

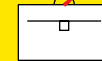
ausbaden

ausschlürfen.

Richtig konsequent

Ist ein konsequenter Mensch bewundernswert prinzipientreu? Oder einfach nur unflexibel, starrköpfig gar. Kann es sich ein Unternehmen leisten, in diesem Sinne konsequent zu sein? Entscheidend ist, dass man zu sich steht, dass man ein verlässlicher Zeitgenosse ist. Dass Kunden wissen, was sie erwarten können. Konsequenz ist eine Einstellung, die in wohl jeder Situation richtig ist. Dann wird man auch nicht erwarten, dass man immer alles richtig macht.

Ich verstehe
darunter, dass man
den Fehler, den
man gemacht hat,
auch ausbaden
muss. Oder man
kann das Gute, was
man gemacht hat,
ausschlürfen.



Haltung und Stil

Nach dem „Mannsein“ aus der ersten Ausgabe wenden wir uns nun in BLAUTON der „Konsequenz“ zu. Der Blick auf die Werte unseres Unternehmens ergab eine große Schnittmenge zu diesem Begriff. Wir können sicher sein, dass wir nicht einem Mode-Wort folgen, sondern im Bezug auf die HIRMER Gruppe auf der richtigen Spur sind.

Die Redaktion hat sich auf die Suche gemacht. Was ist konsequent? Wie beweist HIRMER Haltung und Stil, Klarheit und Unerschrockenheit im Umgang mit Entscheidungen? Auch wenn die nicht immer einfach sind. Und wenn man sich selbst treu bleiben und konsequent sein will.

Zunächst haben sich die Autoren bei zwei Menschen erkundigt, die es wissen müssen: Michael und Christoph „Stoffel“ Well. Die beiden lassen keinen Zweifel an der Notwendigkeit eigener Überzeugungen. Sie überraschen aber auch mit der Erkenntnis, dass Konsequenz auch Einschränkung bedeutet.

Auch wenn wir in einer Zeit leben, in der modisch alles zu gehen scheint, zeigen wir in einer ungewöhnlichen Foto-story unter anderem, dass der kunterbunte Einsatz modischer Accessoires durchaus seine Grenzen hat. Die wir umgehend auf unserer „Customer Journey“ wieder sprengen: „Wir können Mann“ in jeder denkbaren Situation, die unsere Kunden für ihren Einkauf bei HIRMER wählen.

Dass Konsequenz ihre ganze Energie oft erst dann entfaltet, wenn der Moment unserer Entscheidung lange zurückliegt, weiß HIRMER mit dem Blick auf die lange Männermode-Geschichte des Stammhauses in der Kaufingerstraße. Der Blick auf das persönliche und unternehmerische Wirken von Hans Hirmer zeigt, wie der Mut zum Richtigen mehrere Generationen verpflichten kann.

Eine erfreuliche Lektüre wünschen Ihnen

Ulrich Hirmer

Ihr Ulrich Hirmer

Christian Hirmer

Ihr Dr. Christian Hirmer

Protagonisten

Was kann, was darf nicht und was muss? In Blauton #2 drehte sich für unsere Autoren, Fotografen, Illustratoren, aber auch Interviewpartner alles um das Thema Konsequenz.

ILLUSTRATION Nora Maria Sieß



Biermösl Blosn

Zwei Freigeister, die sich immer treu blieben. Michael und Stofferl Well haben geschafft, was wenige vermochten: mit volkstümlicher Musik nicht nur zu unterhalten, sondern auch Missstände anzuprangern. Ganz schön authentisch. Ganz schön konsequent.



Katsey

Für BLAUTON abstrahierte das Fotografinnen-Duo altehrwürdige Nebensächlichkeiten der Herrenmode. Abgelichtet wurde das „Stil-Leben“ dieser Ausgabe natürlich in ihrer Wirk- und Werkstatt Wien.



Karin Pollack

Auch Karin Pollack stammt aus Wien und schreibt dort für die Tageszeitung „Der Standard“. In BLAUTON elaboriert die Redakteurin ihr sehr prinzipientreues Wesen. Definitiv mehr als eine Frage des Stils.

Ralf Stowasser

Nur die Wankelmütigen verweilen auf der Sonnenseite des Lebens, vermutet Ralf Stowasser in seiner Kolumne. Auf solche Ideen kommt der Hamburger in Erlangen, wo er aktuell als Redakteur arbeitet.



Ihre Meinung zu BLAUTON #1

„Es ist auch für mich schön, Neues über ‚meine‘ Firma zu lesen. Die Zukunft ist Gegenwart!“ — Heiko Spohnholz

„Ich habe mit Freude die Artikel gelesen und war sichtlich stolz darauf, ein Teil davon zu sein!“ — David Thomas

BLAUTON #2 Konsequenz Herausgeber HIRMER GmbH & Co. KG, Kaufingerstraße 28, D-80331 München **Konzept und Realisierung** Birke und Partner GmbH Kommunikationsagentur / Erlangen und Rosebud, Inc. / Wien **Chefredaktion** Ralf Birke **Creative Direction** Ralf Herms **Redaktionsleitung** Michael Bantele (V.i.S.d.P.) **Design** Cristina Bianchi, Jolanda Buck, Ana Dumitrache **Redaktion** Andreas Bernkopf, Helmut Betul, Dr. Hans-Diether Dörfler, Dr. Christian Hirmer, Ferdinand Hirmer, Ulrich Hirmer, Katharina Raab, Thomas Schön Müller, Ralf Stowasser, Frank Troch, Ralf Welz, Michael Wrobel **Lektorat** Ralf Stowasser **Bild- und Illustrationsnachweis** Siehe Nachweise auf den entsprechenden Seiten. **Verlag** Palm und Enke Verlag GmbH, Marie-Curie-Straße 1, D-91052 Erlangen **Druck** Paul Gerin GmbH & Co KG, Wienerfeldstraße 9, A-2120 Wolkersdorf. Printed in Austria.

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der durch das Urheberrechtsgesetz festgelegten Grenzen ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig. Der Verlag übernimmt keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos. Für die Richtigkeit der Beiträge wird keine Gewähr übernommen. Nachdruck nur mit Genehmigung des Verlags. Wir sind der kompromisslosen Gleichberechtigung der Geschlechter verpflichtet. Und doch verwenden wir die maskuline Schreibweise von Personenbezeichnungen – zur besseren Lesbarkeit unserer Beiträge. **ISSN 2199-8736** Palm und Enke Verlag GmbH, 2015.

Unbeirrt.

FOTO Fabian Birke, KATSEY, HIRMER-Archiv ILLUSTRATION Cristina Bianchi



6 „KONSEQUENZ?“

Konsequent kritisch: Die Gebrüder Well wurden als „Biermösl Blosn“ bekannt. Im Interview sprechen sie über Musik, Widerstände und die Bedeutung von Konsequenz.

28 EINE FRAGE DER HALTUNG

Hans Hirmer hat Maßstäbe gesetzt. Wie sein Wirken bis heute die Unternehmensgruppe beeinflusst.

11 [Ka-tsching]

Wohin hat sich eigentlich die Registrierkasse entwickelt und gibt es so etwas überhaupt noch?

16 Stärke in jeder Schattierung

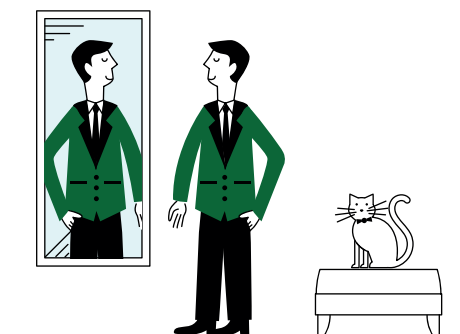
Auf die Farbe kommt es an. Besonders zur Geltung kommt das bei den Frosted Wool-Sakkos von Windsor.

26 STIL? SICHER?

Im fränkischen Hersbruck entsteht Mode für moderne Männer. Blauton zeigt, warum sie etwas Besonderes ist.

12 Stilfragen

Konsequent sein, ist das gut? Eine Frau und ein Mann vertreten konsequent ihre jeweilige Meinung.



34 KONSEQUENZ IN ZAHLEN

Zahlen sind nackte Tatsachen. Und Konsequenz lässt sich manchmal gut in Zahlen ausdrücken.

36 „Auch Männer haben Redebedarf“

Es gibt noch andere Dinge in Nürnberg, außer Bratwurst und Bier. Mode zum Beispiel.

23 CHANNELS ALS CHANCE

Der Mann von heute kauft anders ein als früher. Online zum Beispiel. Aber eben nicht nur. HIRMER ermöglicht seinen Kunden ihren ganz persönlichen Weg.

18 UND DAZU?

Accessoires? Immer gerne. Aber Obacht! Bei der Wahl der richtigen Accessoires gibt es einige Regeln konsequent zu beachten.



„KONSEQUENZ?“



„Da ist immer ein ‚Muss‘ dabei“

Seit über 35 Jahren sind Michael und Christoph, genannt Stofferl, Well bereits auf der Bühne zuhause. Berühmt wurden sie gemeinsam mit ihrem Bruder Hans als „Biermösl Blosn“ und tourten nicht nur durch Bayern, sondern auch durch die ganze Republik und darüber hinaus. Mit ihren kritischen Liedern und bayerischen „Gstanzln“ eckten sie ein ums andere Mal an und blieben sich doch immer treu. Mit BLAUTON sprachen die Brüder über ihre Ursprünge, Widerstände aus Politik und Medien und darüber, was Konsequenz für sie bedeutet.

26 Alben und DVDs, acht Liederbücher, neun Bühnenproduktionen, zahlreiche Auszeichnungen. Mit den „Biermösl Blosn“ haben Michael (rechts) und Stofferl (links) Well die Volksmusik verändert und einem jüngeren Publikum zugänglich gemacht. Berühmt wurden sie als humorvolle Musiker, die der Obrigkeit gerne den Spiegel vorhalten. Zwar löste so manches ihrer Lieder schon mal eine Staatsaffäre aus, auf die Rolle der „Volksmusikanarchisten“ – wie sie von den befreundeten „Toten Hosen“ bezeichnet wurden – kann man sie dennoch nicht reduzieren. Den Brüdern ging es trotz manch provokantem Text immer um die Musik, die Kunst. Der bleiben sie auch nach der Auflösung der „Biermösl Blosn“ im Jahr 2010 verbunden: Als „Well-Brüder aus dem Biermoos“ sind sie immer noch auf Tour. Und sie wissen immer noch die große Bühne zu bespielen, wie sie derzeit in den Münchner Kammerspielen mit dem Stück „Ekzem Homo“ unter Beweis stellen.

Was bedeutet Ihnen Humor?

Stofferl Well: Humor ist Notwehr. Über Dinge, gegen die du nichts ausrichten kannst, wie den Tod, die CSU, den FC Bayern, machst du einfach eine Geschichte. Und schon ist es nicht mehr so schlimm.

Um das zu tun, suchten Sie sich ausgerechnet die Volksmusik aus ...

Michael Well: In der Volksmusik haben wir nun mal unsere Wurzeln. Die Singwochen vom Fandler Wastl oder der Volkstanz – damit sind wir aufgewachsen. Schon Schlager war ganz schwierig. Unsere Eltern ließen uns aber auch viel durchgehen. Hauptsache war, dass die Verbindung zur eigenen Musik und zur Familie blieb.

SW: Das ideologische Weltbild unseres Vaters war an „Das Leben eines Taugenichts“ von Eichendorff angelehnt. An das Romantische, das sich auch in vielen ursprünglichen Volksliedern wiederfindet. Das hat er an uns weitergegeben. Man braucht lange, bis man frei davon wird.



Mutter passte immer drauf auf, dass sich nichts doppelte. Und wir hielten zusammen. Ich war ein eher kleines Kind. Schwach. Aber ich hatte ein Mundwerk. Ich wusste, dass mich meine Brüder zur Not rausshauen (lacht). Man konnte sich immer verlassen auf die „Familia“.

Wie viel Freiheit bleibt, wenn man mit 14 Geschwistern heranwächst?

SW: Wir wuchsen in einem kleinen Dorf auf und waren absoluter Wildwuchs. Wir konnten machen, was wir wollten und haben es doch nicht getan. Wir hatten immer die Konsequenzen im Hinterkopf. Der Vater war Lehrer ...

MW: ... ein strenger Lehrer. Er hat uns aber trotzdem viel Spielraum gegeben. Vor allem uns Jüngeren.

SW: Ich erlebte unsere Kindheit als absolut freizügig. Obwohl unser Vater Lehrer war, war die Schule nicht so wichtig. Es war wichtiger, dass wir zusammen Musik spielten. Und dass wir uns vertrugen. Natürlich musste man sich bei den vielen Geschwistern seine eigene Nische suchen. Wenn du in einem Ranking mit 14 anderen Kindern stehst, versuchst du früh, deine Eigenheiten herauszufinden. Das ging bei uns zum Großteil über die Musik. Jeder lernte ein anderes Instrument. Unsere

Konnten Sie dank dieser freien Kindheit die Freigeister werden, die Sie heute sind und die den Status Quo in der Politik oder die Heimattümelei in der Volksmusik in Frage stellten?

MW: Das sind verschiedene Dinge. Die Musik war eine strenge Vorgabe der Eltern. Volkstümliche Musik bedeutete damals so viel wie kommerzielle Folklore à la Musikantenstadl. Das war von früh auf ein Feindbild für uns.

SW: Überhaupt jegliche Form der medialen Verwertung der Dinge, die man auf der Bühne macht. Der Vater legte großen Wert darauf, dass wir das, was wir gelernt haben an Volksliedern und Volksmusik, nicht in irgendeiner Form von Werbung oder Show verwerten. Und auch, dass die Familie nicht vermarktet wurde.

