



Perspektiven: Holzmann begann als Verlag für Bücher und Zeitschriften und ist heute zudem Produzent von Apps oder E-Books. Neue Medien gehören mittlerweile zum Kerngeschäft. **Seite 12**



Pionierarbeit: Mit Verlagsgründer Hans Holzmann fing alles an. Seine Geschichte ist die eines Pioniers im Bereich der deutschen Handwerkspublikationen. **Seite 4**



HOLZMANN • MEDIEN

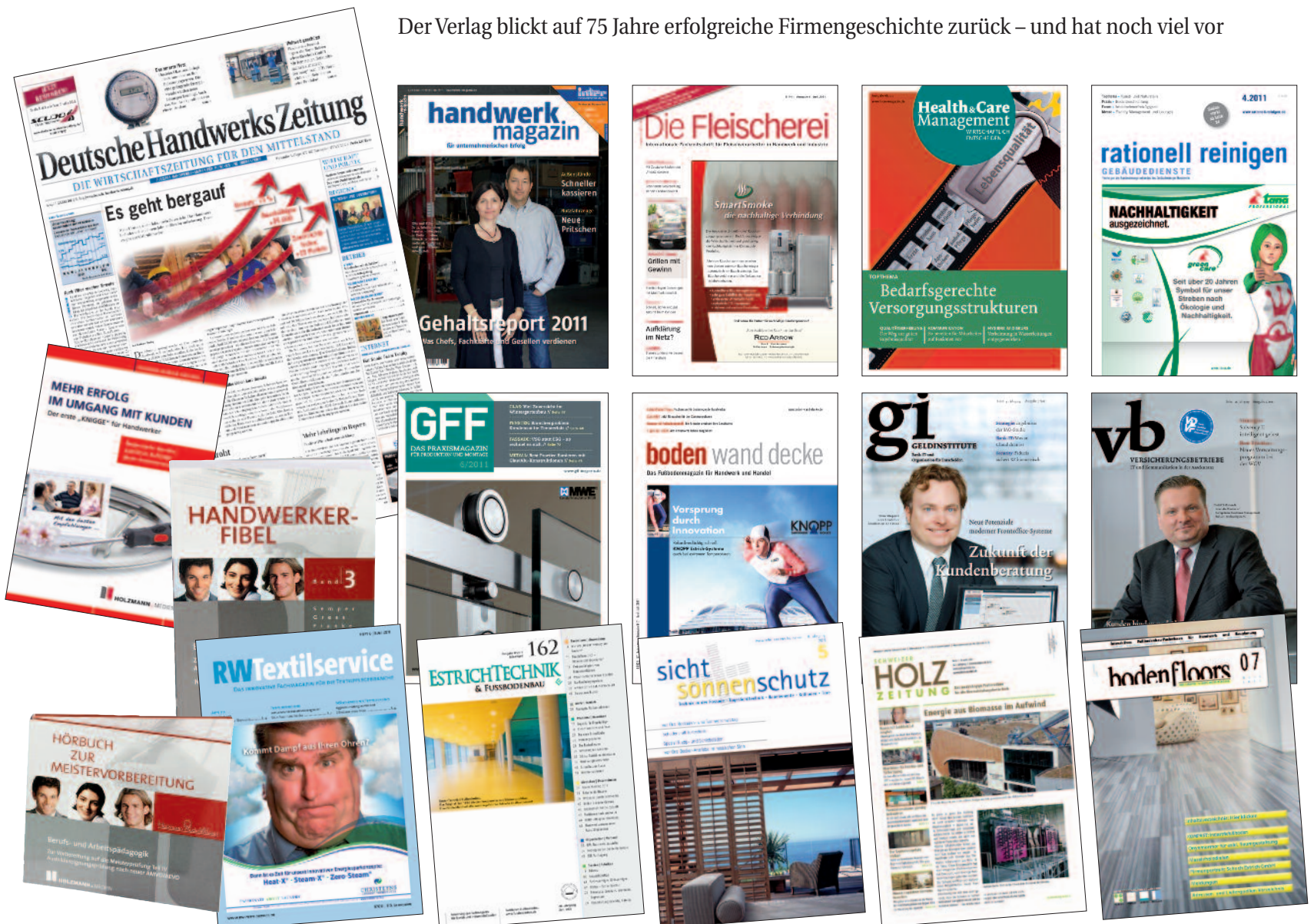
GESTERN – HEUTE – MORGEN

Sonderausgabe | Juni 2011

63. Jahrgang | www.holzmann-medien.de

Willkommen bei Holzmann Medien

Der Verlag blickt auf 75 Jahre erfolgreiche Firmengeschichte zurück – und hat noch viel vor



„Auf viele weitere Jahrzehnte“

**Otto
Kentzler**



„Innovation und Kreativität haben sich die Handwerksbetriebe auf die Fahnen geschrieben – und pflegen doch die Tradition. Das Handwerk wird jünger und weiblicher – und lernt von seinen erfahrenen Meistern. Es wird internationaler und bleibt doch stark in seiner Region. Handwerk prägt Gesellschaft und Wirtschaft. Holzmann Medien gehen Seite an Seite mit dem Handwerk in die Zukunft. Sie kennen ihre Nutzer. Das darf sich nicht ändern. Ob Zeitung, Magazin oder Onlineauftritt – zielgruppengerecht, verständlich aufbereitet und modern präsentiert finden unsere Betriebe hier Informationen und Nutzwert. Verlag und Mitarbeitern alles Gute auf dem Weg zum 100. Geburtstag.“

Otto Kentzler ist Präsident des Zentralverbands des Deutschen Handwerks

**Theo
Waigel**



„Mit diesem Jubiläum erreicht der Verlag Holzmann Medien einen besonderen Meilenstein in seiner Entwicklung, die das Haus trotz vielfacher Herausforderungen zu seiner heutigen, auch überregional weithin anerkannten Stellung als einem der größten Wirtschafts- und Fachverlage in Deutschland geführt hat. Auf diesen Erfolg kann Holzmann stolz sein in Dankbarkeit gegenüber allen, die hierzu in dem vergangenen Dreivierteljahrhundert beigetragen haben. Dass Holzmann Medien auch in den kommenden Jahrzehnten der Erfolg des Tüchtigen in allen Geschäftssparten treu bleiben möge, wünsche ich von Herzen und freue mich auf jede künftige Begegnung.“

Dr. Theo Waigel ist deutscher CSU-Politiker und war von 1989 bis 1998 Bundesfinanzminister. Er gehört auf europäischer Ebene zu einem der Vorväter des Euro

**Peter
Maffay**



„Eine gute Partnerschaft zeichnet sich dadurch aus, dass Verlässlichkeit und Vertrauen aufgebaut und gelebt werden. Mit der Partnerschaft zwischen Holzmann Medien und unserer Peter Maffay Stiftung dürfen wir heute stolz behaupten, dass wir eine solche Zusammenarbeit vorbildlich leben. Mit unserer gemeinsamen Aktion ‚Deutsches Handwerk hilft‘ haben wir ein

Zeichen für soziale Verantwortung von Unternehmen und Unternehmern gesetzt. Eine dauerhafte Fortsetzung und Unterstützung dieser Aktion und der daraus resultierenden Aktivitäten wünschen wir Holzmann Medien und den angeschlossenen Handwerksunternehmen für die Zukunft.“

Peter Maffay ist deutscher Sänger, Musikproduzent und engagiert sich für soziale Projekte

**Hubert
Burda**



„Handwerk und Mittelstand bilden das Fundament unserer Wirtschaft. Sie schaffen die stabile Basis für eine fundierte Ausbildung, viele sichere Arbeitsplätze und sie garantieren das Qualitätssiegel ‚made in Germany‘.

Das Meinungsbild des wichtigsten Wirtschaftszweiges prägen gedruckte und digitale Fachmedien. Das deutsche Handwerk und seine Fachpresse weisen eine ähnliche Struktur auf: Es sind bodenständige und innovative Familienbetriebe, deren Pioniergeist sich von Generation zu Generation vererbt!

Holzmann Medien und die Familie Holzmann sind in vielerlei Hinsicht ein Vorbild. Sie gehören zu den Vorzeigeunternehmen. Die Zeitschriftenverleger sind Familie Holzmann für jahrzehntelange, erfolgreiche Arbeit im Verband der Zeitschriftenverlage in Bayern zu großem Dank verpflichtet.

Holzmann Medien wünsche ich, dass sie auch künftig mit kräftiger Stimme, mit Kompetenz und mit Leidenschaft die Interessen ihrer Zielgruppen zu repräsentieren und wahren wissen.“

Dr. Hubert Burda, Verleger und Präsident des Verbandes Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ)

**Manfred
Bissinger**



„Bevor ich gratuliere, muss ich Holzmann Medien danken. Es liegt mehr als ein halbes Jahrhundert zurück, dass er mir in jungen Jahren wichtige Weichen stellen half. Der damalige Chefredakteur des Hauses, Dr. Albrecht Weinschenk, ein Freund meines Vaters, hatte mir nach intensiven Gesprächen angeboten, den ersehnten Beruf des Journalisten unter seiner Obhut zu erlernen. Beim Kölner Stadt-Anzeiger war ich wegen fehlenden Abiturs abgewiesen worden. In Bad Wörishofen dagegen zählte das Sein mehr als der Schein. Meine Chefs beim damaligen Holzmann Verlag interessierten die schreiberischen und gestalterischen Fähigkeiten und nicht die Zeugnisse. Meine ersten journalistischen Duftmarken konnte ich bei der der *Bayerischen Handwerks Zeitung* und der *Vieh- und Fleischwirtschaft* setzen. Unter den Handwerksblättern schon damals zwei wichtige Marken.

