

IDEAL!

EXKLUSIVE INTERVIEWS / Ausgabe 11 / März 2014

MODERATORIN

SONYA KRAUS

PERSONENSCHÜTZER

HORST »HOTTE«
KRIEGEL

MARKENMANAGER

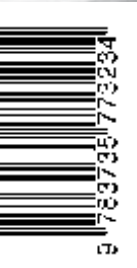
NILS PICKENPACK

KAFFEEUNTERNEHMER

RALF SCHAFER

SCHIFFFAHRTSUNTERNEHMER

ALEXANDER TEBBE
UND LUCIUS BUNK





**Liebe Erstleser, Wiederholungstäter
und Freunde des IDEAL! Magazins,**

was macht einen Menschen zu einer interessanten Persönlichkeit? Diese Frage diskutieren wir regelmäßig und zum Teil recht kontrovers in unserer Redaktion. Wenn man sich umschaut, dann wird schnell klar: Unser Leben wird von der Dominanz der Lauten, Schrillen und Schnellen geprägt. Denjenigen Menschen, die in den Mittelpunkt drängen, Aufmerksamkeit wie die Luft zum Atmen brauchen und sich bei jeder sich bietenden Gelegenheit selbst in Szene setzen. Sie sind omnipräsent und ihr Überschwang kann zum Teil Schwindel auslösen. Ganz bestimmt kennt ihr auch mindestens eine solche Person. Ob nun aus dem Alltag oder den Medien.

Die wirklich spannenden Menschen sind häufig jedoch die der leisen Töne, fernab des Mainstreams. Es sind Macher mit Vision, die den Mut haben, auch ungewöhnliche Wege zu gehen. Es sind (Lebens-)Künstler, die mit Leidenschaft ihrer Passion nachgehen. Und es sind Menschen, die eine Mission haben, sich dieser verschreiben und sich selbst nicht so wichtig nehmen. Sie zu finden bedarf eines geübten Blickes und wir freuen uns ganz besonders, dass wir auch für diese Ausgabe einige von ihnen aufgespürt haben.

Viel Spaß beim Lesen, Staunen, Wundern und Genießen.

*Eure
Harriet Lemcke
Chefredakteurin*



6 Die Glücksritterin!

INTERVIEW

Sonya Kraus / Moderatorin

Das Lebensmotto von Sonya Kraus sprang ihr direkt von einer Klotür ins Gesicht: »Wenn das Leben dir eine Zitrone gibt, frag nach Salz und Tequila«. Schon in ihrer frühesten Kindheit hielt das Leben einige Zitronen für sie bereit. Ihr kleiner Bruder starb als sie sechs Jahre alt war und ihr Vater beging Selbstmord, da war Sonya gerade einmal elf.

INTERVIEW

Horst »Hotte« Kriegel / Personenschützer

16

Der Doppellöwe und die Jungs



Nächstenliebe und Zivilcourage sind zwei Begriffe, mit denen man am besten beschreiben kann, was Horst »Hotte« Kriegel so besonders macht. Selbstlos hat sich der Hamburger eingesetzt, seine Zeit investiert und Schutz für diejenigen organisiert, die dringend Hilfe brauchten. Ein wahrer Idealist.

KURZPORTRAIT

Markus Stolla / Unternehmer

26

Sportlicher Nostalgiker

Er war auf dem Weg zum Profi-Fußballer, spielte in der Beachsoccer-Nationalmannschaft und galt als bester deutscher Footvolley-Spieler. Dann riss sein Kreuzband im rechten Knie. Das war 2007. Markus Stolla sattelte um, wurde Unternehmer und produziert heute nostalgische Fußballschuhe.

KURZPORTRAIT

Yvonne Behn / Erzieherin

28

Sending out an S.O.S.

Yvonne Behn ist Erzieherin in einem sos-Kinderdorf. Seit zweieinhalb Jahren arbeitet sie in Norderstedt bei Hamburg. Die 31jährige kümmert sich um die Jugendlichen, um das Zusammenleben auf der Station und um die Arbeit mit dem Jugendamt.

INTERVIEW

Nils Pickenpack / Markenmanager

30

Kuppler von Beruf



Er stammt aus einer Hamburger Unternehmerfamilie mit Tradition und sollte eigentlich auch etwas mit Schifffahrt machen. Nils Pickenpack zog es jedoch ins Marketing. Er studierte BWL und gründete 2007 mit connecting brands sein eigenes Unternehmen. Dafür suchte er sich gestandene Partner.

INTERVIEW

Ralf Schaffer / Kaffeeunternehmer

38

Der Kaffeerocker vom Kalkberg



Ex-Musikmanager Ralf Schaffer gibt sich seinen Leidenschaften hin. In Bad Segeberg verwirklicht er das, was ihn glücklich macht: Ideen entwickeln, hochwertigen Kaffee rösten, nachhaltig arbeiten und Gutes tun. Seine Vision – er will den Kreis Segeberg zu einer bundesweit beachteten Marke machen.

REPORTAGE

Anne Löper / Künstlerin

48

Wertvolles in Sand

Ihre Kunst ist für den Augenblick und nicht für die Ewigkeit gemacht. Ihre Bilder aus Sand fließen elegant ineinander über, um danach im Nirgendwo zu verschwinden. Ihrem begeisterten Publikum erzählt die Performance-Künstlerin Anne Löper so nicht nur emotionale Geschichten. Sie konfrontiert es auch mit verloren gegangenen Werten wie Ruhe und der Schönheit einzigartiger Momente.

INTERVIEW

Alexander Tebbe und Lucius Bunk / Schifffahrtsunternehmer

54

Schifffahrt im Zeichen des Ahornblattes



Seit 2010 mischen sie die tradierte Schifffahrtsbranche auf. Alexander Tebbe und Lucius Bunk sind Gründer und Jungunternehmer. Stückgut statt Containerfracht ist ihr Erfolgsrezept. Auerbach Schifffahrt hat sich binnen kürzester Zeit einen Namen gemacht und ist auf Erfolgskurs.

