



KOOPERATIONEN # KOBERG & TENTE UND COPPENRATH

UNTER HASEN, FEEN UND PIRATEN

Lust auf gute Geschichten!

Trotz der regen Nutzung von Smartphone und Computer liest Deutschlands Jugend heute nicht weniger als früher. Geschichten, in Bilder und Worte verpackt, ziehen Kinder und Jugendliche weiterhin in ihren Bann. Für Koberg & Tente war dies der Ansporn zu einer Kooperation mit dem Copenrath Verlag: Bilderbuchheldinnen und -helden liefern Inspirationen für ein kindgerechtes Brillendesign.

Fotos: Koberg & Tente; Felix der Hase (Copenrath Verlag), Ill. C. Droop

Die Lesefähigkeit gilt als eine der Grundvoraussetzungen für eine erfolgreiche Bildung. Pädagogen und Eltern befürchten jedoch, dass Kinder und Jugendliche durch das große Angebot digitaler Medien und Kommunikation das Lesen zunehmend vernachlässigen. Der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest, der zwölf Jahre lang ihr Leseverhalten auswertete (JIM-Studie 2002 bis 2014), widerlegte diese Sorge. Wohl gebe es Schwankungen, dennoch lese die Jugend regelmäßig, so die Erkenntnis der Experten: Etwa 40 Prozent nehme über das schulische Lesen und Lernen hinaus mehrmals pro Woche oder sogar täglich ein Buch in die Hand – bevorzugt das klassische Buch. Die Neuauflage der Studie 2019 bestätigte diese Prozentzahl noch einmal.

Im Copenrath Verlag überrascht das niemanden. Zu dessen Programm gehören Kinderbücher „von anspruchsvoller grafischer Qualität mit dem besonderen Etwas“, zudem Bilderbücher für die Kleinsten, Sach- und Kreativbücher, Hörbücher, Bücher für Erstleser und Jugendromane. Prinzessin Lillifee, der reiselustige Hase Felix, Dino T-Rex oder Käpt'n Sharky sind Protagonisten einer unterhaltsamen Kinderwelt – abenteuerliche, liebenswerte, lustige Gestalten, die als Markenlizenzen im Portfolio von Koberg & Tente seit 2020 das Segment der Kinderbrille verstärken. Geschäftsführer Frank Tente und Lauriane Heinemann, Rights Manager Merchandising des Copenrath Verlags, erklären Hintergründe und Ziele der Zusammenarbeit.

DOZ: Frank Tente, ein Kinderbuchverlag und ein Brillenproduzent, wie kam es zu dieser Partnerschaft?

Frank Tente: 2019 im November haben wir die Herstellung und den Vertrieb der Nussbaumer Kinderkollektionen sowie die bestehende Kooperation mit dem Copenrath Verlag übernommen. Die Produktion der Kinderbrillen führt seit Jahren die Deoma AG durch, die auch unsere Kollektion Koberg fertigt. Darüber hinaus ist der Copenrath Verlag wie wir ein familiengeführtes und in Münster ansässiges Unternehmen. So liefen viele Parallelen zusammen.

(Illustration linke Seite) Nehmen die Kinder mit in die weite Welt: Die Bücher vom reiselustigen Hasen Felix aus dem Copenrath Verlag wurden bislang über sieben Millionen Mal verkauft. • (Foto rechts) Seit 2020 führt Koberg & Tente die Lizenzen des Copenrath-Verlags in seinem Produktportfolio.

Kinderbücher als „Vorlage“ für Brillen: Lässt sich das im Design umsetzen?

Tente: Kinder leben heute in Markenwelten. Deshalb ist der Copenrath Verlag nicht mehr nur Buchproduzent, sondern die Figuren aus den Büchern finden sich auf unterschiedlichsten Artikeln wieder, die zum Alltag der Kinder gehören. Kinder entwickeln Sympathie für die Figuren, die zu liebgewonnenen Begleitern in einem wichtigen Lebensabschnitt werden. Es liegt nahe, diese Sympathie positiv für die Brille zu nutzen. Wir schätzen vor allem, dass der Copenrath Verlag auf Zurückhaltung beim Einsatz von Markenelementen setzt und beispielsweise keine überdimensionalen Logos oder Dekore auf den Fassungen verlangt. Daran lässt sich das Verständnis für die Bedürfnisse und Wünsche der Kinder erkennen.