Dass sie es auch für die Zukunft bleiben, sollte jeder Anstrengung in jedem Vertriebskanal wert sein, also im Internet ebenso wie als Printprodukt. Denn das mittelständisch geprägte und orientierte Handwerk, bekanntlich das Rückgrat für die Zukunft unserer Gesellschaft, braucht eine starke Stimme, wie die von Holzmann Medien. Ad multos decenni.“

Manfred Bissinger, Jahrgang 1940, ist Publizist und war Chefredakteur mehrerer großer Magazine sowie Gründer der Wochenzeitung *Die Woche*. Seine Laufbahn begann er bei der *Bayerischen Handwerks Zeitung*, Vorreiter der *Deutschen Handwerks Zeitung*

Martin Kannegiesser



„75 Jahre Holzmann Medien, das sind 75 Jahre journalistische Präzisionsarbeit für einen der bedeutendsten Wirtschaftszweige unseres Landes: das Handwerk. Wirtschaftskrise hin, Einbruch des Zeitschriftenmarktes her, Holzmann ist seit Langem das Nonplus-ultra in Sachen Information rund um das Handwerk. Wie kaum ein anderes Medium ist das Familienunternehmen mit der Zeit gegangen. Der Slogan ‚Von der Zeitschrift bis zum App: innovativ aus Tradition‘ bringt es auf den Punkt. Ich wünsche den „Holzmännern“ von ganzem Herzen, dass ihnen auch künf-

tig nie die Ideen ausgehen mögen, um die rasante Entwicklung des Handwerks zielgruppengenau und journalistisch verlässlich an den Mann und die Frau zu bringen.“

Martin Kannegiesser ist Präsident Gesamtmetall und repräsentiert als geschäftsführender Gesellschafter der Herbert Kannegiesser GmbH eine der bedeutendsten Firmen im Marktumfeld unserer Fachzeitschrift *RWTTextilservice*

EDITORIAL

Alexander Holzmann



„Ein Familienunternehmen, drei Generationen, 75 Jahre Unternehmensgeschichte. Jede Epoche hatte ihre Höhen und Tiefen, jede Unternehmergeneration ihre eigenen Herausforderungen, prägenden Meilensteine und herausragenden Erfolge. Alles wäre zum Scheitern verurteilt, wenn es nicht viele loyale und leistungsbereite Mitarbeiter gegeben hätte, die den manchmal steinigen Weg ein Stück mit uns gegangen wären und damit geholfen haben, unsere Marktposition zu sichern und auszubauen. Mindestens genauso wichtig für die Entwicklung des Unternehmens wa-

ren die gewachsenen Partnerschaften mit Kammern, Verbänden und Firmen, die uns als Geschäftspartner nun seit vielen Jahrzehnten begleiten. Daraus entstanden sind Werte, die heute nicht mehr selbstverständlich sind: Vertrauen, Verlässlichkeit und ein stets fairer Umgang miteinander. Ob Leser, User, Kunde oder Mitarbeiter, ich fühle mich diesen Tugenden verpflichtet, getreu unserem Motto für das nächste Vierteljahrhundert: innovativ aus Tradition.“

Alexander Holzmann ist geschäftsführender Gesellschafter des Familienunternehmens Holzmann Medien in Bad Wörishofen



MÜNCHENER VEREIN
VERSICHERUNGSGRUPPE

Der Generationen-Versicherer

Herzlichen Glückwunsch zum 75-jährigen Jubiläum

... wünscht die MÜNCHENER VEREIN Versicherungsgruppe

Als Partner der handwerklichen Versorgungswerke bedanken wir uns für die hervorragende und langjährige Zusammenarbeit im Interesse des Handwerks und wünschen weiterhin viel Erfolg.

Ihre
MÜNCHENER VEREIN
Versicherungsgruppe



Eine feste Verbindung

MÜNCHENER VEREIN Versicherungsgruppe, Pettenkoferstr. 19, 80336 München, 089/51 52-1000, www.muenchener-verein.de

„Es gibt immer neue Chancen“

Wertvolles, Innovatives, Überraschendes: Holzmann hat in 75 Jahren unzählige Presseerzeugnisse herausgebracht

Von Burkhard Riering

Allen Anfang ist bekanntlich schwer. An Startschwierigkeiten hat es auch den Gründungsvätern der *Bayerischen Handwerker-Zeitung* nicht gemangelt. Es ist der 1. Februar 1949, als inmitten der Nachkriegszeit die erste Nummer erscheint mit der fetten Überschrift: „Glückhafter Start!“ Glücklicherweise, weil die Zeitung nur „nach Überwindung größter Schwierigkeiten“ herauskommen konnte, wie die Präsidenten des Bayerischen Handwerkstags gleich

Zeitungen und Zeitschriften, dazu Dutzende Buchtitel, Newsletter und Branchen-Internetseiten, die von knapp 140 Mitarbeitern gestemmt werden. Würde man die Auflagen der gegenwärtigen Publikationen zusammenzählen, käme eine periodische Druckauflage von mehr als 650.000 Exemplaren heraus, den Buchverlag mit Klassikern wie der *Handwerkerfibel* noch nicht mitgezählt.

Die *Bayerische Handwerker-Zeitung* war mitnichten der erste Streich des Verlegerpioniers Holzmann. Den Grundstein legt er viel früher, in Berlin.

gehen darf. Oder die 1952 gegründete Zeitschrift *Der Erfolg* – was für ein passender Titel in Wirtschaftswunderzeiten! –, die „für den fortschrittlichen Geschäftsmann“ gedacht ist und den Leistungswillen dieser Generation ausdrückt. Nicht anders der poetische Zeitschriftentitel *Morgen mehr sein*, ein Magazin „zur Förderung der Fähigkeiten“.

Manches weitere Schmäckerl findet sich zudem im Kellerarchiv des Verlags, mit dem man nicht gerechnet hätte: etwa die Funkzeitschrift *Rundfunkhörer und Fernseher*. Entgegen dem Prinzip,

unternehmer und nach der *Deutschen Handwerks Zeitung* heute die zweitgrößte Holzmannsche Publikation. Mit dem *handwerk magazin* spielen die Bad Wörishofer im Konzert der Großen mit und konkurrieren mit Mittelstandsmagazinen von Gruner + Jahr und der Axel Springer AG.

Peter Holzmann legt den Fokus wie sein Vater auf Wirtschaft und Handwerk, Handel und Gewerbe. In einem immer härter werdenden Wettbewerb der Großverlage besteht Holzmann mit seinen Medien, die Aufschwünge von Ende



Gestern und heute: Mit Dutzenden Titeln hat sich Holzmann in der Verlagslandschaft einen Namen gemacht.



Foto: Holzmann

auf der Titelseite schreiben. Man kann förmlich hören, wie auch der Verleger Hans Holzmann nach der glücklichen Aussendung einmal tief durchatmet.

DHZ heute Marktführer

Was Herausgeber und Verleger zu dem Zeitpunkt noch nicht wissen können: Aus dem schmalen achtseitigen Blatt, das ohne Fotos und ohne Farbe auskommt, wird einmal Deutschlands größte Zeitung für das Handwerk. Die *Deutsche Handwerks Zeitung*, wie sie seit 1970 heißt, ist mit einer verkauften Auflage von 477.457 Exemplaren (IVW I/11) heute das Flaggschiff des Bad Wörishofer Verlags und wird von 23 Handwerkskammern herausgegeben. Was in Bayern entstand, erstreckt sich mittlerweile auf sechs Bundesländer und wird von Kassel bis Konstanz gelesen.

Es ist aber nur einer von unzähligen Titeln, die der Verlag in seinen 75 Jahren herausgegeben hat. Aktuell sind es 16

Er erwirbt 1936 in der Hauptstadt die *Deutsche Fleischer-Zeitung*, eine Art Börsenticker für den Fleischmarkt. Es dauert nicht lange, bis Holzmann ein klingender Name im Berliner Zeitungsviertel hinter dem Gendarmenmarkt ist. Doch zerplatzen alle Träume mit dem Ausbruch des Zweiten Weltkriegs.

Holzmann findet sich zur „Stunde Null“ in Bad Wörishofen wieder, hier hat er familiäre Wurzeln. Ohne Zeit zu verlieren, fängt er von vorn an. Mit *Vieh und Fleisch* (heute *Die Fleischerzeitung*) fängt es an, das *Leder-Journal*, *Rationelles Handwerk* und die *Steuerbriefe für Unternehmer* verlängern die Liste und werden zu Verkaufsschlagnern. Holzmanns Thema ist die Wirtschaft, und die beginnt von den 50er Jahren an zu erblühen.

Holzmanns Titel sind in der Nachbetrachtung auch Zeugnis jener Zeit. Da ist *Der Lehrlingswart*, ein kleines Magazin „für die Berufserziehung im Handwerk“, in der es schon mal strenger zu-

nur wirtschaftsorientierte Titel herauszugeben, wagt sich Hans Holzmann hier mit einer Abonnementzeitschrift für den Endkunden vor.