KOLUMNE

65

Meine Helden

Madita van Hülsen

STECKBRIEF

66

Diana Staehly / Schauspielerin

64

Impressum

CONTRIBUTORS

64

Das IDEAL! Team

DIE GLÜCKSRITTERIN

TEXT *Madita van Hülsen* × FOTOS *Christian Barz*



DAS LEBENSMOTTO VON SONYA KRAUS SPRANG IHR DIREKT VON EINER KLOTÜR INS GESICHT: »WENN DAS LEBEN DIR EINE ZITRONE GIBT, FRAG NACH SALZ UND TEQUILA«. SCHON IN IHRER FRÜHESTEN KINDHEIT HIELT DAS LEBEN EINIGE ZITRONEN FÜR SIE BEREIT. IHR KLEINER BRUDER STARB ALS SIE SECHS JAHRE ALT WAR UND IHR VATER BEGING SELBSTMORD, DA WAR SONYA GERADE EINMAL ELF.

Konzentriert man sich auf die Frau hinter der Mattscheibe, entdeckt man eine mehrfache Bestsellerautorin, die neben ihrem Traumjob als Moderatorin ebenfalls Hauptrollen am englischsprachigen Theater besetzt. Lass dich überraschen von der Frau, die schon mit fünfzehn als internationales Model jobbte, dann beim Glücksrad landete und zu einer der bekanntesten Moderatorinnen Deutschlands wurde.

Bei dem Buchtitel »Wenn das Leben dir eine Zitrone gibt, frag nach Salz und Tequila« könnte man vermuten, dass du gerne Tequila trinkst.

(lacht) Leider nein, Tequila mag ich überhaupt nicht. Aber ich finde das Lebensmotto einfach total passend, da es tief-sinnig und optimistisch ist, aber trotzdem etwas beschwipst daherkommt. Es ist nicht so »gewollt« nachdenklich und philosophisch und beinhaltet trotzdem ganz viel Wahres.

Du bist zweifache Mutter und arbeitest trotzdem als Moderatorin, Autorin und Schauspielerin. In deinem Buch »Baustelle Baby« steht die erschreckende Zahl, dass nur 14 Prozent der Mütter nach der Geburt in ihren Beruf zurückkehren. Wie schaffst du das alles?

Ganz ehrlich? Also wenn man noch kein Kind hat, dann kann man sich einfach nicht vorstellen, wie stark das eigene Kind das Leben in schönster und schrecklichster Weise komplett umkrempeln kann. Seitdem ich zur Liga der bekloppten Eltern gehöre, musste ich feststellen, dass dies das Ende des Egoismus und jeder Planbarkeit ist. Außerdem macht es total Spaß, sich um die eigenen Kinder zu kümmern!

Ich kann alle Mütter absolut verstehen, die nach der Geburt nicht zurück in ihren Beruf möchten. Auf der anderen Seite würde mir die Wickelkommode auf den Kopf fallen, wenn ich nicht arbeiten würde. Oftmals bin ich sehr dankbar, dass ich berufsbedingt ab und zu Pause habe

vom kindischen Wahnsinn. Das hängt aber sicherlich auch mit meinem Job zusammen. Wenn ich acht Stunden an der Kasse sitzen müsste, dann würde ich mir auch zweimal überlegen, ob ich nach der Geburt wieder in den Beruf zurückkehre oder nicht doch lieber weiterhin zum Babyschwimmen gehe.

Ist das ein deutsches Problem?

Ja, auf jeden Fall. Ich habe eine Freundin, meine Co-Autorin Stella Bongertz, die lebt in Skandinavien und die haben viel mehr Möglichkeiten für die Kinderbetreuung. Dort ist die Gleichberechtigung bezüglich Mann und Frau einfach weiter fortgeschritten.

Sind Männer und Frauen gleich stark?

(lacht) Was für eine Frage – natürlich nicht! Physisch gesehen vielleicht, aber geistig wohl eher nicht.

Deine neue Sendung heißt »life & harmony« und läuft sehr erfolgreich auf Yahoo. Worum geht es da?

Das ist ein wöchentliches Lifestyle-Magazin mit Tipps rund um die Themen Beauty, Partnerschaft und Gesundheit. Wirklich wunderbar an dieser Webshow ist, dass ich die Experten alles fragen kann, was ich oder der Zuschauer schon immer einmal wissen wollten. Das ist wirklich unterhaltsam, trotzdem informativ und es macht total Spaß.

Planst du dein Leben mehr oder bist du eher der spontane Typ?

Ich habe einmal gesagt, ich bin wie eine Seerose und irgendwie stimmt das auch. Die lassen sich zwar scheinbar frei auf dem Wasser treiben, aber sind mit dem Boden fest verwurzelt. Auf der einen Seite bin ich die wilde Hilde, die man aus dem Fernsehen kennt und auf der anderen Seite führe ich gerne ein geordnetes Leben mit meinem Freund, meinen Kindern und den Hunden. Ich glaube, ich weiß nur eins und das ist, dass das Leben nicht planbar ist.

Deine Bücher »Baustelle Mann« und »Baustelle Body« sind Bestseller. Außerdem hast du bereits eine Hauptrolle im englischsprachigen Theater gespielt. Du überraschst die Zuschauer und auch die Leser immer wieder aufs Neue.

(lacht) Ja, ich mich auch! Ich war als Kind auf einer bilingualen Schule und meine erste Fremdsprache war Französisch. In Englisch war ich überhaupt nicht gut! Als ich dann später als internationales Model gearbeitet habe, war ich so genervt von meinem schlechten Englisch, dass ich mir durch autodidaktisches Lesen von englischen Büchern alles selbst beigebracht habe.