Vergessen wir nicht: Viele Kinder freunden sich nicht so leicht mit der Brille an. Eine sympathische Figur hilft ein wenig mit, sie spielerisch anzunehmen. In der Wahrnehmung des Kindes sollte die erste Brille eine positive Erfahrung sein.

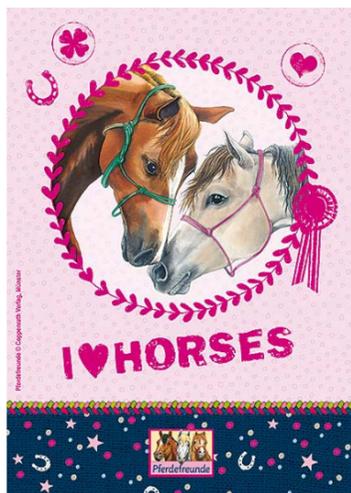
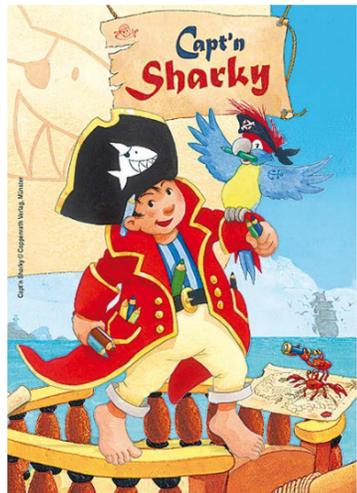
Stehen Kids noch auf kindliche Brillendesigns?

Tente: Die Herausforderung im Design besteht darin, den Wunsch der Eltern, aber auch der Kinder, Kinderbrillen wie „kleine Erwachsenenbrillen“ aussehen zu lassen mit den ergonomischen Notwendigkeiten der „kleinen Köpfe“ in Einklang zu bringen. Die Copenrath-Kollektion führt Fassungen für Kinder im Alter von circa drei bis zehn Jahren. In dieser Altersrange sind Marken wie Prinzessin Lillifee oder Käpt'n Sharky sehr beliebt. Das Teenager- und das Twenalter decken wir mit den vielfältigen Farben und Mustern des Wechselbügel-systems unser eyemax-XS-Kollektion ab, denn der Geschmack junger Menschen wandelt sich schnell.

Woran erkennt man die jeweilige Kinderbrillenkollektion?

Tente: Jede Kollektion setzt eigene Akzente: Das Bügelende der Käpt'n-Sharky-Brillen ist durchweg als Paddel ausgebildet. Felix-Brillen für die Kleinsten haben immer ein 180°-Scharnier; Prinzessin Lillifees





Kinderbücher treffen auf Kinderbrillen: Die Abenteuer und Geschichten um Prinzessin Lillifee, Käpt'n Sharky, die Pferdefreunde oder den Tyrannosaurus T-Rex faszinieren Kinder unterschiedlichsten Alters und inspirieren die Brillendesigns von Koberg & Tente.



Wenn schon Brille, dann soll sie für Kinder und Jugendliche attraktiv aussehen und angenehm zu tragen sein. Darum zähle mitunter jeder Millimeter und die genaue Anpassung der Glasformen, unterstreicht der Münsteraner Brillenhersteller.

Austausch sowie schnelle Entscheidungen, denn neben den Produkten stimmen wir auch Werbematerialien und Aktionen ab. In Koberg & Tente haben wir einen Partner, der unserem Qualitätsanspruch gerecht wird und zur Philosophie von Copenrath passt. Wir sind begeistert, wie auf der kleinen zur Verfügung stehende Fläche einer Brille Themen und Marken immer wieder neu und detailverliebt umgesetzt werden. Zusammen mit Aufstellern und Werbemitteln entsteht so eine kleine Markenwelt im augenoptischen Fachgeschäft.

Welchen Wert haben heute das gedruckte Wort und Bild für Kinder?

Heinemann: Die Frankfurter Buchmesse hat erneut gezeigt: das Buch wird immer einen besonderen Stellenwert haben. Die Halle 3.0, in der die Kinder- und Jugendbuchverlage zu finden waren, erfreute sich größter Beliebtheit. Früher gab es nur Bücher,

dann kam das Radio. Neben den Büchern und dem Radio eroberte das Fernsehen die Kinderzimmer. Es gab Langspielplatten und CDs – doch immer auch das Buch. Anfang 2000 wurden E-Books und die Frage „Ist das das Ende vom Buch?“ diskutiert. Heute ist das Smartphone ein Begleiter im Alltag der Kinder und sie beherrschen den Umgang mit einem Tablet besser als die Eltern. Aber nach wie vor werden Bücher gekauft, verschenkt und gelesen. Im vergangenen Jahr erzielten Kinderbücher sogar ein Umsatzplus von knapp fünf Prozent. Es liegt in der Verantwortung der Verlage, Angebote zu machen, die Kinder faszinieren. Bücher, die durch Geschichten, Illustrationen und Aufmachung Lust darauf machen, darin zu blättern und in die unterschiedlichen Welten einzutauchen.

