



„Wir verfolgen als „Boten guter Laune“ nur ein Ziel: Die Welt jeden Tag zum Lächeln zu bringen.“ Neben Andreas Mamerow (links) werden zukünftig auch Jan Ginsberg (rechts) und Claudia Raben die Geschäfte des Bielefelder Unternehmens gestalten.

Mit schrägem Humor weiter auf Erfolgskurs

Für das Team von modern times und Inkognito gehört eine gewisse Ironie zum Leben. Das zeigt sich im einzigartigen Portfolio, in dem Humor eine besondere Rolle spielt. Mit neuer Dachmarke sieht sich das Bielefelder Unternehmen gut aufgestellt für die Zukunft.

Postkarten von modern times und Inkognito halten für jeden Tag und jeden Geschmack ein Lächeln bereit: das bis-sige Bonmot für den Zyniker, der zoti-ge Schenkelklopfer für den Kollegen, das hintersinnige Zitat für den Schön-

geist, die atemberaubende GEO-Pano-ramalandschaft für den Naturfreund oder das rotzige „Zicke“-Türschild für die pubertäre Tochter. Neben humo-vollen Postkarten steht modern times ebenso für Post- und Grußkarten mit

renommierten Lizenzthemen wie GEO, Sandmann und die Sendung mit der Maus. Wir befragten Andreas Mame-row, Jan Ginsberg und Claudia Raben zur zukünftigen Ausrichtung des Un-ternehmens.



Andreas Mamerow, Geschäftsführer



Jan Ginsberg, Geschäftsführer

Im Zuge der Neuausrichtung wurde ein neues Logo entwickelt.



inkognito



ANDERSKARTIG

Seit über drei Jahrzehnten setzen die Marken modern times und Inkognito Trends in der Branche. Wie schaffen Sie es, die Welt jeden Tag aufs Neue zum Lächeln zu bringen?

Ginsberg: Das ist unsere größte und zugleich schönste Herausforderung, ein breites Portfolio im Bereich Humor, Satire und komische Kunst immer wieder neu zu entdecken und unsere Händler und Endkunden auch mal faustdick zu überraschen. Neben vielen eigenen, teils verrückten Ideen prägen die bekanntesten Cartoonisten und Künstler unser Angebot an Post- & Glückwunschkarten.

Neben dem Humor spielen starke Marken und Lizenzen eine wesentliche Rolle, wo liegen hier die Highlights?

Raben: Es ist wohl genau dieser Sortiments-Mix, der den Unterschied ausmacht. Als einige der Langzeit-Highlights sind neben GEO unsere Kinderlizenzen zu nennen. Mit der Maus, dem Maulwurf, dem Sandmann und Pippi Langstrumpf feiern wir Stars unserer Kindheit, die Generationen begeistern. Jeder kennt Loriot - wir lassen ihn in diesem Jahr zum 100. Geburtstag mit Karten und Geschenkartikeln besonders hochleben. Ebenso sind wir mit Lizenzpartnern wie Visual Statements oder Junique am Puls der Zeit und lernen viel von und über jüngere Zielgruppen.

Seit kurzem wurde mit ‚Das Trendwerk‘ eine neue Marke geschaffen. Was genau verbirgt sich dahinter?

Raben: Eine Schnapsidee - im wahrsten Sinne. Unsere Kunden fragten, ob wir den Spaß nicht auch auf Geschenkartikeln umsetzen können. Gesagt, getan - heute umfasst das Sortiment neben Non Food Artikeln auch viele Food Produkte wie Schokolade, Glückskekse, Dosenbier oder eben auch Schnaps. Alles in der für uns gewohnten Gestaltung, mal lustig, mal charmant und gerne auch etwas frech. Die Produkte setzen wir mit einer ausgeklügelten Logistik um, immer frisch abgefüllt und somit lange haltbar.

Wie gelingt es Ihnen, in einem wandelnden und umkämpften Markt weiter Maßstäbe zu setzen?

Ginsberg: Wir haben unser Vertriebsteam in den letzten Jahren ausgebaut und weiterentwickelt. Heute umfasst dieses Team über 70 Mitarbeiter. Diese haben gerade in den letzten, herausfordernden Jahren einen tollen Job gemacht. Neben der Beratung und Betreuung unserer Fachhandelskunden bieten wir unseren bestehenden und neuen Handelspartnern eine maßge-

schneiderte Servicelösung, bis hin zur Belieferung ab Auto. Diesen entscheidenden Mehrwert schätzen unsere Kunden sehr.

Sie vereinen also drei starke Marken unter einem Dach. Welche Vorteile ergeben sich dadurch für Ihre Kunden?

Ginsberg: Zum Jahreswechsel haben wir uns etwas neu aufgestellt. Wir haben organisatorisch mit der Anderskartig GmbH ein Dach über unsere Marken gespannt. Auch hier ist der Name Programm - etwas anders aber bitte nicht artig. Für unsere Kunden ergeben sich einige Vorteile wie zum Beispiel die zentrale Auftragsbearbeitung oder ein Ansprechpartner im Innen- und Außendienst für alle Marken. Durch die gemeinsame Auslieferung der Marken modern times und Inkognito reduzieren wir Frachtkosten und leisten einen kleinen Beitrag für eine bessere CO₂ Bilanz.

Herr Mamerow, Sie haben auch in der Geschäftsführung Veränderungen vorgenommen, wie sehen diese aus?

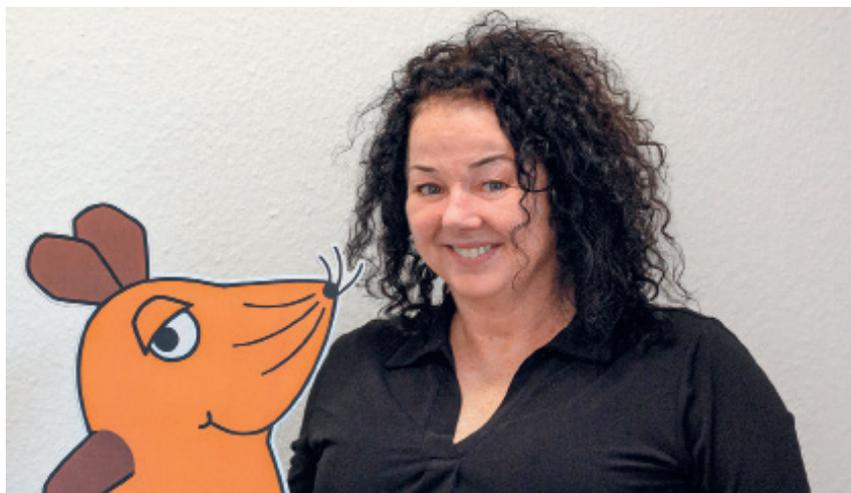
Mamerow: Unser Unternehmen wächst in den letzten Jahren und damit auch die Aufgaben. Aus diesem Grunde werden Jan Ginsberg (Marketing, Vertrieb) und Claudia Raben (Sortiment, Einkauf) zukünftig als weitere Geschäftsführer:in mit mir die Zukunft gestalten. Wir freuen uns sehr auf alles, was kommt.

Auch in diesem Jahr präsentieren Sie sich auf der Messe Ambiente, worauf dürfen sich die Besucher freuen?

Ginsberg: Auf unsere Dreimarkenvielfalt mit zahlreichen Neuheiten. Zeit für gute Gespräche und wie es sich für uns gehört - auf ein kühles Dosenbier und einige Überraschungen.

Vielen Dank für das informative Gespräch.

www.anderskartig.de



Claudia Raben, Geschäftsführerin