Zum englischen Theater kam ich, als ich »talk talk talk« moderierte und der Intendant vom englischen Theater bemerkte, dass ich auch sehr gut Englisch spreche. Er hat mich zum Casting eingeladen und zuerst dachte ich, dass ist doch ein Fall für die versteckte Kamera. Ich bin die ganze

»Auf der einen Seite bin ich die wilde Hilde,
die man aus dem Fernsehen kennt und
auf der anderen Seite führe ich gerne
ein geordnetes Leben mit meinem Freund,
meinen Kindern und den Hunden. Ich glaube,
ich weiß nur eins und das ist,
dass das Leben nicht planbar ist.«





New York



Moskau



Delhi



St. Pauli



»Durch den Kindstod meines Bruders und durch den Suizid meines Vaters habe ich gelernt, dass das Leben sehr kurz sein kann. Man sollte trotzdem versuchen, auch aus den schlimmsten Momenten im Leben etwas Positives zu schöpfen.«



Zeit davon ausgegangen, dass jetzt gleich einer hinter dem Vorhang hervor schießt. Zum Schluss stellte sich daran heraus, dass es keine versteckte Kamera gab und ich bekam eine der zwei Hauptrollen.

Du recherchierst die journalistischen Fakten deiner Bücher meistens in Eigenregie. Was hat dich am meisten überrascht?

Also richtig überrascht hat mich die Recherche zu dem Buch »Wenn das Leben dir eine Zitrone gibt, frag nach Salz und Tequila«. Die University of Nashville hat zum Beispiel herausgefunden, dass auch bei einem künstlichen beziehungs-

weise falschen Lächeln Glückshormone freigesetzt werden. Das Phänomen nennt sich Facial Feedback und erklärt auch, warum Lachyoga tatsächlich funktioniert – auch wenn man im ersten Moment vielleicht denkt, dass die Teilnehmer etwas verrückt sind. *(lacht herzlich)* Ich liebe wissenschaftliche Studien und ich hätte mir früher nie vorstellen können, dass Statistiken so spannend sind!

Recherchierst du wirklich alles selber?

(lacht) Ok, ich gebe es zu, ich habe kleine Helferchen wie meine Co-Autorin Stella und meine Mutter. Meine Mutter liest ununterbrochen und stapelt bei mir zu Hause alle



»Wenn dir bewusst ist, dass deine Zeit auf Erden begrenzt ist, dann nutzt du diese Zeit ganz anders.«

Zeitschriften, die sie interessant findet und streicht mir die Themen mit einem Marker an. Wenn ich dann Zeit habe, blättere ich die Zeitschriften durch und freue mich über den neuen Input. An dieser Stelle ein großes Dankeschön an meine Mama und an Stella!

Wann kommt denn ein neues Buch von dir?

Jetzt, am 15. März 2014! Es heißt »Törtchenzeit: All you need is sweet«. Einige werden jetzt vielleicht denken: »Ach herrje, jetzt macht sie auch noch ein Backbuch!«, aber dazu kann ich nur sagen: Kochen ist ein Muss und Backen ist Genuss! Ich hasse Kochen, aber Backen ist mein Yoga.

Wie wichtig ist dir Quality-Time?

(überlegt) Mh, also Quality-Time ist für mich der größte Luxus, den wir Menschen haben. Ich sehne mich manchmal wirklich nach Langeweile. Ich wüsste nicht, wann ich mich das letzte Mal bewusst gelangweilt habe.

Hast du eine Rezept zum glücklich sein?

Ach tausende! Genau deshalb habe ich das Zitronen-Buch geschrieben. Ich glaube, dass man sich bewusst dazu entschließen muss, glücklich sein zu wollen, anders geht es nicht. Alle Abgründe, die jeder von uns mit sich herumträgt, sollte man versuchen zu umschiffen. Ich persönlich finde



zum Beispiel, dass Hermann Hesse ein großartiger Schriftsteller ist, aber ich habe trotzdem aufgehört ihn zu lesen, weil er mich depressiv gemacht hat.

Ein Journalist hat dich einmal gefragt, ob du auch nachdenklich sein könntest und nicht nur fröhlich. Hat dich das verärgert?

Ja, sehr sogar! Die Frage impliziert ja schon, dass man als fröhlicher Mensch nie nachdenklich sein kann. Was ist das denn für ein Quatsch? Meine gute Laune ist ein Resultat tiefster Nachdenklichkeit. Durch den Kindstod meines Bruders und durch den Suizid meines Vaters habe ich gelernt, dass das Leben sehr kurz sein kann. Man sollte trotzdem versuchen, auch aus den schlimmsten Momenten im Leben etwas Positives zu schöpfen.

Was bedeuten Tod und Trauer für dich?

Der Tod ist unausweichlich und ich denke viel darüber nach, wie es meinen Liebsten gehen wird, wenn ich irgendwann nicht mehr da bin. Ich möchte, dass meine Angehörigen möglichst wenig unter meinem Tod leiden und dass mich die Menschen in guter Erinnerung behalten. In meiner Vorstellung heben die Leute das Glas auf mich und man denkt an die schöne gemeinsame Zeit. Das mag jetzt für einige vielleicht pietätlos klingen, aber es ist doch ganz klar, dass irgendwann für jeden dieser Moment eintreten wird. Viele Menschen scheuen sich davor, überhaupt über den Tod nachzudenken, dabei ist das total wichtig.

Aber ist es wirklich pietätlos auf den Verstorbenen anzustoßen?

Nein, natürlich nicht, aber bei uns in Deutschland findet der Tod an sich in der Gesellschaft sehr wenig statt, das ist in anderen Ländern wie Mexiko zum Beispiel anders. Fakt ist doch, es bringt ja nix, den Verstorbenen zu beweinen. Natürlich muss jeder seinen eigenen Weg finden, mit der Trauer umzugehen und es darf auch jeder weinen, aber ich (*lacht herzlich*) habe es sogar testamentarisch festgehalten, dass ich bitte im billigsten Sarg beerdigt werden möchte und alle funktionierenden Organe entnommen werden zur Weiterverwertung. Ich persönlich glaube auch nicht daran, dass man für die Trauer unbedingt ein Grab braucht.