MW: Wir hatten damals beispielsweise Angebote von „Dalli Dalli“.

SW: Im Nachhinein eigentlich schade. Der Moderator Hans Rosenthal war ein guter Typ, und es war eine schöne Sendung. Aber wir sind so aufgewachsen, dass Fernsehen scheiße ist. Und zwar grundsätzlich.

INTERVIEW Michael Bantele
FOTOGRAFIE Fabian Birke

Wie kam es zur Gründung der „Biermösl Bloßn“ mit Ihrem Bruder Hans?

MW: Ein älterer Bruder von uns ging öfter in das „Song Parnass“, eine Kleinkunsthöhle, die zum Unionsbräu Haidhausen gehörte. Er sah damals – etwa 1975/76 – einen Comedian und war total begeistert, dass jemand auf der Bühne so einen Spaß hat. Jedenfalls nahm er uns immer wieder mal mit. Als der Stofferl und der Hansi mal alleine dort waren, haben die ein wenig bei dem Mädchen an der Kasse angegeben, dass sie selbst auch spielen. Als dann ein Künstler ausfiel, sagte sie: „Ihr spielt doch auch, dann könnt ihr gleich auf die Bühne gehen.“ Und sie sind auf die Bühne und haben Volkslieder gesungen. Und die Leute haben sich kaputt gelacht (lacht).

SW: Weil sie dachten, die glauben das, was sie singen. Wir haben zum Beispiel gesungen: „Mir san vom Woid dahoam, da Woid is schee!“ – also eine ungebrochene Volksmusik. Aber wir haben gemerkt: Die Welt, die in den Volksliedern beschrieben wird, diese romantisierende, ideale, schöne, heile Welt, die stimmt so nicht. Wir fingen also an, unsere eigenen Texte zu schreiben. In denen ging dann auch mal eine Teerstraße auf die Alm. Das Volkslied sollte eigentlich immer ein Spiegel der Gesellschaft und ihrer Themen sein.

MW: Ein Thema war damals etwa der freie Zugang zu Seen, der in der bayerischen Verfassung verankert ist. Bei einem unserer ersten Lieder gab es eine Strophe „Es war am Ammersee“. Wir beschreiben dort einen Moment, als wir zum Baden wollten und es nur Zäune gab. Das war ein Thema. Und es wurden dann immer mehr.

SW: Bei manchen Volksliedern veränderten wir auch nur ein paar Wörter oder eine Strophe. Dann bekam das Lied einen ganz hochaktuellen, brisanten Bezug zur Gegenwart. Das war unser Versuch, die Volksmusik in die Gegenwart zu übertragen.

Wie kam das beim Publikum an?

MW: Die Reaktionen waren geteilt. In den frühen 1970er-Jahren fingen die Leute das

„Konsequenz hat etwas Enges. Sie schränkt einen im Handeln ein.“

Stofferl Well

Schunkeln an, weil sie sofort etwas Volkstümliches erwarteten. Das änderte sich im Zuge der Bürgerbewegungen. Es war eine hochpolitische Zeit. Und da kriegten die Leute solche Ohren, wenn man etwas Kritisches machte, in dem Dialekt, in der Musik – das war für sie etwas Neues.

SW: Unsere Musik kam eigentlich immer gut an. Wir erhielten nur ganz selten eine schlechte Kritik und hatten meistens ein großes Publikum. Es ist wirklich eine Gnade, dass man irgendwo plakatiert wird, und dann ist es ausverkauft. Wir haben nie Werbung gemacht. Ähnlich wie die Augustiner-Brauerei. Das Produkt war so gut, da brauchte man keine Werbung (lacht).

MW: Das kriegten wir auch von Zuhause mit, dass man sich nicht vermarktet. Wir managten uns auch immer selbst. Wir hatten keine Agentur.

SW: Das machen wir auch heute noch. Da sind wir konsequent.

Etwas, das Ihnen wichtig ist, Konsequenz?

SW: Konsequenz ist für mich etwas, dem man nicht auskommt. Sie ergibt sich einfach. Ich verstehe darunter, dass man den Fehler, den man gemacht hat, auch ausbaden muss.

Oder man das Gute, das man gemacht hat, ausschürfen kann. Konsequenz hat für mich etwas Enges. Sie schränkt einen im Handeln ein. Konsequenz muss also nicht unbedingt ein positiver Begriff sein. Die letzte Konsequenz des Lebens ist schließlich

der Tod. Und dem kommen wir nicht aus (lacht).

MW: Für mich hat sie auch eine positive Seite. Es kann bedeuten, dass man die Konsequenzen des eigenen Handelns trägt, seinen Standpunkt vertritt und zu dem steht, was man macht.

SW: Es ist aber immer ein „Muss“ dabei. Man muss.

MW: Man hat eine moralische Grundvorstellung. Und danach ist das Handeln ausgerichtet. Nach deinen moralischen Vorstellungen, nach dem, wie du mit Menschen umgehst.

SW: Nachdem wir also in unserem Leben noch nie CSU gewählt haben, ist es nur konsequent, dass wir kein Lied für die CSU machen. Aber es wäre inkonsequent zu sagen, die Leute dürfen nicht CSU wählen. Wir sind ja Demokraten.

Ausgerechnet von der CSU wurden Sie 1981 zum Maibockanstich eingeladen und eckten mit Ihren kritischen Texten an. Insbesondere mit dem „Nürnberglied“, in dem Sie eine Massenverhaftung von Jugendlichen in Nürnberg thematisierten. In Zeitungsartikeln von damals kann man lesen, dass Sie die kritischen Lieder spontan gespielt haben ...

SW: Das stimmt so nicht. Es war klar, dass wir das „Nürnberglied“, das wir extra für den Auftritt gemacht haben, vortragen. Aber es war so, dass einige dauernd ratschten. Daraufhin sangen wir die Bayern-Hymne, aus der wir die „BayWa-Hymne“ gemacht hatten.

MW: Das war eine richtige Bierzelt-Atmosphäre. Aber unangenehm ...

SW: Das Bier machte uns Konkurrenz. Und die Leute hatten keinen Eintritt gezahlt. Das waren wir nicht gewöhnt. Wer Eintritt zahlt, will auch zuhören. Wir waren praktisch die Beilage zu den Weißwürsten. Wir waren der Händlmaier.



War es nicht ungewöhnlich, dass Sie von der CSU eingeladen wurden?

MW: Das war Zufall. Der Sohn eines Staatssekretärs hatte uns gesehen und fand uns super. Da hat er seinem Vater gesagt: „Die müsst ihr unbedingt engagieren. Die machen so freche Gstanzl.“

SW: Der Vater kannte uns gar nicht. Ein paar Tage vor dem Auftritt hat er dann von der „BayWa-Hymne“ Wind gekriegt.

MW: Er hat es aber durchgezogen.

War Ihnen bewusst, welche Wellen der Auftritt schlagen würde?

Beide (synchron): Nein, eigentlich nicht.

SW: Wir haben nie einen Text aus Kalkül gemacht, das ist auch jetzt noch so. Wir drücken in unseren Liedern das aus, was uns gerade am Herzen liegt. Und genauso war es auch mit dem „Nürnberglied“.

MW: Ich habe erst kürzlich einen Brief aus dem Archiv gesucht, in dem uns einige Eltern der damals verhafteten Jugendlichen geschrieben haben, um uns zu danken. Ein sehr netter Brief, auf dem viele unterschrieben haben.

Gesellschaftliche Misstände inspirieren Sie also zu neuen Liedern?

SW: Genau. Und damals beim Maibockanstich hatten wir die Bühne. Es passte alles: Die zwei verantwortlichen Minister waren da. Wir haben dann gesungen: „Sauft's aus und nehmt euren Hut!“

Der BR hat Sie daraufhin jahrelang nicht mehr gespielt.

MW: Das war schon vor dem Auftritt, wegen der „BayWa-Hymne“ an Silvester 1979/80. Die lief in der Abendschau vor der Neujahrsansprache von Strauß. Das gab nicht gleich einen Riesenaufschrei, aber ein Pfarrer in Passau schrieb einen Leserbrief ...

SW: In der „Passauer Neuen Presse“ hat er zur



Hatz geblasen. Daraufhin war das in allen Zeitungen. Und plötzlich waren wir Widerstandskämpfer (beide lachen).

Fühlten Sie sich wohl in dieser Rolle?

SW: Sicher. Aber wir wollten keinen Skandal provozieren.

MW: Wie gesagt, das war nie Kalkül, sondern hat sich einfach so ergeben.

Der Bayerische Rundfunk war damals der zentrale Sender. Wie gingen Sie mit diesem Boykott um?

MW: Es gab ja keine offizielle Benachrichtigung, dass wir vom BR nicht mehr gespielt werden. Wir hörten nur davon, dass den Leuten nahe gelegt wurde: „Wenn ihr keine Schwierigkeiten haben wollt, spielt das nicht.“ Unsere Lieder waren aber nicht auf dem Index.

SW: Es gab aber angeblich einen Vermerk auf unseren Schallplatten: „Darf nur nach Rücksprache gesendet werden.“ Bei der „BayWa-Hymne“ zum Beispiel. Im Radio wurden wir ab und zu gespielt, im Fernsehen zuvor als Exoten herumgereicht. Dort sind wir manchmal auch aufgetreten. Aber das Ganze brach dann abrupt ab. Wir waren in keiner Fernsehsendung mehr. Das änderte sich erst 1984 beim „Heimatabend“ mit Gerhard Polt.

Empfanden Sie das als Auszeichnung?

MW: Im Nachhinein, muss ich ehrlich sagen, kokettierten wir schon ein wenig damit.

SW: Es gab ein bestimmtes Publikum, das sich gefreut hat, dass es da drei gibt, die

sich nicht vom BR oder irgendeiner Partei vorschreiben lassen, was sie singen. Mir war das vollkommen wurscht. Ich hab' mir darüber keinen Kopf gemacht. Der positive Effekt war, dass das Publikum größer wurde, weil wir bekannter wurden.

Also war der Maibockanstich für Sie der große Durchbruch?

SW: Wir waren davor auch schon gut im Geschäft.

MW: Die mediale Aufmerksamkeit – vor allem in den Printmedien – wurde dadurch größer. Was uns aber sehr weitergeholfen hat, war die Sendung „Scheibenwischer“ mit Dieter Hildebrandt. Mit Hildebrandt spielten wir in dieser Zeit ab und zu.

Auch das Goethe-Institut boykottierte Sie jahrelang ...

MW: Wir haben unser Lied „Wer will unter die Soldaten?“ gesungen, das im Zusammenhang mit der ganzen Pazifismus-Debatte und den Einsätzen der Bundeswehr

entstanden ist. Zur Gipfelzeit des Kalten Krieges sorgte das für eine Riesendiskussion. Als das Lied jemand von der Botschaft in Malmö hörte, regte sich derjenige wahnsinnig auf und schrieb einen Brief an Helmut Kohl. Und der schrieb dann dem Hans-Dietrich Genscher. Das war eine regelrechte Staatsaffäre wegen so eines

Pipifax. Daraufhin haben wir neun Jahre nicht mehr für das Goethe-Institut gespielt. Erst 1994 wurden wir wieder nach Portugal eingeladen.

Bekommt man nicht Muffensausen, wenn man so eine Staatsaffäre auslöst?

MW: Das einzige Mal, wo wir Muffensausen bekamen, war, als wir in der DDR gespielt hatten und für Bekannte Urkunden und Diplome mitnahmen. Wir hatten die Unterlagen unter den Harfennoten versteckt und wurden durchsucht. Wir hatten Angst, dass uns der Strauß rausbauen muss. Das wäre eine schöne Ironie des Schicksals gewesen (lacht).



„Man trägt die Konsequenzen des eigenen Handelns und steht zu dem, was man macht.“

Michael Well

SW: Mein Vertrauen in die Demokratie war immer groß. Deswegen hatten wir nie Angst, dass wir Konsequenzen fürchten müssen, wenn wir auf der Bühne singen. Du kannst auf der Bühne sagen, was du willst. Der einzige Maßstab ist, ob es das Publikum hören will. Wenn ich es gut genug und unterhaltend bringe, kann ich auf der Bühne erzählen, was ich will.

Gibt es Themen, von denen Sie lieber die Finger lassen?

SW: Es gibt Themen, da wird es ernst. Gegen die Obrigkeit oder eine politische Partei kann man immer alles sagen. Bei den Themen Glaube oder Abtreibung wird es sehr ernst. Da muss man vorsichtig sein.

Haben Sie trotzdem Lieder über den Glauben gemacht?

SW: Über den Glauben nicht. Der Glaube ist tabu. Für mich kann jeder Mensch glauben, was er will. Aber die Kirche als Institution haben wir oft angegriffen.

MW: Die Kirche ist immer hochaktuell. Egal, ob es um Abtreibung, Verhütung oder Zölibat geht.

SW: Wir hätten die moralischen Vorgaben unserer Eltern verletzt, wenn wir etwas gegen den Glauben, gegen die Gläubigkeit gemacht hätten. Aber über eine Institution wie eine Kirche kann man jederzeit einen Witz machen.

Sind solche Vorgaben wichtig, um sich selbst treu zu bleiben, um konsequent zu bleiben?

MW: Ich verlasse mich da auf meinen Instinkt.

SW: Konsequenz – das klingt so vernünftig. So kopfig. Bauchentscheidungen sind sicher nicht immer konsequent, aber sie sind instinktiv. Man fährt doch meistens richtig, wenn man sich auf seinen Bauch verlässt.

