

Ein Bläsle für Freund und Feind

Der schwäbische Mundharmonikafabrikant Matthias Hohner schafft Ende des 19. Jahrhunderts einen der ersten globalen Markenartikel aus Deutschland

VON DIETMAR H. LAMPARTER

Es begann wie ein Krimi. Der Bauernsohn Matthias Hohner hatte zwar das Uhrmacherhandwerk gelernt, aber vom Bau einer Mundharmonika keine Ahnung. Die ortsansässigen „Bläslebauer“ in der württembergischen Kleinstadt Trossingen machten aus ihrer Kunst ein Geheimnis. Da entschloss sich der junge Schwabe zur Werksespionage. Unter einem Vorwand schlich er sich in die Harmonika-Werkstatt eines Schulkameraden. Nach sechs Stunden warf ihn der misstrauisch gewordene Meister hinaus – zu spät. Matthias Hohner hatte sich genug abgeschaut.

Der Entschluss zur Werksespionage im Jahre 1856 war wohl der erste Moment der Entscheidung, der den Aufstieg eines einfachen „Handwerkerbauern“ zum Multimillionär, von der kleinen Mundharfenfertigung in der Bauernstube zum Weltmarktführer für hochwertige Harmonikas einläutete. Der Weg dahin war jedoch durchaus beschwerlich, wie er besonders detailreich von Hartmut Berghoff in seinem 1997 erschienenen wirtschaftshistorischen Werk *„Zwischen Kleinstadt und Weltmarkt: Hohner und die Harmonika 1857–1967“* beschrieben wird.

Matthias Hohners Heimatstadt Trossingen, auf der Hochebene der Baar zwischen Schwarzwald und Schwäbischer Alb gelegen, war Mitte des 19. Jahrhunderts ein armes, abgelegenes Bauerndorf. Da im evangelischen Württemberg das Realteilungsrecht galt, wurden Äcker und Wiesen unter den meist zahlreichen Nachkommen aufgeteilt. Die Parzellen wurden immer kleiner. Wer überleben wollte, musste zur Landwirtschaft hinzuerntern. Obwohl Matthias Hohners Vater nicht nur Bauer war, sondern auch noch eine

Weberei betrieb, brachte er oft kaum das Lebensnotwendige für die Familie mit fünf Kindern zusammen; der spätere Erfolgsunternehmer erinnert sich: „Mein guter Vater hatte nie viel Geld, und so kam es nicht selten vor, daß Schmahlhans Küchenmeister war.“

Da nur sein ältester Bruder die väterliche Weberei fortführen konnte, lernte Matthias das Uhrmacherhandwerk bei seinem Schwager. Doch trotz feinmechanischer Begabung und großem Ehrgeiz sah er nach einigen Jahren kaum Aussichten, im erlernten Beruf eine Familie „anständig ernähren“ zu können. Die Mundharfenmacherei schien ihm bessere Chancen zu bieten.

Das handliche Instrument, das vermutlich im Jahr 1825 in Wien erfunden worden war, stand damals noch ganz am Anfang seines Siegeszugs rund um die Welt. Neben Wien gab es Mitte des Jahrhunderts auch in Sachsen, Böhmen und in Trossingen Mundharfenmacher. Alle freilich hielten ihre Produktionsverfahren streng unter Verschluss.

Doch nach erfolgreicher Spionage und einigen Monaten, in denen Matthias Hohner an einer eigenen Harmonika herumexperimentierte, traf er eine weitere weitreichende Entscheidung. Er heiratete und machte sich als „Mundharfenmacher“ selbstständig. Man schrieb das Jahr 1857, und beide Ereignisse hindern sich gegenseitig nicht. Einerseits wollte Hohner heiraten, um seine schwangere Freundin Anna nicht zum „gefallenen Mädchen“ zu machen, andererseits musste er den Behörden eine sichere Existenz nachweisen, um als 24-Jähriger nach den damaligen württembergischen Gesetzen überhaupt eine Heiratserlaubnis zu bekommen. Das Startkapital hatte er sich mühsam erspart, aber auch

