

FERDINAND HOLZMANN VERLAG



**WIE
ICH
ES
SEHE**
Ein Stück Zeitgeschichte
Jörn Holzmann

Ein Stück Zeitgeschichte

Wie ich es sehe

Monatliche Betrachtungen
zur Möbel- und Einrichtungsbranche
aus vier Jahrzehnten

von Jörn Holzmann

VORWORT

Jörn Holzmann, vier Jahrzehnte Verleger in der Medienmetropole Hamburg, ist am 30. August 1939 in Hamburg geboren, in die Kriegsjahre hinein. Er wächst auf in der Tradition eines liberalen, von Großzügigkeit geprägten Elternhauses. Er studiert Volkswirtschaft an der Universität Hamburg, hört bei Karl Schiller und Harald Jürgensen. Es folgen erste Berufsschritte in der Automobilindustrie. Die Erfahrungen als technischer Controller in den Kölner Fordwerken prägen fürs Leben. 1970 dann der Ruf nach Hamburg in den väterlichen Verlag, der sich auf die Möbelbranche spezialisiert hat. Erste Amtshandlung: den Apparat schlank machen, Karteikarten ausmisten, die schreibende Fraktion stärken. So wurde er Zeitschriften-Mann, eigentlich nur übergangsweise, aber er findet schnell Geschmack daran, fuchst sich rein in Furniere, Fronten und Möbel und wird Sparringspartner ihrer Macher.

Spannende Themen der Möbelbranche begleiten seine Laufbahn: die Gründung der Einkaufsverbände, das Wegsterben des innerstädtischen Handels, das Ausbreiten der Großflächenanbieter auf der grünen Wiese. Der Ikea-Start in Deutschland, der erste Roller-Möbeldiscounter. Die Ölkrise erschüttert die Branche, das Wachstum bleibt zeitweise aus. Dann der Fall der DDR, die Märkte internationalisieren sich. Der Importdruck wird immer stärker, der Mittelstand kämpft ums Überleben, der E-Commerce hält Einzug.

Jörn Holzmann wird gefragter Gesprächspartner bei den Entscheidern dieser 30-Milliarden-Branche, gleichermaßen bei Handel und Industrie akzeptiert. Als Experte in Bauansiedlungsverfahren, als Jury-Mitglied in Design-Symposien, als Mitwirkender an Fraktionsvorlagen in Sachen Mittelstand im Bundestag. Er vermittelt Gespräche mit Kanzlerkandidat Gerhard Schröder oder Helmut Schmidt ebenso wie Werksbesichtigungen bei Porsche. Er entdeckt Deutschland als Spot-Markt für Möbel, diagnostiziert „Spartenmonopole“ in konzentrierenden Industrien.

Mehr als 460 monatliche Editorials mit Titeln wie „Trabi tätscheln“, „Nicht nur für daddeldu“ oder „Wie Wartesaal in Ulan-Bator“ versprechen Monat für Monat jede Menge pures Lesevergnügen im Branchenmagazin „möbel kultur“. Sie bescheren ihm aber auch den Ruf als unbequemer Mahner. Mangelnde Professionalität bei Mitarbeitern, Kunden und Lesern fordern ihn von Anfang an heraus. Frech, unkonventionell, intelligent und pointiert – die Möbelbranche hat eine Stimme.

Seit 1977 kennt sie ihn von Seite drei der „möbel kultur“. Es wechselten zwar Bart und Brille, Sakko und Krawatte.

WIE
ICH
ES
SEHE

Unverändert bis heute aber bleibt das freundliche Zugehen auf den Leser, die ehrliche Sorge um sein Wohlergehen, die mutige Attacke gegen Arroganz, Zu-kurz-Gedachtes und Krämerseelen. „Wir wollen die Branche nicht nur beobachten, wir wollen sie mitgestalten. Also interpretieren wir die Branche für die Branche.“ Sagt er. In einer Mediengesellschaft, die polarisierend lärmt und spekuliert, finden sich abgewogene Urteile und fundierte, aber weniger spektakuläre Urteile immer seltener.

Und so mahnt er wieder und wieder das konsequente Senken der Reklamationsquote an, schließlich „schläft in jeder Rumpelkammer die Rendite“. Warnt die Küchenmöbler vor der Gefahr, „nur noch als Verpackungsjogis für die Geräteindustrie vorzuturnen“. Sorgt sich angesichts der „Nacht über Schieder“: „Welch ein Renommee für die Branche? Böser hätte das Ende nicht kommen können.“ Tröstet, als das Möbeljahr '07 nicht in Gang kommen will, mit dem Rat: „Wo Innovation ist, ist auch Leben.“ Und schimpft fürchterlich angesichts wachsender Private-Equity-Engagements in der Branche, weil „man sich ja schon bekloppt vorkommt, wenn man noch simpel schafft und nicht shareholder“.

Im gleichen Atemzug kann er mit so herrlich charmanten Geschichten verblüffen. Ging es früher um Herrenzimmer, Schrankwände in Eiche P43 und Kulissentische, analysiert er heute die Strategien der Global Player, trennt internationales Interieur-Design von Asia-Plagiaten, leuchtet das Office- und Contract-Business aus, recherchiert weltweit, ob in den polnischen Steinhoff-Fabriken oder den gestylten Showroom-Wundern in New York.

Im Januar 2016 verabschiedet sich Jörn Holzmann mit seinem letzten Editorial. Mit der hier vorliegenden Zusammenstellung entstand jetzt ein einmaliges Kompendium mit Bewertungen und Analysen zu knapp vier Jahrzehnten Möbel- und Branchengeschichte. Die Darstellungen sind bewusst im Original belassen, um auch den Gestaltungscharakter aus Fotografie, Typografie und Seitenlayout, die den jeweiligen Zeitgeist deutlich charakterisieren, für den Leser zu erhalten. „In der Rückschau“, so Jörn Holzmanns Resümee der gut 460 Editorials, „sind es Jahresringe einer großen Epoche.“

ARND ZIEMER

WIE
ICH
ES
SEHE