Familie bleibt am Ball

1961 endet die Ära Hans Holzmann abrupt, der Verleger stirbt im Alter von 63 Jahren, und Sohn Peter Holzmann übernimmt ohne Umwege das Unternehmen. Der damals erst 25-Jährige macht den Holzmann Verlag in der Folge zum größten Arbeitgeber Bad Wörishofens, wahrscheinlich auch zum größten Gewerbesteuerzahler der Stadt. Die Liste der Publikationen wird in seiner fast 40 Jahre währenden Ära länger und hochwertiger, das Portfolio wird mit Branchenzeitschriften wie *versicherungsbetriebe* (1970 gestartet) oder *boden wand decke* (1996 übernommen) bereichert.

Weiterer Höhepunkt: Das *handwerk magazin* wird 1986 gegründet, ein Monatsmagazin für den Mittelstands-

der 70er an geben weiteren Auftrieb, und die Wiedervereinigung wird für die Expansion genutzt. Außerdem wird der Buchverlag in der Zeit zu einer Erfolgsgeschichte, er ist Marktführer in der Aus- und Weiterbildung im Handwerk – und das bis heute.

Es ist auch die Phase, in der die Druckerei große Ausmaße annimmt. Doch die Margen bleiben branchentypisch niedrig. Letztlich wird sie Ende der 90er Jahre nach Passau verkauft.

Im Oktober 2000 steht der zweite Generationswechsel des Verlags an: Alexander Holzmann übernimmt mit 35 Jahren die Geschäfte, Vater Peter Holzmann wird „Rentner im Unruhestand“.

Der junge Holzmann forciert die neuen Medien. „Die Zukunft hat eigentlich schon begonnen, die technische Innovation wird die traditionellen Abläufe in nahezu allen Wirtschaftsbereichen beeinflussen und verändern“, prognostiziert Alexander Holzmann im August 1999 in der Hauszeitung *apropos*. Auch

In Berlin fing es an

Die Unternehmensgeschichte von Holzmann Medien beginnt am 1. Juli 1936: An diesem Tag erwirbt Hans Holzmann vom damaligen Reichsinnungsverband die *Deutsche Fleischer-Zeitung* – der Grundstein für die Verlagsgründung.

Die *Deutsche Fleischer-Zeitung* ist die erste täglich erscheinende Verbands- und Fach-



Das alte Verlagsgebäude in der Zimmerstraße in Berlin.

Foto: Archiv

zeitung Deutschlands. Sie berichtet über aktuelle Entwicklungen auf dem Fleischmarkt und hat schon nach wenigen Jahren eine Auflage von 65.000 Exemplaren erreicht. Bevor Hans Holzmann (geboren 1898) die Zeitung erwarb, arbeitete er bereits viele Jahre als Redakteur und Chefredakteur für das Blatt.

Wenig später gibt der Verlag auch die *Deutsche Glaser Zeitung* und die *Deutsche Schuhmacher Zeitung* heraus. Hinzu kommt ein Fachbuchverlag für das Handwerk. Das Verlagshaus und das Druckereigebäude befinden sich im Berliner Zeitungsviertel in der

die Handwerkerzielgruppe ist mehr und mehr online, und Holzmann will mit seinen Marken schließlich da sein, wo die Kunden sind. Mehr als zehn Branchenwebseiten werden in den folgenden Jahren gebaut. Für den Buchverlag gilt das übrigens genauso: Trends wie CD-Rom und E-Books passen perfekt zu den Themen des Verlags.

Glaube an die Zeitung

Alexander Holzmann bleibt genauso seinen Zeitungen und Zeitschriften treu. In den Nullerjahren wird eine Reihe von Titeln Relaunches unterzogen, unter anderem bekommen *handwerk magazin*, *RWTextilservice* und *Deutsche Handwerks Zeitung* ein frisches Layout. „Ich glaube an Print“, sagt Alexander Holzmann.

Der Holzmann Verlag scheut auch nicht das Risiko, ins Ausland zu expandieren: 1997 werden die Schweizer Holzzeitung und der eidgenössische MOP-Verlag zu einer hundertprozentigen Tochterfirma zusammengeschlossen. Seit 2004 erscheint die Holzzeitung

Zimmerstraße 72/74 und Schützenstraße 8 – in Nachbarschaft so bekannter Verlage wie Ullstein. Das Gebäude im klassizistischen Stil wurde 1927 erbaut und von Hans Holzmann nach seiner Verlagsgründung gekauft.

1939, bei Ausbruch des Zweiten Weltkrieges, beschäftigt das Unternehmen mehr als 300 Mitarbeiter. Bei Kriegsende 1945 zählt die Belegschaft noch rund 200 Mitarbeiter. Während des Zweiten Weltkrieges wird das Verlagsgebäude stark beschädigt. Doch ein Teil des Gebäudes kann zunächst gerettet werden, so dass der Produktionsbetrieb notdürftig weitergeführt werden kann, zum Beispiel für Millionen von Bogen zum Aufkleben der Lebensmittelmarken. Am 1. Februar 1945 aber wird das Gebäude dann fast vollständig zerstört. Während seine Familie schon 1943 von Berlin nach Bad Wörishofen zieht, bleibt Hans Holzmann bis zum Ende des Krieges in Berlin.

Das Jahr 1936 ist für Hans Holzmann aber nicht nur wegen seiner Unternehmensgründung ein bedeutendes Jahr: Am 10. August 1936 wird sein Sohn und Nachfolger Peter geboren.

mit dem *Journal Suisse du Bois* auch in der französischen Schweiz. Weniger glücklich verläuft das Engagement dagegen in Russland. Die Zeitschrift *Novoje miasnoje delo* wird aus dem Boden gestampft, sozusagen *Die Fleischerei* für den russischen Markt. Doch Holzmann zieht sich nach einigen Jahren von dem schwierigen Markt wieder zurück.

Zuletzt hat sich Holzmann wieder vergrößert: So ist die Eigengründung *Health & Care Management* für Klinik- und Gesundheitsmanager auf dem Markt gestartet. Zudem gehört das Fachblatt *Estrichtechnik & Fussbodenbau* jetzt zum Verlag.

Kann es ein passendes Resümee für die publizistische Karriere des Verlags geben? Peter Holzmann, heute 75 Jahre alt, der noch immer dreimal in der Woche vormittags ins Büro kommt, fasst es so zusammen: „Wir haben in unserer Geschichte schon unzählige Titel gegründet, und unzählige haben auch wieder ihr Leben gelassen. Doch immer wieder gibt es neue Zeiten, neue Entwicklungen, neue Chancen, und die wissen wir eben zu nutzen.“

DANKE!

**Holzmann Medien,
für 75 Jahre wertvolle
Informationen aus dem
Handwerk und für das
Handwerk!**

**Alles Gute zum Jubiläum
wünscht die GHM,
die Messegesellschaft des
deutschen Handwerks.**

INTERNATIONALE
HANDWERKSMESSE

www.ihm.de

metall
München

www.metall-muenchen.de



www.garten-muenchen.de



www.heim-handwerk.de



www.food-life.de



www.opti-munich.de



www.dach-holz.de



www.eltec.info



www.ifh-intherm.de



www.faf-munich.com



www.iba.de

GHM

Your Fair Partner

**GHM Gesellschaft für
Handwerksmessen mbH**
www.ghm.de

Unsere Messen
bringen
Märkte
in Bewegung

Wachsen, aber mit Augenmaß

Im Interview erklären Peter und Alexander Holzmann, wie der Verlag gewachsen ist – und wie es mit Print und Internet weitergeht

Interview: Burkhard Riering

Der Name Holzmann Medien steht für Publikationen vor allem im Handwerk. Gab es nie Ambitionen, öfters „fremdzugehen“ und auch Publikumszeitschriften herauszugeben?

Peter Holzmann: Für meinen Vater, dem Verlagsgründer Hans Holzmann, hatten die Handwerkspublikationen immer Vorrang. Mit ihnen ist er groß geworden, das ist historisch so gewachsen. Erst nach und nach wurden auch andere Dinge ausprobiert. Nachdem ich den Verlag übernommen hatte, haben wir versucht, neue Zielgruppen zu bedienen, da kamen dann Titel wie *Der Erfolg* oder *Morgen mehr sein* auf, für Geschäftsleute, die im weiteren Sinne in Handel und Gewerbe tätig waren. Auch heute sind wir zum Beispiel mit *geldinstitute* und *versicherungsbetriebe* am Markt. Aber große Publikumstitel waren unsere Sache nicht und sollten es auch gar nicht.

Alexander Holzmann: Der Verlag hat in den 50er Jahren tatsächlich mal eine Rundfunkzeitschrift im Abonnement herausgebracht, mit dem Namen *Rundfunkhörer und Fernseher*. Die gibt es aber auch schon lange nicht mehr. Als Kind, kann ich mich erinnern, wollte ich dem *Spiegel* Konkurrenz machen und bin mit der Idee zu meinem Vater gegangen. So wahnsinnig zielführend wäre das aber sicher nicht gewesen. Der Kern des Verlags ist klar: Handwerk, Handel, Gewerbe.

Jüngst haben Sie das Portfolio mit zwei Titeln, „Health&Care Management“ und „Estrichtechnik & Fussbodenbau“, erweitert. Wird es weitere neue Zeitschriften aus dem Hause Holzmann geben?