das vorab vergebene Erbe vom Vater und die „Weibsbeibringung“ der Braut, einer Schusterstochter, flossen in die Unternehmensgründung. Produziert wurde anfänglich im elterlichen Haus, später in zwei angemieteten Zimmern bei einem Vetter. Hohners Frau und später weitere Familienmitglieder halfen mit, die ersten Harmonikas in Handarbeit zu fertigen. Als Absicherung wurde nebenbei aber immer noch die Landwirtschaft weitergeführt. Hohners bescheidenes Ziel war, „so gut es eben gehen wollte, mit Fleiß & Eifer Harmonika zu machen“, wie er in seinen Erinnerungen schrieb.

Freilich war er nicht der Einzige, „der sich in diesen Jahren auf die Mundharfe verlegte. Eine halbes Dutzend weiterer Trossinger Uhrmacher erhoffte sich den Aufstieg durch das junge Gewerbe. Als Vertriebskanäle diente Hohner und seinen Konkurrenten größtenteils der ambulante Uhrenhandel (Hausierer), der sich über Süddeutschland und die angrenzenden Gebiete in Österreich und der Schweiz erstreckte. Doch die Kleinhersteller in Trossingen hatten es in den sechziger und siebziger Jahren des 19. Jahrhunderts schwer gegen die damals dominierenden Produzenten aus Sachsen und Wien.“

Da traf es sich, dass aus Trossingen wie auch aus vielen anderen armen Regionen Württembergs viele Menschen nach Amerika auswanderten, um dort ein besseres Auskommen zu finden. Von einem ehemaligen Trossinger Mitbürger, einem Uhrmacher, ließ sich Hohner Berichte über die Marktchancen in Amerika liefern. Und der ehemalige Nachbar berichtete, dass ihm dort die Instrumente regelrecht aus den Händen gerissen wurden. Besonders die deutschen Auswanderer waren scharf auf die Instrumente aus der alten Heimat. So knüpfte Matthias Hohner intensive Kontakte mit deutschstämmigen Importeuren und Exporteuren, die

MODELL TRUMPET CALL mit Schalltrichtern, Baujahr 1907



schon im Jahr 1913 kamen 30 Prozent des weltweiten Harmonikaexports von der Trossinger Firma. Ein Jahr nach dem Tode des Gründers stiegen die Söhne in die Produktion von Akkordeons ein: Nach holperigem Start mauserte sich Hohner auch hier zu einem Großanbieter, erreichte aber nie eine ähnliche Dominanz wie im Mundharmonikageschäft. Auch die Kriegszeit überstand das Unternehmen erstaunlich gut. Rechtzeitig vor dem Ersten Weltkrieg hatte es reichlich Ware nach Amerika, England und andere wichtige Abnehmerländer verschickt. In der Schweiz wurde eine Filiale gegründet, sodass Export- und Importbarrieren umgangen werden konnten. Auf beiden Seiten der Front waren Hohner-Harmonikas im Ersten Weltkrieg das meistgespielte „Schützengrabensinstrument“. Die Briten musizierten auf ihrer „Soldiers favorite“, die Franzosen auf ihrer „Le Poilu“ und die Deutschen auf ihrer „Imperator“ oder dem Modell „schwarz-weiß-rot“.

Nach dem Krieg konnten die Hohners rasch wieder ihre alten Exportverbindungen aktivieren. Das Unternehmen wuchs und überstand alle Konjunktur- und Wirtschaftskrisen. In den zwanziger Jahren kauften die Erben der Hohner AG nach und nach sämtliche lokalen Konkurrenten auf. Trossingen wurde vollends zur Hohner-Stadt. Im Jahr 1939 arbeiteten schließlich 5000 Menschen für den Harmonikabauer.

