

VIZIER OP DE TOEKOMST

Teren op oude successen? Daar houden Norbert en Marloes Hofstede niet van. Door de vooruitziende blik van broer en zus is Hofstede vandaag al de optiek van morgen.

Tekst Jasper Gramsma Fotografie Brian Mul

Is het spectaculaire winkelinterieur van Hofstede Optiek in de Hoogstraat al futuristisch, de nieuwste aanwinst van het familiebedrijf lijkt helemaal uit de ruimte te zijn neergedaald. "Dit is de Zeiss Visufit 1000, al zal weinig mensen dat iets zeggen," vertelt een trotse Norbert Hofstede als hij naast een manshoog wit gevaarte staat in het meetcentrum achter in de winkel. "Met dit state of the art-apparaat kunnen we exact de positie van de glazen in het gekozen montuur bepalen – dat is ongeëvenaard."

Het enige dat de klant hoeft te doen, is op de juiste afstand ervoor te gaan staan en recht voor zich uit te kijken. Negen camera's die voor 180 graden beeld zorgen, doen vervolgens hun magische werk. "Er worden in korte tijd eindeloos veel foto's gemaakt met in totaal maar liefst 45 miljoen meetpunten," gaat Norbert verder. "Dat levert een complete avatar op. Om een idee te geven: de hoornvliesafstand kan worden gemeten tot op een tiende millimeter nauwkeurig. Gecombineerd met de hellingshoek van het montuur zorgt die informatie ervoor dat de glazen zo secuur mogelijk geslepen kunnen worden."

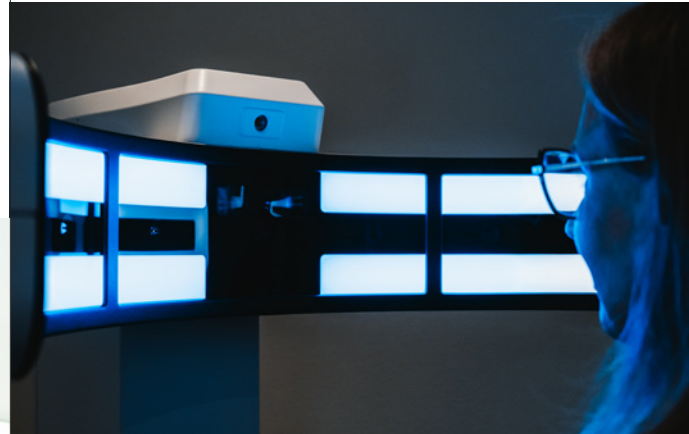
Hofstede heeft het geavanceerde instrument nu ruim een jaar in gebruik. Zus Marloes Hofstede herinnert zich hoeveel voeten dat in de aarde had. "We hebben op de tussenverdieping een hele wand moeten verplaatsen om 'm neer te kunnen zetten," lacht ze. Maar wat haar betreft,

maakt de opbrengst van het apparaat die ingreep meer dan goed. "We hebben nu nóg minder mensen die gewenningsproblemen ervaren dan voorheen, en dat is geweldig. Dat komt doordat iedereen nu op de meest natuurlijke manier door de brillenglazen heen kan kijken."

PREVENTIE

Ook als het gaat om preventie bevindt Hofstede Optiek zich in de voorhoede van het vakgebied. "Er is steeds meer aandacht voor het remmen en voorkomen van de ontwikkeling van minsterkte bij kinderen," stelt Norbert, zelf gediplomeerd optometrist. "Al in de beginfase van de aandoening – of zelfs daarvoor – kunnen we bij jonge kinderen de aslengte van het oog meten. Bij een bepaalde afwijking van de normaalwaarden bieden we tegenwoordig therapieën aan. Oogartsen, met wie wij nauw samenwerken, kunnen atropinedruppels voorschrijven die de pupil verwijden om meer uv-licht te laten binnenkomen. Wij als optiek kunnen voorzien in speciale brillenglazen en contactlenzen die in de periferie van het netvlies een wazig beeld creëren en zo de impuls voor de groei van de lengte van het oog wegnemen."

De winst van dergelijke behandelingen is volgens Norbert groot. "Je beperkt de minsterkte op termijn en daarmee verlaag je de kans dat er op latere leeftijd medische oogafwijkingen ontstaan.