War die Trennung der „Biermösl Blossn“ trotzdem nur konsequent, als die alten Feindbilder verschwanden?

MW: Die Feindbilder verschwanden nicht, sie veränderten sich. Die Themen von früher sind heute noch genauso da. Die

Autobahn wird weiterhin durchs Isental gebaut, die Landschaft weiterhin zersiedelt und verschlissen. Aber die Politiker, die Politikerköpfe haben sich verändert.

SW: Ich bin ja nicht auf die Bühne gegangen, nur weil ich gegen die CSU bin. Das ist Unfug. Ich stehe auf der Bühne, weil ich gerne

Musik spiele und die Leute gerne unterhalte. Und wenn das mit dem funktioniert, was ich persönlich gut und lustig finde, mit Dingen, die es wert sind zu thematisieren – umso besser. Es ist grundsätzlich nie mein Anliegen gewesen, die Mehrheit der CSU mit meiner Trompete zu brechen (lacht). Ich spiele einfach gerne Telemann.

MW: Aber herauszufordern und zu provozieren macht schon Spaß.

SW: Das ist aber nicht der Sinn meiner Bühnenpräsenz.

MW: Die Bühne ist für mich ein Forum, wo man Sachen sagen kann, die man sonst nirgendwo sagt.

SW: Aber es wäre ein Missbrauch der Kunst, die Musik nur auf politische Inhalte zu reduzieren. Es ist immer noch Kunst. Und Kunst ist frei.

Was war Ihr größter künstlerischer Erfolg?

MW: Schwer zu sagen. Eine herausragende Geschichte war natürlich Wackersdorf, wo wir vor 100.000 Leuten spielten. Da merkten wir, dass wir etwas geschaffen haben, das die Menschen berührt. Wir stehen auf der Bühne und singen in der Sprache, die die Leute verstehen. Aber auch der Auftritt mit den „Toten Hosen“ ...

SW: ... das war auch ein Highlight. Genauso wie die Staatsoper. Wir machten dort eine Einlage in der „Fledermaus“.

MW: Und natürlich die ganzen Auftritte mit Gerhard Polt und Dieter Hildebrandt.



SW: Aber am meisten freut es mich im Rückblick, dass wir es so lange ausgehalten haben miteinander (lacht). Das musst du erst einmal schaffen. 35 Jahre.

Ihr aktuelles Stück heißt „Ekzem Homo“. Wie viel „Biermösl Blossn“ steckt darin?

Beide (synchron): Zwei Drittel (lachen).

SW: Und zwar lebendige „Biermösl Blossn“. Wir haben in diesem Stück viele Impulse und Sachen drin, die wir als „Biermösl Blossn“ nicht gehabt haben. Sowohl von der Musik als auch von den Inhalten her. Aber es wird immer zwei Drittel „Biermösl Blossn“ sein. Deswegen klingt es auch ähnlich. Wir ändern ja nicht unseren Humor und unsere musikalische Grundeinstellung.

MW: Wir erfinden uns nicht vollkommen neu. Wir versuchen, so authentisch wie möglich zu sein. Wir tun das, was uns Spaß macht. Immer im Bestreben, eine gute Nummer zu machen.

SW: Authentisch. Das ist ein viel angenehmeres Wort als konsequent.

MW: Ich glaube, das ist auch das, was die Leute merken. Wir waren zum Beispiel im vergangenen Sommer mit unseren Kindern in Israel und haben dort in verschiedenen israelischen Rockgruppen gespielt. Das lief dann auch im Fernsehen. Daraufhin haben uns viele Leute gesagt: „Das war so normal.“ Das sei nicht so gekünstelt gewesen wie die aufgeblasenen Sachen, die man sonst im Fernsehen vorgesetzt kriegt.

SW: Ich mache eine Fernsehsendung im BR, „Stofferl Wells Bayern“, für die ich immer in bayerische Städte fahre. Ich war schon in Regensburg, Coburg, Straubing, Murnau und so weiter. Und wenn ich die Leute frage, was ihnen an der Sendung gefällt, antworten sie: „Das ist so normal.“ Ich habe noch nie Schminke in mein Gesicht gelassen. Das ist schön genug. Ich bin eins zu eins. Wir schlüpfen in keine Rollen hinein. Genauso will man doch auf der Bühne sein. ♪

[Ka-tsching]

Sie besiegelt das Geschäft. An der Kasse kommt es zum symbolischen Handschlag zwischen Kunde und Berater, die Ware wird liebevoll verpackt und dann triumphierend nach Hause getragen. Was bei HIRMER früher gusseisern und mit schwerfälligem Verwaltungsaufwand verbunden war, erledigt heute die EDV. Endstation ist sie dabei längst nicht mehr. Nach der Kasse ist vor dem nächsten Beratungsgespräch.

1957

Die mechanische Registrierkasse erhält ihren Platz im Erdgeschoss des Stammhauses. Das Modell zeichnet sich aus durch: die automatische Bon-Ausgabe, die Aufzeichnung aller registrierten Geschäftsvorgänge, eine gut leserliche Flächenanzeige und ein stoß- und schlagfestes Gehäuse.

1884

Die ersten Registrierkassen werden von der National Cash Register Company in Georgia, USA produziert. 1896 öffnet die erste deutsche Niederlassung. 1945 verlegt die Nationale Registrierkassen GmbH ihre Produktion von Berlin nach Augsburg.

1970er Jahre

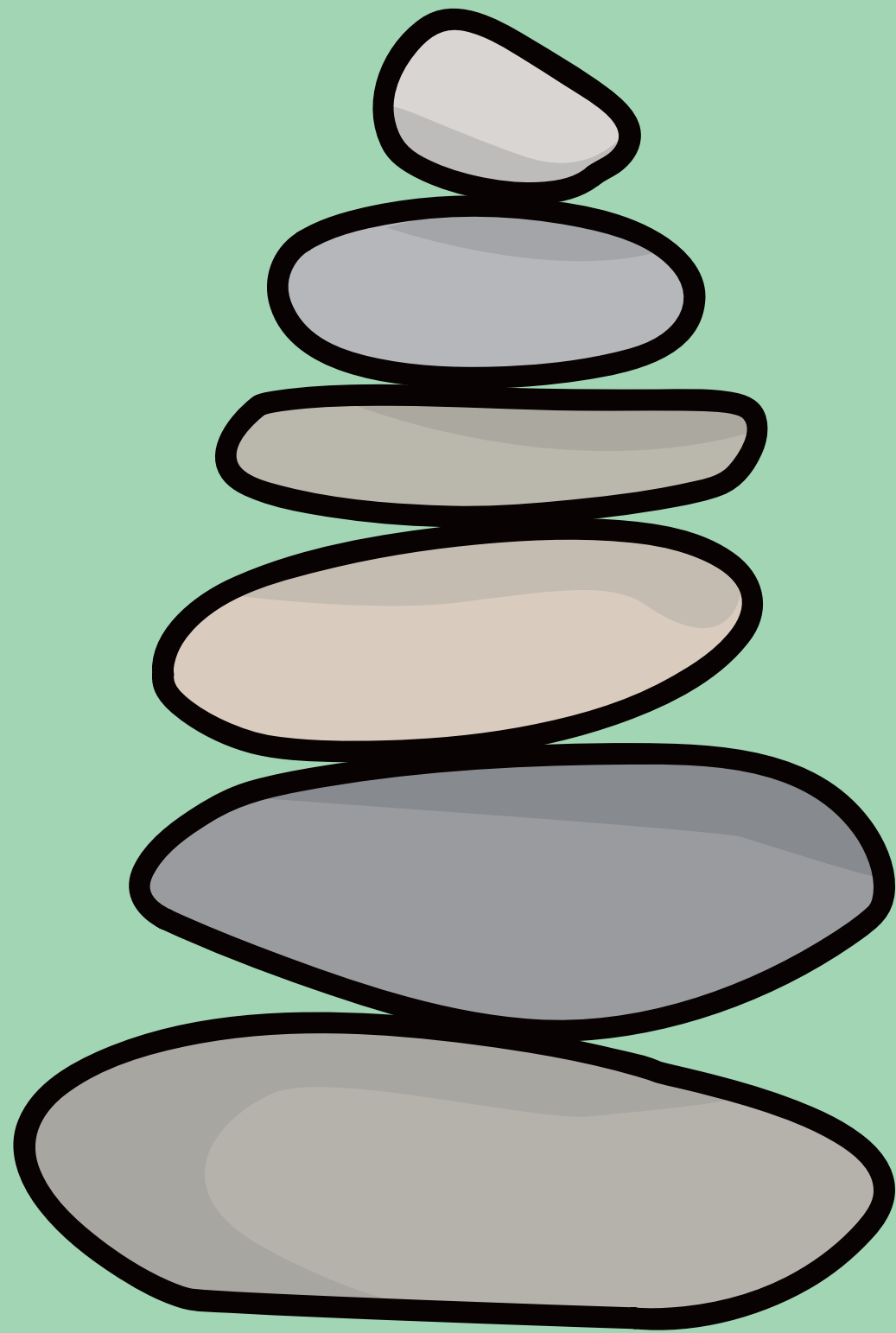
Wann die Registrierkasse ausgedient hat, lässt sich nicht mehr exakt feststellen. Sicher ist: Nach seinem Eintritt 1968 setzt Dr. Max-Peter Hirmer auch die Umstellung des Kassensystems auf EDV durch.

2014

Ein neues Kassensystem steht im Zeichen des Customer-Relationship-Management (CRM). 10.000 Kundenkarten sind bislang im Umlauf. Sie speichern auch beim stationären Einkauf relevante Kundendaten und machen künftige Beratungsgespräche noch effizienter.

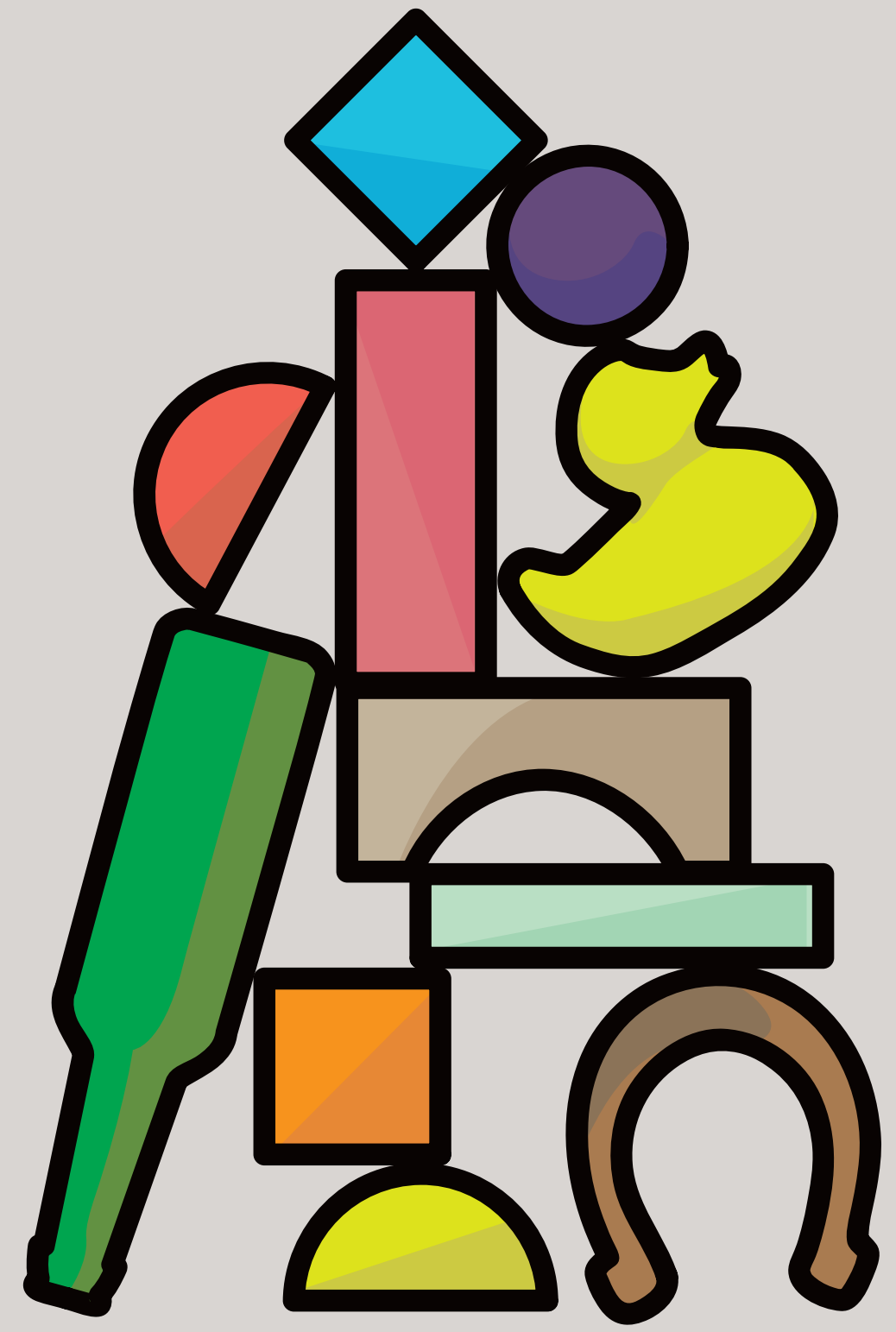


Das muss sein!



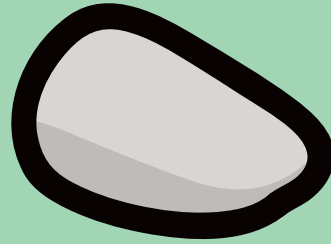
TEXT Karin Pollack

Muss das sein?