Alexander Holzmann: Wir müssen kontinuierlich wachsen, aber mit Augenmaß. Mit den Dingen, die wir jetzt angestoßen haben, sind wir im laufenden Jahr gut beschäftigt und freuen uns, wenn wir damit in ruhigeres Fahrwasser kommen. Mit *sicht und sonnenschutz* und *Glas Fenster Fassade* ist uns zuletzt die Etablierung von Titeln gut gelungen. Parallel fragen wir uns aber natürlich immer, was wir noch machen können. Das Schlimmste, was ein Unternehmen tun kann, ist, seine Produkte bloß zu verwalten. Weil sich die Welt um uns herum verändert. Wir werden deshalb weiter neue Projekte entwickeln – und nicht nur im Printbereich.



Fotos: Katrin Rohde

Das Portfolio hat sich über die sieben Jahrzehnte immer wieder gewandelt. Titel kommen und gehen – ist das ein Problem?

Alexander Holzmann: Das gehört zum Geschäft. Als Unternehmer muss ich eine gewisse Risikobereitschaft mitbringen, wenn ich Titel auf den Markt bringen will. Einige Neugründungen haben Erfolg, andere wiederum eine begrenzte Lebensdauer. Das wissen Sie vorher nicht. Man kann zwar vieles tun, man kann planen, man kann Marktforschung betreiben, man kann die Zielgruppen befragen. Aber letztlich ist es dann auch ein bisschen Glück und vielleicht ein guter Riecher.

Peter Holzmann: Das ist übrigens in anderen Branchen nicht anders. Wir befinden uns da etwa mit der Autoindustrie in bester Gesellschaft. Die Hersteller nehmen dauernd Modelle vom Markt und bringen neue heraus. Das Portfolio meines Vaters war Ende der 50er Jahre auch mal bei 13 Titeln, davon ist die *Deutsche Handwerks Zeitung* und *Die Fleischerei* übrig geblieben. Heute ha-

ben wir mehr als 13 Titel, aber eben ganz andere.

Und Sie haben das Internet. Der Verlag investiert gerade in neue Webseiten. Bekommt online zurzeit den Vorzug?

Alexander Holzmann: Ich glaube an beides: Print und Internet. Ich glaube daran, dass es weiter eine Berechtigung für Printprodukte gibt. Der Handwerker nimmt die Zeitung eben gern in die Hand. Aber es stimmt auch, dass die jungen Leute, die vielleicht gerade ihre Lehre anfangen, schon wieder ganz anders mit Printmedien umgehen. Ich hoffe, dass auch sie „physische“ Bücher und Zeitungen lesen. Aber die nächste Handwerkergeneration ist online und in sozialen Netzwerken unterwegs. Darauf müssen wir uns einstellen.

Herr Peter Holzmann, hätten Sie so eine radikale Innovation wie das Internet für möglich gehalten?

Peter Holzmann: Das ist schon unglaublich. Allein in den rund zehn Jahren, in denen ich nicht mehr in der Geschäftsführung bin, hat sich die Medienwelt immens gewandelt. Ich werde

Zur Person

Alexander Holzmann

Der geschäftsführende Gesellschafter, Jahrgang 1964, hat den Verlag im Jahr 2000 übernommen. Der studierte Kommunikationswissenschaftler arbeitete davor unter anderem bei Bertelsmann in New York.

Peter Holzmann

Der Sohn des Verlagsgründers wurde 1936 geboren. Im Alter von nur 25 Jahren übernahm er nach dem Tod des Vaters den Verlag. Im Jahr 2000 übergab er an die dritte Generation.

aber deshalb nicht wehmütig. Ich sehe es mit Genugtuung und Zufriedenheit, dass Alexander da in die Zukunft denkt und die Sachen anpackt.

Alexander Holzmann: Früher gab es auch den Druck, den Verlag nach vorne zu bringen. Was heute anders ist, ist die Schnellebigkeit des Geschäfts. Prognosen halten nicht mehr, Trends kommen in rasendem Tempo hoch. Vor fünf Jahren hat noch keiner von Apps geredet, jetzt tut es jeder. Tablet-PCs sind plötzlich in aller Munde, vor zwei Jahren waren sie ein Ladenhüter. All die technischen Endgeräte gab es früher nicht.

Passen die digitale Welt und das Handwerk zusammen?

Alexander Holzmann: Sehr gut sogar. Immer mehr Handwerker sind online und suchen Nutzwertinformationen, die wir anbieten. Im Bereich E-Learning helfen wir in der Ausbildung des Handwerks. Das Fachspezifische ist unser Vorteil, wir können unsere exklusiven Inhalte über alle Kanäle streuen. Für uns steht fest: Digitale Geschäfte werden Teil des Kerngeschäfts.

Gibt es auch Marken, die ausschließlich für online gedacht sind?

Alexander Holzmann: Das haben wir schon mit der Webseite *handwerkerfinden.com*, einem sehr aufstrebenden Internetportal für die Handwerkersuche, an dem wir beteiligt sind. Internetbeteiligungen sind eine gute Ergänzung zu unseren journalistischen Internetauftritten unserer Marken.

Wie schätzen Sie gegenwärtig – nach der tiefen Wirtschaftskrise – die Konjunkturaussichten ein?

Alexander Holzmann: Im Moment ist es wieder positiver, die Wirtschaftskrise ist vorbei. Aber ich mache eine Frage-

zeichen dahinter, ob auch die Finanzkrise mit all den Schuldenstaaten schon vorbei ist. Wenn ich an Griechenland oder Portugal denke, bin ich mir da nicht so sicher. Das sind Einflüsse von außen, die auf uns zukommen können. Das System ist anfälliger geworden.

Peter Holzmann: Wir sind als Verlag immer mit den Konjunkturzyklen gegangen. Rezessionen wie in den 70er Jahren haben uns früh getroffen, weil die Werbung bei den Unternehmen immer das Erste ist, was gestrichen wird. Wir sind so eine Art Frühindikator, was Konjunkturzyklen angeht.

Letzte Frage, Herr Alexander Holzmann: 75 Jahre Holzmann Medien feiern Sie jetzt. Zum 100sten Jubiläum der Firmengründung sind Sie gute 70 Jahre. Übergeben Sie da an Ihr Kinder?

Alexander Holzmann: Eigentlich hatte ich gehofft, früher aufhören zu können. Aber es liegt natürlich an den Kindern, zu entscheiden, was sie einmal machen möchten, sie sind ja noch jung. Wir werden sehen. Bisher sind die Berufswünsche meiner drei Kinder: Topmodel, Fußballprofi und Reitlehrerin.

Zurück zu den Wurzeln

Eine Druckerei mitten im Kurort? Nicht jeder Einheimische war zunächst begeistert von der Neuansiedelung des Hans Holzmann Verlages, der nach Kriegsende in der Heimat des Unternehmensgründers einen Neuanfang wagte. Nachbarn beklagten sich über den Lärm ratternder Maschinen. Dabei

spuckte die Rotation im Leinslehaus ein Produkt von existenzieller Bedeutung aus. Der Druck von Lebensmittelmarken war einer der ersten Großaufträge, die einen wichtigen Grundstein für die spätere Erfolgsschichte legten.

In Berlin ausgebombt, das repräsentative Verlagshaus im Zeitungsviertel der Hauptstadt zerstört, besann sich der gebürtige

Türkheimer Hans Holzmann auf seine schwäbischen Wurzeln, kaufte eine Druckerei in Bad Wörishofen und begann noch einmal ganz von vorn. In der Villa von Dr. Alfred Baumgarten fand der Verleger einen repräsentativen Sitz für sein Unternehmen, das bald schon über eine gan-

Firmengründer

Hans Holzmann

wagte nach dem Zweiten Weltkrieg in Bad Wörishofen den Neuanfang. Foto: Archiv



ze Reihe von Standorten verfügte. „Man war damals sehr beweglich“, erinnert sich Peter Holzmann, der Sohn des Unternehmensgründers. Das Papierlager war in der Löwenbrauerei untergebracht, Druckmaschinen standen in der Kneippstraße und der damaligen Ulrichstraße, die später in Hans-Holzmann-Straße umbenannt wurde. Eine Ehre für besonders verdiente Söhne der Stadt. Da hatte sich die anfängliche Skepsis einiger Anwohner längst in allgemeine Hochachtung für einen Arbeitgeber verwandelt, der vielen Familien in einer sehr schwierigen Zeit die Existenz sicherte.

1945



**Gibt es eine Krankenkasse,
die ihr Handwerk genauso gut
versteht, wie ich meins?**

**Die Antwort liegt nah: Als größte Innungskrankenkasse
Deutschlands sichern wir besonders Handwerker optimal ab.**

Weitere Informationen unter unserer kostenlosen
IKK-Servicehotline: 0800 455 1111. Oder auf www.ikk-classic.de



IKK classic
Da fühl ich mich gut.

Kein Zusatzbeitrag 2011

Holzmann ist Handwerk

Ein Wirtschaftszweig, der oft hinter den Interessen der Industrie anstehen muss, bekommt die Wertschätzung, die ihm gebührt

Von Ulrich Steudel

Wenn im Juli im ehemaligen Pfarrhaus von Radeln in Rumänien das neue Kinderheim der Peter Maffay Stiftung eröffnet wird, dann haben viele dabei geholfen, dass die Vision des Rockstars von einem „Schutzraum für Kinder“ Wirklichkeit wird. Inhaber und Beschäftigte von vielen Handwerksbetrieben sind auf eigene Kosten nach Siebenbürgen gefahren, haben unter schwierigen Bedingungen ohne Lohn gearbeitet, haben Werkzeug und Material gespendet, weil sie vom guten Zweck der Aktion „Deutsches Handwerk hilft“ überzeugt sind – einer Aktion, die Peter Maffay zusammen mit Holzmann Medien ins Leben gerufen hat.

