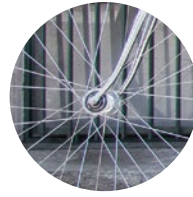


sol sol ito



Ein Balanceakt
zwischen Understatement und Spleen

Sol Sol Ito – das sind Sandra und Monika.
Ihre Kollektionen erzählen von Harmonie und Kontrast,
von Mut und Individualismus.



Auf der Suche nach der passenden Brille entdeckten die Industriedesignerin Sandra Kaufmann und die Künstlerin Monika Fink, dass es wohl an der Zeit ist, eine eigene Kollektion zu entwerfen. «Eigentlich machen wir Brillen für uns selbst», sagen die Gründerinnen, Gestalterinnen und Produzentinnen von Sol Sol Ito. Und das machen sie so richtig gut. So gut, dass ihre streng limitierten Editionen – made in Switzerland – Abnehmer*innen auf der ganzen Welt gefunden haben. Beispielsweise in der Modemetropole Paris, in Seattle, Tel Aviv, Vancouver, Sydney, Beverly Hills oder Tokio. (Die Liste lässt sich noch um ein Vielfaches fortsetzen.)

*Die Sol-Sol-Ito-Macherinnen:
Sandra und Monika vor ihrem Atelier.*

Menschen, Musik und Kunst bereichern die Kreativität

Metropolen sind es denn auch, in denen die beiden ihre Inspirationen sammeln – was mit ein Grund für die Marken-





027 DD pink



048 DW brown-red



043 DA blue



031 DE red



034 DR green



039 CC havanna



048 DW gold transparent



*Derzeitiges Lieblingsstück von Sandra: 048 DW hippie
«Sie lässt mich vom Meer träumen.»*



*Derzeitiges Lieblingsstück von Monika: 034 DQ brown
«Die kleine Runde, immer mal wieder in einer neuen Farbe.
Ich habe sie für mich gezeichnet.»*

lancierung in Tokio war. «Trends, Stimmungen liegen in der Luft, Menschen, Musik und Kunst bereichern die Kreativität. Farbideen entstehen irgendwo, sogar mit geschlossenen Augen bekommt man wunderbare Inspirationen», veranschaulicht Sandra den Prozess.

Monika arbeitet an den Farben, es ist ihre Leidenschaft. «Die Kombination eines technisch inspirierten Brillenkonzepts und einer subtil gewählten Farbpalette ist eine Spezialität unserer Marke», sagt sie.

Das Markenzeichen der Kreationen: ein raffiniertes schraubenloses Scharnier und die filigranen Doppelstahlbügel, die durch ein Stecksystem mit der Fassung verbunden werden und vom Optiker individuell ausgewechselt werden können. Die Zielgruppe: selbstbewusste, authentische, mutige und eigenständige Menschen. Weltoffene Persönlichkeiten, die eine reduzierte Formensprache mögen und gelegentlich Farbe tragen, Wert auf lokale Produktion legen und eine Art neuen Luxus suchen. Die Hautfarbe, das Alter oder die Herkunft spielt dabei keine Rolle.

Und genau diese Scharnierentwicklung war 2012 auch der Start der beiden Zürcherinnen, auf den 2013 der Schweizer Designpreis und 2014 dann die erste Kollektion und der Red Dot Design Award folgten. Seit dann reiht sich Auszeichnung an Auszeichnung.

Was die beiden Frauen ausmacht? Sie gehen konsequent ihren Weg.

Ein Schreibfehler

2020 mussten sie – coronabedingt – eine Verschnaufpause einlegen. Untätig waren sie trotzdem nicht, sondern haben ihr Nebenprojekt Read On lanciert. Eine extrem flache Lesebrille, die in die iPhone-Hülle integriert ist. An Ideen mangelt es den beiden nicht. «Brillendesign ist unsere Leidenschaft, wir lieben unsere Arbeit. Vielleicht spürt man das auch in unseren Produkten.»

Doch was bedeutet eigentlich der Name Sol Sol ito? «Der Name kommt von Sausolito, der kleinen Bucht gegenüber San Francisco, und ist quasi ein Schreibfehler. Wir mögen den Namen sehr, er steht für Sonne, Lifestyle, Lebensfreude und fasst unsere Markenwerte zusammen», sagen die beiden. Attribute, die man den Produkten der beiden ansieht. Auf Visionen, Träume und Ziele angesprochen, kommt die Antwort prompt: «Reisen, egal in welche Himmelsrichtung. Mut zum Individualismus. Optimismus, Solidarität und Freude.»

Autorin Denise Dollinger |

Fotos Hans Hansen und Nina Maria Glabé