

*Firmengeschichte*

# 50 Jahre Lust am Puls.

1961 fliegt mit Juri Gagarin der erste Mensch in den Weltraum, John F. Kennedy wird US-Präsident, Max Frisch schreibt Andorra, im Hause Clooney kommt Klein George zur Welt und in Aarau eröffnet Max Urech sein Fachgeschäft für Augentoptik.

50 Jahre ist das her. Im Verlauf von fünf Jahrzehnten wachsen so manche Firmen zu Grossunternehmen heran, gehen an die Börse oder Pleite. Sie werden aufgekauft, aufgesplittet und umbenannt. Chefs und Angestellte wechseln und mit ihnen das Know-how und die Ansprechpartner.

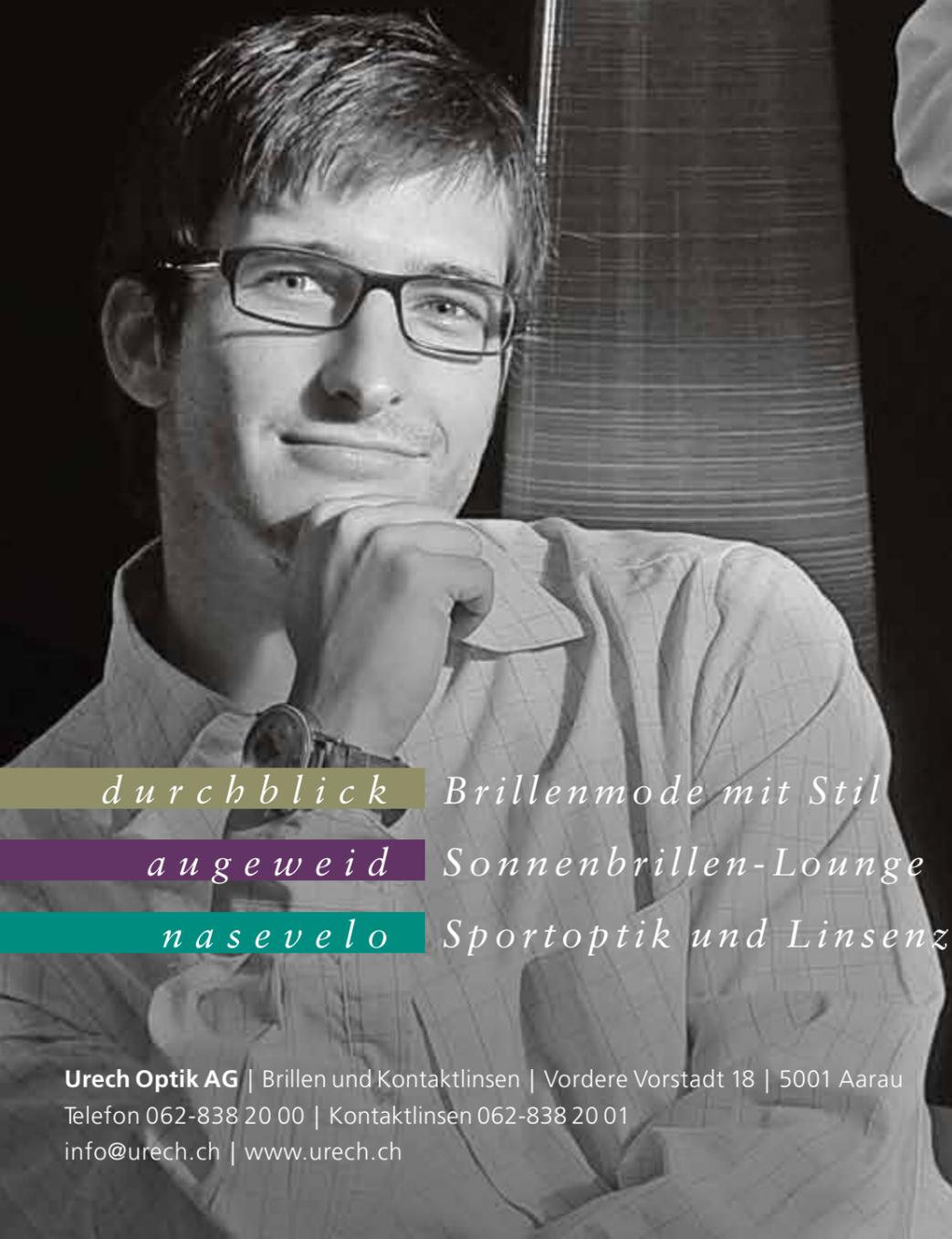
Nicht so Urech Optik. Wir wollten nicht immer grösser werden, sondern immer besser. Wir wollten nicht wechseln, sondern wachsen – in unserem Fachwissen, unseren Dienstleistungen, unseren Kundenbeziehungen und in unserer Unternehmenskultur. 1987 bis 1994 leiteten Dieter und sein Vater Max das Geschäft Seite an Seite. Eine fruchtbare Zeit, in der alte und neue Visionen zusammenfanden und die Basis für die Zukunft legten. Aus dem kleinen Betrieb von Max Urech wurde ein topmodernes Augentoptik-Fachgeschäft.