TEXT Ralf Stowasser

Sie sagt:
Konsequenz ist eine gute Sache.
Berechenbar, verlässlich, sicher.



Es gibt Grundsätze in meinem Leben. Mittwochs zum Beispiel. Da sage ich seit 14 Jahren sämtliche Termine ab. Das hat Tradition, weil ich pünktlich um 19.30 Uhr auf der Yogamatte stehe, bereit für den Sonnengruß. Nie Sofa, nie Freunde, nie ein Geschäftsessen. Sogar George Clooney würde ich absagen, um diese zwei Stunden mit Einatmen und Ausatmen verbringen zu können. Zu müde? Nicht einmal das hindert mich. Je müder, umso toller nämlich das Gefühl danach.

Auch beim Alkohol folge ich ziemlich strengen Prinzipien: Niemals vor Sonnenuntergang trinken und keinesfalls verschiedene Sorten im Laufe des Abends. Da denke ich von Anbeginn einer Party an den Morgen danach. Routine ist ein Begriff aus dem Französischen und bedeutet „Wegereifung“, also das, was man unterwegs so erlebt hat. Wie sich ein Kater nach einer zu feuchtfröhlich-unvernünftigen Nacht anfühlt, weiß ich – und vermeide es lieber.

Schlecht geschnittene Anzüge sind ein No-Go

Ich habe sogar Grundsätze bei der Einschätzung meiner Mitmenschen. Mit Typen, die mir nicht in die Augen schauen können, mir die Tür nicht aufhalten und die schlecht geschnittene Anzüge tragen, habe ich höchst ungern zu tun. Mit denen klappt es nicht so gut, rein zwischenmenschlich, warum sollte ich jedes Mal wieder die Probe aufs Exempel antreten?

Das alles ist Lebenserfahrung. Sie beginnt zwischen dem zweiten und dritten gelebten Jahrzehnt, dann, wenn Basisereignisse wie Liebe, Freundschaft, Betrug, Enttäuschung, Hass, Faulheit, Freude usw. sich zu wiederholen beginnen. Da lassen sich Muster erkennen und Grundsätze postulieren. Und genau dann beginnt auch die Sache mit der Konsequenz. Grundsätze und Konsequenz sind ein Duo, das Misslichkeiten reduziert und daher sinnvoll ist. Nach dem Motto: „Ich weiß, was passieren kann und deshalb halte ich mich an Regeln.“ Das Schönste daran ist, dass es Regeln sind, die man sich selbst auferlegt. Es wäre schizophoren, dagegen zu protestieren. Konsequenz ist eine gute Sache. Berechenbar, verlässlich, sicher. Auch für andere.

Unerträglich konsequent

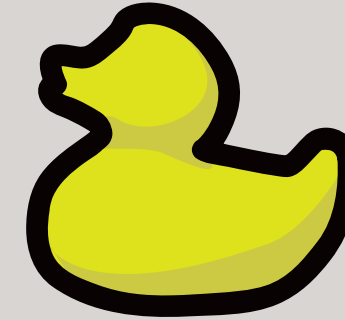
Dachte ich. Bis eines Donnerstags eine Freundin sagte: „Du bist so unerträglich konsequent.“ Wahrscheinlich hatte ich ihr gerade von einer Yogastunde, einem Abend ausschließlich mit Bier oder diesem neuen Mitarbeiter mit den ungeputzten Schuhen erzählt, und sie damit total gelangweilt. Meine Freundin steht eher auf wilde Partys, vergisst gerne Termine und ist auch sonst lieber zügellos. Solche Menschen wie ich, die wie Roboter durchs Leben marschieren, irritieren sie. Vielleicht wäre sie ja gerne auch zum Yoga gegangen, aber dann war das Wetter draußen zu schlecht, das Sofa zu gemütlich oder der neue Freund gerade zum Quatschen vorbeigekommen. Yoga kann man jeden Tag machen. Für sie bin ich, die mittwochs sklavisch den Kopfstand durchzieht, unerträglich.

Ich unsympathischer Kontrollfreak

Das erkannte ich. Konsequenz hat, wie jede Medaille, eine Kehrseite. Rein sozial betrachtet sind Konsequente wie ich ja Kontrollfreaks und deswegen unsympathisch, weil sie anderen Menschen Unzulänglichkeiten vor Augen führen. Im Gegenzug lässt sich feststellen: Inkonsequenz hat durchaus sympathische Züge. Fehler machen ist gut, weil andere sie verzeihen können. Weil sie menschlich und weich sind und eher Trost hervorrufen als wirklich böse machen. Und: Jemand wie ich erlebt niemals die zügellos ekstatischen Seiten des Lebens, also jene wunderbaren, unvergesslichen Momente.

Das alles weiß ich. Und ich weiß noch etwas: Es gab in meinem streng konsequenten Leben schon mal Durchhängerphasen. Mittwoch, an denen so jemand ähnliches wie George Clooney in der Stadt war und ich deshalb auf Sonnengrüße pff und vor lauter Freude mit einem Glas Champagner zu Mittag startete. Was dann passierte? Die Routine war weg, es dauerte Wochen, bis ich sie wieder etabliert hatte. Jeden Mittwoch der Kampf: ja oder nein? Tja, jetzt ist es raus. Wahrscheinlich bin ich ein ganz besonders schwacher Mensch, der es nur mit dem Korsett Konsequenz durchs Leben schafft. Ich brauche Grundsätze, Kontrolle und gute Anzüge. Aber es tut mir leid. ♣

Er sagt:
Wankelmütige haben mehr Spaß
und bleiben länger schlauer.



Jeder kennt sie: Menschen, die in fast allen Lebensbereichen auffallend konsequent sind. Sie haben Prinzipien. Feste Regeln, an die sie sich halten. Immer. Und als Vasallen ihrer eigenen Gebote beharren sie auf diesen Prinzipien sogar dann, wenn es nicht angebracht ist. So erledigen sie den Abwasch, obwohl draußen die Sonne brennt und übersehen, dass er durchaus auch geduldig bis abends auf den sonnenhungrigen Spüler wartet. Gleich einem Duracell-Hasen ziehen die Konsequenten durch, was durchgezogen werden muss. Batterien rausnehmen kann man nicht. Es sind im Grunde auch nur Menschen wie du und ich.

Wir Unsteten greifen uns die schönen Dinge

Freilich bleiben sie der restlichen Welt eine Erklärung für ihr Treiben schuldig. Selbst knappe Antworten auf die Frage, warum sie ihre Aufgaben abarbeiten wie der Terminator, sind ihnen kaum abzurufen. Erwischt man dann doch mal einen, um ihn nach den Gründen für die selbst auferlegten Lebensfesseln zu befragen, heißt es stets: Sie brauchten nun mal ihre Routine. Was sie übersehen: Wer es nicht wagt, Monotonie und Eintönigkeit zu durchbrechen, dem droht ein rascher Niedergang der geistigen Fähigkeiten und eine Verschlechterung der Lebensqualität. Kurz gesagt: Wankelmütige haben mehr Spaß und bleiben länger schlauer. Wir greifen uns die schönen Dinge, wenn sie zum Greifen nahe sind. Wir schlagen zu, wenn wir unser Traumauto sehen. Wir gehen mit den Kindern auch zwei Mal im Monat zu „McDonald's“. Wir trinken Bier, bevor die Sonne untergeht. Und ja! Auch wir unstet und flatterhaft Schwankenden haben unsere Überzeugungen. Aber wir verstoßen dann und wann dagegen, wenn uns danach ist. Das macht uns glücklich.

Ich bleibe konsequent inkonsequent

Ich habe trotzdem überlegt, ob ich mich ändern sollte. Einer anbetungswürdigen Konsequenten zuliebe, und ob ich vielleicht wenigstens so tun könnte, als wäre ich einer von ihnen. Einer von den Unablässigen. Nach ein paar schlaflosen Nächten stand meine Entscheidung fest: „Nein! Nur die Inkonsequenz erlaubt es mir,

ausgetretene Pfade zu verlassen. Und nur so kann ich die schönen Seiten des Lebens genießen. Ich bleibe konsequent inkonsequent. Ich will den alten Roadster jetzt. Ich will meinen Big-Mac. Ich will mein Bier trinken, wann ich will. Ich will Spaß und ich will die Sonne sehen!“ Dennoch wollte ich etwas tun, was vor allem der anbetungswürdigen Konsequenten zeigen würde, dass wir gut zusammenpassen. Und da kamen mir meine seit Jahrzehnten mich piesackenden Bandscheibenprobleme gerade recht: Denn die einzige Konsequenz, die aus diesem Gebrechen gezogen werden musste, war der Gang ins Fitness-Studio. Das sahen auch die mich umgebenden Konsequenten so und erkannten in meinem Entschluss, eine Mitgliedschaft zu unterzeichnen, sogleich die Tat eines konsequenten Mannes, der tut, was getan werden muss.

Für mich aber war die Entscheidung für die Muckibude auch eine Entscheidung für die Inkonsequenz. Denn jahrelang hatte ich Schmähkritik über jene ausgegossen, die im eigenen und im Mief anderer und teilweise sogar in Schaufenstern auf der Stelle laufen, rudern, Rad fahren oder Treppen steigen ohne sich von der Stelle zu bewegen. Und keine zehn Pferde hätten mich dazu gebracht, mich dort einzureihen. Indem ich also eine Mitgliedschaft erwarb, die mich jeden Monat um 59 Euro ärmer macht, zeigte ich nach außen, wie konsequent ich war, blieb aber nach innen meiner lasterhaften, inkonsequenten Lebenseinstellung treu.

Das haben bisher nur wenige geschafft

Und so schaffte ich, was vor mir wohl nur wenige geschafft haben: Um nämlich die (schweißtreibenden) Folgen der ersten Inkonsequenz zu überlagern, beantwortete ich diese einfach mit einer zweiten: Ich gehe nicht hin. Könnte allerdings sein, dass ich auch hier wieder inkonsequent sein muss. Denn als ich vor ein paar Wochen gemeinsam mit der konsequenten Schönen beim Abendessen saß, sprach diese eher beiläufig: „Ich glaube, ich komme morgen mal mit zum Sport.“ Ich hoffe dennoch, dass ich bleiben kann, wer ich immer war: Einer von den Inkonsequenten. Einer von den Wankelmütigen. Einer, der die Sonne sieht. ♣

Stärke in jeder Schattierung



Eine Färbekunst, die Stil verheißt und Qualität garantiert: Das hochwertige Kolorierungsverfahren „Tintura Italiana“ verleiht windsors. Frosted Wool-Sakkos und -Slacks Tiefe und Kontur.



Das patentierte Verfahren ist besonders schonend. Es färbt das Material effektiv, ohne die Fasern zu verändern.

Farbe kommuniziert. Farbe schafft beiläufig Bedeutung. Effektiv inszeniert zieht sie Blicke auf sich. Sie provoziert und besänftigt. Sie veredelt und vollendet, und sie verleiht selbst einem bewährten Design eine neue Ästhetik. Farbe signalisiert nicht nur Trendbewusstsein, sondern auch Qualität.

Im Spannungsfeld aus Material, Form und Farbe findet die Marke windsor. men in ihren Kollektionen seit Jahrzehnten ihren eigenen, unverwechselbaren Ausdruck. Synonym für diesen hohen Qualitätsanspruch steht der Begriff „Tintura Italiana“. Er beschreibt das einzigartige patentierte Färbeverfahren einer renommierten Färberei aus Modena. Sakkos, Hosen, Strick, Jersey, aber auch reine Wolle sowie Materialmischungen aus Leinen, Kaschmir oder Seide werden auf diese Weise besonders schonend veredelt. Hell-Dunkel-Eindrücke, sogenannte Abriebeffekte, nuancieren das Material optisch und verleihen ihm Tiefe und Kontur. Zur Geltung kommt das besonders in windsors. Frosted-Wool-Sakkos. Den Begriff „Frosted Wool“ hat die Färberei selbst geprägt. Er beschreibt eine Phase des Färbeprozesses, in der insbesondere in Blau kolorierte Produkte zerstoßenem

Eis ähneln. Die Qualität der jeweiligen Faser wird trotz chemischer Vorbehandlung beim Färben nicht angegriffen.

Urban, clean, cool. Die Farben Schwarz, Kieselsteingrau, Weiß, Fango, Havanna Tabak, Long Island Indigo und Summer Red geben in der Kollektion Frühjahr/Sommer 2015 den Ton an. Unter der Parole „The Simple Things“ macht sie sichtbar, was windsor. seit 1889 ausmacht: Eine virile Schlichtheit, die Selbstbewusstsein und Understatement vereint, Eleganz und Lässigkeit zusammenführt. Und ein Stil, der in jeder Schattierung schnörkellos Stärke erkennen lässt.



Die chemische Vorbehandlung des vorher zusammengeheften Sakkos ist Voraussetzung für den Erfolg der Einfärbung. Die Zusammensetzung der Rezeptur ist geheim.

Die Vorbehandlung bestimmt auch den Abfärbegrad des Materials und dessen einzigartigen Abriebeffekt.

Erst nach einer Trockenphase kann der eigentliche Färbeprozess beginnen. Anschließend wird das Sakko gebügelt und final ausgestattet.

windsor.

Und dazu?

STYLING Markus Jagersberger
FOTOGRAFIE Katsey

Erlaubt ist eben nicht immer, was gefällt.
Vor allem dann nicht, wenn es um die schönsten
Nebensachen der Welt geht. Accessoires? Na klar!
Aber bitte ohne Faux-pas.

Ton-Art



Wessen Füße bei dem
Gedanken frösteln:
Der Farbton der Hose
geht immer.