Mehr als eine Million Leser

Es gibt gute Gründe dafür, dass der bekannte Sänger für sein Vorhaben die Unterstützung des Verlagshauses aus Bad Wörishofen suchte. Wer die Betriebsinhaber im deutschen Handwerk ansprechen will, kommt an Holzmann nicht vorbei. Monat für Monat erreichen die Publikationen des Medienunternehmens mehr als eine Million Leser im Handwerk. Kein anderer Verlag im Land kann das von sich behaupten. Holzmann ist Handwerk. Und weil das so ist, engagiert sich das familiengeführte Medienunternehmen für die Belange und Interessen der zumeist kleinen Betriebe weit über seinen publizis-



Handwerk und Industrie im Dialog: Beim Deutschen Nutzfahrzeugpreis erklären Handwerksmeister am Testwochenende den Produktmanagern der Autokonzerne, worauf sie beim Kauf eines Transporters Wert legen.

Foto: Archiv

tischen Auftrag hinaus und nicht allein durch Wohltätigkeitsaktionen wie die in der Heimat Peter Maffays.

Seit mehr als 20 Jahren fördert Holzmann Medien etwa Teamwork beim Technologietransfer. So werden auch in diesem Jahr wieder unter dem Motto „Meister trifft Professor“ vom *handwerk magazin* hervorragende Beispiele einer fruchtbaren Zusammenarbeit zwischen Handwerk und Hochschule gesucht. Eine unabhängige Jury entscheidet darüber, wer schließlich den mit insgesamt

25.000 Euro dotierten Prof.-Adalbert-Seifriz-Preis erhält. Rund 100 Preisträger wurden seit 1989 ausgezeichnet.

Was Frauen leisten

Ebenfalls vom *handwerk magazin* wird Jahr für Jahr das außergewöhnliche Engagement der Unternehmerfrauen im Handwerk gewürdigt. Denn Frauen wie Helma Hartgen sind es, die beispielhaft für die vielseitigen Rollen und Aufgaben der Frauen in Handwerksunternehmen stehen. Sie managen oft nicht nur die Familie, sondern wie im Fall der Preisträgerin des Vorjahres gleich den ganzen Betrieb. Hartgen hat nach dem plötzlichen Tod ihres Mannes den Maschinen- und Mühlenbaubetrieb in Norddeutschland weitergeführt und gleichzeitig ihre drei Kinder erzogen.

Solche persönlichen Erfolgsgeschichten weiß Holzmann Medien mit seinen Wirtschaftspublikationen zu würdigen. Gleichzeitig etablieren sich die Magazine des Hauses als wichtige fachliche Plattform für bestimmte Branchen. Über das „Forum Handwerk“ zur Domotex, veranstaltet vom Fachmagazin *boden wand decke*, wurden in den vergangenen acht Jahren rund 5.000 Messebesucher in 144 Fachvorträgen über technische Themen aus der Baustellenpraxis der Bodenleger informiert.

Mit dem Zukunftsforum „roomy“

verfolgt *boden wand decke* einen anderen Ansatz: Weil eine perfekte handwerkliche Leistung heute nicht mehr ausreicht, um am Markt erfolgreich zu sein, rückt das Magazin beim „roomy“ das Thema Marketing in den Mittelpunkt. Bei der Auswahl der Tagungsorte und Referenten wird das Augenmerk auch auf den Unterhaltungswert der Veranstaltung gelegt. Der Kölner Gürzenich, das Berliner E-Werk oder das Günzburger Legoland boten schon ein attraktives Umfeld, in dem Prominente wie Fußballschiedsrichter Markus Merk, ARD-Börsenexperte Frank Lehmann oder Starkoch Johann Lafer den Handwerkern vermitteln konnten, wie man sich vermarktet. Bei jedem Treff wird der „roomy-Award“ verliehen.

Praktiker testen Transporter

Beim Handwerk und in der Industrie gleichermaßen geschätzt wird der „Deutsche Nutzfahrzeugpreis“, den die *Deutsche Handwerks Zeitung* und *handwerk magazin* auf der Nutzfahrzeugmesse in Hannover verleihen. Alle zwei Jahre kommen Handwerker aus ganz Deutschland ins Unterallgäu, um die aktuellsten Transportermodelle einem zweitägigen Test zu unterziehen. Ihr Lob und ihre Kritik liefern den Herstellern wichtige Hinweise für die weitere Entwicklung ihrer Fahrzeuge. Und



Schüler der Bundesfachschule für Stuckateure in Heilbronn haben im Rahmen der Aktion „Deutsches Handwerk hilft“ im rumänischen Radeln gearbeitet. Ihr Lehrer Mario Appel hat mit diesem Motiv beim Fotowettbewerb der *Deutschen Handwerks Zeitung* gewonnen.

die Meister schätzen die Gelegenheit, alle Konkurrenten einer Nutzfahrzeugklasse an einem Wochenende unter die Lupe nehmen zu dürfen. Zudem verleihen die beiden größten Wirtschaftspublikationen von Holzmann Medien den Preis „Chef-Kombi des Jahres“, bei dem die Leser den beliebtesten Pkw-Kombi wählen.

Der Preis „RWin“, mit dem das Fachmagazin *RWTextilservice* kreative Konzepte von Wäschereien auszeichnet, hat sich gleich nach der Premiere 2009 als Erfolg erwiesen. Die Gewinner werteten die Anerkennung als Imagegewinn und hilfreichen Türöffner bei der Pressearbeit. Zudem können sie mit der Urkunde „Textilreinigung des Jahres“ bei ihren Kunden punkten.

Mit all diesen Aktivitäten hat sich Holzmann Medien einen hervorragenden Ruf unter Deutschlands Handwerkern erworben. Ein Wirtschaftszweig, der in der großen Politik oft hinter den Interessen der Industrie anstehen muss, findet in den Publikationen des Hauses Holzmann die Wertschätzung, die ihm gebührt.

Abrupter Wechsel

„Mir blieb nichts anderes übrig.“ Peter Holzmann beschreibt es nüchtern und man spürt auch heute noch das Unwohlsein, wenn der Senior von dem Wechsel an der Firmenspitze erzählt. Schwierige Anfangsjahre seien das gewesen, als er ganz plötzlich die Leitung des Verlages übernehmen musste. Peter Holzmann absolvierte gerade ein Volontariat beim befreundeten Verlag Kindler und Schiermeyer in München, als sein Vater Hans am 30. September 1961 an einem Herzinfarkt starb. So musste er zurück nach Bad Wörishofen und das operative Geschäft des Verlages übernehmen. Mit der überraschenden Berufung trug der 25-Jährige früh große Verantwortung. Schließlich waren in Verlag und Druckerei 250 Mitarbeiter beschäftigt. Das schwierige Verhältnis zum Mitgeschäftsführer Robert Hohlweck machte die Sache nicht einfacher. Der hätte ihn gern aus dem Unternehmen herausgedrängt, verließ dann jedoch selbst bald wegen unterschiedlicher unternehmerischer Auffassungen den Verlag. Und dann waren da die großen Fußstapfen, die sein Vater hinterlassen hatte. Hans Holzmann war ein nicht nur in Bad Wörishofen hochgeachteter Mann, der im



Der langjährige Verlagschef **Peter Holzmann** – am Anfang seiner Karriere.

Nachruf der „Mindelheimer Zeitung“ vom 2. Oktober 1961 hymnisch gelobt wird für seine Heimatverbundenheit, den Wiederaufbau von Kreis und Stadt sowie seinen Weitblick. Holzmann zeichnete sich aus durch sein Engagement für das Gemeinwesen. Als Mitbegründer der Freien Wähler in Bad Wörishofen wurde er sogar zweiter Bürger-



meister der Stadt. An solcherlei Dinge war zum Zeitpunkt der Betriebsübernahme natürlich nicht zu denken, wiewohl Peter Holzmann später als Mitglied der Freien Wähler und mit dem Sponsoring regionaler Veranstaltungen an das Engagement des Vaters anknüpfte. Anfangs ging es für ihn um ganz praktische Fragen. Etwa die teure Investition in neue Maschinen für die Druckerei. Trotz der widrigen Umstände arbeitete sich Peter Holzmann ein und führte in einem finanziellen Kraftakt den Verlag zu Erfolgen mit Neugründungen wie *Der Erfolg* oder in den 80er Jahren *handwerk magazin*. Stütze und Rückhalt war ihm dabei seine Frau Leila, die er am 8. Juni 1962 geheiratet hat. Er hatte sie in München kennengelernt. Sie hielt ihm auch später noch den Rücken frei von familiären Belastungen.

Presse Druck Augsburg

Wir sind Holzmann

Der Verlag versteht sich als Arbeitgeber im Zeichen von Kontinuität und Verantwortung

Einmal im Jahr gehört ihnen der Applaus der Kollegen. Dann werden sie von Alexander Holzmann einzeln aufgerufen und zur Geschenkübergabe nach vorne gebeten: Die langjährigen Mitarbeiter nehmen wohlverdienten Dank und Würdigung entgegen. 20, 30 oder 40 Jahre Betriebszugehörigkeit zu Holzmann Medien sind keine Seltenheit. Im Gegenteil: Kontinuität zieht sich durch 75 Jahre Firmengeschichte. 143 Mitarbeiter arbeiten heute für das Unternehmen. Karin Baumhauer und Manfred Giesel sind mit 39 Jahren Betriebszugehörigkeit die dienstältesten „Holzmänner“.