Doch auch in fünfzig Jahren ändern sich manche Dinge nie: die Leidenschaft für den scharfen Blick, die Neugierde für technologische Innovationen und den wachen Spürsinn, stets am Puls der Kundinnen und Kunden zu bleiben.



# auge**blick**

*kundenzeitung von urech optik*



*durchblick* Brillenmode mit Stil

*augeweid* Sonnenbrillen-Lounge

*nasevelo* Sportoptik und Linsenzentrum

urech  
**optik**  
*sehkultur in aarau*

Willkommen!

## Ihr Geschenk an uns.

Liebe Kundin, lieber Kunde

Vor ein paar Wochen suchte ich mir im Internet Lektüre über Familienunternehmen. Die Fragmente und Kernaussagen, die ich fand, decken sich mit meinen Erfahrungen:

Unternehmerfamilien orientieren sich ausgeprägter an sozialen Werten und Idealen. Familienmitglieder ziehen am gleichen Strick und sind fähig, einander zu ergänzen und füreinander einzuspringen – im Geschäft wie auch zuhause, wo zum Beispiel meine Mutter, Maja, meinem Vater, Max, immer den

Rücken frei hielt. Sie tragen eine höhere persönliche Verantwortung, weshalb sich die Mitarbeitenden an ihnen besser orientieren können als an einem Management, von dem sie nicht wissen, wie lange es noch da ist.

Eigentümerfamilien denken nicht in Jahren und Quartalen, sondern in Jahrzehnten und Generationen. Deshalb wirtschaften sie nachhaltiger. Kundenbeziehungen werden enger, und die Kunden sind nicht «Märkte», die es zu analysieren gilt, sondern es sind konkrete Menschen, denen man sich verpflichtet und sogar verbunden fühlt und bei denen man mit dem eigenen Familiennamen bürgt.

Da kann ich nur beifügen: So ist es. Jedenfalls bei Urech Optik. Seit 50 Jahren schon. Darum sage ich Ihnen, liebe Kundinnen und Kunden, herzlich Danke, dass Sie uns bei jedem Besuch in unserem Fachgeschäft etwas Wertvolles mitbringen, nämlich Ihr Vertrauen, damit wir Ihnen etwas Wertvolles zurückgeben dürfen, nämlich unsere Fachkompetenz.

Herzlich, Ihr Dieter Urech



Max und Dieter Urech



Susanne Urech (Schaufensterdeko und Coaching), Dave Urech (Augenoptiker), Mary Urech (Augenoptikerin, arbeitet zur Zeit nicht bei Urech Optik), Beatrice Staffelfach-Urech (Augenoptikerin), Dieter Urech (dipl. Augenoptiker und Geschäftsleitung) und Stefanie Urech (Administration und Backoffice).

### Corporate Design

## Die Entwicklung unserer Marke.

1989–1990      1991–1992      1993–1996      1997–2000      2001–2002      seit 2003



## Unternehmensgeschichte

## 50 Jahre ganz persönlich.

**Urech Optik ist seit 50 Jahren jung und lebhaft – dank den Kundinnen und Kunden. Ein feiner kleiner Blick zurück.**

*Dieter Urech, wie viele Urechs arbeiten aktuell bei Urech Optik?*

Meine Schwester Beatrice, meine Frau Susanne und unsere Kinder David und Stefanie.

*Welche Nachteile bringt eine solche Verquickung mit sich?*

Beispielsweise dass die andern am Esstisch monieren, wir sollten endlich wieder mal über etwas anderes reden als über das Geschäft (lacht).

*Auseinandersetzungen?*

Das auch, und das ist gut so. Wir setzen uns mit uns und mit dem Geschäft auseinander. Und wir sind nicht zwangsläufig derselben Meinung, nur weil wir zur selben Familie gehören. Aber wir haben genug Vertrauen und Vertrautheit und können auch kritische Gedanken offen besprechen. Das macht unternehmerische Entscheide fundierter.

hineinwachsen liess, das war grossartig. 1987 habe ich bei Urech Optik angefangen, 1994 habe ich die Leitung übernommen.

