



Botschafter der guten Laune

Andreas Mamerow verfolgt ein Ziel – er möchte die Welt jeden Tag zum Lächeln bringen. Meist gelingt das dem Geschäftsführer der **modern times GmbH** aus Bielefeld auch – sein Unternehmen zählt zu den **Marktführern** in Sachen **humorvolle Postkarten**.

□ **Der Countdown läuft** – nur noch wenige Tage, dann steht Weihnachten vor der Tür. Und da hört für viele der Spaß auf: „Weihnachten ist nicht witzig. Entweder, man mag das Fest und schreibt Karten an seine Lieben oder man mag es nicht, und schreibt auch nicht drüber“, weiß der 45-Jährige aus Erfahrung. Ein bisschen lustig darf es aber schon sein, nur oberhalb der Gürtellinie müssten die Sprüche bleiben. Ein Dauerbrenner etwa sei die Karte mit einem Tannenbaum drauf, die die Aufschrift „ä tännschen, please!“ trägt. Oder etwas Zeitgenössisches: Der Weihnachtsmann, der vor einer Horde Kinder steht und fragt „Na, was wünscht ihr euch denn?“ Und diese empört zurückfragen: „Haste unsere SMS nicht gekriegt?“

Dennoch macht das Weihnachtsgeschäft nur rund zehn Prozent des Umsatzes der modern times GmbH mit Sitz in Bielefeld aus. Verkauft werden pro Jahr etwa 15 Millionen Karten, damit zählt das Unternehmen zu den größten deutschen Postkarten- und Spaartikel-Vertrieben. 4.000 Produkte hat modern times im Programm, beliefert über 3.500 Buch- und Geschenkhändler in Deutschland und Europa; sogar in der Karibik sind die Karten zu haben. Hauptgeschäft seien jedoch die Geburtstagskarten. „Laut einer Marktstudie sind Frauen die Hauptabnehmerinnen der Karten, aber auch Sammler gehören zu unserer Kundschaft“, berichtet der Unternehmer. Viel laufe über sogenannte Impulskäufe: „Wenn Kunden einen unserer Kartenstände sehen, locken ihnen die Sprüche sofort ein Lächeln auf die Lippen. Oft wird dann spontan eine Karte gekauft. Es ist daher eher Stöberware“, weiß der Botschafter der guten Laune.

Besonders erfolgreich und damit ein Longseller ist die Serie „Verbotene Schilder“. Mittlerweile ist daraus eine ganze Produktfamilie entstanden, es gibt Kaffeebecher, Buttons oder auch Bier mit dem Etikett „Schön Trinken“. „Sie ist aus einer fixen Idee entstanden, in Anlehnung an die gelben Baustellenschilder, die alles mögliche verbieten. Ich behaupte mal, dass in jeder WG eine solche Weisheit oder ein Warnhinweis zu finden ist, sei es als Magnet am Kühlschrank oder als Bierdeckel in der Kneipe“, erzählt der Diplom-Volkswirt. Die Sprüche kommen von Verlagen, freischaffenden Künstlern oder Grafikern und häufig auch von den rund 30 eigenen Mitarbeitern: „Zum einen sichten wir Talente, zum anderen erhalten wir Empfehlungen. Inzwischen verfügen wir über einen großen Pool an Ideengebern, denn wir müssen unsere Vielfalt ständig erneuern“, betont Mamerow. Neben den humorvollen Karten sind Cartoons der Köpenicker Cartoon Gesellschaft und des Bielefelder Zeichners Ralf Ruthe im Programm. Hinzu kommt eine Kunstedition mit Fotos von GEO oder Literatur-Zitaten. Sticker, Voodoo-Puppen, Geldröhrchen, Frühstücksbrettchen und vieles mehr runden das Sortiment ab – immer versehen mit einem „dummen Spruch“.

Auf die Lizenz für die Zeichentrickfigur „Die Maus“, die das Unternehmen 1996 vom WDR erhielt, ist man bei modern times besonders stolz. Sie hängt zudem eng mit der Firmenhistorie zusammen. Ursprünglich gegründet wurde das Unternehmen 1990 von Eckhard Kühn im niedersächsischen Northeim. Schon damals hatte sich dieser auf die Produktion von lustigen Karten spezialisiert, besaß unter anderem die Lizenzen für Star-Trek-Motive. 1996 machte sich

Andreas Mamerow mit seinem Bielefelder Verlag „Art-Concept“ selbstständig. In dem Jahr feierte „Die Maus“ ihr 25-jähriges Jubiläum. Mamerow unterbreitete dem WDR zur rechten Zeit ein Angebot für Produkte mit dem Kinderliebhaber. Auch Kühn interessierte sich für „Die Maus“, wollte die Postkarten vertreiben. 1997 legten Mamerow und Kühn schließlich ihre Firmen zusammen. Der Beginn einer erfolgreichen Partnerschaft – die Rechte für Charaktere der „Muppet-Show“, der „Sesamstraße“, „Biene Maja“ oder „Der kleine Prinz“ folgten.

Der persönliche Bestseller von Mamerow, der in seiner Freizeit gern Fußball schaut und Tennis spielt, ist und bleibt jedoch „Die Maus“. Sogar eine vierteilige Serie, den „Maus-Starschnitt“, hat er selbst kreiert, angelehnt an das Vorbild aus der Zeitschrift „Bravo“. „Die Maus ist generationenübergreifend, außerdem mag ich die Designeleganz der Serie, den reduzierten Stil.“ Und sonntags hat der längst den Kinderschuhen entwachsene Mann häufig einen festen Termin im Kalender – dann ertönt pünktlich um 11.30 Uhr die Titelmelodie von Maus, Elefant und Ente im Fernsehen.

> **Silke Goller**

i DAS UNTERNEHMEN

MODERN TIMES GMBH

Firmensitz: Bielefeld

Gründung: 1990

Mitarbeiter: 30, weitere 30 im Außendienst

Umsatz: rund sechs Millionen Euro

www.moderntimes.de