Glaubst du nicht, dass man eine Trauerstätte braucht?

Doch, aber das muss für mich nicht das übliche Grab sein. Für mich war es als Kind immer ein Schreckensszenario, wenn meine Mutter gesagt hat, dass sie zu den Gräbern fahren muss. Das hieß dann immer, dass wir in drei verschiedene Städte fahren, um die Gräber zu pflegen. Eine Trauerstätte ist sicherlich etwas Schönes, aber es soll sich

keiner Gedanken machen müssen über das Unkraut, das auf meiner Ruhestätte wächst. Mir wäre es lieber, man würde einen Baum für mich pflanzen und dabei an mich denken. (*lacht*) Oder sie stellen meine Urne auf den Kamin wie bei »Meet the Fuckers«, mir ist es total wurscht.

Wie könnte man mit dem Thema Tod besser umgehen?

Uff, das kann ich nicht entscheiden. Was ich mir aber definitiv wünschen würde, ist, dass all diejenigen, die eine Organspende in Anspruch nehmen würden, auch einen Organspende-Ausweis bei sich tragen sollten. Gut finden würde ich auch, wenn es endlich via Gesetz entschieden werden würde, dass man automatisch ein Organspender ist, außer man möchte das nicht und legt Widerspruch ein.

Verpasst man vielleicht sogar eine Chance, wenn man nie über den Tod nachdenkt?

Ja, auf jeden Fall. Wenn man sich nie damit beschäftigt hat, dass das Halli-Galli-Leben vielleicht auch irgendwann zu Ende ist, dann verschiebt man die schönsten Wünsche

vielleicht viel zu lange. Wenn dir bewusst ist, dass deine Zeit auf Erden begrenzt ist, dann nutzt du diese Zeit ganz anders.

Gibt es eine traurige Situation, die du trotz der Trauer nicht missen möchtest?

Natürlich möchte ich die schrecklichen Momente mit meinem Bruder und meinem Vater am liebsten ausradieren. Aber ich erinnere mich zum Beispiel gerne an meine Oma zurück. Meine Oma war dement und zeitweise in einem Pflegeheim. Meine Mutter entschied sich dann dafür, meine Oma zu uns nach Hause zu holen, wovor ich immer noch meinen Hut ziehe. Sie ist bei uns zu Hause gestorben und ich glaube, dass das für uns alle ein wichtiger Moment war.

Was magst du an Menschen?

Ich mag Selbstironie, eine gewisse Leichtigkeit, Wärme, Lebenslust und Loyalität.

Was magst du nicht?

(*lacht*) Ich beschäftige mich nie mit Dingen, die ich nicht mag.

— Sonya Kraus sucht das Glück im ganz Alltäglichen. Sie liebt heiße Badewannen und ist gerne ein One-Day-Hero. »Manchmal reicht schon ein Lächeln, um jemand anderen glücklich zu machen oder die Dankbarkeit einer Omi, wenn man ihre Einkaufstüten nach Hause trägt. Das klingt zwar ziemlich schwulstig, ist aber trotzdem wahr.«

www.sonyakraus.de

Der Doppellöwe und die Jungs

TEXT *Dominik Maaßen* • FOTOS *Oliver Reetz*

NÄCHSTENLIEBE UND ZIVILCOURAGE SIND ZWEI BEGRIFFE, MIT DENEN MAN AM BESTEN BESCHREIBEN KANN, WAS HORST »HOTTE« KRIEGEL SO BESONDERS MACHT. SELBSTLOS HAT SICH DER HAMBURGER EINGESETZT, SEINE ZEIT INVESTIERT UND SCHUTZ FÜR DIEJENIGEN ORGANISIERT, DIE DRINGEND HILFE BRAUCHTEN. EIN WAHRER IDEALIST.

|| In den 1980er Jahren war Horst »Hotte« Kriegel einer der bekanntesten Türsteher in Hamburg. An den breiten Schultern des Karatekämpfers kam kein ungebetener Partygast vorbei. Jetzt stand der 55-Jährige ein halbes Jahr lang Nacht für Nacht nicht im Dienst von Clubbesitzern. Bewacht hat er 80 afrikanische Flüchtlinge, die während ihrer Odyssee von Libyen über die italienische Insel Lampedusa nach Hamburg erstmal Zuflucht in der Sankt Pauli Kirche gefunden hatten und nun auf ein Bleiberecht hoffen.

Gab es für dich einen persönlichen Auslöser, als du dich entschieden hast, den Flüchtlingen aus Lampedusa zu helfen?

Ich hatte abends ein TV-Interview mit Pastor Wilms gesehen, als es zu ersten Auseinandersetzungen mit der Polizei auf dem Kirchengelände kam. An diesem Wochenende waren auch Burschenschaftler vor Ort, die als rechtslastig bekannt sind. Da bin ich wütend geworden. Ich empfand es als infam, als Frechheit vor dem Herrn, als ich hörte, dass Flüchtlinge, die einen solchen Leidensweg hinter sich haben und die von einem Pastor aufgenommen werden, bedroht werden. Wo sind wir denn gelandet? Außerdem ist das die Ecke, in der ich geboren wurde. In dieser Kirche wurde ich

getauft und bin nebenan zum Kindergarten gegangen.

Gleich am nächsten Tag war ich beim Pastor. Am liebsten wäre ich direkt nach dem Interview zu ihm gegangen. Ich habe ihm gesagt: Ich bin zwar nicht in der Kirche, aber vielleicht sollten wir uns mal kennenlernen. Ich habe das Gefühl, Sie brauchen etwas Struktur und Sicherheit. Das ist mein Job, denn ich passe mein halbes Leben lang auf Menschen auf. Das Problem dort war nämlich, dass die Flüchtlinge auf dem Fußboden schlafen mussten und die Tür offen stand, damit sie rein und rauskommen konnten. Auch das Gelände war relativ frei, mit mehreren Wegen, es zu betreten. Hinzu kamen Bedrohungen im Internet aus der rechten Szene.