*Gab es oft Reibereien?*

Nein. Aber ich habe ihn in jenen Jahren wohl dann und wann ein wenig überfordert mit meinen Visionen. Einmal habe ich mich über etwas so heftig ereifert, dass mein Vater mir unvermittelt und ohne Worte ein Gläschen von seinem Kirsch einschenkte, zur Beruhigung.

*Welches waren die Meilensteine in der Unternehmensgeschichte?*

Sicher der Umzug 1967 an die Vordere Vorstadt, wo wir die Kundschaft von Gysi-Optik übernahmen. Die Einführung der Kontaktlinsen 1987 auf meine Initiative hin. Dann die Gründung der AG im Zusammenhang mit der Nachfolgeregelung. Und natürlich die Umbauten und Vergrösserungen 1993, 1997, 2003 und 2010. Inzwischen stehen unseren Kundinnen und Kunden und uns Mitarbeitenden auf unseren drei Liegenschaften knapp 500 Quadratmeter zu Verfügung.

*Was heisst das?*

Beispielsweise, dass wir für Kundinnen und Kunden Zeit haben. «Zeit haben» ist übrigens nicht dasselbe wie «Geduld haben». Kunden wollen nicht bloss geduldet sein, sondern wertgeschätzt, und die Leitwährung der Wertschätzung ist die Zeit. Wir wollen unsere Kundinnen und Kunden ja kennen lernen. Weil sie spannende Menschen sind, und weil wir nur so zur perfekten Brillenfassung oder zu den optimalen Kontaktlinsen finden.

*Von Fachkompetenz haben Sie noch nichts gesagt...*

Ja, weil ich die voraussetze. In unserem Familienunternehmen steckt die Essenz von 50 Jahren Fach-, Produkte- und Einkaufskompetenz. Wir kennen Branche, Technologien, Hersteller, Kollektionen, Materialien,

## Öffnungszeiten

Montag	10.00–12.00 Uhr 13.30–18.30 Uhr
Dienstag–Freitag	8.30–18.30 Uhr
Samstag	8.00–17.00 Uhr

Termine ausserhalb der Öffnungszeiten sind nach Vereinbarung möglich.

Trends. Vor allem kennen wir unsere Kunden, und sie uns. Wenn unsere Ladentüre aufgeht, sehen wir kein Sehproblem eintreten, sondern einen Menschen.

*Was machen Sie am liebsten?*

Bei den Kunden sicher Augenkontrollen, bei den Mitarbeitenden die allgemeine Leitung und Begleitung. Da wie dort geht es darum, Menschen zu einer guten Sicht zu verhelfen.



Model 1, Brillenspass, 1989



Nasevelo-Eröffnung 1993

*Ihr Vater Max Urech hat Urech Optik vor 50 Jahren gegründet. Wer war er?*

In erster Linie war er Optiker. Mit Leib und Seele. Ehrgeizig war er, zielorientiert, ein Kämpfer. Präzision war ihm in vielerlei Hinsicht wichtig.

*Wie gross war Ihre Familie?*

Wir waren vier Kinder. Der Älteste wurde Augenarzt, der nächste Banker in den USA, dann kam ich und dann Beatrice, die ja bei uns mitarbeitet.

*Sind Sie wegen Ihres Vaters Optiker geworden?*

Nein. Ich war in der Schulzeit nicht allzu zielstrebig, die Berufswahl hat mich kaum beschäftigt. Optiker war naheliegend. Den Knopf aufgemacht habe ich dann an der Höheren Fachschule. Da ist die Begeisterung wirklich gekommen.

*Laut Statistik scheitern nicht wenige Familienunternehmen am Generationenwechsel.*

Ja, und wie weitsichtig mein Vater die Nachfolge regelte und mich in das Unternehmen

*Welches Jahr war das Schwierigste?*

1995, als mein Vater krankheitshalber aus dem Geschäft austrat. Da musste ich versuchen, den älteren Generationen unserer Kundschaft jenen Halt zu geben, den ihnen vorher mein Vater gegeben hatte.

*Und der Markteintritt der Augenoptik-Ketten?*

Der war eine grosse Herausforderung. Um den Vorsprung halten zu können, mussten wir uns kompromisslos auf unsere Stärken als Familienunternehmen ausrichten. Wie eine Blume auf das Licht.