Kontinuität bestätigt auch ein Blick auf die Ausbildungsquote im Haus. In den vergangenen 40 Jahren wurden 136 Azubis ausgebildet. Dem Nachwuchs stehen Ausbildungsberufe wie Medienkauffrau/-mann, Mediengestalter, Informatikkauffrau/-mann und Fachinformatiker/-in für Anwendungsentwicklung offen. Auszubildenden stehen nach erfolgreicher Abschlussprüfung die Türen im Unternehmen offen. Von den 136 Auszubildenden wurden 46 übernommen, von denen 18 derzeit noch immer im Haus beschäftigt sind.

Ähnlich positiv sieht es bei der Ausbildung der Volontäre in den Redaktionen aus. Seit 1980 wurden 65 Volontäre ausgebildet, 23 davon übernommen und elf schreiben auch heute noch für die Fachpublikationen von Holzmann Medien. Zwei davon auf der Position einer Chefredakteurin und eines Chefredakteurs – wie Stefan Heinze, der heute Chefredakteur der Fachzeitschriften *boden wand decke* und *EstrichTechnik & Fußbodenbau* sowie Redaktionsleiter Baumedien ist: „Der Verlag gibt jungen Leuten früh eine Chance und einen Vertrauensvorschuss.“ Zeiten ändern sich,



Verleger Alexander Holzmann und ein Großteil seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Jubiläumsjahr 2011.

Foto: Katrin Rohde

neue Herausforderungen stellen sich. Holzmann Medien nimmt sie an und geht in der Ausbildung neue Wege: Anna Wolff etwa schloss ihre Ausbildung zur Medienkauffrau Digital und Print mit der besten Abschlussprüfung im Allgäu ab. Danach schloss sie ein Studium an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg in Ravensburg an. „Ich bin

dankbar, dass ich diese Chance bekommen habe. Bisher haben sich meine Erwartungen voll erfüllt“, sagt Anna Wolff. Im Ausbildungsberuf Medienkauffmann/-frau stellt Holzmann Medien nun schon zum dritten Mal in Folge die besten Absolventen im IHK-Bereich Allgäu und Lindau. „Wir müssen mit der Zeit gehen und uns im Wettbewerb er-

folgreich positionieren. Dabei ist qualifiziertes und engagiertes Personal ein Schlüssel“, sagt Werner Forstmaier, der als kaufmännischer Leiter des Unternehmens unter anderem den Bereich Personalwesen verantwortet.

Die Ausbildung hält mit der Entwicklung im Mediengeschäft Schritt. Dazu gehört es auch, Mitarbeiter bei einem Weiterbildungswunsch zu unterstützen. Maria Krönauer schloss ihre Ausbildung zur Verlagskauffrau 2007 mit dem besten Prüfungsergebnis ab. Mit einem Stipendium und der Unterstützung ihres Arbeitgebers absolvierte sie danach ein berufsbegleitendes Studium an der Bayerischen Akademie für Werbung und Marketing (BAW) in München, das sie wiederum als Beste ihres Studiengangs abschloss. „Ich sehe es als wichtige Führungsaufgabe, unseren Mitarbeitern jegliche Unterstützung zu bieten, um bestmögliche Leistungen zu erreichen“, sagt Alexander Holzmann.



Die Geschäftsleitung von Holzmann Medien: Werner Forstmaier, Jan Peter Kruse, Alexander Holzmann und Michael Hölzel (v.li.n.re).

Foto: Katrin Rohde



Ein Teil des Teams der Schweizer Holzzeitung aus Baden-Dättwil.

Foto: Red SHZ



Das (nicht ganz vollständige) Team der Mittelstandszeitschrift handwerk magazin aus München.

Foto: Griesch



Die „aktuelle Truppe“ der Auszubildenden und Volontäre.

Foto: Wörrle

Maria Krönauers Diplomarbeit unterstützte die Neugründung des Fachmagazins *Health&Care Management*.

Flexibilität zeigt der Verlag, wenn es darum geht, Beruf und Elternzeit unter einen Hut zu bringen. Anzeigenleiterin Michaela Sammer, *boden wand decke*, stieg im Jahr 2006 acht Wochen nach der Geburt ihrer Tochter wieder in den Job ein. Zuerst nur für zweieinhalb Stunden pro Tag, die sie zu Hause arbeiten konnte, einige Monate später halbtags. 2007 wurde Holzmann Medien von der Stadt Bad Wörishofen als familienfreundlichstes Unternehmen ausgezeichnet.

Einer von vielen Punkten, die Holzmann Medien zu dem machen, was der Verlag heute ist. Alexander Holzmann: „Ein Familienunternehmen mit starken Wurzeln, das nicht kurzfristig denkt, sondern solide in die Zukunft geht.“ Das hat Alexander Holzmann bewiesen: Im Zuge der Wirtschaftskrise 2008/2009 setzte er als Verleger mit Objektzukaufen, Neugründungen und Investitionen ein Zeichen gegen den allgemeinen Krisentrend und schuf seitdem elf neue Stellen im Unternehmen.

dhz

Ein Verlag schafft Platz

Am 11. Januar 1965 ruft der Bad Wörishofener Bürgermeister Anton Ledermann den damaligen Verlagsgeschäftsführer Robert Hohlweck an und überbringt ihm die gute Nachricht: Er könne dem Verlag ein Grundstück in Aussicht stellen – an der heutigen Gewerbestraße.

Denn die bisherigen Verlagsräume in Bad Wörishofen reichen schon seit Anfang der

60er Jahre nicht mehr aus. Die Mitarbeiter sind an fünf verschiedenen Stellen der Stadt verteilt. Ein Neubau soll die Platzprobleme beheben. Es findet sich jedoch jahrelang kein Grundstück, das groß genug wäre – bis die Kurstadt Mitte der 60er das heutige Gewerbegebiet ausweist.

Am Standort gezweifelt habe Peter Holzmann aber nie: „Dazu war ich im Allgäu zu tief verwurzelt, um den Standort infrage zu stellen. Mir war immer klar: Wir bauen hier.“



Das neue Druck- und Verlagshaus an der Gewerbestraße entstand 1968/1969.

1969

Der dann überfällige Umzug in die Gewerbestraße im Jahr 1969 war „ein großer Schritt und ein Kraftakt für die Familie, auch finanziell“, erinnert sich Peter Holzmann. Im Frühjahr 1967 wird der Kaufvertrag für das Grundstück unterschrieben, die Baugenehmigung folgt im Winter 1968. In wenigen Monaten wird der Flachbau hochgezogen. Ende September 1969 können die Mitarbeiter in die ersten drei Etagen einziehen, das oberste Stockwerk – wo die Geschäftsleitung heute noch ihre Büros hat – wird im Oktober 1969 fertig gestellt, wie auch die Eingangshalle; jedoch noch ohne das markante „Buch“ auf dem Dach. Dieses 1.000 Kilogramm schwere Wahrzeichen erhielt das Verlagsgebäude im Dezember 1995.

GEMEINSAM REISEN VERBINDET...



... viele Vereine, Unternehmen oder private Kreise möchten vor allem aus diesem Grund mit ihren Mitgliedern, Kunden oder Freunden auf die Reise gehen. Wir helfen Ihnen dabei!

SIE

- sagen uns, wo es hingehen soll und legen das Programm fest
- stellen mindestens 15 Teilnehmer
- wählen zwischen Studiosus-Qualität oder preiswerter Marco Polo-Entdeckerreise
- lehnen sich zurück und freuen sich einfach auf die Reise

WIR

- planen alles ganz nach Ihren Wünschen
- übernehmen die komplette Organisation
- tragen die reiserechtliche Verantwortung

Studiosus
Gruppenreisen

MARCO POLO
REISEN

Neugierig geworden? Wir beraten Sie sehr gerne kostenlos und unverbindlich!
Tel. 089-500 60 414 · groups@studiosus.com · www.studiosus-sondergruppen.de
Oder kontaktieren Sie eines unserer mehr als 7.000 Partner-Reisebüros.

Wir gratulieren Holzmann
Medien recht herzlich
zum **75. Firmenjubiläum**
und hoffen auch weiterhin
auf eine gute Zusammenarbeit



Silber Druck oHG · www.silberdruck.de
Am Waldstrauch 1 · 34266 Niestetal
Tel: 0561 - 52 007 0 · Fax: 0561 - 52 007 20



Print geprüft

**SILBER
DRUCK**

Web, Apps und Facebook

Das Internet und sein hoher Nutzwert passen perfekt zu den Zielgruppen des Verlags. Denn auch Handwerker gehen mit der Zeit

Von Patrick Choinowski

Smartphone, Tablet-PC, Facebook? Fremdwörter im Jahr 1997. Damals galt es schon als fortschrittlich, eine eigene Webseite zu haben. Und der Holzmann Verlag war mit von der Partie. Mit allen Zeitschriften und der *Deutschen Handwerks Zeitung* bahnte sich der Verlag den Weg in das World Wide Web.

