

BRILLEN MADE IN MÜNSTER



Autorin: Angela Mrositzki
Fotos: Koberg & Tente

„K&T Brillenbau“ steht am Eingang zur Werkstatt am Firmensitz in Münster. Hinter der Glasfassade wird künftig die Kollektion der neuen Eigenmarke Heinz gefertigt. Diese ist eine Hommage an drei Menschen, die das Unternehmen Koberg & Tente über Jahrzehnte geprägt haben: Firmenmitbegründer Heinz Koberg, Heinz Tente, der langjährige Geschäftsführer, und der Brillenmacher Heinz Michel. Für Frank Tente und sein Team „(h)einzigartige Menschen“!

Hand. Herz. Heimat. Brillen „Made in Münster“ ist ein couragiertes Projekt des Unternehmens Koberg & Tente. „Selber Brillen bauen, nach eigenen Designentwürfen. In vornehmlich handwerklicher Fertigung“, fasst Frank Tente die Idee der Brillenwerkstatt zusammen. Hier vor Ort entsteht künftig die Kollektion der neuen Marke Heinz, neben Teilproduktionen für die Kollektion Eyemax und andere Linien. Mit der hauseigenen, lokalen Herstellung setzt man ein wichtiges Element der Firmenphilosophie um, die auf nachhaltiges Denken und Handeln vertraut und für die das Unternehmen 2021 mit einem Umweltpreis der Stadt Münster ausgezeichnet wurde. Über den eingeschlagenen Weg und seinen Glauben an das „Made in Münster“ sprach die DOZ mit Geschäftsführer Frank Tente.

Frank Tente, die drei „H“ verkörpern all das, was Ihr Unternehmen und das Projekt der eigenen Brillenproduktion ausmache, sagen Sie. Können Sie das genauer erklären?

Schaut man auf unsere Firmengeschichte, taucht dort immer wieder der Name Heinz auf. Aus diesem Grund wurde er jetzt zum Namensgeber der Kollektion. Die drei „H“ sind die Initialen von Heinz Koberg, dem Firmengründer, meinem Vater Heinz Tente, der das Unternehmen in die zweite Generation führte, und Heinz Michel, einem passionierten und erfahrenen Brillenmacher. Er ist einer der Vorbesitzer, von ihm haben wir die Maschinen gekauft, die aus der Nachkriegszeit stammen, vornehmlich aus den 1960er und 1980er Jahren. Diese drei Menschen verkörpern für die jetzige Generation Hand, Herz und Heimat. Im Kern geht es dabei um den Anspruch, ein von Hand hergestelltes Produkt und keine Massenware zu produzieren. In das Projekt ist viel von unserem

Herzblut hineingeflossen – nicht zuletzt, weil wir die Brillen in unserer Heimatstadt Münster herstellen.

Zurück zur traditionellen Brillenmanufaktur, sehen Sie darin die Zukunft?

Wenn rein ökonomische Aspekte im Vordergrund stünden, ist ein solches Projekt sicher nicht die erste Wahl. Noch nicht! Für uns ist aber eine entscheidende Ausgangsüberlegung, das Produkt „Brillenfassung“ vom ersten Entwurf über die Produktion bis zum Vertrieb selbst in der Hand zu haben. Das ist zum einen die kürzeste und transparenteste Lieferkette, die es gibt. Wir müssen nie darüber nachdenken, ob an irgendeiner Stelle vielleicht keine annehmbaren Arbeitsverhältnisse herrschen. Zum anderen ist ein wichtiger Aspekt darüber

[Foto links] „Heinzartige Menschen“ lieben Farbe! Alle Modelle werden in verschiedener Farbgebung realisiert. Einfarbige oder gemusterte Frontteile, ebenso solche mit einem Farbverlauf. Transparente oder opake Töne, Einschicht- und Mehrschichtacetate bringen Vielfalt in das Kolorit.



Der Wert handgefertigter Brillen lässt sich an jedem Detail ermessen. Ein rigores Verständnis von der Qualität der Materialien und der Fertigung zeichnet auch die neue Kollektion von Koberg & Tente aus.