*Worin bestehen denn diese Stärken?*

Keine Konzernleitung macht uns Vorgaben, die wir dann bei jeder einzelnen Begegnung mit Kundinnen oder Kunden im Genick haben. Wir können uns jedes Mal neu und situativ auf den Kunden ausrichten, können schnell und persönlich agieren. Wir gönnen uns den Luxus einer kompromisslosen Servicequalität und stellen den Menschen über den schnellen Erfolg.



Das Urech-Team von 1988: Dieter Urech, Claudia Weber, Bea Staffelbach, Kornelia Frei, Peter Reinhardt, René Hediger



Das Urech-Team von 2002: Ruth Schmitter, Dani Sager, Brigitta Baumgartner, Dieter Urech, Matthias Schwarz, Beatrice Staffelbach, Ursula Graf, Andrea Liistro, Beatrice Buchschacher, Angela Wyser, Ramona Sutter, Andrea Schatter, Béa Lanz, Regula Zweifel, Andy Dättwyler



Das aktuelle Urech-Team 2011: Dieter Urech, Dave Urech, Matthias Schwarz, Jasmin Marti, Beatrice Staffelbach-Urech, Angela Wyser, Beatrice Bachofner, Stefanie Urech, Annette Burkhardt, Kevin Kloos, Elena Fries, Barbara Hunziker, Ramona Sutter, Nadia Riesen, Ruth Schmitter, Hans-Ruedi Frick, Ursula Graf, Denise Illi-Werthmüller, Katrin Hunziker, Stefanie Böhm (auf dem Bild fehlt: Mariann Spycher)

**Samstag, 30. April**

Früeligsluune Part III. Der Sonnenbrillen- und Kontaktlinsen-Event mit Testmöglichkeit.

**Freitag, 6. Mai 2011**

Bike-Event mit Beat Stirnemann

**Samstag, 25. Juni**

News by Urech mit den Trend-Labels Noosh-Optix, Porsche und Reiz.

**Samstag, 27. August**

götti by Urech. Lernen Sie dieses innovative Qualitätslabel kennen.

**Samstag, 10. September**

Sportblick – die grösste Auswahl an sportlichen Sonnenbrillen.

*Marken gläser*

**Qualitäten zeigen.**

Marken gläser heben sich von Billig gläsern ab. Sie bieten eine über das ganze Glas optimierte Abbildung. Materialeigenschaften und Oberflächen sind konstant top, Restreflexfarben ebenso konstant minimiert. Markenhersteller achten auf Qualität, denn sie haben einen Ruf zu verlieren. Wer Gläser von Rodenstock trägt, kann das neu auf Wunsch zeigen – mit einem dezenten «R», perfekt positioniert auf dem rechten Brillenglas. Der Träger selbst sieht die Laser-Signatur nicht. Doch sein Gegenüber sieht es und weiss sofort: Dem Menschen hinter dieser Brille ist Qualität wichtig.



*Kunststoff gläser*

**Kratzfestere Kunststoff gläser.**

Mineralische Gläser sind relativ schwer, aber äusserst kratzresistent. Zudem können auch starke Fehlsichtigkeiten mit verhältnismässig dünnen Gläsern korrigiert werden. Kunststoff gläser sind bemerkenswert leichter, gelten aber als anfälliger für Kratzer. Bei der Wahl seiner Gläser muss jeder Brillenträger abwägen, was ihm wichtiger ist. In Sachen Kratzschutz entwickeln sich die Kunststoff gläser dank neuer Technologien allerdings Schritt um Schritt weiter.

Der deutsche Brillenhersteller Rodenstock hat unter dem Begriff Solitaire® diverse Hightech-Beschichtungen für Kunststoff gläser im Programm. Sie schützen die Gläser insbesondere vor Schmutz, Staub, Wasser und Reflexen – Störfaktoren, die den Seh-

komfort entscheidend beeinträchtigen. 2011 bringt Rodenstock zwei neue Solitaire®-Veredelungen auf den Markt: Solitaire® Protect und Solitaire® Crystal.

Solitaire® Protect sorgt ganz einfach für den bestmöglichen Kratzschutz. Solitaire® Crystal geht als die aktuelle Premium-Veredelung noch darüber hinaus. Rodenstock vermochte das Zusammenspiel der einzelnen Schichtsysteme auf den Gläsern so zu verbessern, dass alle wichtigen Qualitäten optimal zum Tragen kommen. Der Kratzschutz ist im Vergleich zur bisherigen Solitaire® TopCoat-Beschichtung doppelt und im Vergleich zu einem unbeschichteten Kunststoffglas zehnmal so hoch. Die Klimabeständigkeit liegt um 40 Prozent höher, die Superentspiegelung sorgt für eine bis zu 99-prozentige Transmission und reduziert den Restreflex um bis zu 30 Prozent. Die Abstimmung der Beschichtungsmaterialien verhindert darüber hinaus statische Aufladung, sprich: Die Brille zieht weniger Staub an.