Bunt geht.
Socken dürfen knallen.
Aber nur in der Farbe
von Krawatte oder
Einstecktuch.

Guter Stil

Zeig, was Du hast! Manschettenknöpfe machen nur Sinn, wenn die Ärmel
des Sakkos oder des Jacketts sie nicht verdecken. Ungern konkurrieren die
Kleinodien am Handgelenk mit Geschmeide an Handgelenk oder Finger.





Bleibender

Krawatten sind wie kaum ein anderes Accessoire Ausdruck ihrer Zeit.
Ihre Aktualität geht und kommt wieder. Aber sie bleibt.
Derzeit: gern in Strick und zurückhaltend im Muster. Schmal oder breit?
Wie das Revers des Jacketts.

Eindruck

Nabel- schnur



Gürtel gehen wie ihre Träger mit der Zeit, wenn sie mit der Farbe der Schuhe Schritt halten. Bei Schnallen ist Zurückhaltung geboten. Die Zeiten sind vorbei, als sich hinter einem großen Äquator seines Besitzers auch Machtfülle verbarg.

Freiflug

Fliegen als Synonym für die große Freiheit?

Ein bisschen. Weiß gehen die Querbinder nur zum Frack, schwarz sollten sie zum Smoking gebunden werden.

Bunt geht schon auch – mit Bodenhaftung und Respekt vor Signalfarben.

Channels als Chance



Mal unter uns: Schon mal online eingekauft? Spontan bestellt, retourniert? Unser Einkaufsverhalten verändert sich. Aber es verlagert sich nicht komplett ins Internet. Darauf reagiert HIRMER mit einer umfassenden Begleitung seiner Kunden. Ob in einem der Webshops, im Stammhaus oder in einer Filiale – die persönlichen Daten aus Beratungsgesprächen und Online-Anliegen sind schon da. Auf der HIRMER-Customer-Journey ist der Kunde immer auf seinem ganz persönlichen Weg.

Clemens Ode sitzt unweit der Münchner Allianz-Arena im „Hölzl“, wie das Logistikzentrum der HIRMER Gruppe in München Freimann intern genannt wird. Von hier aus unterstützt HIRMER Service die Webshops, die Filialen von HIRMER GROSSE GRÖSSEN, die Eckerle-Niederlassungen – und nicht zuletzt das HIRMER Stammhaus in der Kaufingerstraße.

Man könnte ihn und seine Kollegen in den Verkaufshäusern als Reiseführer bezeichnen, der die Kunden unerschrocken auch durch bisweilen unbekanntes Terrain lotst. Die Wege, die durch das Dickicht führen, mögen unterschiedliche sein – das Ziel ist immer das gleiche. Ein Ort, an dem der Kunde, im günstigsten Fall der Inhaber einer HIRMER-Kundenkarte, verweilen will, an den er wiederkehrt, egal auf welchem Pfad. Und sich modisch kleidet. Das Zauberwort heißt „Multichannel“. Zwischen On- und Offline passt kein Blatt Papier mehr. Die Möglichkeiten des Internets haben unser Einkaufsverhalten nachhaltig verändert. Heute gilt der Blick oft den einschlägigen Webseiten, wo das Angebot geprüft und die Preise verglichen werden. Nicht selten stehen Kunden im Laden und scrollen nach der Anprobe auf ihrem Smartphone nach dem besten Preis.

Gefahr oder Chance? Wie sich der Handel nachhaltig verändert, ist noch nicht ausgemacht. Zu viele Optionen auf allen Seiten. Die Experimentierphase läuft auf Hochtouren. Und welches Konzept sich am Ende durchsetzt, entscheidet letztlich der Kunde. Es wird wohl eine Melange aus den unterschiedlichsten Bedürfnissen verschiedenster Zielgruppen mit, man ahnt es, unterschiedlichsten Angeboten werden. HIRMER hat alle optionalen Wege und Lösungen zusammengefasst. Begibt sich der Kunde auf seine „Customer Journey“, eröffnen sich für ihn bei HIRMER nun ganz neue Welten, um seinen Einkauf zu gestalten.

So kann sich der Kunde die Ware, die er online auswählt, nicht nur direkt nach Hause senden lassen, sondern sie auch für den nächsten Tag in den Laden bestellen. Dort kann er sich bei der

Anprobe wie gewohnt auf das Urteil und die Empfehlungen des Modeberaters seines Vertrauens verlassen. Der HIRMER-Kunde kann das Zusammenspiel von Laden und Webshop aber auch so nutzen: Ist er beispielsweise von einem Hemd in einem der Schaufenster angetan, entschließt sich aber erst zuhause zum Kauf, kann er das gewünschte Hemd bequem online bestellen. Ob im Stammhaus, in den Filialen oder in den Webshops – dank dieser Schnittmengen zwischen Verkauf und Service ist man bei HIRMER bei Modefragen immer am Mann.



Beratung in einer neuen Qualität

HIRMER Service hat großen Anteil daran, dass die Grenzen zwischen stationärem und digitalem Handel mehr und mehr verwischen. Das Team bei HIRMER Service entwickelte ein Kassensystem, das Beratungs- und Verkaufsgespräche auf lange Sicht in einer ganz neuen Qualität ermöglicht. Künftig führt das System alle relevanten Kundendateien aus dem stationären Handel und dem Onlinehandel zusammen. Bei jedem Kauf – ob im Laden oder im Webshop – wird eine Kundendatei erstellt, in der hinterlegt wird, was der Kunde zu welchem Zeitpunkt in welcher Größe und zu welchem Preis gekauft hat. Der Vorteil für den Kunden: Meldet er sich für ein Beratungsgespräch an, zeigt die Datei dem Berater sein Einkaufsprofil und der HIRMER-Mitarbeiter kann sich gezielt auf den Kunden vorbereiten. Welche Waren hat der Kunde bereits gekauft? Welche Größen benötigt er? Hat er bestimmte Vorlieben? Und sollte die Frau des Kunden ihrem Mann eine Freude in Form einer neuen Textilie machen wollen, kann sie sich sicher sein, dass das Geschenk wie angegossen passt. Sollte etwas mal nicht sofort überzeugen, werden künftig auch Retouren einfacher. Der Kunde ist nicht mehr auf den Postweg angewiesen, sondern kann die Kleidung künftig im Geschäft für etwas Passenderes eintauschen oder zurückgeben. Notfalls ganz ohne Kassenzettel – das Kassensystem weiß Bescheid. ■

Die HIRMER-Customer-Journey

ILLUSTRATION Cristina Bianchi

Maiers Wohnhaus

1 „Das Sakko ist von gestern, die Lieblingshose spannt und ich brauche, nein, ich will einen neuen Anzug.“

2 „Tolle Sakkos. Und diese Hose ... und dieser Anzug sieht elegant aus.“

3 „Steht mir das überhaupt? Was ist, wenn der Anzug nicht richtig sitzt? Ich rufe besser die Hotline des HIRMER Service-Centers an.“

HIRMER

4 Die Ärmellänge seines neuen Anzugs will er nicht dem Zufall überlassen. Herr Maier flanirt durch die Fußgängerzone.

5 Herr Maier unternimmt einen Streifzug durch die Auslagen des HIRMER Stammhauses. Und verliert sich schnell im Dschungel der schönen Modemöglichkeiten.

6 Anzugabteilung: Der Modeberater Herr Müller nimmt sich Herrn Maiers an. Und zeigt ihm modisches Neuland.

7 Herrn Maiers Kundenkarte verrät Herr Müller, was Herr Maier bereits bei HIRMER gekauft hat.

8 Derweil trinkt Herr Maier noch einen Kaffee in der Tagesbar und lässt Beine und Seele baumeln. Er hat beschlossen, den Anzug gleich mitzunehmen.

Filiale

9 Frau Maier – auf Geschäftsreise – findet in einer Eckerle-Filiale in Hamburg ein tolles Hemd und bestellt dieses im Webshop

Webshop

10 HIRMER Service-Center Die nette Dame der Online-Servicehotline erklärt ihm zum Beispiel, dass die Ärmel des Jacketts immer bis zum Handgelenk reichen müssen.

HIRMER Webshop Verpacken der Bestellung

Trattoria da Luigi

11 HIRMER ist immer wieder eine Reise wert, denkt Herr Maier zufrieden als er seine verliebte blinzeln Frau abends in seinem neuen Anzug zum Essen ausführt.

CARL GROSS

SINCE 1925

STIL? SICHER!

Mode für sympathische Männer, egal ob Business oder Casual. Mit den Marken CARL GROSS und CG-Club of Gents bietet das Modeunternehmen Création Gross aus dem fränkischen Hersbruck individuelle Mode für den urbanen, weltläufigen Herren.



Menswear ganz nah am männlichen Markt: Ob formal oder lässig leger – Création Gross schreitet im Gleichschritt mit dem modischen Ausdrucksbedürfnis der Business Generationen.



Sympathie. Ehrlichkeit. Männlichkeit. Es sind diese drei Werte, die das Familienunternehmen Création Gross bereits in der dritten Generation jeden Tag lebt und die sich auch in den Anzügen und Sakkos der Marke wiederfinden.

Wer ein CARL GROSS-Sakko trägt, signalisiert nicht nur Reife, sondern seinen Hang zu zeitgemäßer Mode und seinen Anspruch an eine hochwertige Garderobe. Diese männliche Stilsicherheit prägt jede Kollektion der Hersbrucker Designer und Produktentwickler, die es sich von Saison zu Saison erneut zur Aufgabe machen, Klassisches modern zu interpretieren.

Im Sinne dieser Stilsicherheit verwenden die Designer ehrliche und natürliche

Stoffe von namhaften europäischen Webern – weder zu smart noch zu soft. Es ist Qualität, die man fühlt und die sich perfekt an die Firmen-Philosophie anschmiegt. Reine Schurwolle zum Beispiel, im hochpreisigen Sektor gerne auch mal Wolle-Kaschmir- oder Wolle-Seide-Mischungen.

Jung, urban, authentisch: „CG-Club of Gents“

Sich mit allen Mitteln vom Inhalt in Vaters Kleiderschrank abheben – mit diesem Wunsch verändert eine junge Generation Mann seit Mitte der 1990er-Jahre den HAKA-Markt und damit auch die Produktpalette von Création Gross. Was als Kollektion bis 1994 noch allein unter dem Firmennamen die Runde macht, ist insbesondere den jungen modebewussten Herren fortan unter „CG-Club of Gents“ ein Begriff und ermöglicht neue urbane, authentische und coole Ausdrucksformen.

Was beide Kollektionen gemein haben: Sie sind geprägt von Kreativität und Innovation. Stets auf der Suche nach neuen Trends gelingt es dem Entwicklerteam stets, den Kunden immer wieder aufs Neue zu inspirieren. Und das auf Basis eines klassischen Ansatzes, der Qualität kompromisslos und klar in den Vordergrund rückt: Wer hinsichtlich Stoffauswahl, Passform und Verarbeitung ein Qualitätsprodukt möchte, findet es im Hause Création Gross.

TRADITION IM JUNGEN GEWAND

Die Firma Création Gross wurde 1925 gegründet und ist seither in Hersbruck bei Nürnberg ansässig. Sie wird in der dritten Generation von Peter Gross geführt. Als zentraler Partner beliefert Création Gross sowohl das HIRMER Stammhaus als auch die Filialen von Eckerle und HIRMER Große Größen.



Portrait DAS NEUE CRÉATION GROSS-TESTIMONIAL: ANDRÉS VELENCOSO



Fast 200.000 Instagram-Follower, Karl Lagerfeld und vor allem Kylie Minogue können nicht irren: Fünf Jahre war die australische Pop-Ikone mit dem spanischen Model Andrés Velencoso liiert, bevor das Paar 2013 getrennte Wege ging. Velencoso, der zu Beginn seiner Model-Karriere in Europa zunächst als zu groß galt, schaffte den Durchbruch in New York und gilt heute als eines der männlichen Top 25-Models. Auch vor Film- und Fernsehkameras ist er gerne gesehen: Seit er sein Debüt 2012 in dem Film „Fin“ von Jorge Torregrassa feierte, folgten noch weitere Auftritte in einer spanischen Serie. Für die aktuelle Carl Gross-Kollektion stand der 37-jährige, der schon unzählige Magazin-Titel verschönerte, unlängst vor der Kamera. Urban, echt, unaufgesetzt: Seinen Mann steht der Spanier mit Schauspielambitionen im Création Gross-Outfit jedenfalls auch ohne Pop-Star an der Seite.

www.carlgross.com



Der Blick in die Unternehmensgeschichte von HIRMER rückt einen Namen immer wieder in den Fokus: Hans Hirmer. 1897 in München geboren, wechselt das Verkaufstalent vor genau 100 Jahren, am 15. Oktober 1915, nach einer kaufmännischen Lehre in der Süßwarenabteilung des Münchner Kaufhauses Oberpollinger zum im Vorjahr eröffneten Herrenmodehaus Bamberger & Hertz in der Kaufingerstraße 22 (heute 28). Es ist ein Gebäude, das es im Schatten der Frauenkirche zur Münchner Ikone schaffen wird. Die Zeitläufte sorgen dafür, dass es untrennbar mit der Familie Hirmer verbunden bleibt.

München und Köln auch Frankfurt am Main, Leipzig, Stuttgart und Saarbrücken.

Dienstszitz ist wieder München und Hirmer ist nun für das Sortiment aller Häuser zuständig. Dabei beweist er ein feines Gespür für Mode und Sortimentszusammenstellung. Zugleich entwickelt er unternehmerische Qualitäten: Er erarbeitet ein Konzept, mit dem der Umsatz auf gleicher Fläche nachhaltig erhöht werden kann. Seine Idee setzt sich durch. Spätestens jetzt wird die Konkurrenz auf ihn aufmerksam. Doch Hans Hirmer bleibt seinem Chef treu. Für immer.