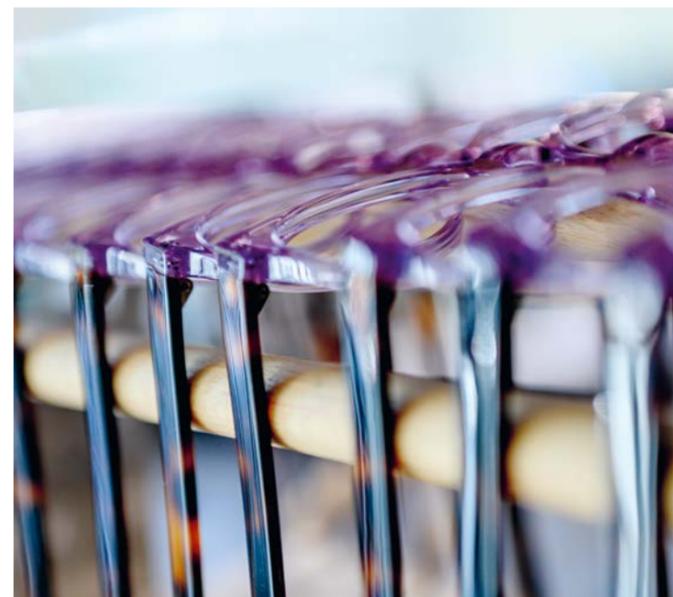
Die Marke „Heinz“ ist eine Hommage an die drei „Hs“: den Mitbegründer des Unternehmens, Heinz Koberg, den langjährigen Geschäftsführer Heinz (Heiner) Tente und den Brillenmacher Heinz Michel. Jeder Herstellungsschritt wird in der Brillenwerkstatt in Münster ausgeführt.

hinaus die sehr kurzen Transportwege. Schlussendlich macht es viel mehr Spaß, eine Brille von Anfang an selbst herzustellen, als Ware in Kartons eines Herstellers, der irgendwo auf der Welt sitzt, geliefert zu bekommen.

Wie und wann kam es zu der Idee des Brands Heinz? Gibt es nicht schon genug Kollektionen auch in Ihrem Portfolio?

Die rund dreißig analogen Maschinen, die wir erworben haben, sind wie alte Automobile, echte Oldtimer, für die ich mich immer wieder begeistern kann! Einige sind aus Frankreich, andere aus dem italienischen Cadoretal, in

ihrem Innenleben ist nichts digital. Es war schnell klar, dass wir mit ihnen nicht nur ausschließlich Fassungen für aktuelle Kollektionen herstellen wollten. Wir produzieren zwar inzwischen Mittelteile für unsere Eigenmarke Eyemax, aber von Hand gefräste Brillen unterscheiden sich doch ein wenig von den Fassungen der anderen Linien. Man sollte allerdings auch erwähnen, dass es im klassischen Sinne keine Einzelproduktion ist wie in einer reinen Manufaktur. Jedoch im Unterschied zu einer modernen Herstellung mit computergesteuerten CNC-Fräsen führen hier analoge Maschinen die Arbeitsschritte aus.



Welche Zielgruppen spricht die Kollektion Heinz an?

Ganz klar Menschen, die Freude an einer handgemachten Brille haben und diese wertschätzen – mit dem Fokus auf klassische Handwerkskunst ohne Schnörkel. Deshalb lautet die Botschaft unserer Kampagne ja auch „Brillen für „(h)einzigartige Menschen“! Es wird eine gesunde Mischung aus Damen-, Herren und Unisexmodellen und aufgrund der Maschinen, die wir einsetzen, eine reine Acetatkollektion. Wir verwenden zudem ausschließlich Acetatplatten des italienischen Herstellers Mazzucchelli.

Welche Designs wird die Kollektion zeigen? Werden Trendeinflüsse aus der Eyewear oder der Mode aufgenommen?

Da die Maschinen aus den sechziger und achtziger Jahren des letzten Jahrhunderts stammen, bietet es sich an, in der Formensprache diese Epoche als Inspiration zu nehmen. Die Maschinen waren für diese Brillendesigns konzipiert. Heinz-Brillen sind deshalb eher rund als eckig und eher klein als groß. Daraus leiten wir ein klares

Markenprofil ab und sehen es nicht etwa als Einschränkung. Aus diesem Markenprofil ergibt sich auch, dass die Brillen nicht saisonale Modetrends widerspiegeln, sondern langfristig und nachhaltig solide und handwerklich gefertigt sein werden – im Stil eher ein wenig retro.