« Weniger Staub, weniger Reflexe, weniger Kratzer. »



RODENSTOCK

*Selbsttönende Gläser*

**Sommerlicht und Augenschutz.**



schneller auf wechselnde Lichtverhältnisse als herkömmliche Gläser. Sekundenschnell bieten sie einen idealen Blend- und UV-Schutz bis 400 nm.

Selbsttönende Gläser gibt es in den Farbönen Braun, Grau und Grün. Das warme, beruhigende Braun verstärkt im eingedunkelten Zustand angenehm die Kontraste. Das kühle Grau bietet absolut natürliche Farbwiedergabe und ist daher eher neutral und ausgleichend. Das entspannende Grün wiederum wirkt leicht kontrastverstärkend. Besonders kontraststark sind die ColorMatic IQ® Contrast-Gläser Orange, die Rodenstock zum Patent angemeldet hat. Sie erhöhen die Kontraste permanent und über den gesamten Tönungsbereich – perfekt für aktive Outdoor-sportler.

UV-Strahlen können ins Auge gehen – oder dann eben ins Brillenglas. Allerdings hinterlassen sie auch dort ihre Spuren. Rodenstock bietet den weltweit einzigartigen Anti-Aging-Faktor. Dank eines speziellen Herstellungsverfahrens altern Rodenstock ColorMatic IQ®-Gläser langsamer und verfügen auch nach drei Jahren Dauereinsatz noch über eine leistungsstarke Tönung.

Stilbewusste Kundinnen und Kunden von Urech Optik lachen der kommenden Sommersonne auf zweierlei Art entgegen: mit einer modischen Sonnenbrille oder mit einer Korrekturbrille, die sich automatisch den Lichtverhältnissen anpasst. Ausgelöst wird diese Eindunkelung in erster Linie vom UV-Anteil des Sonnenlichts. Sonnenstand, geo-

grafische Lage und Umgebungstemperatur spielen ebenfalls eine Rolle.

Im Bereich der selbsttönenden Gläser bietet Urech Optik das Rodenstock-Sortiment Color-Matic IQ® an. Diese innovativen Kunststoff gläser eignen sich für alle Typen von Brillenfassungen und reagieren 30 Prozent

« Auf wechselnde Lichtverhältnisse reagieren die Gläser sekundenschnell. »



Porträt

## Die WM vor der Haustür.

Lehrabschlussprüfung im Juni, Schweizer Meisterschaften im Juli, Weltmeisterschaften im August: Für Urech-Kundin Michelle Hediger wird 2011 ein prallvolles, spannendes und herausforderndes Jahr.

Erst die Arbeit, dann der Sport: Bei allem Spass am Mountainbike legt Michelle Hediger ihr Augenmerk dieses Jahr auf die KV-Lehrabschlussprüfungen. Das Berufsleben bleibt ihr auch danach wichtig. «Am liebsten würde ich Teilzeit arbeiten. Falls das nicht klappen sollte, könnte ich mir auch einen Sprachaufenthalt im Ausland vorstellen. Mein Ziel ist es, Berufliches und Sportliches optimal miteinander zu kombinieren.»

Am meisten freut die 20-Jährige sich auf die Weltmeisterschaften im Mountainbike in Champéry VS vom 29. August bis 4. September, und dies nicht nur, weil sie in der Schweiz stattfinden, «sondern auch weil Champéry einen technisch anspruchsvollen, intensiven und lebendigen Rennkurs zu bieten hat. Die Motivation und Vorfreude, vor dem Heimpublikum ein Weltmeisterschaftsrennen zu bestreiten, ist riesig und immer sehr speziell!»

Auch an den Schweizer Meisterschaften in Plaffeien im Kanton Freiburg hegt die Sportlerin aus Oberkulm Ambitionen. Michelle Hediger formuliert ihre Ziele jedoch zurückhaltend: Sie will sich «national behaupten und international einen Schritt vorwärts gehen». Denn noch ist sie nach ihrer Verletzung an der letztjährigen WM nicht ganz auf dem alten Trainingsstand.