Wie sah deine konkrete Hilfe aus?

Wir haben ein halbes Jahr lang Nachtwachen organisiert, um denen zu zeigen – bis hier hin und nicht weiter. Immer vor Ort von nachts bis morgens um acht Uhr. Wir waren die Doodle-Gang. Denn mit Doodle im Internet haben wir uns organisiert, weil einige anonym bleiben wollten. Dann haben wir nachts Rundgänge gemacht und in einer kleinen Holzhütte gesessen. Bei der Nachtwache ist es wichtig, dass du das zu zweit machst, damit du einen Zeugen dabei hast oder einer die Polizei holen kann. Außerdem haben wir

»ICH EMPFAND ES ALS INFAM,
ALS FRECHHEIT VOR DEM HERRN,
ALS ICH HÖRTE, DASS FLÜCHTLINGE,
DIE EINEN SOLCHEN LEIDENSWEG
HINTER SICH HABEN UND DIE VON
EINEM PASTOR AUFGENOMMEN
WERDEN, BEDROHT WERDEN.«



»Clubkarten« an die Flüchtlinge verteilt, damit wir wirklich nur die reinlassen, die zu uns gehören, um Konflikte zu vermeiden. Auch wenn es in einer solchen Situation nicht schön ist, andere draußen zu lassen.

Ist vor Ort denn etwas passiert?

Es kam zu Beginn ein paar Wochen lang hin und wieder Stress. Aber meistens nur Betrunkene oder Flaschensammler, die dumme Sprüche machten. Dann waren da noch zwei Kokssüchtige, die saßen in der Nähe in einem Zelt. Dort bin ich rein und sofort motzte mich einer an: Was willst du denn hier? Der gab mir das Gefühl, als wäre er Scarface und

ich wäre ich in sein Büro eingedrungen. Zuerst hatte ich deshalb noch echt gute Laune und musste grinsen. Aber als die beiden aggressiv wurden, habe ich eine Bank gegen ihre Zeltwand geschmissen, ging schon etwas direkter auf sie zu – und sie liefen weg. Der eine hat sich dabei am Zaun die Hose zerrissen. *(lacht)*

Wer hat dich unterstützt?

Die meisten kamen aus dem Stadtteil, vom Verein Sankt Pauli oder aus der Türsteherszene der alternativen Clubs. Wir sind sehr schnell eine große Gruppe von 40 Leuten geworden. Die haben sich freiwillig gemeldet. Da musste

keiner aktiviert werden. Meine zusätzliche Präsenz in den Medien hat sicher auch zur Deeskalation beigetragen und ihre Wirkung gehabt. Viele wussten dann, dass sie ein Problem bekommen. Denn reinkommen als Faschist nach Sankt Pauli ist das eine. Aber raus, ist dann ganz schwer. Und der Weg nach Hause ist ganz schön lang.

Was glaubst du, warum hast du dich dafür entschieden zu helfen – und andere nicht?

Ich habe es einfach gemacht. Aber die Frage ist interessant. Es hat wohl doch auch mit Stärke zu tun und ich habe wohl auch nicht über die Folgen nachgedacht. Das war mir egal.

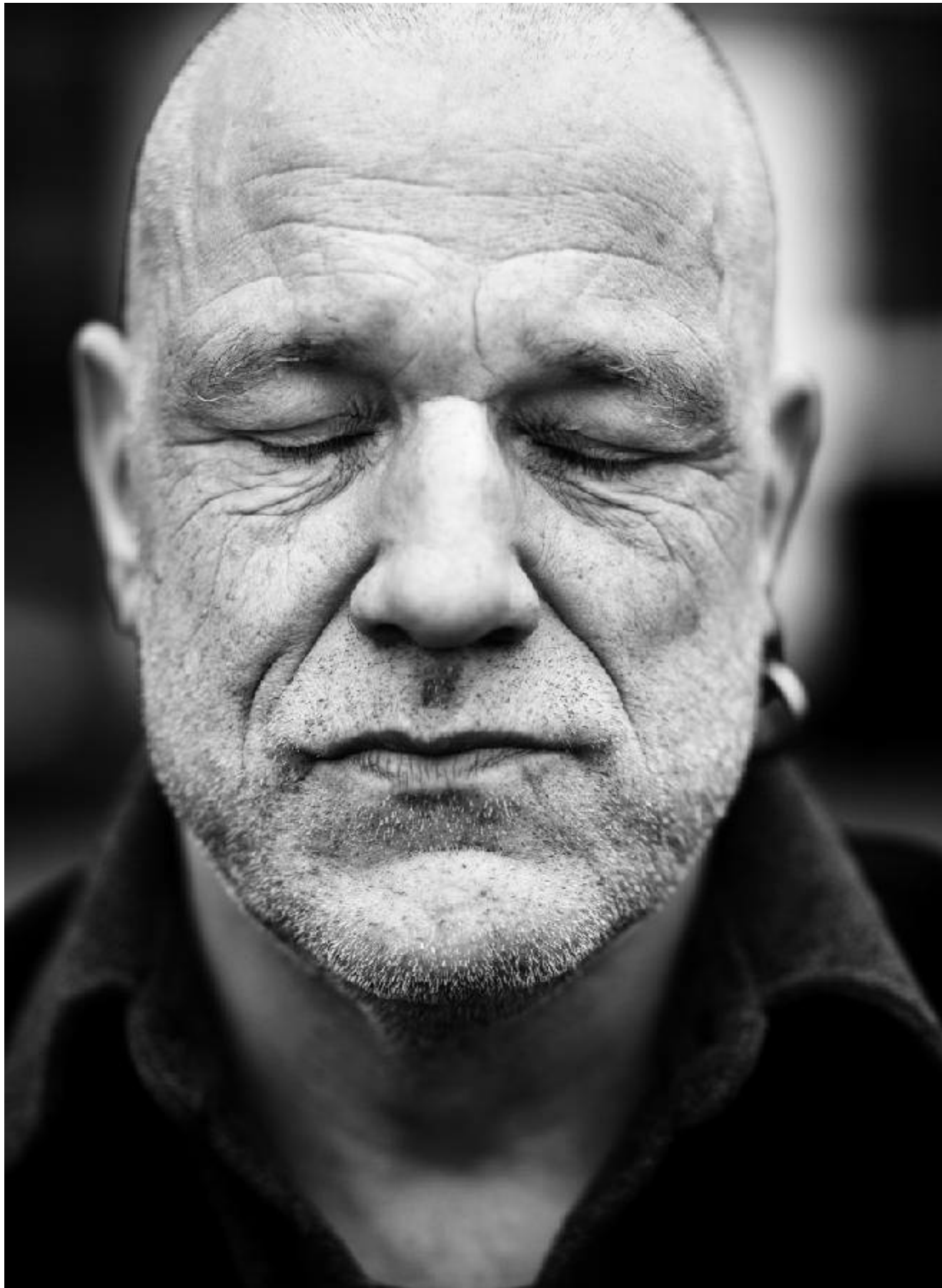
Ich bin Doppellöwe. Wenn ich mir etwas in den Kopf gesetzt habe, bin ich kompromisslos. Es gibt nur ein dafür oder ein dagegen, ein schwarz oder weiß. Ich habe auch einen irre hohen Gerechtigkeitssinn. Ich hasse es, wenn gegenüber Schwächeren Gewalt angewendet wird.

