

MODERN TIMES

Jeden Tag die Welt zum Lächeln bringen



Als Botschafter der guten Laune verstehen sich Eckhard Kühn und Andreas Mamerow, beide Geschäftsführer des Bielefelder Postkarten-Verlags und -Großhändlers. Gemeinsame Wege gehen beide seit Mitte der neunziger Jahre, als es darum ging, sich die WDR-Lizenz von „Die Sendung mit der Maus“ zu sichern.

Das Unternehmen wurde von Eckhard Kühn und seiner Gattin im Jahr 1990 gegründet, nachdem Eckhard Kühn zuvor in der Kunstszene tätig war. Die Anfangsidee, mit im Design und in der Aussage außergewöhnlichen Postkarten ein erfolgreiches Geschäft aufzubauen, hat immer noch Bestand und ist mittlerweile das Markenzeichen der Bielefelder geworden. Ab Mitte der neunziger Jahre begann der Verlag, Kontakte zu Kauf- und Warenhäusern zu knüpfen und diese sukzessive auszubauen. In diesen Zeitraum fällt auch der Erstkontakt zwischen Eckhard Kühn und Andreas Mamerow und dessen Unternehmen Art Concept. Ein wichtiger Teil des Sortiments von Modern Times sind bestimmte Dauerbrenner-Lizenzen, die nicht nur in der jungen, sondern auch in der erwachsenen Zielgruppe bekannt und beliebt sind.



Der Sitz des Unternehmens in Bielefeld beherbergt auch den Verlag Art.Concept

DIE MAUS BRINGT ZUSAMMEN

Daher lag nahe, sich die Lizenz zur „Maus“ zu sichern – quasi zeitgleich bemühte sich auch Andreas Mamerow um eben jene Lizenz. Beide einigten sich schnell und unbürokratisch auf einen gemeinsamen Weg. Der Lizenzvertrag

beinhaltet neben Postern eben auch Postkarten und Eckhard Kühn brachte seine vertrieblichen Möglichkeiten ins Spiel. Mittlerweile dient Art Concept als Lieferant und ist Mutterfirma von Modern Times, wobei sofort auffällt, dass sich

beide Geschäftsführer ideal ergänzen. „Eine unserer Kernkompetenzen ist die immense Vielfalt der Grafiker und Künstler“, betonen beide. Vielfalt ist auch auf das Gesamtsortiment und die unterschiedlichsten Geschäftstätigkeiten von Modern Times bezogen das entscheidende Wort, um die Unternehmenskultur zu beschreiben. Durch Eckhard Kühns Werdegang aus der Kunstszene heraus verfügt der Postkartenspezialist über eine enorme Bandbreite an Themen und Motiven.



Eckhard Kühn, Geschäftsführer



Andreas Mamerow, Geschäftsführer

ERNST UND KONSERVATIV? NICHT MIT UNS

Besonders auffällig ist dabei, dass das Thema „political correctness“ eher augenzwinkernd betrachtet wird. Mit Zigaretten, die beim Besuch des Messestands angeboten werden – und das in Hochzeiten der Antiraucher-Bewegung, mit auffällig-gelb-schwarzen „Verbotenen Schildern“ die teilweise grenzwertige Botschaften enthalten, einen Messestand zu bestücken oder auch das klare Bekenntnis „Wir sind leistungsorientiert und umsatzgeil“ zu äußern – gehen die Bielefelder ungewöhnliche Wege und sind

damit erfolgreich. Und wie der Zeitgeist es will, gerät in diesem Jahr der aus den 70er und 80er Jahren bekannte Anti-Atomkraft-Sticker zu neuen Ehren: Modern Times hat natürlich auch dieses Motiv in vielfacher Auswahl im Programm, und das schon seit langem. Die Vielfalt zeigt sich auch im Portfolio der momentan rund 60 Partnerverlage. Bei allem außergewöhnlichen betonen die Geschäftsführer, dass sich Modern Times als absolut zuverlässiger Partner des Fachhandels definiert. Aber auch durch das Entgegenkommen gegenüber dem Kunden zeichnen sich die Bielefelder aus: „Wir machen unseren Kunden keine Vorgaben, was sie kaufen sollen. Er kann genau das kaufen, was er auch haben will“, bekräftigt Eckhard Kühn. Mit 23 Außendienstmitarbeitern sucht Modern



Eyecatcher für den Verkaufserfolg



Vielfalt auf einen Blick: die Präsentation der Karten ist immens wichtig



Times immer den direkten Dialog mit dem Kunden. Dabei reicht das Kundenportfolio von Museen und Buchhandlungen über hochwertige Papeterien, Bahnhofsbuchhandlungen, Freizeitparks oder Baumärkten bis hin zu Erotik- und Souvenirshops. Natürlich nutzt der Postkartenspezialist auch Messen, um sich und sein Sortiment bekannter zu machen, so sind die Bielefelder in Frankfurt auf der Christmasworld, der Ambiente und der Tendence anzutreffen, aber auch in München, Hamburg und Düsseldorf.

ZIEL: MARKTFÜHRER BIS 2015

Das übergeordnete Ziel für das gesamte Unternehmen ist, bis 2015 Marktführer in der DACH-Region zu werden und ein Umsatzziel von acht Millionen Euro zu erreichen. Zwar weist die Umsatzkurve seit der Gründung stetig nach oben, ist beim momentanen Stand allerdings

Die neue GEO-Kartenedition

noch weit entfernt von der Zielvorgabe. Insgesamt befinden sich Stand 2010 über 3.300 aktive Kunden in der Datenbank. Auf Nachfrage, wie das ehrgeizige Umsatzziel zu erreichen ist, verweist Eckhard Kühn zum einen auf die Kernkompetenz, immer wieder angesagte Trends aufzuspüren und mit hohem Qualitätsanspruch und bester Beratung punkten zu können. Andererseits habe man sehr interessante Projekte in der Pipeline, über die man bisher noch nicht sprechen könne.

REGENWALDEDITION

Eines der aktuellsten Projekte ist die Postkartenedition mit Motiven des renommierten Reportagemagazins GEO. „GEO steht bekanntlich für mehr als nur für fotografische Qualität. GEO steht für Wissen und Kompetenz, vor allem in Sachen Klimaschutz und Artenvielfalt“, kommentiert Eckhard Kühn die Kooperation. Andreas Mamerow ergänzt: „Dass GEO dieses Wissen nicht nur an seine Leser weitergibt, sondern auch vor Ort einbringt, hat uns imponiert“. Zum Start umfasst die „Regenwaldedition“ zunächst 20 Motive. Modern Times wäre nicht Modern Times, wenn nicht ein Teil des Verkaufserlöses in ein konkretes Projekt von „GEO schützt den Regenwald“ ginge. Die Geschäftsführung weiß auch um die Bedeutung der Präsentation im Handel und beteiligt sich daher auch unter anderem an der Sonderschau „Pimp your shop“ im Zusammenhang mit der Messe Frankfurt, bei der über Gestaltungsmöglichkeiten und interessante Zusatzsortimente im Buchhandel informiert wird und sich Fachhändler inspirieren lassen können. Weitere Informationen finden Sie auch unter

WWW.MODERNTIMES.DE

TR