Welche Farbwelten wird die neue Kollektion aufgreifen?

Wir möchten innerhalb eines Modells ganz verschiedene Farbgestaltungen realisieren. Zum Beispiel wird es einfarbige Frontteile, gemusterte, ebenso welche mit einem Farbverlauf geben. Es werden transparente wie opake Farben, Einschicht- und Mehrschichtacetate eingesetzt. Wir möchten, dass alle Mitarbeiter, die in die Entwicklung und Entstehung der Heinz-Brillen involviert sind, ihre Ideen verwirklichen können. Das macht es spannend, denn am Ende entsteht so eine bunte und vielfältige Kollektion.

„Zum Konzept der lokalen Brillenproduktion gehört die zu einhundert Prozent vor Ort gefertigte Kollektion der Marke Heinz.“

Welche Arbeitsschritte werden komplett Inhouse ausgeführt und was wird extern produziert? Welche Kapazitäten können Sie realisieren?

Wir kaufen die Acetatplatten von Mazzucchelli und die Schrauben, Scharniere und den Draht bei OBE. Alles andere machen wir tatsächlich komplett selbst. Bei der momentanen Auslastung können wir sicherlich um die sechshundert Brillen pro Woche produzieren. Wenn das irgendwann aufgrund einer großen Nachfrage nicht mehr ausreichen sollte, sind wir glücklich – und werden selbstverständlich die Kapazitäten aufstocken.

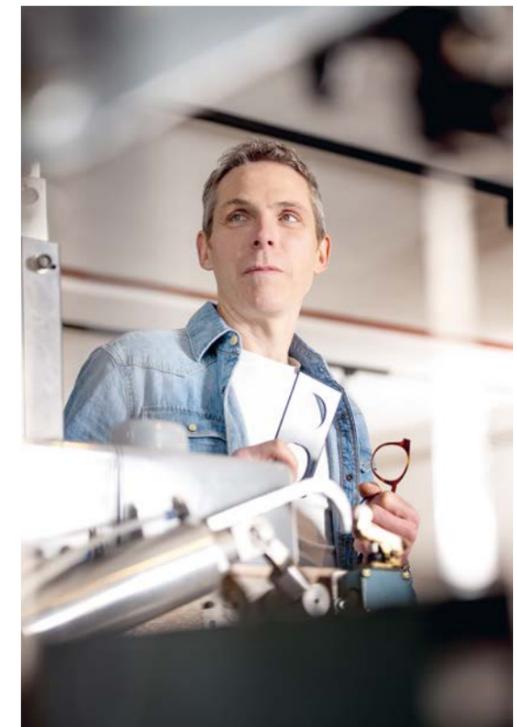
Wie werden Sie die Idee zu diesem Brand und zur Kollektion an die Augenoptiker kommunizieren?

Die Grundidee ist es, die lokale Produktion zunächst auch lokal anzubieten. Wir wollen den persönlichen Kontakt suchen und Augenoptikerkunden sowie auch Verbraucherinnen und Verbrauchern die Möglichkeit bieten, aus nächster Nähe zu sehen und zu erleben, wie eine Heinz-Brille hergestellt wird. Nicht zu-

letzt deshalb haben wir die große Glasfront in unsere Halle gebaut – damit man uns von drinnen und draußen jederzeit bei der Arbeit zusehen kann.

Die Kampagnenmotive sind von Hand gezeichnet. Was war die Überlegung zu dieser Art von Darstellung?

Zunächst bringt es das handwerkliche Element, den Glauben an die von Hand und eben mit Hilfe analoger Maschinenteknik hergestellten Brillen auch in die Kommunikation ein. Wir wollen Menschen darstellen, die echte Charaktere sind, Persönlichkeiten mit Ecken und Kanten. Mit unserer Mitarbeiterin Karin Engel haben wir das Glück, eine großartige Zeichnerin und Künstlerin im Hause zu beschäftigen. So passt für uns alles zusammen.



Aus Liebe zur Brille: Der Chef hat Freude daran, selbst Hand anzulegen. Weshalb Frank Tente oft in der Werkstatt zu finden ist. Mit der Eigenmarke Heinz erfüllt sich sein Traum einer lokalen Produktion.