

# Was der Name verspricht...

IMMER MEHR MARKEN BESINNEN SICH AUF DEN KERN IHRER PHILOSOPHIE UND PRÄSENTIEREN NEUE EIGENWILLIGE PRODUKTE. GERNE UNTER DEM NAMEN DES GRÜNDERS, INHABERS, URVATERS DES UNTERNEHMENS. SO AUCH BEIM BRILLENHERSTELLER KOBERG + TENTE, DER MIT DEM LABEL „KOBERG“ TECHNISCH ORIENTIERTES BRILLENDESIGN ZELEBRIERT



Genau genommen ist das Label noch jung. Erst fünf Jahre ist es her, seit Brillenhersteller Koberg + Tente seine Kollektion Koberg einführte. Seitdem wird an ihrer Entwicklung, der Positionierung, der Etablierung der Marke auch auf den internationalen Märkten gearbeitet. Mit ihrer Eigenmarke treten Juniorchef Frank Tente und sein Team den Beweis an, dass sie den Imagewandel der Brille, ihre Entwicklung hin zu Mode und Lifestyle mitgehen. Dabei gehört es zum Selbstverständnis und Credo der Münsteraner, auch mit dieser Kollektion dem Verbraucher hochwertige Qualität „made in Germany“ zu einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis zu garantieren. „Koberg ist unsere Lieblingskollektion: Brillen, die wir selbst gern tragen!“, diese Liebeserklärung in eigener Sache mag emotional klingen. Doch wer mit seinem Namen für die Wertigkeit seiner Produkte bürgt, muss sich seiner Sache sicher sein. Die Marke ist dem Unternehmen eine Herzensangelegenheit, weshalb die Verantwortung für das Produktmanagement direkt bei der Geschäftsleitung, bei Frank Tente, liegt. Sie entspreche einhundert Prozent ihren Vorstellungen von wertiger Brillenmode, von Qualität, für die der Name als Garant stehe, betont er.

Wertiges muss sich rar machen. Deshalb hält man die Koberg-Kollektion bewusst klein und fein. In diesem Jahr jedoch wurde sie um eine zweite Linie in einem modernen, internationalen Look erweitert, mit der, bei allem consequenten Minimalismus, ein mehr modischer Appeal in das Design einzieht. Mit dem Stuttgarter Studio Spektakel habe man einen weiteren Partner für das Design gefunden, so Frank Tente. „Sie entwickelten das für die Kollektion charakteristische zylindrische Scharnier in einer neuen Variante, die zwar nicht mehr schraubenlos ist, aber das Design consequent in die neue Form überträgt.“



schwierig, aber ‚made in Germany‘ meint heute eben auch, dass Brillen nicht unbedingt quer durch die Welt befördert werden müssen.“ Das Unternehmen verstehe sich als Partner des traditionellen Augenoptikers. „Dessen Geschäftsgrundlage sind gute Produkte zu einem vernünftigen Preis. Als Vollsortimenter bieten wir ihm dafür ein interessantes eigenes Markenportfolio, von den Basics bis zur hochwertigen Fassung. Aus diesem Grund setzen wir bei den Komponenten auf Hersteller aus Deutschland, Italien und der Schweiz. So liegt es nahe, der Fertigung in Deutschland den Vorzug zu geben, insbesondere für Brillen im gehobenen Preissegment. Nicht zuletzt möchten wir langlebige und hochwertige Produkte schaffen, um die Ressourcen der Natur zu schonen.“

Sichtbaren Bezug zur Natur und ihren Elementen schaffen in der laufenden Kampagne die luftigen, in Pastelltönen gehaltenen Landschaftsaufnahmen. Ätherische Leichtigkeit und Eleganz der Landschaftsmotive unterstreichen die Ausstrahlung des männlichen Modells und seiner Brillen. In den Bildkompositionen, so Tente, treten die neuen Brillen eher dezent in den Hintergrund. Brillenpurismus und Naturästhetik nähern sich an und steigern die Wirkung der Bildsprache. //

Angela Mrositzki

WENIGER IST MEHR: DIE KOBERG-KOLLEKTION SOLL ÜBERSCHAUBAR BLEIBEN. AKTUELL UMFASST SIE 14 KORREKTIONS-MODELLE, SOWOHL DAMEN- ALS AUCH HERRENFASSUNGEN. HALBJÄHR-LICH WIRD SIE UM DREI BIS VIER NEUE MODELLE ERWEITERT, AUCH WEIL MAN AKTUELLEN TRENDS RAUM GEBEN MÖCHTE.

Fotos: Koberg+Tente

Die ersten Modelle wurden von Josef Lanta entworfen. Der Freelance Designer konnte sich frei und kreativ entfalten. Frank Tente: „Er kommt, wie wir, aus Nordrhein-Westfalen. Da versteht man sich! Er entwickelte eine technisch anspruchsvolle Kollektion mit dem speziell für sie entworfenen schraubenlosen Scharnier.“ Es sei das technische i-Tüpfelchen, das Erkennungsmerkmal der Kollektion, weil es den für das Scharnier unerlässlichen Zylinder bewusst betone.

Koberg sei keine Marke für jedermann. Dieses Statement formuliert, wo sich das Label im Umfeld des Wettbewerbs positioniert. Frank Tente: „Die Brillen richten sich an Kunden, die technische Details, authentisches Design und handwerkliche Qualität wertschätzen. Am Ende des Tages ist jede einzelne fertige Brille immer eine großartige Handwerksleistung, ein hochwertiges Produkt.“ Entsprechend ernst nimmt es das Unternehmen mit der Herstellung, die ausschließlich in Deutschland stattfindet. Erst sie garantiere die Qualität jeder Brille. „Wir haben mit der Deoma AG in Gerlingen einen unglaublich guten Partner, der mit viel Liebe und Kompetenz unsere Fassungen herstellt.“ Abhängig vom Design und der Komplexität der Modelle sind bis zu 60 verschiedene Arbeitsschritte für eine Brille notwendig.

Verbürgte, zertifizierte Manufaktur-Qualität – damit die Kunden keine Überraschungen erleben, legen die Westfalen die sprichwörtliche westfälische Verbindlichkeit in die Waagschale. Dazu gehört auch, dem Optikpartner und dem Endverbraucher in der Flut der Versprechen „hergestellt in...“ den Wert von Waren „made in Germany“ immer wieder nahezubringen. Beim Endverbraucher registriere das Unternehmen ein zunehmendes Interesse für lokal produzierte Produkte. Frank Tente: „Eine lokale Brillenproduktion ist sicherlich