Der dritten Hohner-Generation gelang es, während des Zweiten Weltkriegs den Einbruch im Export durch das Inlandsgeschäft zu kompensieren. In den fünfziger Jahren erlebten die Mundharmonika und das Unternehmen noch einmal eine kurze Blüte. Doch dann verpasste die dritte Generation um den langjährigen Chef Ernst Hohner den Anschluss bei der Entwicklung des Musikgeschäfts. Sie mochte einfach nicht begreifen; dass andere Instrumente der Harmonika den Rang abliefern („Solange es Kinder gibt, wird Mundharmonika gespielt“). Rockmusik mit der stark gefragten Gitarre hielt Ernst Hohner für eine vorübergehende Erscheinung. Die vierte Generation konnte sich gegen den störrischen alten Herrn nicht durchsetzen. Mund- und Ziehharmonika kamen aus der Mode, Hohner verfügte Anfang der sechziger Jahre über kein zukunftsreiches Zukunftsprodukt.

Diverse Neuheiten, die in den Folgejahren entwickelt wurden, schlugen nicht ein. Im Geschäft mit elektronischen Heimorgeln konnten die Trossinger mit den großen asiatischen Konkurrenten (Yamaha, Kawai, Casio) auf Dauer nicht mithalten. Selbst als Computerbauer („mittlere Datentechnik“) versuchte sich Hohner (1968 bis 1976). Das Siechtum dauerte lange und führte 1986/87 fast zum Bankrott. Notgedrungen verkaufte die Firma ihre historische Sammlung an das Land Baden-Württemberg, eine Art verdeckte Subvention. Die Familie zog sich aus dem Unternehmen zurück und gab ihre Aktienmehrheit an einen deutschen Investor ab. Ein Sanierungsplan folgte auf den anderen. Arbeitsplätze wurden abgebaut – die Verluste blieben.

Im Jahr 1997 übernahm schließlich ein großer Musikinstrumentenhersteller aus Taiwan, die KHS Group, die Aktienmehrheit. Nach jahrzehntelangen Verlusten schreibt die Matthias Hohner AG immerhin jetzt schon im vierten Jahr wieder bescheidene Gewinne. Eine Million Euro stehen im gerade vorgelegten Geschäftsbericht zu Buche. Nur noch rund 200 Mitarbeiter entwickeln und fertigen in Trossingen Musikinstrumente. Vor allem eines aber ist geblieben: Bis heute steht der jahrzehntelang gepflegte Markenname: Hohner für hochwertige Qualitätsinstrumente.

Als Matthias Hohner 1902 mit 59 Jahren starb, war sein Unternehmen unbestrittener Weltmarktführer, und die Hohner AG zählte zu den besten industriellen Adressen Deutschlands. Seine

Söhne setzten trotz mancher Zwistigkeiten den Erfolgskurs fort. Um die Abhängigkeit vom US-Markt zu mindern, expandierten sie nun auch stärker in andere Märkte. Im Jahr 1913 kamen 30 Prozent des weltweiten Harmonikaexports von der Trossinger Firma. Ein Jahr nach dem Tode des Gründers stiegen die Söhne in die Produktion von Akkordeons ein: Nach holperigem Start mauserte sich Hohner auch hier zu einem Großanbieter, erreichte aber nie eine ähnliche Dominanz wie im Mundharmonikageschäft. Auch die Kriegszeit überstand das Unternehmen erstaunlich gut. Rechtzeitig vor dem Ersten Weltkrieg hatte es reichlich Ware nach Amerika, England und andere wichtige Abnehmerländer verschickt. In der Schweiz wurde eine Filiale gegründet, sodass Export- und Importbarrieren umgangen werden konnten. Auf beiden Seiten der Front waren Hohner-Harmonikas im Ersten Weltkrieg das meistgespielte „Schützengrabensinstrument“. Die Briten musizierten auf ihrer „Soldiers favorite“, die Franzosen auf ihrer „Le Poilu“ und die Deutschen auf ihrer „Imperator“ oder dem Modell „schwarz-weiß-rot“.

