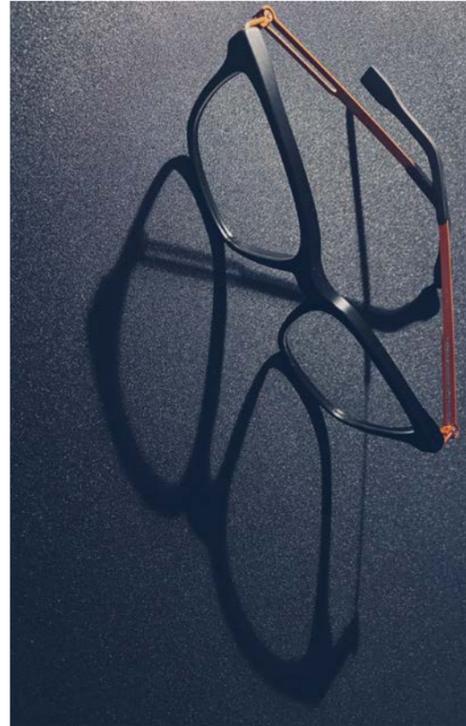




Spieglein, Spieglein ...

Seelenbilder als poetische Erzählung: Mit der **Spiegelung des Ichs** in einer Skala von **Schwarz-Weiß-Tönen** zeigt die **Brillenmarke Koberg** unterschiedlichste Facetten von **Gesichtern und Charakteren**.

Autorin: Angela Mrositzki
Fotos: Koberg



Nachhaltig und nachvollziehbar Made in Germany. Von der ersten Zeichnung bis zum fertigen Produkt wird jede Fassung einzeln und in Handarbeit in Deutschland produziert und in Münster fertiggestellt. Das erzeuge eine ganz andere Verbundenheit mit dem Produkt, erklärt der Firmenchef.

Yayoi Kusama beispielsweise verwendeten Spiegel, um immersive Erfahrungen zu schaffen, welche die Wahrnehmung des Betrachters herausfordern.

Mit dem Reiz des Sehens und Gesehen-werdens spielt auch die Bildsprache der Brillenmarke Koberg. Der Spiegel als ein Symbol für Selbsterkenntnis und die Suche nach Wahrheit, Selbstreflexion und Identitätsfindung: Dies ist die visuelle Botschaft hinter den Motiven unter dem Leitmotiv „Mirror. Mirror.“, der neuen Koberg-Kampagne. „Jeder kennt das Märchen von Schneewittchen und ihrer bösen Stiefmutter und die berühmte Frage: „Wer ist die (oder der) Schönste im ganzen Land?“ Doch diese Frage taucht nicht nur im Märchen auf. „Es braucht natürlich ein gesundes Selbstbewusstsein für die Erkenntnis, dass es immer jemanden geben wird, der noch schöner ist als man selbst. Aber diese Erkenntnis macht auch frei von dem Zwang, immer spezieller, ausgefallener aussehen zu müssen“, interpretiert Frank Tente, Chef des Münsteraner Brillenherstellers Koberg & Tente, die Botschaft in Bildern. Reduziert, klar, kompromisslos in ihrer Ästhetik und Qualität ist denn auch die Kollektion Koberg. Für Brillenträgerinnen und Brillenträger seien die Fassungen eine



Technische Details und ein Design, das der Funktion folgt, gehören zur Marken-DNA von Koberg.

Spiegelbilder und Spiegeleffekte kennt man aus der Kunst. Sie erweitern unsere Wahrnehmung zwischen Wirklichkeit und virtueller Welt. Während andere Menschen uns unvermittelt sehen, ist der einzig mögliche Blick auf uns selbst gespiegelt. So wie in der Geschichte über Narziss und sein Spiegelbild steht der Spiegel in der Kunst häufig für Eitelkeit und Eigenliebe. Der eitle Narziss wird dazu verflucht, sich in sein eigenes Spiegelbild zu verlieben, das er in einer Quelle sieht. Doch im Wasser verschwindet sein Spiegelbild, sobald er sich ihm nähert, und schließlich stirbt Narziss an unerfüllter Liebe. Weniger dramatisch wird der Spiegel in früheren Kunstwerken als luxuriöses Objekt dargestellt, das den Reichen und Mächtigen vorbehalten war. Auch Künstlerinnen und Künstler integrieren Spiegel in Skulpturen und Installationen, Louise Bourgeois und



Kompromissloser Qualitätsanspruch: Koberg-Brillen sind aus Edelstahl, Titan oder Acetat gefertigt und von Hand mehrfarbig lackiert. Eine Besonderheit ist das zylindrische, schraubenlose Scharnier, das mit dem passenden Bügeldesign den Fassungen ihren spezifischen Charakter verleiht.

Entdeckung auf der Suche nach Individualität, bekräftigt Frank Tente. Das Brand existiert seit über zehn Jahren. Die Fertigung der Fassungen erfolgt in Deutschland und vertraut auf eine Qualität, wie sie nur spezialisierte Manufakturen gewährleisten können. „Unser Wunsch war groß, etwas Eigenes zu produzieren, so hochwertig, wie wir uns Brillenfassungen vorstellen – eine innovative Kollektion, die in Deutschland hergestellt wird und deren Endmontage und Verpackung im Koberg & Tente Brillenbau in Münster stattfindet.“ Mit der aktuellen Kollektion habe man ein neues Niveau erreicht, erklärt der Firmenchef. Das gelte auch für die besondere Bildsprache, mit der die Fassungsneuheiten von zwei Fotomodells und ihren gespiegelten Konterfeis präsentiert werden. Die Models, die in den Spiegel schauen, erkennen sich selbst, nehmen wahr, wer sie sind, wie sie sich fühlen. Tente: „Luise und Florian sind zwei vollkommen unterschiedliche Charaktere und Brillentypen. Trotzdem sind sie ‚Seelenverwandte‘, die wir in ähnlicher Kleidung und mit ähnlichen Brillen inszenieren. Gemeinsam ist ihnen das Selbstbewusstsein. Die Brillenfassung fügt der Persönlichkeit nichts Fremdes hinzu, sondern unterstützt ihren ureigenen Charakter.“

Für den Firmenchef ist die Kollektion Koberg zudem eine Wertschätzung der eigenen Wurzeln, der Markenname sei eine Hommage an Heinz Koberg, Großonkel von Frank Tente und einer der beiden Firmengründer, erklärt er. Eine Koberg-Brille erkenne man an ihrem modernen, zeitlosen Look, ist Tente überzeugt. Das Brillendesign, die technisch-funktionalen Details ebenso wie die Ästhetik entwickelten sich stetig weiter. Speziell für diese Linie wurde auch das zylindrische Scharnier erfunden und mehrfach überarbeitet; bis zur heutigen filigranen Form in Verbindung mit leichten, feinen Bügeln. „Unser Vorbild sind die Elektrogeräte von Braun. Wir streben ein Design an, das reduziert auf das Wesentliche und trotzdem schön ist. Auch das Material ist entsprechend pur: Titan, Edelstahl, Acetat, sonst nichts.“ Rein und unverfälscht, wie die Seelen- und Spiegelbilder von Luise und Florian, bei ihrer sehr persönlichen Erfahrung mit einer Koberg-Brille.