

sechs3

deine region - dein magazin

04|10

www.sechs3.de 3,50 €



HUNDESCHLITTENRENNEN VIER PFOTEN IM ACHTERPACK >>>



X-RAID-TEAM
WILL DIE 33. DAKAR GEWINNEN >>>



VON HAND GEMACHT >>>
MANUFAKTUREN

VON UNSINN GETRIEBEN

Nils Holger Moormann hat das Rumspinnen kultiviert.
Und ist damit selbst zum Kult geworden.



Buchstapler, Liesmichl oder Bookinist. Wer Möbeln solche Namen gibt, muss schon etwas eigensinnig sein. Zugleich kommt darin bereits der Anspruch zum Ausdruck, den Nils Holger Moormann an seine Produkte stellt: Schön sollen sie sein, aber vor allem „immer ein bisschen mehr können als andere.“ Wie sein mobiler Lesesessel Bookinist, der sehr an eine Schubkarre erinnert. Darin soll man nicht nur gut sitzen, sondern auch gleich seinen Lesestoff mit auf Reisen nehmen können. Rund 80 Taschenbücher lassen sich

griffbereit in den Arm- und Rückenlehnen verstauen. Verborgene Fächer bieten zudem Stauraum für allerlei Utensilien, die dem Schmökern und Sinnieren dienlich sind. Eigentlich hat Moormann seinen Bookinist nur für sich entwickelt. Als er ihn dann aber auf eine Messe in Mailand mitnahm, war das Interesse so groß, dass er ihn seinen Kunden nicht länger vorenthalten konnte. In einer „streng limitierten“ Auflage von 226.000 Stück und jeder mit einer eigenen „Fahrstellnummer“ versehen.

Moormann steht wie kaum ein anderes Unternehmen der Möbelbranche für

Eigensinn und Charakter. Während allerorten langweilige, seelenlose Uniformität das Bild beherrschen, ist ein Moormann unverwechselbar. Zwar erschließt sich das Möbel auch dank einer sehr reduzierten Formsprache nicht immer sofort. Am Ende überzeugt es jedoch durch Raffinesse im Detail. Einfachheit, Intelligenz und Innovation – das sind Moormanns Maßgaben, an denen sich jede neue Idee messen lassen muss. Inzwischen werden stapelweise Ideen an ihn, der sich selbst gerne als Möbelverleger bezeichnet, herangetragen. Nur ein Bruchteil davon schafft es, auch ein Moormann zu werden. Am

liebsten arbeitet der Autodidakt, der auch schon mal mit französischen Cabriolets gehandelt hat, mit jungen, unverbrauchten Designern zusammen, die er im Idealfall auf eine lange gemeinsame Reise mitnimmt. „Weil Vertrauen wachsen muss“, wie Nils Holger Moormann betont. Im Idealfall herrscht mit der Zeit blindes Verständnis, das viele Prozesse vereinfacht.

Regeln sind zum Brechen da

Einfachheit und die Konzentration auf das Wesentliche sind Moormann wichtig. Im Zentrum aller Bemühungen stehen Möbel, die Spaß machen müssen. Dem, der sie entwirft, und dem, der sie nutzt. Kreativität entsteht im Hause Moormann vor allem durch Spielen, das Brechen von Regeln, durch „Rumspinnen“. Dass dabei nicht immer etwas Brauchbares herauskommt, ist Moormann bewusst. Wie überall landet auch in Aschau am Chiemsee, seit 1992 Sitz des 1982 gegründeten Unternehmens, manches im Shredder. Das ist niemals schön und immer schmerzhaft. Aber es ist auch ganz normal. Für Moormann ist das Scheitern als Chance jedenfalls keine Worthülse. Aus Fehlern lernt man am meisten, denn sie schärfen den Blick. Außerdem lehren sie Demut. Alles wichtige Zutaten für einen erfolgreichen Weg.