Das Problem ist wohl auch, dass viele Menschen erst dann reagieren, wenn etwas passiert ist. Dabei ist es dann meistens schon zu spät. In der Gastronomie geben die Chefs erst Geld für Sicherheit aus, wenn die ersten Schlägereien den Ruf des Clubs bereits ruiniert haben.

Vielleicht habe ich auch ein anderes Bewusstsein. Beim Brandanschlag von Mölln, der nur ein Beispiel ist, haben



»ICH ERWARTE,
DASS DIE REICHE STADT HAMBURG
DIESEN MENSCHEN EINE CHANCE GIBT,
DENN SIE HABEN ES VERDIENT,
INTEGRIERT ZU WERDEN.«



damals alle gemeint: Hätten wir doch reagiert. Aber jetzt gab es eine konkrete Bedrohung und ich habe mir gesagt: Das passiert nicht in Sankt Pauli, nicht in dieser Kirche, nicht mit den Jungs.

Wir war der direkte, tägliche Kontakt mit den Flüchtlingen?
Vorher waren die ja zwei Jahre in Lampedusa im Camp, interniert kann man fast sagen. Und dann komm ich um die Ecke mit meinem Aussehen. Da haben die erstmal geguckt. Ich habe den Gästen von vornherein gesagt, dass ich kein Kontrolleur bin, der auf sie aufpasst. Ich war dafür da, dass sie in Ruhe schlafen können. Natürlich gab es zuerst Sprachschwierigkeiten, weil die Flüchtlinge kein Deutsch, sondern Englisch und Französisch sprechen.

Natürlich ging es nicht nur um den Schutz gegenüber außen, sondern auch darum, den Jungs zuzuhören und dass sie ein wenig Spaß haben. Denn in einer Gruppe von 80 Leuten bauen sich Spannungen auf. Deshalb habe ich nach vier Wochen zum Beispiel ein Fußballturnier organisiert. Mit einem der Flüchtlinge habe ich mich so gut angefreundet, dass der mich quasi als Papa adoptiert hat. Wichtig ist, dass man den Jungs eine Perspektive für eine Sozialisierung zeigt. Deshalb würde ich mich freuen, wenn auch andere Hamburger meinem Beispiel folgen würden und eine Art Patenschaft übernehmen.

Haben sie von ihrer Flucht berichtet?

Ja, und habe ich mir später fasst auf die Zunge gebissen, warum ich sie eigentlich gefragt habe. Ich war plötzlich gar nicht mehr sicher, ob ich die Antworten ertrage. Da zeigte einer zum Beispiel ein Video von einem Laster, auf dem nur Menschen drauf waren. Das ist der so genannten »Saharaexpress«, für den bezahlt man 1200 Dollar, um von Ghana nach Libyen, zu kommen, und bleibt darauf bis zu 14 Stunden bei 40 Grad Hitze. Von den 300 Leuten auf dem Lkw kamen aber nur etwas mehr als die Hälfte an. Der Rest ist runtergefallen und der Laster hat nicht gebremst und angehalten.

Deswegen läuft mir auch so die Galle über, wenn ich einige Leute reden höre, dass die Flüchtlinge Schmarotzer sein sollen. Die hatten in Libyen alle Jobs, bis sie mit vorgehaltener Waffe auf Boote und nach Lampedusa gebracht wurden. Da wollten die nie hin. Dort sind ihnen zwei Jahre ihres Lebens gestohlen worden. Und dann hieß es: Wenn ihr raus wollt, geht in den Norden, da ist alles besser. So sind die hier gelandet. Wo es ihnen viel zu kalt ist. Und wo sie auch nicht hinwollten.

Aber die Jungs sind motiviert, intelligent und alle ausgebildet. Allein mit ihrer Willenskraft sind sie vielen Deutschen um einiges voraus und leicht zu integrieren. Ich habe gesehen, wie sie auf dem Kirchhof Laternen repariert haben und Gestrüpp in drei Tagen entfernt haben, wozu unsere Gartenarbeiter drei Wochen brauchen.

Glaubst du, dass die Politik helfen kann?

Ich habe schon lange aufgehört, an die Politik zu glauben. Ich erwarte, dass die reiche Stadt Hamburg diesen Menschen eine Chance gibt, denn sie haben es verdient, integriert zu werden.