Konsequenz gilt als Tugend. Nur ist der konsequente, nicht immer der einfachste Weg. Hans Hirmer ist seinen Prinzipien stets treu geblieben und begründet mit dieser Eigenschaft die Wertearchitektur des größten Herrenausstatters der Welt. Eine Firmengeschichte, die fünf Regeln beherzigt.

TEXT Dr. Hans-Diether Dörfler

Der junge Hans Hirmer erarbeitet sich schnell eine bedeutsame Stellung bei Bamberger & Hertz. Sein Talent im Umgang mit den Kunden, vor allem aber sein Geschick in der Auswahl und im Einkauf stilsicherer Männermode, sichert ihm die Aufmerksamkeit von Inhaber Fritz Bamberger: Nicht zufällig wählt der Chef Hans Hirmer, als es einen der preußischen Kronprinzen zu bedienen gilt. Und Fritz Bamberger fördert den jungen Mann weiter: Hirmer steigt im Münchner Haus zum Erstverkäufer und zum Substituten auf. Mit 31 Jahren – für diese Position ungewöhnlich jung – wird Hans Hirmer 1928 Abteilungsleiter im neu eröffneten Bamberger & Hertz-Haus in Köln.

Im Rheinland lernt er seine spätere Frau Maria Vogl kennen – sie arbeitet im Kölner Haus als Verkäuferin. Hans Hirmers Karriere nimmt weiter ihren Lauf: 1933 befördert ihn die Familie Bamberger zum Zentraleinkäufer für alle sechs Niederlassungen – neben

Hundert Jahre ist es nun her, dass Hans Hirmer die Begeisterung seiner Familie für Männermode begründete. In diesem Jahr würde er seinen 118. Geburtstag feiern. Das Münchner Stammhaus gilt heute als größter Herrenausstatter der Welt. Die Familie Hirmer führt das Unternehmen in dritter Generation. Und doch ist es gerade Hans Hirmers Geschichte, die einen Blick auf die Wurzeln des Unternehmens ermöglicht. Verantwortungsbewusstsein, Nachhaltigkeit, Menschlichkeit und soziales Engagement – mit seinen Werten prägt Hans Hirmer das Herrenbekleidungshaus mit den Marken HIRMER, HIRMER GROSSE GRÖSSEN und Eckerle bis heute und setzt Maßstäbe in der Gegenwart. Geschäftsführer Ulrich Hirmer: „Wir agieren nach wie vor auf einem kaufmännischen Fundament, das die Bedürfnisse der Kunden in den Mittelpunkt rückt, die Zukunft der Arbeitsplätze sichert und die Position des Unternehmens festigt.“ Auf den Punkt gebracht macht Hans Hirmers langjähriges Wirken exemplarisch

fünf Regeln sichtbar, die der Familie Hirmer bis zum heutigen Tag als Leitfaden des unternehmerischen Handelns dienen.

1. Verbindlich sein

Einer der schwierigsten Momente in der Beziehung von Hans Hirmer zu seinem Mentor und Förderer Fritz Bamberger wird zu einem Bekenntnis und zu einer Zäsur gleichermaßen. Als die Nationalsozialisten 1938 die Zwangsarisierung des Herrenbekleidungshauses des jüdischen Kaufmanns Fritz Bamberger beabsichtigen, treffen der Inhaber und sein Chefeinkäufer ein mündliches „Gentlemen's Agreement“.

Das Münchner Geschäft kann zwar nicht im Eigentum von Bamberger bleiben, wird aber an eine von Hans Hirmer geführte Firma verkauft. Im Hintergrund vereinbaren Hirmer und Bamberger die Rückabwicklung dieses Vorgangs, sobald die Herrschaft der Nationalsozialisten endet. Eine Vereinbarung, die Hans Hirmer womöglich mit dem Leben bezahlt hätte, wären die Nazischergen dahinter gekommen.

Es kommt wie vereinbart: Fritz Bamberger und Hans Hirmer gründen nach Ende des Zweiten Weltkriegs eine gemeinsame Firma, die Hirmers Namen trägt. Die Spuren des Krieges, von Gewalt und Vertreibung sitzen indes tief. Die in die USA entkommene Familie von Fritz Bamberger schließt zwar ihren Frieden mit der



Familie Hirmer, Vertrauen in Nachkriegsdeutschland findet sie aber nicht. Anfang der 1950er-Jahre kommt es zur endgültigen Übereignung des Herrenmodehauses an Hans Hirmer. Münchens Oberbürgermeister Hans-Jochen Vogel beschreibt später Hans Hirmers Rolle im Restitutionsverfahren mit den Worten: „Hans Hirmers Haltung im Bereich Bamberger & Hertz hat großen Respekt verdient. Da hätten sich viele an ihm ein Beispiel nehmen können.“

Als Fritz Bamberger aus dem Unternehmen ausscheidet, bleibt ihm Hans Hirmer freundschaftlich verbunden. Zudem versorgt Hirmer die Familie Bamberger bis zu Fritz Bambergers Tod mit einer jährlichen Pension – insgesamt eine deutlich siebenstellige Summe. Die folgenden Generationen halten den Kontakt. Es kommt zu regelmäßigen Besuchen und zu einer dauerhaften Beziehung der beiden Familien, die von der aktuellen Unternehmergeneration aktiv weitergestaltet wird.

1 Mit seinem Wirken und seinen Werten prägt Hans Hirmer die HIRMER Unternehmensgruppe bis in die Gegenwart.

2 Das Bamberger & Hertz-Haus in Köln. Hier wird Hans Hirmer mit gerade 31 Jahren Abteilungsleiter.

3 Die Schaufenster des neuen Herrenbekleidungshauses HIRMER in der Kaufingerstraße kurz nach der Eröffnung im Jahr 1938.

4 Hans Hirmer und Fritz Bamberger waren freundschaftlich verbunden. Er besuchte seinen früheren Vorgesetzten regelmäßig, hier in Los Angeles 1974.

5 Die Schäden in den Verkaufsräumen in der Kaufingerstraße waren nach Kriegsende verheerend.

6 Für sein soziales Engagement wurde Hans Hirmer von Oberbürgermeister Georg Kronawetter 1976 mit der Medaille „München leuchtet“ ausgezeichnet.



2. Das Notwendige tun

Direkt nach Kriegsende ist der freie Verkauf von Textilien nicht erlaubt. Zudem ist das als Ersatz für das ausbombte Gebäude in der Kaufingerstraße zugewiesene Ausweichquartier in der Neuhauser Straße 50 (heute Bettenrid) von der US-Armee requiriert. Für Umsatz sorgt zunächst alleine die nach Giesing ausgelagerte Maß- und Reparaturabteilung.

Die US-Streitkräfte verteilen bereits kurz nach ihrem Einmarsch in München die vorhandenen Warenbestände an Displaced Persons (befreite Zwangsarbeiter, Kriegsgefangene, KZ-Häftlinge). Die amerikanische Militärregierung stellt HIRMER & Co. KG (alt) wie alle vor dem Krieg in der Hand jüdischer Eigentümer befindlichen Betriebe unter Treuhandverwaltung. Als Treuhänder amtiert bis zum 6. Dezember 1949 Lothar Bernstein, ein ehemaliger Mitarbeiter von Bamberger & Hertz.



Hans Hirmer gelingt es aber, neue Einkommensquellen zu erschließen und das Einkommen seiner Mitarbeiter durch ein sicheres Gespür für die Notwendigkeiten der von Entbehrungen geprägten Zeit zu sichern. In den fensterlosen und ungeheizten Häusern Münchens friert die Bevölkerung. Daher organisiert Hans Hirmer den Verkauf von Überschuh aus Stroh, die bei den Münchnern eine große Nachfrage erzielen. Hirmer lotst einen Eisenbahnwaggon voller Strohschuhe, die er im Umland produzieren lässt, in den Münchner Hauptbahnhof. Mitarbeiter schaffen die Ladung durch das zerstörte München zu den von den Amerikanern geräumten Geschäftsräumen in der Neuhauser Straße.

In der Folgezeit gelingt Hirmer die Beschaffung von Militärtextilien, die er zu Zivilkleidung umarbeiten lässt und gegen Bezugsscheine verkauft. Auf diese Weise konnte Hans Hirmer das Überleben des Unternehmens und seinen Mitarbeitern das Auskommen in der schwierigen Nachkriegszeit sichern.



3. Den Erfolg teilen

Von seinen Mitarbeitern wird Hans Hirmer als streng, aber großzügig geschätzt. Bis heute setzt sich die Familie für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein, die in eine Notlage geraten sind. Legendar sind die Berichte über Situationen, in denen per Handschlag kurzfristige finanzielle Engpässe ausgeglichen wurden. Wir haben das Glück gehabt in einer Firma zu arbeiten, wo man eben ein Familienmitglied war“, erinnert sich etwa Günther Maurus, der von 1952 bis 1960 unter der Leitung Hirmers arbeitete.

Von Hans Hirmers Großzügigkeit profitieren nicht nur die Angestellten. Bald setzt sich der Unternehmer auch für die Bürgerschaft der Stadt ein. Hans-Jochen Vogel, Münchens Oberbürgermeister von 1960 bis 1972, ist Stammkunde bei HIRMER und lernt Hans Hirmer kennen und schätzen. Dem Oberbürgermeister gelingt es, Hirmer für eine bedeutende Spende für einen sozialen Zweck zu begeistern. 1971 dotiert Hans Hirmer drei Millionen D-Mark für den Ausbau des damaligen „Altenheims Schwabing“, dem heutigen „Haus an der Rümmanstraße“. Zwei Jahre später erhöht er die Schenkung auf 3,56 Millionen D-Mark.

Mit diesem Einsatz verbindet Hans Hirmer zudem seine Fürsorge den Mitarbeitern gegenüber mit dem Engagement für seine Stadt. So haben HIRMER-Beschäftigte bis heute die Möglichkeit, im „Haus an der Rümmanstraße“ ihren Lebensabend zu verbringen.

1975 erfolgt das Richtfest für die Vergrößerung des Hauses, 1976 wird die Eröffnung mit Enthüllung einer Gedenktafel gefeiert. Schließlich wird Hans Hirmer für diesen Ausdruck seiner Verbundenheit mit München und seinen Bürgern mit der Medaille „München leuchtet“ geehrt.

Im Jahr 2009 schreibt Hans-Jochen Vogel: „Hans Hirmer ist einer, der in seinem Unternehmen nicht nur ein Konstrukt maximaler Gewinne gesehen hat, sondern für den sein Unternehmen auch ein sozialer Verband war.“

4.

In größeren Dimensionen denken

Das Gebäude in der Kaufingerstraße steht für den Gestaltungswillen und den unternehmerischen Erfolg von Hans Hirmer. Zwei Jahre nach Kriegsende beginnen umfangreiche Renovierungs- und Umbaumaßnahmen an dem von zahlreichen Bombentreffern schwer gezeichneten Haus. Zunächst lässt Hirmer die Kellerräume und die Schaufenster im Erdgeschoss instand setzen, am 1. Juli 1949 kann Hirmer wieder mit dem Verkauf am alten Unternehmensstandort beginnen – wenn auch nur im ersten Stock. Nur wenige Münchner können sich noch daran erinnern, dass man das Gebäude seinerzeit von der Augustinerstraße her betritt. Angesichts der

riesigen Publikumsströme in der heutigen Fußgängerzone ist das kaum vorstellbar.

Im Jahr 1951 öffnet sich das Haus zur Kaufingerstraße. Für Hans Hirmer sind dies nur Zwischenstationen auf dem Weg zum großen Wurf. Zwischen 1950 und 1952 wird der 2. Stock wieder aufgebaut und in die Verkaufsfläche integriert. Im Jahr 1956 sind schließlich auch die übrigen Stockwerke und das Dachgeschoss saniert und als Verkaufs- bzw. Lager- und Büroflächen eingerichtet.

1957 kann der Unternehmer den 5. Stock der angrenzenden Oberbayerischen Volksbank (heute: Münchner Bank eG) übernehmen. Bis auf die Fläche des Modehauses Stalf nutzt HIRMER & Co. KG ab diesem Zeitpunkt das gesamte Gebäude an der Kaufingerstraße. Es überrascht daher nicht, dass das Unternehmen noch im Jahr 1957 bei seinen Kunden über Plakate mit dem vollständigen Wiederaufbau des Herren- und Knabenmodehauses und seinem großen, auf fünf Stockwerke verteilten Sortiment wirbt.

Zeitgleich ist es der letzte große Auftritt des „freundlichen Herrn“. Der renommierte Grafiker Henry Ehlers hat die Figur in den 1920er-Jahren für Bamberger & Hertz entworfen. Die Nationalsozialisten verbieten die Figur. Als das heutige Stammhaus wieder in nahezu altem Glanz erstrahlt, ist die Marke über den Schaufenstern aber wieder mit dabei. Hans Hirmer übernimmt – anders als etwa Bamberger-Nachfolger Hansen in Köln – als Sachwalter von Bamberger & Hertz nahezu selbstverständlich die Bildmarke des „freundlichen Herrn“ ins Marketing.

Anfang der 1960er-Jahre sollte „der HIRMER“ unter Hans Hirmer die Innenarchitektur bekommen, die ihn bis in die 2000er-Jahre hinein und in seinem Kern bis heute prägt. Ausschlaggebend ist die Möglichkeit, 1960 die Flächen des benachbarten Modehauses Stalf zu übernehmen. Flankiert wird dies durch Verhandlungen mit dem Hauseigentümer, der Allianz-Versicherung. So kann Hirmer die Verkaufsflächen deutlich erweitern, ohne die exponierte Lage aufgeben zu müssen. Die Umbauarbeiten dauern bis 1962.

