisen zu diesen Produktionsstätten finden statt. Mit der Gewinnung des ersten Lizenzpartners JAGUAR im Jahr 1983 begleitet Menrad den Wandel der Brille zum Accessoire frühzeitig.

Heute bauen die Brüder Hermann und Eberhard Müller-Menrad auf das hohe Qualitätsniveau, den internationalen Vertrieb und die internationalen Produktionsstätten auf. 1997 eröffnet Menrad eine eigene Produktionsstätte in China. Für einen dt. Mittelständler ein damals absolut ungewöhnlicher Schritt. Seit 2006 fertigt Menrad ausschließlich im **eigenen Werk in China**. Außerdem werden weitere Menrad-eigene Vertriebsgesellschaften, unter anderem in Brasilien, Polen und der Türkei, gegründet. Insgesamt wächst die Zahl der ausländischen Tochtergesellschaften damit auf 11.

Das vergangene Jahrzehnt war geprägt von immer individuelleren Zielgruppen mit immer speziellen Wünschen und höheren Ansprüchen. Dieser Entwicklung begegnet Menrad mit der Joint-Venture-Gründung **Mondottica Deutschland** und einer gezielten Ansprache von jungen, urbanen und auch weiblichen Zielgruppen. Das Marken- und Produktportfolio wurde um Brands wie Pepe Jeans, Benetton, Hackett oder Ted Baker erweitert. 2018 erfolgt ein weiterer Meilenstein, als sich Menrad an der Muttergesellschaft **Mondottica International Ltd.** in Hong Kong beteiligt.

Das stetige Bemühen, Tradition und Qualitätsanspruch mit Innovation, Serviceorientierung und Fortschrittlichkeit zu verbinden, verhilft Menrad zu einem hervorragenden Ruf und einem treuen Kundenstamm. So erhielt das Familienunternehmen in der Vergangenheit unter anderem die Auszeichnung zum begehrtesten Arbeitgeber der Branche und wurde von FOCUS Money zum Unternehmen mit der besten Reputation und höchster Wertschätzung in der Kategorie Brillen- und Hörgeräte ernannt. Für das 125. Jubiläumsjahr hat Menrad ein spezielles Branding und hochwertige Give-aways kreiert, limitierte Jubiläumspakete für ausgewählte Optiker vorbereitet und wird ein exklusives Online Kunden-Event veranstalten. Über die Menrad Social-Media-Kanäle und eine eigens entwickelte Jubiläumssedition des Menrad Magazins werden spannende Einblicke in die Historie gegeben und prägende Milestones und Anekdoten der 4 Familiengenerationen geteilt. Am Unternehmenssitz in Schwäbisch Gmünd können die Mitarbeiter sowie enge Geschäftspartner die komplette Unternehmensgeschichte in einer interessant gestalteten Galerie erleben. Ebenso wird 2021 anlässlich des Jubiläums ein Relaunch der Menrad Website sowie die neue B2B E-Commerce Plattform an den Start gehen.

Hintergrundinformation

MENRAD the vision wurde im Jahr 1896 gegründet und ist in vierter Generation in Familienbesitz. Mit Firmensitz in Deutschland und unter der Leitung der Brüder Hermann und Eberhard Müller-Menrad hat das Unternehmen heute weltweit mehr als 800 Mitarbeiter in 10 Ländern und verkauft in über 100 Ländern. Damit ist es eines der führenden Unternehmen der Brillenindustrie. Seit 20 Jahren betreibt MENRAD eine eigene Fassungsproduktion in Jieyang, China. Mit den Hausmarken MENRAD und Blueberry sowie den Lizenzmarken Davidoff, Jaguar, Joop! und Morgan de toi verkauft Menrad auf allen Kontinenten im gehobenen Marktsegment aus dem weltweit bekannten Markenportfolio.

<https://www.menrad.de/>

Ferdinand Menrad GmbH + Co. Design und Werbung KG

Marketing & PR · Carolin Christin Fraydl · Hofmannstraße 27 · D-81379 München · Tel: +49 (0) 89 710 91-850 · cfraydl@menrad.de · menrad.de