Nun, 14 Jahre nach den ersten Gehversuchen im Internet, reicht eine Webseite allein nicht mehr aus. Der Nutzer möchte mehr bekommen als nur Text. Er möchte Videos und Bilder schauen, Texte hören, spielerisch für Prüfungen lernen oder Arbeitshilfen für den Betrieb herunterladen. Das Nutzungsverhalten hat sich in diesen Jahren verändert und auch das Vokabular. Von Multimedia ist nun die Rede, von E-Learning, Newslettern, Downloads und Apps.

Holzmann nahm sich den erweiterten Bedürfnissen seiner Leser an. Nicht nur die Umfirmierung im Jahr 2010 zu Holzmann Medien signalisiert den Wandel. In Redaktion und Vertrieb machte man sich im Laufe der Jahre Gedanken, welche Inhalte wie aufbereitet und für den Handwerker nutz-

wertig auf den verschiedenen Kanälen verbreitet werden können. „Welche Meldung kommt auf die Webseite, welche in den Newsletter und was stellen wir heute auf unsere Facebookseite?“ „Erweitern wir den Download oder entwickeln wir aus der erfolgreichen Arbeitshilfe eine App, damit der Handwerker sie gleich am Einsatzort verwenden kann?“ Fragen über Fragen, die die Mitarbeiter von Holzmann Medien mit kreativen Lösungen rund um die Printprodukte beantworten. „Print wird immer eine große Bedeutung haben“, ist Verleger Alexander Holzmann sicher. Doch weiß er auch: „Wir müssen nicht als Ersatz, sondern als Ergänzung Onlinelösungen schaffen.“

Deshalb müsse Holzmann Medien seine Produkte auch online ausbauen, wie die Beteiligung an der Plattform www.handwerkerfinden.com zeige. Zu einem modernen Medienunternehmen gehören zunächst einmal moderne Webseiten. Also nahmen er und seine Mitarbeiter im Laufe der Jahre alle Seiten unter die Lupe und stellten fest: Eine Auffrischung tut not. Folglich erhielten alle Fachtitel sowie die beiden großen Objekte *handwerk magazin* und die *Deutsche Handwerks Zeitung* im Internet ein modernes, frisches Gesicht. Im Herbst

2010 relaunched das *handwerk magazin*. Nachrichten gepaart mit nützlichen Hilfen, die den Handwerker bei seiner Arbeit unterstützen, sind auf der neuen Plattform zu finden. Und im Herbst 2011 erhält die Webseite der *Deutschen Handwerks Zeitung* ein neues Layout.

DHZ online macht sich schick

Das Portal www.deutsche-handwerks-zeitung.de wird seinen Charakter der wichtigsten Nachrichtenseite für Handwerksbetriebe mit weit über einer Million Seitenaufrufen im Jahr 2010 noch verstärken. Ein prominent visualisiertes tagesaktuelles Topthema prangt auf dem Kopf der Seite. Zudem rücken die regionalen Nachrichten der Handwerkskammern mehr in den Fokus. Die Nutzer finden auf der Homepage die wichtigste Neuigkeit aus der für sie zuständigen Kammer. Natürlich werden Handwerker auch weiterhin den täglichen Steuertipp und viele weitere neue Features und hochwertige Inhalte finden. „Diese beiden Relaunches bedeuten große Sprünge für unser Unternehmen“, sagt Alexander Holzmann.

Nicht zu vergessen sind die E-Mail-Newsletter, die die Handwerksmeister täglich, wöchentlich oder monatlich mit Informationen versorgen. Nutzwert und Regionálnachrichten stehen beim *InfoStream* im Vordergrund. Für sieben Handwerkskammern verschickt Holzmann Medien den Newsletter, jeweils auf der Grundlage des kammer eigenen Designs. Diese Kammern versorgen mit



Apps für iPhone und iPad sind im Kommen (ganz links u. oben). Im Herbst stellt sich zudem *deutsche-handwerks-zeitung.de* mit neuem Layout und noch mehr Inhalten vor (links).

Die Holzmann-Webseiten

Holzmann Medien:

www.holzmann-medien.de

Buchverlag:

www.holzmann-medienshop.de

Deutsche Handwerks Zeitung:

www.deutsche-handwerks-zeitung.de

handwerk magazin:

www.handwerk-magazin.de

boden wand decke:

www.boden-wand-decke.de

rationell reinigen:

www.rationell-reinigen.deDie Fleischerei: www.fleischerei.de

Estrichtechnik & Fußbodenbau:

www.fussbodenbau.de

versicherungsbetriebe:

www.versicherungsbetriebe.degeldinstitute: www.geldinstitute.de

Glas Fenster Fassade:

www.gff-magazin.de

sicht+sonnenschutz:

www.sicht-sonnenschutz.com

Health&Care Management:

www.hcm-magazin.de

Schweizer Holz-Zeitung:

www.holz-portal.ch

Journal Suisse du Bois:

www.portail-bois.ch

RWTextilservice:

www.rw-textilservice.de

dem *InfoStream* wöchentlich mehr als 24.000 Handwerksbetriebe mit Informationen aus den Bereichen Betriebswirtschaft, Steuer, Recht, Arbeitsschutz, Messe und Innovation sowie mit Regional-News. Darüber hinaus verbreitet jeder Fachtitel, von *boden wand decke* bis zu *versicherungsbetriebe*, seine Informationen als E-Mail-Newsletter.

Liste an Apps wird länger

Dabei alleine sollte es nicht bleiben. Holzmann Medien wollte weiter hinaus in die unbegrenzten Onlinewelten. Das gelang 2010: Der Holzmann Buchverlag wagte den Schritt in das App-Universum und hatte mit der „Meister-App“ gleich Erfolg. Die „Meister-App“ ist an den Meistertrainer online angelehnt. Sechs Anwendungen für iPhone, iPod und iPad werden im Apple-Store angeboten, mehr als 1.000 Apps wurden ver-

kauft, die Erwartungen übertroffen. Einen ähnlichen Erfolg verspricht die von Juni an im Apple-Store erhältliche „Parkett-App“, die für das iPad erhältlich sein wird. Bodenleger können damit erkennen, wie Parkettafeln vor und nach der UV-Einstrahlung aussehen. Das soll jedoch noch nicht alles sein. Weitere Apps werden folgen.

Webseiten, Newsletter, Apps – da fehlt doch noch etwas. Richtig, der große Begriff Community, auf Deutsch: Gemeinschaft; er kursiert auch in Handwerkerkreisen. Der Onlineaustausch zu arbeitstechnischen, buchhalterischen oder privaten Themen gehört für Handwerker schon fast zum Alltag wie der Hammer zum Werkzeugkasten. Auf den Facebookseiten von *handwerk magazin*, *Deutsche Handwerks Zeitung* oder *Schweizer Holzzeitung* können sich Handwerker austauschen – und sagen, was ihnen „gefällt“.

Stabwechsel

Einmischen geht überhaupt nicht. Wenn Peter Holzmann gefragt wird, ob er heute noch gerne selbst etwas entscheiden würde im Unternehmen, dann verneint er das kategorisch. Ihm ist es wichtig, sich gänzlich rauszuhalten aus dem alltäglichen Geschäft. Wobei er sich trotzdem gerne mit Sohn Alexander auch über betriebliche Belange austauscht.

Als er im Jahr 2000 den Staffstab an Alexander Holzmann übergab, war ihm überhaupt nicht bange um die Zukunft des Unternehmens. Denn ganz im Gegensatz zu seiner eigenen Übernahme nach dem plötzlichen Tod seines Vaters 1961 war dieser Übergang gründlich vorbereitet. Sein Sohn kam in ein wohlbestelltes Haus und das Unternehmerrisiko war durch die Ausbildung vorbereitet. Alexander Holzmann hatte in München Kommunikationswissenschaften studiert. In zwei Trainee-Programmen beim Süddeutschen Verlag in München und bei Bertelsmann in New York erhielt er weitere Einblicke in das Verlagsgeschäft,

die ihn in seiner Entscheidung bestärkten, sich im elterlichen Unternehmen selbstständig zu machen. Dennoch machte er auch gerade in New York wichtige Erfahrungen, die in die unternehmerische Vision des Juniors einfließen sollten. Das Internet zum Beispiel sei 1994 in New York ein sehr wichtiges Thema gewesen, erinnert sich Alexander Holzmann. Er erkannte die Notwendigkeit, auf diesen Medienkanälen eigene Angebote zu entwickeln.

Heute ist man mit Social Networks, iPad und anderen mobilen Anwendungen schon wieder zwei Schritte weiter. Holzmann: „Wenn man diese Schritte nicht mitgeht, läuft man Gefahr zurückzufallen.“ Trotz der sich immer schneller ändernden Medienwelt greift er manchmal noch auf den Rat des Vaters zurück. Etwa wenn bedeutende Veränderungen anstehen, wie jüngst bei der Gründung des Magazins *Health&Care*. Dann zählt die Erfahrung des Printverlegers.



Alexander Holzmann und Peter Holzmann mit Ex-Boxer Henry Maske (v.li.n.re.) beim Festakt zum Stabwechsel.

Manch einer findet den Weg
zur besten Messepräsentation
etwas schneller!

www.messebau-rehorst.de
info@messebau-rehorst.de

Messebau?
Rehorst!