Nach dem Krieg konnten die Hohners rasch wieder ihre alten Exportverbindungen aktivieren. Das Unternehmen wuchs und überstand alle Konjunktur- und Wirtschaftskrisen. In den zwanziger Jahren kauften die Erben der Hohner AG nach und nach sämtliche lokalen Konkurrenten auf. Trossingen wurde vollends zur Hohner-Stadt. Im Jahr 1939 arbeiteten schließlich 5000 Menschen für den Harmonikabauer.

Der dritten Hohner-Generation gelang es, während des Zweiten Weltkriegs den Einbruch im Export durch das Inlandsgeschäft zu kompensieren. In den fünfziger Jahren erlebten die Mundharmonika und das Unternehmen noch einmal eine kurze Blüte. Doch dann verpasste die dritte Generation um den langjährigen Chef Ernst Hohner den Anschluss bei der Entwicklung des Musikgeschäfts. Sie mochte einfach nicht begreifen; dass andere Instrumente der Harmonika den Rang abliefern („Solange es Kinder gibt, wird Mundharmonika gespielt“). Rockmusik mit der stark gefragten Gitarre hielt Ernst Hohner für eine vorübergehende Erscheinung. Die vierte Generation konnte sich gegen den störrischen alten Herrn nicht durchsetzen. Mund- und Ziehharmonika kamen aus der Mode, Hohner verfügte Anfang der sechziger Jahre über kein zukunftsreiches Zukunftsprodukt.

Diverse Neuheiten, die in den Folgejahren entwickelt wurden, schlugen nicht ein. Im Geschäft mit elektronischen Heimorgeln konnten die Trossinger mit den großen asiatischen Konkurrenten (Yamaha, Kawai, Casio) auf Dauer nicht mithalten. Selbst als Computerbauer („mittlere Datentechnik“) versuchte sich Hohner (1968 bis 1976). Das Siechtum dauerte lange und führte 1986/87 fast zum Bankrott. Notgedrungen verkaufte die Firma ihre historische Sammlung an das Land Baden-Württemberg, eine Art verdeckte Subvention. Die Familie zog sich aus dem Unternehmen zurück und gab ihre Aktienmehrheit an einen deutschen Investor ab. Ein Sanierungsplan folgte auf den anderen. Arbeitsplätze wurden abgebaut – die Verluste blieben.

Im Jahr 1997 übernahm schließlich ein großer Musikinstrumentenhersteller aus Taiwan, die KHS Group, die Aktienmehrheit. Nach jahrzehntelangen Verlusten schreibt die Matthias Hohner AG immerhin jetzt schon im vierten Jahr wieder bescheidene Gewinne. Eine Million Euro stehen im gerade vorgelegten Geschäftsbericht zu Buche. Nur noch rund 200 Mitarbeiter entwickeln und fertigen in Trossingen Musikinstrumente. Vor allem eines aber ist geblieben: Bis heute steht der jahrzehntelang gepflegte Markenname: Hohner für hochwertige Qualitätsinstrumente.

Als Matthias Hohner 1902 mit 59 Jahren starb, war sein Unternehmen unbestrittener Weltmarktführer, und die Hohner AG zählte zu den besten industriellen Adressen Deutschlands. Seine

weiteren Informationen im Internet: Die Beiträge der Serie „Momente der Entscheidung“ unter: www.zeit.de/2003/momente



MATTHIAS HOHNER, 1843-1902

gen unternahm miteinander zusammen. Einerseits wollte Hohner heiraten, um seine schwangere Freundin Anna nicht zum „gefallenen Mädchen“ zu machen, andererseits musste er den Behörden eine sichere Existenz nachweisen, um als 24-Jähriger nach den damaligen württembergischen Gesetzen überhaupt eine Heiratserlaubnis zu bekommen. Das Startkapital hatte er sich mühsam erspart, aber auch



Momente der Entscheidung (29)

Aufstieg oder Untergang: Unternehmer schaffen Wohlstand – oder vernichten ihn. Eine ZEIT-Serie über Schöpfer und Zerstörer aus sieben Jahrhunderten

weiteren Informationen im Internet: Die Beiträge der Serie „Momente der Entscheidung“ unter: www.zeit.de/2003/momente