Urech-Kundin ist Michelle Hediger seit 2010, als sie auf ihrem rechten Auge eine Sehschwäche feststellte. Seither trägt sie eine Brille und wird diese Saison zusätzlich mit Kontaktlinsen für die Wettkämpfe gesponsert. Urech Optik sei grosszügig und der Service super, sagt die junge Athletin. Und das Team bei Urech Optik drückt Michelle Hediger bei allen Herausforderungen 2011 die Daumen. Matthias Schwarz jedenfalls ist sich sicher, «dass Michelle mit unseren Urech-Linsen Weltmeisterin und eines Tages sicher auch noch Olympiasiegerin wird.»



### Michelle Hediger

Wohnort: Oberkulm  
Jahrgang: 1991  
Ausbildung: Sport-KV bei der KWC AG in Unterkulm  
Sportliche Heimat: Club RC Gränichen, SportTeam Fischer BMC  
Grösste Stärke: Wille, Technik  
Grösste Schwäche: Lange Aufstiege  
Grösste Erfolge als Mountainbikerin:  
2009 Junioren-Vizeweltmeisterin  
2010 Schweizer Meisterin Kategorie U23



PORSCHE DESIGN

ANZEIGE



PORSCHE DESIGN  
SUNGLASSES  
P'8494

## Kontaktlinsen

# «Wir sind stets gewachsen».

**Der Leiter des Kontaktlinsen-Kompetenzzentrums, Matthias Schwarz, ist seit zwölf Jahren bei Urech Optik.**

*Matthias Schwarz, wie gross war die Abteilung für Kontaktlinsen, als Sie 1998 zu Urech Optik stiessen?*

Sie umfasste zwei Räume im Erdgeschoss. Verantwortlich war damals Christian Ebenbichler, der heute ein eigenes Optikfachgeschäft in Hall bei Innsbruck hat. Die Zusammenarbeit mit ihm war ausgezeichnet.

*Wann begann die Abteilung zu wachsen?*

Sie wuchs eigentlich konstant. Denise Illi-Werthmüller und Beatrice Bachofner kamen dazu, und als sie Babys bekamen, wurde Jasmin Marti für sie eingearbeitet. Denise und Beatrice sind nach wie vor im Team und

arbeiten Teilzeit. Ganz neu ist nun Stefanie Böhm zu uns gestossen. Sie hat die Fachhochschule in Olten abgeschlossen.

*Tragen heute mehr Leute Kontaktlinsen als früher?*

Eindeutig. Unsere Umsätze wachsen, und das obwohl die Kontaktlinsen tendenziell günstiger werden.

*Weil Urech Optik das Linsenzentrum ausgebaut hat?*

Es ist eher umgekehrt: Wir haben das Linsenzentrum ausgebaut, weil mehr Kunden kommen.

«*Wir alle im Team probieren die Produkte an uns selber aus.*»



*Haben sich die neuen Räume im ersten Stock bewährt?*

Mehr Licht, mehr Räume und mehr Kunden, was will man mehr (lacht). Dank der zusätzlichen Räume sind wir flexibler bei der Termingestaltung. Die meisten Kunden finden inzwischen auch den Weg hinauf in den ersten Stock. Im Parterre haben wir allerdings nach wie vor Räume.

*Wie breit ist eigentlich das Altersspektrum bei Linsenträgern?*

Interessanterweise wird es stetig breiter, besonders bei den Neukunden. Da sind zehnjährige Jungs und Mädchen genauso darunter wie Kunden über fünfzig oder sechzig Jahre.

*Weshalb?*

Das hat mit den erweiterten Freizeitaktivitäten zu tun. Gerade ältere Leute treiben mehr Sport als früher, und im Sport- und Out-

doorbereich sind Kontaktlinsen einfach top. Ich selber bin Freizeitsportler, meine Kinder betreiben Leistungssport. Auf beiden Stufen sind Kontaktlinsen verbreitet. Viele unserer Kunden kamen über den Sport zu den Kontaktlinsen.

*Tragen Sie Kontaktlinsen?*

Eine Sehkorrektur benötigen meine Augen noch nicht. Aber ich trage manchmal zu Testzwecken Linsen. Wir alle im Team probieren die Produkte an uns selber aus. Nur so können wir sie beurteilen und können auch die möglichen Einsatzgebiete kennen lernen. Es passt ja nicht einfach jede Linse zu jedem Kunden.

Bei komplexeren Produkten führen wir intern offene fachliche Diskussionen. Wir nehmen nur Produkte ins Sortiment, hinter denen jede und jeder von uns zu hundert Prozent stehen kann.

*Was unterscheidet heutige Linsen von den Linsen 1998?*

Da liegen Welten dazwischen. Forschung und Entwicklung haben qualitative Sprünge gemacht. Kunden, die nach einer mehrjährigen Pause wieder einmal Linsen einsetzen wollen, sind erstaunt, wie bequem die modernen Kontaktlinsen sind. Wir arbeiten heute mit technologischen Meisterwerken, die bei Weitem nicht nur im Sport- und Freizeitbereich eingesetzt werden.