Glaubst du an Gott?

Ich habe mich mit Buddhismus auseinander gesetzt. Ich bin aber kein Buddhist, weiß Gott nicht. Ich glaube, dass es keine Zufälle gibt. Definitiv. Dass es irgendwo irgendwie so sein soll, wie es läuft. Und ich versuche jeden Tag, an mich selbst zu glauben. Das fällt mir schwer genug. *(lacht)* Es ist nicht einfach in dieser Welt, bei sich zu bleiben und zur Ruhe zu kommen. Das ist mein größtes Ziel. Denn nur dann habe ich die Energie, um anderen Menschen zu helfen. In der so genannten Freiwilligenszene gibt es oft Leute, die selbst Unterstützung bräuchten, es sich selbst aber nicht eingestehen. Anstatt an den eigenen Problemen zu arbeiten, bieten sie dann irgendwo ihre Hilfe an, obwohl sie dafür eigentlich keine Kapazitäten haben. Nur, damit sie ein gutes Gefühl haben. Aber wenn ich selbst nicht stabil da stehe, kann ich anderen keinen Rückhalt geben.

Wie hat dich der Kontakt mit den Flüchtlingen verändert?

Ich habe mir manches Mal gedacht: Gut, dass ich das erleben durfte. Wir kriegen von den Jungs auch was beigebracht – eine ganze Portion Demut. Man selbst hadert allzu oft mit dem eigenen Schicksal. Wenn man aber die Lebensgeschichten hört von Leuten, die richtig was durchgemacht haben, kommt man ins Grübeln. Dem einen wurde auf der Flucht fast der Arm abgehackt, der andere hat seine Mama seit acht Jahren nicht mehr gesehen. Plötzlich schätzt man mehr, was man selbst hat. Ich war glücklich, dass mir das Leben die Chance gegeben hat, für diese Menschen da zu sein.

Du hast viele Jahre lang als Türsteher gearbeitet. Wie ist diese Arbeit heute im Vergleich zu früher?

Schlechter bezahlt. Viel mehr Risiko, weil mehr Bewaffnung im Spiel ist und die Menschen kompromissloser und gewaltbereiter sind. Abends gehe ich noch manchmal an die Tür, um in der Praxis zu bleiben. Was sind die neusten



Trends? (*lacht*) Wie sind die Kids momentan so drauf? Das ist teilweise bemerkenswert. Da hast du im Club den BWL-Student, 25 Jahre, 152 Zentimeter groß, 45 Kilogramm. Und der wird nach zwei Stunden zum Rambo, nachdem er seine Amphetamine eingeschmissen hat. Plötzlich meint der, er bringt dich jetzt um und kommt mit einem abgebrochenen Glas auf dich zu. Hinterher weiß er nichts mehr. Er wird sich auch immer entschuldigen, ist ein Sohn aus gutem Hause. Aber in dem Moment dreht er durch.

Normalerweise kannst du mit den Leuten sprechen, selbst mit Betrunkenen. Aber mit den anderen musst du handgreiflich werden, sie manchmal auf den Boden bringen oder zu zweit anfassen. Die lassen sich sogar den Arm auskugeln und merken nichts mehr. Verkauft werden inzwischen Chemie-Drogen, die einen extrem verändern. Die gab es früher nicht. Definitiv nicht.

Was zeichnet denn einen guten Türsteher aus?

In den 1980er Jahren war ich Hamburgs bekanntester Türsteher und dafür bekannt, niemals zu schlagen. Die

Option kann ich zwar jederzeit ziehen. Die Kunst ist es jedoch, es nicht zu müssen. Ich war auch einer der ersten, der eine Frau mit an der Tür gehabt hat, weil die einige Gäste oft charmanter abweisen können. Kommunikation über Körpersprache ist immer das oberste Gebot. Das macht 70 Prozent aus. Der Rest ist Geschnatter. Wenn man sich darauf einlässt, kann man gut agieren, ohne handgreiflich werden zu müssen. Deswegen pose ich auch nicht. So wirst du mich nie sehen. Wenn ich eine aggressive Ausstrahlung habe, dann muss ich mich nicht wundern, wenn jemand kommt, der das auch annimmt. Alles was du gibst im Leben, kriegst du wieder. Wichtig ist die Botschaft: Ich mach dich nicht zum Gegner. Ich respektiere dich – aber rein kommst du trotzdem nicht.

Was hat sich in deiner Heimat Sankt Pauli in den vergangenen Jahren sonst noch verändert?

Es gibt inzwischen leider einen Nachteil – und der ist nicht aufzuhalten. Die Gentrifizierung. Es ziehen Leute her, die hier eigentlich nichts zu suchen haben. Die verklagen Gas-

tronomen, die seit Jahrzehnten ihre Läden in Sankt Pauli betreiben, nur damit sie abends um 22 Uhr in ihr Bettchen gehen können und Nachtruhe haben. Aber dann sollen sie nicht in den Red Light District ziehen. Den gibt es eben nur einmal in Hamburg und darauf sollten wir stolz sein. Diese Entwicklung stört in den letzten Jahren. Aber richtig.

Aber du wohnst hier weiterhin?

Ich bin hier geboren und ziehe nicht weg.

In deiner beruflichen Vergangenheit warst du Türsteher, Helfer bei einem Schmied, Gründer eines Kulturvereins, Auto- und Schmuckverkäufer, Kurier, DJ und hast ein Café gebaut und betrieben. Welcher dieser Jobs hat dir am meisten Spaß gemacht?