Waren die vorangegangenen Umbauarbeiten größtenteils sanierungsbedingt, erhält das Haus nun den großzügigen Charme, den die Kunden von einem stilprägenden Modehaus erwarten. Der Haupteingang wird in die Passage gelegt und erhält seine zentrale Funktion. Bis heute ein Wahrzeichen ist die bei dieser Gelegenheit installierte Rundtreppe, die nun großzügig alle Verkaufsbereiche miteinander verbindet. Gemeinsam mit dem Einbau eines dritten Fahrstuhls verändert sie die Wirkung der Verkaufsräume grundlegend. In den 1970er-Jahren wurde immer wieder diskutiert, die Treppe durch Rolltreppen zu ersetzen. Für Hans Hirmer ein Tabu: Er sprach sich vehement gegen Rolltreppen aus.



7 1957 ist der Wiederaufbau des Stammhauses abgeschlossen. Stolz wirbt man mit dem großen Sortiment des Herren- und Knabenmodehauses, das wieder auf allen fünf Stockwerken zum Einkaufen einlädt.

8 Freizeitmode wird salonfähig: Hans Hirmer gilt zu Recht als einer der Wegbereiter der neuen modischen Ausrichtung und sorgte mit der Anpassung seines Sortiments dafür, dass sich der Trend durchsetzen konnte.



Nach Abschluss der Erweiterungen und Umbauten in der ersten Hälfte der 1960er-Jahre, rangiert die Marketing-Abteilung den „freundlichen Herrn“ aus. Eine neue Zeit der Verbraucheransprache ist angebrochen. Mit dem Slogan „Kauf was Gutes, kauf bei HIRMER“ wird man dieser künftig gerecht.

5. Beweglich bleiben

Die stetige Auffächerung des Angebots, die Leidenschaft für Trends und die Wünsche der Kunden sind die Zutaten, aus denen Hans Hirmer nach der Expansion in der Wirtschaftswunderzeit die Weichen für die konsequente Weiterentwicklung seines Unternehmens zum heute größten Herrenausstatter der Welt stellt. Kurz gesagt: Hans Hirmer hat stets einen Pfeil im Köcher, mit dem er die Bedürfnisse der Zeit trifft.

Bereits zu Beginn seiner beruflichen Laufbahn beweist Hirmer, dass er ein Händchen für die Gestaltung und permanente Anpassung des Sortiments hat. Das setzt sich fort, als die Menschen in der Nachkriegszeit etwas ganz Neues entdecken: Freizeit. Der begeisterte Skifahrer richtet in Herbst und Winter eine Abteilung für Ski- und Rodelbekleidung ein, im Sommer schafft er Platz für die Präsentation von Wander- und Schwimmkleidung.

Lieferanten sind bekannte Münchner Sportartikelhersteller wie die Bogners oder die Mauls, deren Seniorchef in den 1950er-Jahren jeden Morgen mit dem Fahrrad Wander- oder Skikleidung anliefert. Bei der Wanderkleidung arbeitet Hans Hirmer mit Luis Trenker

zusammen. Der bekannte Bergsteiger und Schauspieler ist nicht nur Stammkunde, auch sein typisches Outfit – wie etwa der Trenker-Hut – findet bei den Kunden großen Anklang.

Als „Erfinder der Freizeitmode“ geht Hans Hirmer in die Modegeschichte ein, als er die Jacken- und die Sackabteilung für seine Ideen entdeckt. Er erkennt, dass Jacken und Sakkos in den 1950er-Jahren zunehmend den Mantel verdrängen. Die fortschreitende Automobilisierung lässt den langen Mantel beim Ein- und Aussteigen zum unpraktischen Kleidungsstück werden. Mit einer Jacke tut sich Mann leichter – und sieht sportlicher aus. Hans Hirmer erkennt dies und fördert mit einer großen Jackenabteilung die Durchsetzung des Trends.

Auch das Sakko ist zunächst ein informelles Kleidungsstück, das in etwas lockereren Situationen, wie bei Empfängen oder auf Feiern, statt des formellen Anzugs getragen wird. Hans Hirmer sieht, dass sich modische Männer in diesem Kleidungsstück abseits des Anzugs wohl und passend gekleidet fühlen. Folgerichtig baut er die Auswahl an Sakkos massiv aus und lässt diese Abteilung bereits in den 1950er-Jahren unter „Freizeit“ firmieren.

Eine Frage der Menschlichkeit

Rührig und rigide – Hans Hirmers Pioniergeist, sein Gespür für Markt und Mode und sein Fortschrittswille gründen sich auf eine klare Haltung. Denn Hirmer verinnerlicht in jeder Phase seines Wirkens: Ein Unternehmen ist immer nur so gut wie seine Mitarbeiter. „Er hat stets in Menschen investiert“, erinnert sich auch der langjährige Mitarbeiter Alvo von Alvensleben, der während seiner Zeit beim Kleiderproduzenten Odermark Hans Hirmer als einen der wichtigsten Kunden kennenlernte. Damit sei er einmalig in der Modebranche gewesen. Es ist diese Menschlichkeit, die Hans Hirmer im Kern auszeichnet und die das Unternehmen bis heute prägt. Nicht umsonst heißt es regelmäßig: „HIRMER, das ist vor allem eine große Familie.“

OUTFIT

Und täglich grüßt das Murmeltier

Der australische TV-Moderator Karl Stefanovic macht mit einem Experiment darauf aufmerksam, mit welchen Oberflächlichkeiten sich seine Kolleginnen wegen ihres Äußeren konfrontiert sehen. Ein Jahr lang trug er denselben Anzug in seiner Sendung.



Nach eigener Aussage ein „günstiges Burberry-Imitat“. Lediglich Hemd und Krawatte wurden ausgetauscht. Die Zuschauer bemerkten es nicht. Stattdessen hagelte es für seine Kolleginnen Lisa Wilkinson und Samantha Armytag täglich Schelte wegen ihrer Outfits.

Zuschauer bemerkten es nicht. Stattdessen hagelte es für seine Kolleginnen Lisa Wilkinson und Samantha Armytag täglich Schelte wegen ihrer Outfits.

DAUERDINNER

„The same procedure as last year, Miss Sophie?“

51 Jahre heißt es nun schon „Cheerio Miss Sofie, me gal“. 18 Minuten lang feiert Deutschland seit 1963 jährlich den „90. Geburtstag“. In Großbritannien ist der Sketch aus der Feder des Briten Lauri Wylie gänzlich unbekannt. In Deutschland ist ein Silvester ohne „Dinner for one“ undenkbar.

Allein 2014 wurde das humoristische Trinkgelage zehnmal ausgestrahlt und von über zehn Millionen Zuschauern gefeiert.

ZOPF, HOSE UND HUT

Markenzeichen



Seit 1976 trägt Modezar Karl Lagerfeld seinen Zopf.



Michael Jordan trug seit 1982 bei jedem seiner Spiele in der NBA seine University-of-North-Carolina-Glückshorts.



Udo Lindenberg trägt seit Anfang der 1980er-Jahre seinen Hut.

DAUERLESER

53

Bücher will Mark Zuckerberg 2015 lesen. Jede Woche zieht sich der Facebook-Firmengründer ein neues Buch aus den Regalen. „The End of Power“ von Moisés Naím war das erste Buch. Seine Einsichten teilt Zuckerberg in der von ihm gegründeten Facebook-Gruppe „A Year of Books“.

LIEBE



Höckerschwäne gehen in ihrem Leben nur eine Bindung ein.



Nur 3% der Säugetiere leben in monogamen Partnerschaften.



Unter Menschen zerbricht jede zweite Ehe nach zirka 14 Jahren.

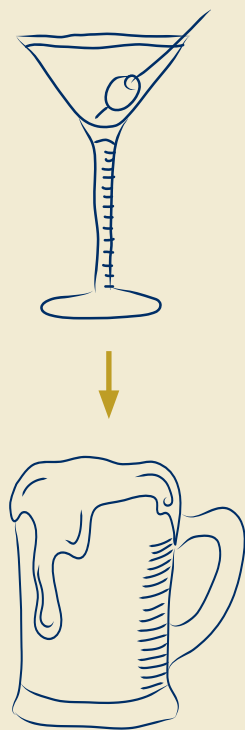
Konsequenz in Zahlen

Egal ob Wankelmütiger oder Winkeladvokat, Höckerschwan, Modezar, Kettenraucher oder Vegetarier – konsequente und inkonsequente Verhaltensweisen lassen tief blicken. Und sich beziffern.

WIDERSPRÜCHE

<p>90% der Bundesbürger finden: „Das A und O in einer Partnerschaft ist Treue.“</p>	<p>Das A und O</p>	<p>93,3% der deutschen Eltern sagen: „Das A und O einer guten Kindererziehung ist Konsequenz.“</p>
<p>38% zweifeln daran, dass Treue eine menschliche Fähigkeit ist.</p>	<p>O</p>	<p>50% der deutschen Eltern schlagen ihre Kinder</p>

AN GEWOHNHEITEN GERÜHRT



Als Lieblingsgetränk des coolsten Geheimagenten der Filmgeschichte erreichte der Martini Kultstatus. Fünf Bond-Darsteller kippten sich das Wodka-Wermut-Getränk konsequent hinter die Binde. Erst Daniel Craig wider setzte sich und ersetzte den Cocktail in „Skyfall“ durch ein Bier.

ZIGARETTEN

Schall und Rauch

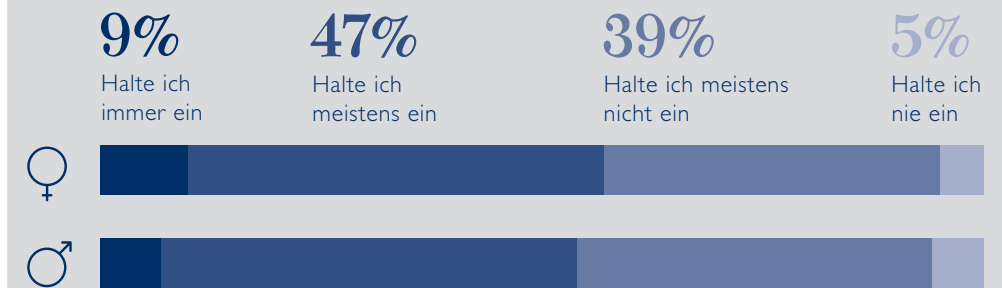
Ein Mann, der über zehn Zigaretten pro Tag raucht, verliert im Schnitt ganze 9,4 Jahre an Lebenserwartung.

Helmut Schmidt rauchte im Laufe seines Lebens geschätzte 1.168.000 Zigaretten, und damit im Schnitt 40 Stück pro Tag. Er feierte im Dezember 2014 seinen 96. Geburtstag.



GROSSE PLÄNE

Wie häufig halten Sie Ihre Neujahrsvorsätze ein?



74 % der Deutschen nahmen sich zum Jahreswechsel gute Vorsätze für 2015 vor. Die rund 1.000 Befragten sind aber nicht die Konsequentesten: Nur 9 % halten ihre Vorsätze auch immer ein. Frauen sind sogar etwas inkonsequenter.

DYLAN

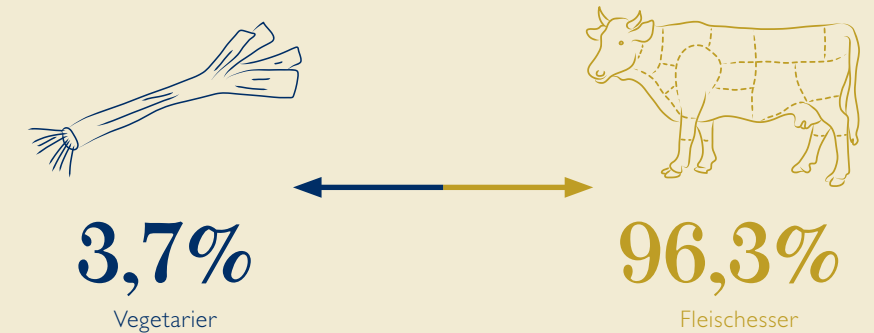


Keine Fotos, bitte.

Nicht greifbar zu sein in digitalen Zeiten ist sicher eine Kunst. Wer heute wissen will, wie Bob Dylan aktuell aussieht, muss schon eines seiner Konzerte besuchen. Allerdings ohne Handy oder Kamera. Der Musiker belegt seine Fans mit einem strikten Abbildungsverbot seiner Wenigkeit.

VEGETARIER

Lauch statt Lende



Mit 3,7 % hat sich der Anteil der Vegetarier in Deutschland innerhalb von 7 Jahren verdoppelt. Rund 60 % aller Deutschen wären bereit, ihren Fleischkonsum zu reduzieren. 36,3 % können sich das als konsequente und überzeugte Fleischesser nicht vorstellen.

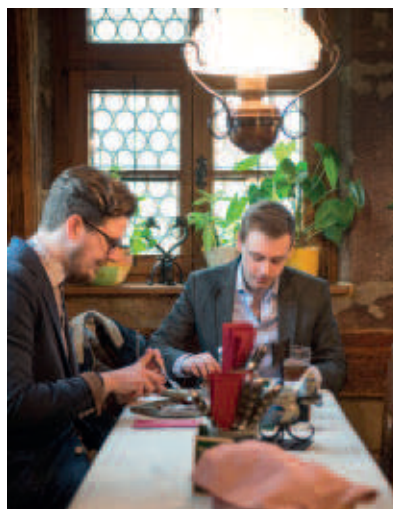
ILLUSTRATION Cristina Bianchi ZAHLEN deals.com, dkfz.de, Focus.de, Gala.de, GfK, Jamesbond.de, mopo.de, nba.com, Parship-Studie, shz.de, stern.de, sueddeutsche.de, telegraph.co.uk, welt.de, Zeit.de

„Auch Männer haben Redebedarf.“

Burg, Bier und Bratwurst. Es gibt schlimmere Dinge, die man mit einer Stadt verbinden könnte als Geschichte und Genuss.

