

modern times

oder: Wie man die Welt jeden Tag zum Lächeln bringt



Zugegeben, die Welt jeden Tag zum Lächeln zu bringen, ist ein ambitioniertes Unternehmensziel. Erst recht, wenn man wie der Postkarten- und Geschenkartikel-Vertrieb modern times in Bielefeld angesiedelt ist. In der Stadt, die es angeblich gar nicht gibt. Und die – sollte es sie doch geben – wohl kaum den Nabel der Gute-Laune-Welt bildet ... oder etwa doch?

Denn vielleicht ist es gerade der kratzbürstige Charme der Ostwestfalen, der einen kreativen Reizpunkt setzt und ungeahntes humoristisches Potenzial freisetzt. Wie sonst ist zu erklären, dass in Bielefeld ein Unternehmen heimisch ist, das seit seinem Umzug aus dem niedersächsischen Northeim 1997 zum Marktführer und Trendsetter im Bereich der humorvollen Postkarten avancierte?



Zwar besteht das riesige Sortiment von modern times nicht allein aus Schenkelklopfern – und längst nicht mehr nur aus Postkarten. Dennoch erreicht das Unternehmen spielend das Ziel, seinen Kunden 365 Tage im Jahr ein breites Grinsen zu entlocken. Dafür bürgen alleine die 3.000 ständig wechselnden Motive und Geschenkartikel von mehr als 40 Verlagen und Produzenten. Zur süßen Qual bei der Produktwahl verführen über 3.500 belieferte Buch- und Geschenkehändler in Deutschland, Österreich, der Schweiz und sogar Mallorca sowie in der Karibik.

Neben der Zusammenarbeit mit großen und kleinen Postkartenverlagen hat sich modern times über die Jahre auch als Spezialist für exklusive Lizenzen etabliert. So veredeln beispielsweise die berühmte WDR-Maus, der beliebte kleine Prinz oder hochwertige Fotografien von GEO das breite modern times-Sortiment. Als Trendorientiertes Unternehmen dürfen selbstverständlich auch eigene Kreationen nicht fehlen. Bestes Beispiel sind die „Ver-

botenen Schilder“, die dem rastlosen Geist von modern times-Gründer Eckhard Kühn entsprangen und seit der Markteinführung 1999 x-fach kopiert, aber nie erreicht wurden.

Und so hält das breite Produktangebot von modern times nicht nur für jeden Tag, sondern auch für jeden Geschmack ein Lächeln bereit: das bissige Bonmot für den Zyniker; der zotige Herrenwitz für den Arbeitskollegen; das hintersinnige Kafka-Zitat für den Schöngest; die atemberaubende GEO-Panoramalandschaft für den Naturfreund; das rotzige „Zicke“-Türschild für die pubertäre Tochter ...

Und, wie dürfen wir Sie zum Lächeln bringen?

past times
oder: Klingt komisch, ist aber so!

Wie so viele große Liebesgeschichten, nahm auch die innige Beziehung von modern times-Gründer Ecki Kühn zu Postkarten in Paris ihren Anfang: „Es war Ende der 80er Jahre, als ich in Paris einen kleinen Laden entdeckte, der ausschließlich Postkarten mit Kunstmotiven verkaufte.“ Die einleuchtende Erkenntnis ließ Kühn nicht mehr los, „dass die Menschen nicht mal eben einen Poster-Kunstdruck, dafür aber im Vorbeigehen zehn, zwanzig Postkarten kaufen!“

Die Geschäftsidee war geboren und kurz darauf auch das Unternehmen „modern times“. Das gesamte Startkapital war zwar schnell in englische Lizenzen von „Star Trek“-Motiven aus den Sechziger Jahren investiert, doch es lohnte sich: „Anfang der Neunziger war die Hochzeit der Trekkie-Bewegung.“ Kurz darauf erweiterten bissige Satire aus dem „Titanic-Verlag“ – wer erinnert sich nicht an Gabis erste „Banane“? – und das deutsche Star Trek-Pendant „Raumpatrouille Orion“ das noch überschaubare Sortiment.

Während der Vertriebspezialist und seine Frau vom niedersächsischen Northeim aus immer mehr kleine, linke und Frauen-Buchhändler belieferten, gründete Andreas Mamerow im 150 km entfernten Bielefeld den „art concept“-Verlag. Das wäre Ecki Kühn vermutlich ziemlich egal gewesen, wenn er sich 1996 nur zwei Wochen früher beim WDR nach der Lizenz für „Die Sendung mit der Maus“ erkundigt hätte. „Doch Andreas war schneller als ich.“

„Auf einmal rief mich ein Herr Kühn an, der mich sofort duzte und meinte, ich solle ihm doch die Maus-Postkarten überlassen. Er würde sie doch ohnehin viel besser loswerden als ich.“ Der heutige modern times-Geschäftsführer Andreas Mamerow muss noch immer schmunzeln, wenn er an dieses „kuriose Telefonat“ zurückdenkt. Doch Kühns forsche Überrumpelungstaktik hatte Er-



folg: „Erstens war mir seine Art schon irgendwie sympathisch, zweitens produzierte meine Firma damals eigentlich nur Kunstdrucke. Die Postkarten-Lizenz der Maus hatte ich lediglich im Paket mitgekauft.“

Wie erfolgreich sich diese zufällige Zweckgemeinschaft entwickelte, hätte damals wohl keiner von beiden zu träumen gewagt. Doch Fakt ist: Nur ein Jahr später zog „modern times“ von Northeim nach Bielefeld und legte fortan eine rasante Entwicklung hin. Am Beginn einer wunderbaren Freundschaft muss also nicht immer Paris stehen ...