Das Gespräch führte Angela Mrositzki



Frank Tente von Koberg & Tente und Lauriane Heinemann vom Copenrath-Verlag: Die Münsteraner Unternehmen einen über wirtschaftliche Ziele hinaus ihr soziales, kulturelles und regionales Engagement.

Gibt es so etwas wie eine Markentreue bei Kindern und Jugendlichen?

Heinemann: Unsere Bilderbuchcharaktere begeistern Eltern und Kinder seit Jahren. Durch die Identifikation mit den Geschichten und Figuren bildet sich eine starke Markentreue heraus. Wachsen die Kinder heran, verändern sich ihre Interessen. Doch mit Marken wie Pferdefreunde oder T-Rex erleben wir eine Markentreue auch bei den Älteren. Unsere Lizenzpartner können auf diese Markenbindung vertrauen.

Welches Ziel verfolgt der Copenrath Verlag mit der Kooperation?

Heinemann: Die Intention ist, zwei in ihren jeweiligen Märkten starke Unternehmen partnerschaftlich zusammenzuführen und gemeinsam zu wachsen. Ein Beispiel: Mit der Edition „Die Spiegelburg“ schlägt der Verlag eine Brücke zum Buchprogramm. Hier tauchen die Bilderbuchhelden als Plüsch, auf Spielen und Schulartikeln auf. Korrektionsbrillen für Kinder hingegen sind Produkte, die nicht am Augenoptiker vorbei verkauft werden können. Durch die Zusammenarbeit begleiten unsere Charaktere Kinder auch in Lebensbereiche, die wir nicht bedienen und erreichen können. Konzeption, Herstellung und Vertrieb von Kinderbrillen bedürfen eines Spezialisten wie Koberg & Tente. Dessen Kompetenz und Produktqualität strahlt auf die gesamte Marke ab. Deshalb vergeben wir auch nicht einfach eine Lizenz, sondern suchen uns die Partner sehr bewusst aus.

Was bringt der Verlag in die Zusammenarbeit ein?

Heinemann: Copenrath stellt die Geschichten der neuen Bücher schon vor Veröffentlichung sowie Styleguides zur Verfügung. Wir entwickeln kontinuierlich neue Designs, die unsere Lizenznehmer für die Gestaltung der Produkte und Marketingmaterialien verwenden können. Anhand dieser macht Koberg & Tente erste Entwürfe für die neue Brillenkollektion, die werden besprochen, im Anschluß Prototypen erstellt, die freigegeben oder nochmal überarbeitet werden, bevor sie in die Produktion gehen. Die räumliche Nähe beider Unternehmen erleichtert einen regelmäßigen

Lieblingsfarbe ist rosa und bei T-Rex finden sich stets Camouflage-Elemente, um einige Beispiele zu nennen. Insgesamt gilt für die Kollektionen, dass sie sich jeweils harmonisch in die Welt der Figuren einfügen sollen, statt es allein beim Aufdruck des Logos auf dem Bügel zu belassen.

Welchen Input gibt der Verlag für die Entwicklung einer Kollektion?

Tente: Wichtig ist zu schauen, wo die Copenrath-Charaktere außerhalb der augenoptischen Welt aktiv sind und wie sie auf den vielfältigen Produkten umgesetzt werden. Der Verlag übermittelt uns die verschiedenen Themenwelten, die wir bei der Entwicklung der Modelle berücksichtigen. Auch Werbeprodukte und Geschenke für Kunden wie Etuis, Stifte, Spielzeug erhalten wir vom Verlag.

Lauriane Heinemann, was sollte man über den Copenrath Verlag wissen?

Lauriane Heinemann: Er wurde 1768 von Josef Heinrich Copenrath gegründet und 1977 von dem jungen Grafiker und Verleger Wolfgang Hölker übernommen. Heute leitet er das Familienunternehmen mit über 180 Mitarbeitern gemeinsam mit seiner Tochter Johanna Hölker sowie Geschäftsführer Dr. Lambert Scheer.