Gerade am Anfang hat das Unternehmen Moormann ausreichend Fehler gemacht, nicht immer hat die Qualität gestimmt. Weil das Unternehmen klein ist und sich vieles erst mühsam erarbeiten musste. Doch mit der Zeit und dem Regal FNP, einem Moormann-Klassiker von Axel Kufus, kam auch der Erfolg. Rückschläge immer inklusive. Aber wie jeder, der seine Sache nicht um des Erfolgs, sondern um ihrer selbst willen tut, lässt sich Moormann selten beirren. Er lässt sich auch weder von Ikea noch von Tchibo beeindrucken, die seine Produkte ebenfalls sehr schätzen. Er ist ein Besessener im besten Sinne und segelt

gerne hart am Wind. Das wissen auch seine 25 Mitarbeiter, die ebenfalls eine steife Brise vertragen können müssen. Hierfür lässt er sie jedes Jahr sechs Wochen alleine. Bis jetzt haben sie sein Vertrauen nie enttäuscht. Am Ende des Tages hat schließlich jeder die Mitarbeiter, die er verdient.

Auch die Kundschaft hat er sich redlich verdient. Menschen mit einer hohen Design-Affinität, die eher Fans als Kunden sind. Treu und immer wieder neu zu begeistern. Vermutlich lieben die Kunden mehr noch als die Möbel das ganze Drumherum: Die Art, wie die Möbel entwickelt, gefertigt und verkauft werden. Eben die Philosophie, die dahinter steht. Außerdem hilft auch das Prinzip der Knappheit: Durchschnittlich zwei neue Stücke bringt Moormann jährlich auf den Markt. Denn für den gebürtigen Stuttgarter ist „neu“ kein Wert an sich. Der Zwang, immer wieder etwas Neues entwickeln zu müssen und damit das Alte abzuwerten, ist ihm ein Gräuel. Nachhaltigkeit sieht anders aus. Viel lieber entwickelt er Dinge weiter. „Design braucht schließlich Zeit“, so Moormann. Auch deshalb hält er sein Geld gerne zusammen. Um unabhängig zu sein, auch mal Projekte machen zu können, die risikoreich oder wirtschaftlich völlig unvernünftig sind.

Erfolg ist nicht planbar

Gemessen an den unzähligen Designpreisen, die im Unternehmen an der so genannten „Wall of Fame“, hängen, ist es Moormann gelungen, Möbel gemäß seines eigenen Anspruchs ein bisschen schöner zu machen. Er wäre aber nicht Moormann, wenn er diese Anerkennung nicht mit der „Wall of Blame“, an der Kunden und Freunde des Hauses wie Kriminelle verewigt werden, gleich wieder konterkarieren würde. Zu viel,

zu schneller Erfolg ist ihm ein bisschen unheimlich, zumal er ihn selbst nicht wirklich erklären kann. Noch viel weniger hat er je damit gerechnet. Erfolg ist ja auch nicht planbar. Selbstironie ist jedenfalls eine gute Möglichkeit, bei alldem die Bodenhaftung zu behalten. Hierzu trägt sicher auch die bayerisch-urige Landschaft, die Moormann sich als Kulisse für sein Wirken gewählt hat, ihren Teil bei. Lifestyle wird hier noch als Lebensart buchstabiert. Wenn überhaupt.

So lässt er seine Möbel nur in Betrieben im Umkreis von 30, 40 Kilometern zu seiner bayerisch-wuchtigen Trutzburg, die mal eine Ruine war und heute Firmensitz ist, fertigen. Gerne beschreibt er seine Kooperationspartner als seine „verlängerte Werkbank“. Die Gründe hierfür sind weniger weltanschaulicher als vielmehr praktischer Natur: Einfachheit in Form von kurzen Dienstwegen. Nur so ist Entwicklung auch im Prozess noch möglich. Dass die ortsansässigen Handwerker nicht immer verstehen, was Moormann umtreibt, tut der Sache keinen Abbruch. Sie sind einfach froh, dass sie noch etwas anderes produzieren dürfen als Sargfüße und Melkschmel. Verpackt und auf den Weg gebracht wird aber „in house“, allen Bemühungen diverser Unternehmensberater, die hier enormes Einsparpotenzial sehen, zum Trotz. „Damit die Produkte Stallgeruch annehmen“, wie Moormann betont. Das ist ihm ganz wichtig. Stallgeruch ist auch der beste Kopierschutz. un

K.H.