Und Nürnberg hat mehr zu bieten. Fußball zum Beispiel. Auch Mode. Und natürlich Menschen, deren Berufung es ist, andere gut zu kleiden. Alexander Misof, Modeberater bei Eckerle, ist einer von ihnen. Auch Thorsten Schmidt verhilft Herren bei HIRMER GROSSE GRÖSSEN zu besserem Aussehen. Zwei sehr unterschiedliche junge Männer – vereint in ihrer Leidenschaft für einen sehr menschlichen Beruf.

REPORTAGE Katharina Raab
 PORTRAITS Stephan Minx
 ILLUSTRATION Lisa Weilandt



Lieber urig, statt hip. Alexander Misof und Thorsten Schmidt in der bekannten Nürnberger Bratwurstküche „Zum gulden Stern“.

Avantgarde in Lederhosen

Exklusiven Geschmack hat Alexander Misof bereits als Kind. Die von Mama herausgelegten Kleidungsstücke werden bald boykottiert. Alexander shoppt selbst. Bis heute ist es seine liebste Beschäftigung und eine Leidenschaft, die ihn auf seinen Reisen in die Mode-Metropolen dieser Welt begleitet: „Das ist mein Ausgleich und den nehme ich mit in meinen Beruf. Draußen hole ich mir die Inspiration, die ich bei Eckerle umsetzen kann.“ Für den Eckerle-Webshop stellt Alexander Misof wöchentlich Outfits zusammen. Trendgerecht, aber auch immer ein bisschen avantgardistisch. Alexander Misof fällt auf. Schon immer. Das Schöne an der Mode sei es, sich verausgaben



zu können, sagt er. Die Bodenständigkeit seines Heimatdorfs brüskiert er deshalb gerne in roten Hosen und blauem Sakko. Kollegen überrascht er bei zünftigen Anlässen schon mal in Lederhose und Loden. Sich selbst bezeichnet der junge Mann mit der markanten Brille und dem leichten Undercut als traditionsbewusst. Er sagt das sehr bestimmt. Kein Summen. Kein Zwinkern. „Man muss wissen, wo die Dinge herkommen“, sagt der Wahl-Erlanger, der im Zweifel die urige Atmo-

sphäre der Bratwurstküche „Zum gulden Stern“, eines der ältesten Gasthäuser der Noris-Stadt und angebliche Geburtsstätte der berühmten Nürnberger Bratwurst, einem Szenelokal vorzieht. „Der Stilbruch ist mein Leben“ – dieser Satz kann trotzdem nur von einem kommen, der zwar Respekt hat vor dem Klassischen, dem Zeitlosen. Der aber auch Spaß hat an der Variation, der es liebt, mit Mode zu verblüffen. „Ich fühle mich in einem Anzug wohl. Ich bin aber nicht der Typ, der dazu ein normales weißes Hemd kombiniert. Auf meinem sind dann Blumen oder Sonnenbrillen drauf.“ So gekleidet, kontrastiert er schon mal die historischen Gemäuer der Kaiserburg, die herrschaftlich über Nürnbergs Altstadt thronen. Ein einzigartiges Wahrzeichen, findet Alexander Misof: „Für jeden, der die Stadt noch nicht kennt, ist die Burg das erste Anlaufziel. Der Ausblick ist gigantisch.“

Trennungen zwischen Hosen- und Krawattenkauf

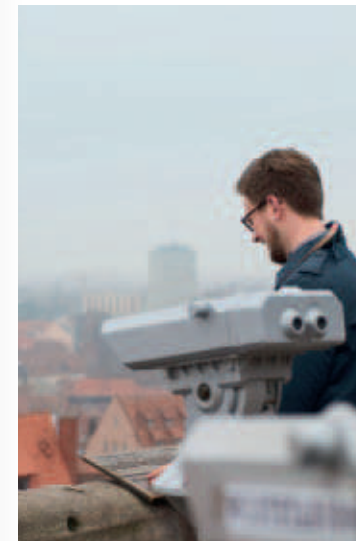
Um derlei Gefühlsausbrüche zu erzeugen, braucht Thorsten Schmidt keinen Panoramablick. Dem 23-Jährigen genügen frische Luft und grüner Rasen. Hineingeboren in das Spannungsfeld der Vereine SpVgg Greuther Fürth und 1. FC Nürnberg fängt er schon mit vier Jahren mit dem Kicken



an. Bis heute ist es nicht nur ein Hobby, sondern eine Leidenschaft, die er freiwillig nicht aufgeben wird. „Schon mein Großvater war Fußballfan, mein Urgroßvater auch. 1954 hatten sie den ersten Fernseher in ihrer Straße“, sagt der gebürtige Fürther, der sich seit ein paar Jahren im Mittelfeld der ersten Mannschaft des TSV Burgfarrnbach verausgabt und dessen erstes Wort – wen wundert’s – „Ball“ gewesen ist. „Sobald ich mein Trikot an habe, bin ich glücklich. Auf dem Platz fühle ich mich einfach frei“, sagt er. Auch das Vereinsleben ist Thorsten Schmidt wichtig. Zwanglose Gespräche über das Leben unter Bekannten und Freunden. Am besten in entspannter Atmosphäre. Gerne bei einem Bier. Zweimal die Woche geht es für ihn meist direkt nach Feierabend in Hemd und Krawatte zum Training. Damit, dass er anfangs immer der am besten Gekleidete in der Kabine ist, haben sich seine Mannschaftskameraden längst abgefunden. Mode und Fußball, das widerspricht sich nicht, das ergänzt sich. Nicht zuletzt, weil jeweils der Mensch in den Fokus rückt.



Freiheit ist Thorsten Schmidt in seinem Leben wichtig. Er findet sie in den Kinosälen des Cinecitta und auf dem Rasen seines Fußballvereins – und manchmal eben auch im zwanglosen Gespräch mit seinen Kunden.

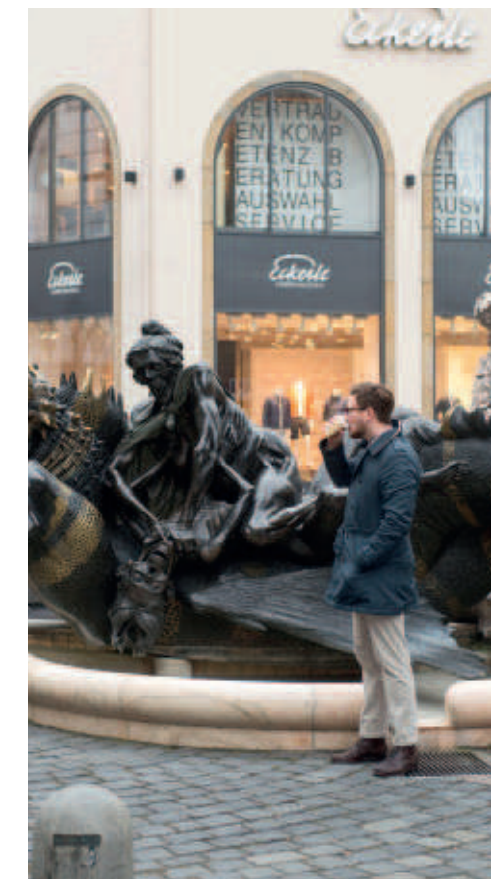


Der Stilbruch als Lebensphilosophie. Alexander Misof liebt die Dualität von alt und neu, das Nebeneinander von Tradition und Moderne. Eigenschaften, die seiner Ansicht nach auch Nürnberg vereint.

„Ich fühle mich bei der Arbeit oft nicht nur als Berater, sondern auch als Psychologe“, schmunzelt Thorsten Schmidt, der seinen Kunden bei GROSSE GRÖSSEN am Josephsplatz nicht nur das Hemd mit der passenden Kragenweite reicht, sondern auch mal den einen oder anderen gut gemeinten Ratschlag. „Auch Männer haben Redebedarf“, weiß Thorsten Schmidt. Ist das Eis einmal gebrochen wird schon mal über Trennungen zwischen Hosen- und Krawattenkauf diskutiert, werden der nächste Urlaub besprochen, die Vor- und Nachteile eines Hauskaufs erörtert und natürlich die eine oder andere Problemzone diskret bearbeitet. „Ich hab’ gehört, hier kann man für Dicke einkaufen?“, diesen Satz hört Thorsten oft von seinen Kunden, die sich mit fränkischem Humor und liebevoller Selbstironie der eigenen Übergröße nähern.

Eine große Familie

Nürnberg verbindet Tradition mit Moderne, da ist sich Thorsten mit Alexander einig. Auf der einen Seite die Altstadt, die reichhaltige Geschichte malerisch sichtbar macht. Auf der anderen Seite saust hier die erste fahrerlose U-Bahn Deutschlands durch den Untergrund und lockt das größte Kinozentrum Europas, das Cinecitta,



in dessen königsblauen Sesseln es sich Thorsten Schmidt gerne mal bequem macht. Film, das ist für Thorsten nicht nur Unterhaltung. Das ist auch Inspiration. Schauspieler seien schließlich nicht umsonst die einflussreichsten Mode-Ikonen unserer Zeit. Bradley Cooper zum Beispiel sei „ein stilvoller Mann, an dem man sich ruhig orientieren kann“, findet Thorsten Schmidt. Überhaupt sollten Männer viel mehr aus sich machen, sagt er zum Abschluss mit einem prüfenden Blick auf die Passanten in Nürnbergs Fußgängerzone. Auch wenn sie nicht in Nürnberg leben, fühlen sie sich doch wohl zwischen Burg und Weißem Turm, sozusagen auf beiden Seiten der Pegnitz. Nürnberg sei überhaupt eine schöne Stadt mit hohem Lebensstandard. Nur mit den grimmigen Franken müsse man sich halt arrangieren, sagen sie mit einem Augenzwinkern. Alexander und Thorsten schütteln sich die Hände. Es geht zurück zur Arbeit. Nur knapp 200 Meter voneinander entfernt. Den einen oder anderen Kaffee wollen sie in Zukunft gemeinsam trinken. Vielleicht mal ein Bier nach Feierabend. „HIRMER, das ist schon eine große Familie“, sagt Alexander zum Abschied. Und dann fügt er noch hinzu: „Nürnberg ist eigentlich wie HIRMER. Zeitlos und zeitgemäß zugleich.“

ILLUSTRATION Cristina Bianchi | Über den Herrn am Maßband: Der „Freundliche Herr“ war von 1927 bis 1960 die Werbekarikatur des HIRMER Stammhauses.



Woran messen wir uns?
Wie viel Neues verträgt Bewährtes?

Kann man ohne Band Maß nehmen?

Was können Vorbilder?

BLAUTON #3: Maßstäbe



Auszug aus der Werbebroschüre „Kleine Leute, feine Leute“ von Bamberger & Hertz aus den 1930er Jahren.

LEDER IN PERFEKTION



1



2

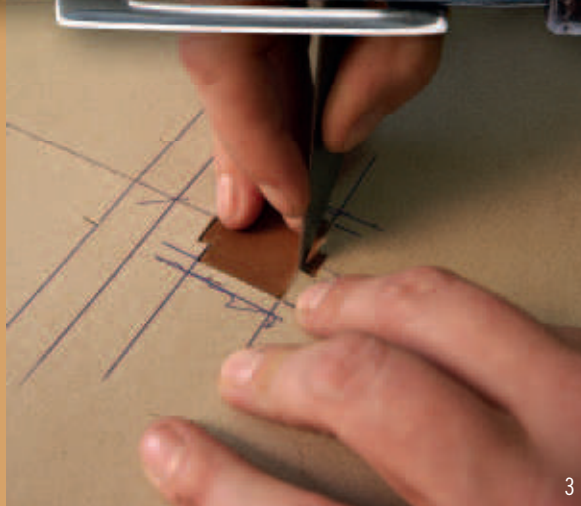
»Bei uns wird das Handwerk so ausgeführt, wie es sich gehört.«

Inhaber Bernd Kreis



Vollkommenheit ist kein Zufall. Sie entsteht durch das perfekte Zusammenspiel zwischen hochwertigem Material, aufregender Haptik und zeitlosem Design – und ist das Ergebnis traditioneller Handwerkskunst.

Diese prägt die Arbeit der Kreis Ledermanufaktur, in der seit 1963 Gürtel, Taschen und Portemonnaies nach traditionellem Vorbild gefertigt werden. So entstehen Accessoires für Männer mit Anspruch und Charakter. Bei Kreis wird die Einzigartigkeit der Ledersorte berücksichtigt, um jene Vollkommenheit entstehen zu lassen, der sich die Ledermanufaktur verschrieben hat. Das Ergebnis: Egal ob casual oder elegant – Kreis komplettiert jeden Look.



3

1 Cutter und Schere, statt automatisierter Maschine: Bei Kreis sind Lederwaren noch das Ergebnis echter Handwerkskunst.

2 Die gefertigten Lederwaren werden liebevoll veredelt.

3 In präziser Handarbeit bearbeiten die Feintäschner das Leder.

4 Sowohl die Verarbeitung als auch der Stil der Kreis-Gürtel machen sie zu etwas ganz Besonderem.



4