Manfred Rehorst Messe- und Ausstellungsbau GmbH
Gewerbegebiet Ost 46 · 91085 Weisendorf · Tel. +49 (0)9135 729 793



Holzmannsches Wahrzeichen: 1989 bekam Holzmann ein neues Logo. Ein wahrer Hingucker wurde sechs Jahre später das überdimensionale „Buch“ aus Beton, das seitdem auf dem Vordach des Hauptgebäudes in Bad Wörishofen steht.



Eingefleischter Freund des Handwerks: Der einstige bayrische Ministerpräsident Franz Josef Strauß war dem Handwerk stets zugetan und bezeichnete sich selbst als Fan der *Deutschen Handwerks Zeitung*. Unser Foto zeigt ihn auf der Internationalen Handwerksmesse im Jahr 1986. Am Stand der Metzger habe sich Strauß, so heißt es, immer sehr wohl gefühlt.

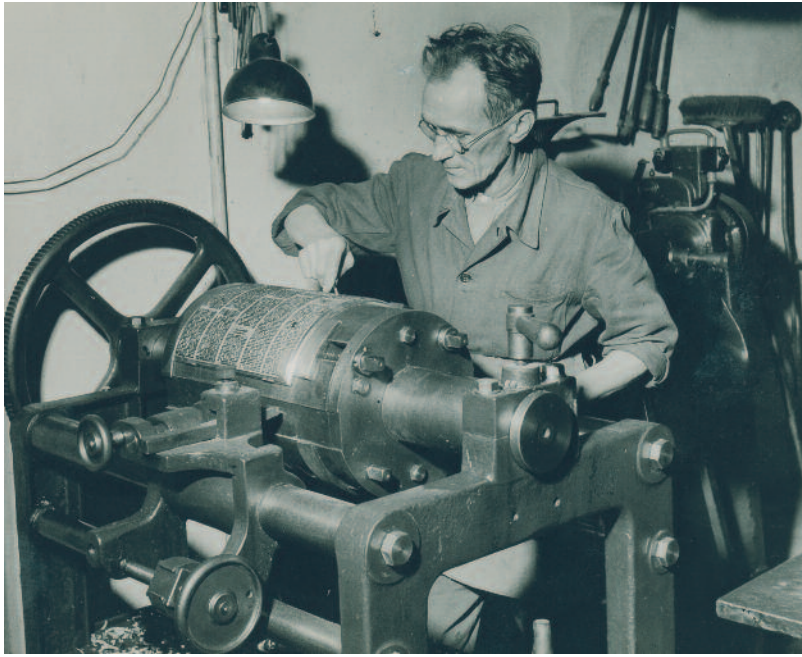
Holzmann und die Kanzlerin: Verlagschef Peter Holzmann traf 1991 bei einer Veranstaltung der Unternehmerfrauen nicht nur auf Unternehmerinnen. Auch die damalige Familienministerin und heutige Bundeskanzlerin Angela Merkel war dabei.



Zwei teilen sich eine Zeitung: Der damalige Bundeswirtschaftsminister Jürgen Möllemann (li.) liest Anfang der 90er Jahre angeregt die *Deutsche Handwerks Zeitung*, flankiert vom damaligen Handwerkspräsidenten Heribert Späth.



Endlich wiedervereinigt: Die erste gesamtdeutsche DHZ wird 1990 ausgeliefert. Unser Bild zeigt die Anlieferung in Dresden. Neben Sachsen kamen auch Thüringen und Sachsen-Anhalt dazu. Die Auflage durchbrach damit die Marke von 400.000 Exemplaren.



Drucken, setzen! Das Herzstück des Verlags war lange Zeit die Druckerei mit der Setzerei. Längst wird in Verlagen aber digital gearbeitet.

Impressum

Beilage der *Deutschen Handwerks Zeitung*, Ausgabe 12/24. Juni 2011

Herausgeber: Alexander Holzmann

Chefredakteur: Burkhard Riering (verantwortlich für den Inhalt i.S.d. Presserechts)

Verlagsleitung: Jan Peter Kruse

Anzeigenleitung: Eva Maria Hammer

Verlag: Holzmann Medien GmbH & Co. KG, Gewerbestr. 2, 86825 Bad Wörishofen, Tel. 08247/354-01

Druck: Presse-Druck- und Verlags-GmbH, Augsburg

Nachdruck nur mit Genehmigung des Verlages. Fotomechanische Vervielfältigung nicht gestattet.

Service-Hotlines (Vertrieb): 08247/354-159

Redaktion: 08247/354-277

Anzeigen: 08247/354-133

Ein neuer Name

Es ist noch gar nicht lange her, da hieß das Unternehmen noch „Hans Holzmann Verlag GmbH & Co KG“. Doch seit Juni 2010 hat der Verlag einen neuen Namen: Holzmann Medien. Kurz, bündig, prägnant soll der Titel sein – und stärker auf die neue, vielfältige Medienwelt verweisen.

Denn der alte Begriff „Verlag“ fasst aus der Sicht von Holzmann nicht mehr das zusammen, was Medienhäuser heute alles so leisten. „Zusätzlich zu unseren vertrauten Zeitschriften- und Zeitungsmarken bieten wir immer mehr elektronische Produkte an oder organisieren vermehrt zielgruppenspezifische Veranstaltungen“, sagt Geschäfts-



HOLZMANN . MEDIEN



**HOLZMANN
VERLAG**

fürer Alexander Holzmann. „Ob Internet, Apps oder Web-TV – die heutige Medienwelt wird durch das Wort Verlag nicht mehr abschließend abgebildet“. Auch andere große Medienunternehmen in Deutschland wie die Axel Springer AG oder Hubert Burda Media haben mittlerweile den Begriff Verlag aus ihrer Firmierung getilgt.

Holzmann Medien – der Name soll Tradition und Moderne kombinieren. „Mit der neuen Marke Holzmann Medien wollen wir signalisieren, dass wir zur mittlerweile 75 Jahre alten Tradition unseres Hauses stehen und stolz darauf sein können. Gleichzeitig sehen wir uns aber auch als dynamisch wachsendes Medienunternehmen, das durch innovative Produkte seine führende Marktstellung behaupten will“, resümiert Alexander Holzmann. Sein Vater, Altgesellschafter Peter Holzmann, pflichtet bei: „Ich stehe voll hin-

ter dem neuen Namen, es zeigt unsere Entwicklung der vergangenen Jahre und es klingt auch flotter.“

Das repräsentiert auch das neue Logo. Es stellt keine komplette Neuerung dar, sondern ist eine Weiterentwicklung des bisherigen Logos – farblich etwas verändert, in Form und Schrift modernisiert, aber eben kein radikaler Schnitt. Im Vergleich dazu sieht man dem ersten, runden „HH“-Logo der Firma noch das Historische aus den Zeiten von Gründer Hans Holzmann an.

Holzmann Medien – das heißt demnach auch, neue Medienprodukte in der digitalen Welt zu erschaffen, ohne dabei Print zu vernachlässigen. In der Zukunft sind laut Holzmann Neugründungen und Zukäufe sowohl im Print-Stammgeschäft als auch im Online-Bereich oder anderen Medienproduktarten geplant.



**Wir können
mehr**

Rund 210 Millionen Zeitschriften, Kataloge und Broschüren produzieren wir pro Jahr und alleine 190 Magazintitel werden bei uns im Hause gedruckt.

Als leistungsfähigen und zuverlässigen Partner im Rollenoffset-Druck schätzen uns nicht nur bekannte Verlage, auch renommierte Unternehmen und Agenturen setzen auf unsere Qualität, auf modernste Technik, höchste Flexibilität und kundenorientierten Rundum-Service.

Im Konzernverbund von Bertelsmann-arvato bieten wir unseren Kunden eine erweiterte Angebotspalette und realisieren positive Synergieeffekte zum Nutzen unserer Kunden.

www.vogel-druck.de

vogel druck
arvato

Bauzeichnungen versenden
oder Handwerkerangebote
empfangen – ich nutze
jetzt den **E-POSTBRIEF**.



*Kommt immer gut an:
auf dem Computer ...*

... oder im Briefkasten.



Jetzt kostenlos registrieren unter:
www.epost.de

Der **E-POSTBRIEF** – Ihr Briefservice im Internet. Jetzt lässt sich vieles, wofür Sie bisher die Briefpost genutzt haben, auch auf schnellstem Weg online und papierlos erledigen.* Durch die persönliche einmalige Identifizierung der Nutzer per POSTIDENT-Verfahren sorgt der **E-POSTBRIEF** für sichere Kommunikation im Internet. Und nicht nur dort: Besitzt der Empfänger noch keine **E-POSTBRIEF** Adresse, drucken wir Ihre Mitteilung aus und stellen sie wie gewohnt auf dem Postweg zu.** Jetzt registrieren unter www.epost.de

* Innerhalb von Deutschland gegenüber für den **E-POSTBRIEF** registrierten Empfängern. Registrierung erst ab 18 Jahren. Der **E-POSTBRIEF** erfüllt keine gesetzl. oder vertragl. Regelungen zu besonderen Formerfordernissen (z. B. Schriftformerfordernisse). Nutzungsvoraussetzung: Handy mit Nummer eines dt. Mobilfunkbetreibers. Weitere Informationen zur Nutzung und zu Preisen des **E-POSTBRIEFES** unter www.epost.de

** Die Zustellung auf dem Postweg kann je nach Größe und Art des **E-POSTBRIEFES** aufpreispflichtig sein und ist auf eine Höchstanzahl von 96 Seiten beschränkt.

Deutsche Post 

Die Post für Deutschland.