*Sondern?*

Beispielsweise haben wir viele Kunden, bei denen wir medizinisch indizierte Anpassungen vornehmen dürfen. Oder Kunden mit unregelmässigen Hornhautformen, die entsprechende Linsen benötigen. Es gibt zwei Anbieter solcher Speziallinsen, kleine Schweizer Unternehmen, mit denen wir zusammenarbeiten, die Falco AG in Tägerwil und Techno-Lens bei Lausanne.





Wenn Sie auf die letzten zwölf Jahre als Linsenfachmann bei Urech Optik zurückblicken: Welches ist Ihr schönstes Erlebnis mit Kunden?

Da kommt mir ein fünfjähriger Bub in den Sinn, ein herziger blonder Knopf. Er benötigt für seine stahlblauen Augen eine hohe Korrektur, von der medizinischen Indikation her sind für ihn Kontaktlinsen optimal. Nun kam er vor ein paar Wochen extra bei uns im Laden vorbei, um mir stolz zu berichten, dass er die Linsen jetzt ganz allein und ohne

Mamis Hilfe selber rausnehmen und reinigen könne. Weil ich nicht da war, kam er ein paar Tage später noch einmal her. Und vor lauter Strahlen hat er kaum ein Wort herausgebracht. Solche Erlebnisse lassen sich nicht mit Gold aufwiegen.

DYNOPTIC



Das Kontaktlinsen-Team: Beatrice Bachofner, Stefanie Böhm, Matthias Schwarz, Denise Illi-Werthmüller, Jasmin Marti, Dave Urech



ANZEIGE

ACUVUE<sup>®</sup>  
MARKENKONTAKTLINSEN  
Johnson & Johnson



Überraschen Sie Ihre Augen mit optimaler Sehqualität in jeder Lebenslage.

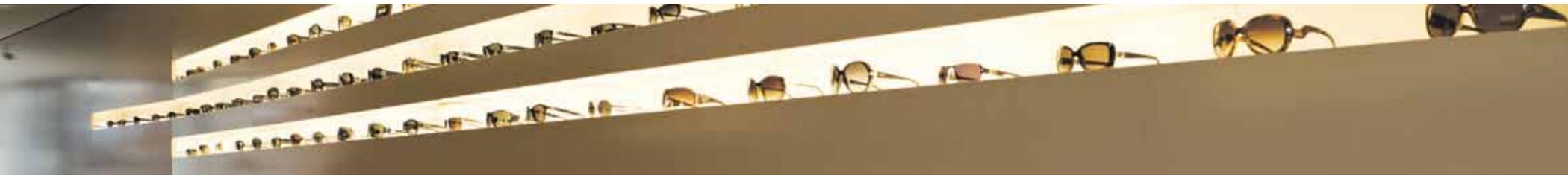


Jetzt auch bei Hornhautverkrümmung.

Egal, ob Sie zurzeit Kontaktlinsen tragen oder überlegen, diese einmal auszuprobieren, 1-DAY ACUVUE<sup>®</sup> MOIST<sup>®</sup> for ASTIGMATISM bietet Ihnen bei Hornhautverkrümmung in jeder Lebenslage eine klare und stabile Sehqualität. Dank der innovativen LACREON<sup>™</sup>-Technologie haben Sie zusätzlich einen exzellenten Tragekomfort bis zum Ende des Tages.

Jetzt bei uns unverbindliches Probetragen.

1-DAY ACUVUE<sup>®</sup> MOIST<sup>®</sup> for ASTIGMATISM ist eine eingetragene Marke von Johnson & Johnson Vision Care. © JJVC 2010.



Gutschein

# Fr. 50.-

beim Kauf einer Brille von Serengeti

Serengeti ist die Nummer 1 unter den Autofahrern – dank Polarisationsfilter und Spectral Control Technology.



SERENGETI  
EYEWEAR 

Welt

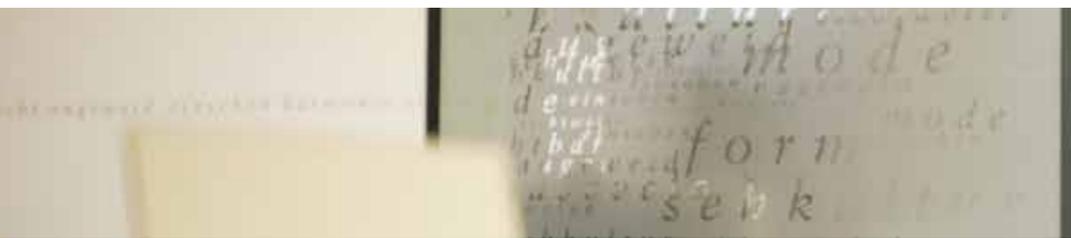
## Urech goes India.