'ER IS MEER AANDACHT VOOR HET REMMEN EN VOORKOMEN VAN MINSTERKTE'

Bij mensen met een hoge minsterkte komen namelijk vaker netvliesloslatingen en bloedingen voor."

EPIDEMIE

Geen overbodige luxe dus, zeker niet als je bedenkt dat de groep bijzienden flink groeit. "Dertig jaar geleden had 25 procent van de 18-plussers een minsterkte, tegenwoordig is dat bij ons al 50 procent en in Azië zelfs 70 tot 80 procent. Het is een echte epidemie," concludeert de optometrist. "En die is het gevolg van te vaak en te lang op het scherm kijken. De bekende 20-20-2-regel – twintig minuten dichtbij kijken, twintig seconden in de verte kijken en minimaal twee uur per dag buitenspelen – helpt echt."

Genoeg over serieuze zaken, want het oog wil ook wat. De bril is tenslotte een volwassen accessoire waarmee je uitdrukking geeft aan je persoonlijkheid. "De brillenmode fluctueert net als de gewone mode; op dit moment zien we veel retrostijlen in natuurlijke kleuren en transparante kristaltinten," vat Marloes de trend samen. "Een van de meest verkochte merken voor mannen en vrouwen is Tom Ford. Dat gaat om krachtige, stijlvolle brillen met een subtiel herkenningsteken op het scharnier in de vorm van een T. Naast de standaardcollectie hebben we nu ook de luxere lijn in huis, de zogenaamde 'Tom Ford Icon-collectie'. Norbert en ik dragen er zelf ook allebei een."

META GLASSES

Tom Ford is, net als Chanel, een evergreen, maar de tijd dat er van elk modehuis van naam een brillencollectie bij Hofstede lag, is al even voorbij. "We zien niet overall die schreeuwerige namen en logo's meer. De aandacht gaat nu uit naar designerlabels als Lindberg, Mykita, Cutler & Gross en Suzy Glam," somt Marloes op. Naast high-end designerzonnebrillen ont-

breekt ook klassieker Ray-Ban niet in het rijtje. "Daarvan hebben we sinds kort de Meta Glasses in het assortiment. Uniek is dat je die bij ons ook op sterkte kunt laten maken." Intussen loopt Norbert weg om zijn exemplaar op te halen. "Hey Meta, take a picture," gebiedt hij de bril bij terugkomst. En inderdaad: het lampje gaat aan en de camera drukt af. Via de Meta-app wordt de foto naar Norberts smartphone gestuurd. Ook filmen, videobellen en naar je favoriete muziek luisteren in behoorlijke kwaliteit kan met de Meta Glasses, terwijl hij er even vertrouwd en klassiek uitziet als altijd. James Bond zou er jaloers op zijn. "Ik ben er onlangs mee op skivakantie geweest," zegt Norbert. "Moet je zien hoe scherp de filmbeelden van de piste zijn! Binnenkort is dezelfde technologie terug te vinden in de sportbrillen van Oakley." Hij verwacht veel van de slimme bril. "Meteen toen we 'm eerder dit jaar opnamen in onze nieuwsbrief, bestelden mensen 'm vooruit, dus er is zeker markt voor. Het is leuk om op deze manier mee te gaan de toekomst in."

ONAFHANKELIJK

Over die toekomst gesproken: wat is het vooruitzicht voor Marloes en Norbert Hofstede zelf, nu ze twintig jaar samen aan het roer staan van het familiebedrijf? "We hebben een fijn, stabiel team en we groeien nog steeds," aldus Norbert. "Voor een belangrijk deel komt dat doordat wij, in tegenstelling tot onze concurrentie, nog altijd onafhankelijk zijn; bij ons zit er geen private equity of keten achter en dat merken klanten." Marloes: "Aan de andere kant zijn wij nu allebei midden vijftig. Omdat onze kinderen ons niet willen opvolgen, denken we er goed over na hoe Hofstede Optiek op termijn zonder ons kan doorgaan. Maar zover is het gelukkig nog lang niet!"

www.hofstede-optiek.nl



Norbert en Marloes Hofstede in hun winkel, waar innovatie en vakmanschap samenkomen.