Liebe Kundinnen und Kunden  
Ihre alte Brille muss nicht gleich ausgedient haben, nur weil sie ausgedient hat. Bitte werfen Sie sie nicht in den (gebührenpflichtigen) Abfall, sondern bringen Sie sie bei Ihrem nächsten Besuch zu uns. Wir leiten gebrauchte Brillen schon seit Jahren dorthin weiter, wo sie noch von grossem Nutzen sein können. Unsere letzten «gesammelten Werke» fanden in Indien glückliche neue Besitzer. Indien ist ein aufstrebendes Land,

doch in weiten Teilen herrscht immer noch Armut. Dazu gehören auch ungelöste Sehprobleme. Eine Bitte um gebrauchte Brillen erreichte uns vor Kurzem auch von einem befreundeten Arzt in Tansania. So oder so besteht in vielen Ländern Bedarf. Über Ihre gebrauchten Brillen freuen wir uns – und leiten sie gerne weiter!

Herzlich  
Alle Mitarbeitenden von Urech Optik



Kundentreue

## 83 Jahre lang Kunde.

**Urs Buser, Jahrgang 1924, trägt seit etwa 1928 eine Brille. Der frühere Elektrotechnik-Ingenieur HTL ist seit nunmehr 83 Jahren Kunde an der Vorderen Vorstadt: Erst bei Optiker Gysi, dann bei Urech Optik.**

*Urs Buser, weshalb brauchten Sie als vierjähriger Knopf eine Brille?*

Weil ich geschickt habe. Rechts sah ich auch sehr schlecht, links sehr gut. Ich bekam eine Brille, die das gute Auge zudeckte, damit es mit dem schlechten besser würde.

*Die andern Kinder werden Sie ausgelacht haben?*

Nicht nur das, sie haben mir die Brille sogar weggenommen.

*Sie gingen 83 Jahre lang in dasselbe Geschäft?*

Ja. Ich bin eben immer sehr gut bedient worden und zufrieden gewesen.

*Wie viele Brillen haben Sie in dieser langen Zeit getragen?*

(überlegt). Ich möchte sagen etwa 15. Ich habe die Brillen jeweils lange getragen, und früher hat man die Brillen natürlich viel weniger oft gewechselt.

*Wie hat sich Urech Optik in dieser Zeit verändert?*

Der Laden ging natürlich mit der Zeit und tritt heute sehr modern auf. Die Brillen werden viel besser oder schöner ausgestellt. Es ist alles kundenspezifischer. Ich habe übrigens auch noch eine Schiessbrille gebraucht. Und früher habe ich Hochgebirgstouren gemacht, zum Beispiel im Gebiet am Mont Blanc, und da benötigte ich natürlich eine



Urs Buser

Schutzbrille mit getönten Gläsern, damit ich mich auf den Gletschern sicherer bewegen konnte. Diese Brillen haben mir auch Gysi und dann Urech Optik gemacht. Und da war ich auch immer sehr gut bedient.

Event

## Unser Bike-Event für Sie!

Urech Optik bietet für die Bikerinnen und Biker unter ihren Kunden auch 2011 einen spannenden und lehrreichen Kurs-Abend, wiederum unter fachkundiger Anleitung von Nationaltrainer Beat Stirnemann und seinem Kaderteam. Termin: Freitagabend, 6. Mai 2011. Mitbringen: Gute Laune, Bike und Ausrüstung. Kosten: dreissig Franken, für Biker mit Urech-Abo fünfzehn Franken. Wir

Weitere Informationen gibts auf unserer Website: [www.urech.ch](http://www.urech.ch)  
Oder rufen Sie an, wir freuen uns darauf:  
Telefon 062-838 20 00



treffen uns ab 17.00 Uhr beim Kundenparkplatz von Urech Optik und starten gemeinsam um 17.30 Uhr. Auch dieses Jahr wird Res uns Bikern wieder sein Spezial-Fondue kochen. Anmeldung: Am besten jetzt gleich, aber in jedem Fall bis spätestens Ende April 2010 an 062 838 20 00 oder [info@urech.ch](mailto:info@urech.ch). Wir freuen uns!

infos

Urech Optik