Spaß und Erfüllung? Sag ich dir ganz offen – das, was ich das letzte halbe Jahr gemacht habe. Das mit Herz zu begleiten, hat mir wirklich was gegeben. Jeden Abend zu sehen, wie ich empfangen worden bin. Wie die Jungs da lagen in ihren Bettchen. Mich angeguckt haben. Ah, der Mann ist da, jetzt kann ich pennen. Das war ein gutes Gefühl. Ich habe mich nie sozial engagiert. Das kannte ich nicht. Ich bin eben der Doppellöwe, eiere durch die Gegend und habe lang den Egoisten raushängen lassen. Muss man klar so sehen. Okay, um meine Familie und Freunde habe ich mich immer gekümmert, das ist nicht der Punkt. Aber ansonsten habe ich immer versucht, mein eigenes Ding zu machen. Ich habe mich auch nie irgendwelchen Cliquen wie den Hells Angels angeschlossen.

Wie war die Zusammenarbeit bei der Hilfe für die Lampedusa-Flüchtlinge?

Wir haben uns jeden Montag mit 80 Leuten in einer Freiwilligenrunde getroffen. Da sind mehrere Arbeitsgruppen entstanden und die Teilnehmer sind von Monat zu Monat mehr geworden. Normalerweise nimmt die Anzahl bei Projekten ja eher ab. Das hat mir meinen Glauben an diesen Stadtteil zurückgegeben.

Womit verdienst du zurzeit dein Geld?

Ich erstelle Sicherheitskonzepte für Veranstaltungen und bin tätig in der individuellen Beratung und Betreuung von Einzelpersonen, zum Beispiel wenn jemand gestalkt wird.

Was ist dabei das Erfolgsrezept

Übersicht. Es gilt hier wie an der Tür, dass du bereits versagt hast, wenn du körperliche Gewalt einsetzt. Zu meinen bisherigen Erfahrungen habe ich auch an einer Ausbildung teilgenommen zur Fachkraft für Schutz und Sicherheit. Auch dort lehrt man dich: Du hast so gut zu arbeiten, dass Gewalt das letzte Mittel ist. Also immer Plan B. Notfalls muss man natürlich auch körperlich in der Lage sein, Menschen zu beschützen. Im Vorhinein checke ich alle Eventualitäten ab. Wo gibt es zum Beispiel sichere Orte und schnelle Verstecke. Vorsicht ist dabei immer besser als Nachsicht. Und, wie gesagt, alles was du gibst, kommt wieder.

Eine ähnliche Strategie wie bei eurer Hilfe für die Flüchtlinge.

Ganz genau.

Wie sieht die Situation bei denen aktuell aus?

Die psychische Belastung ist extrem hoch, wenn man jahrelang auf der Flucht ist. Da gibt es natürlich Spannungen. Einige wollen sich nun bei der Behörde melden, ihre Fluchtgeschichte offenbaren und die Duldung beantragen. Andere nicht. Jeder in der Gruppe hat das Recht, seine Zukunft selbst zu bestimmen. Wichtig ist, dass beide Seiten jedoch weiter an einem Strang ziehen, weil sie zur Lampedusa-Gruppe gehören.

Aber auch die Bevölkerung wird aufmerksamer, weil das Thema durch die Medien gegangen und im Bewusstsein von vielen angekommen ist. Der Kampf geht also weiter. Denn von der Stadt ist bisher gar nichts passiert. Die Container, in denen die Flüchtlinge jetzt leben, bezahlt die Kirche mit einem hohen finanziellen Aufwand. Dort gibt es ein Notfalltelefon, so dass sie jederzeit mit mir in Kontakt treten können. Viele der Jungs haben meine Nummer.

Und wie sieht deine Zukunft aus?

Ich bleibe hier in Sankt Pauli. Jetzt bin ich irgendwie schon wieder stolz auf diesen Stadtteil. Unsere Aktion hat gezeigt, dass es noch immer genug Leute gibt, die sofort für menschliches Miteinander und Antirassismus aufstehen. Diese Solidarität und der Zusammenhalt waren klasse.

Und wenn ich noch gut Geld verdiene in den kommenden Jahren, dann geh ich mit meinem Patensohn nach Afrika. Wir haben schon rumgesponnen. Ich nehme meine Schallplatten mit und wir eröffnen eine kleine Musikbar am Meer. Warum nicht in Ghana alt werden?

— *Rund 80 Flüchtlinge haben sich laut Behörde inzwischen gemeldet und eine Duldung erhalten, bis ihr Verfahren abgeschlossen sein soll. Etwa 50 Personen sind in Containern auf drei Hamburger Kirchenarealen untergebracht. Für den 1. März 2014 planen die Flüchtlinge eine weitere Großdemo in Hamburg.*



Sportlicher Nostalgiker

TEXT *Sybille Föll* » FOTO *Jürgen Sauer*

ER WAR AUF DEM WEG ZUM PROFI-FUSSBALLER, SPIELTE IN DER BEACHSOCCER-NATIONALMANNSCHAFT UND GALT ALS BESTER DEUTSCHER FOOTVOLLEY-SPIELER. DANN RISS SEIN KREUZBAND IM RECHTEN KNIE. DAS WAR 2007.

W

enn Markus Stolla heute bei einem Footvolley-Turnier mitmacht, so wie an diesem Samstag in München, kann er drei Tage kaum laufen. »Aber das ist halt so.«, sagt der gebürtige Düsseldorfer in rheinischer, heiterer Gelassenheit. Mit Sand unter den nackten Füßen sitzen

wir in der Beach-Bar, sein Gesicht ist schweißglänzend, das Handtuch liegt um seine Schultern. Die stechend blauen Augen unter den dunklen, dichten Augenbrauen hören nicht auf zu lachen, als er sagt: »Klar war es damals schwer für mich. Aber letztendlich war es der Auslöser für das, was ich jetzt mache – und das ist absolut meins!«

Die Rede ist von seiner neuen Karriere als Unternehmer. Seine selbst kreierte Sport-Marke »Retro-Star« infiziert langsam aber stetig Nostalgiker in der ganzen Welt. Darauf ist er mächtig stolz. Fußballschuhe im Stil der 1960er-, 1970er-Jahre, puristisch und qualitativ hochwertig: Das war die Idee vor zwei Jahren. Ein Faible für das klassische Design aus dieser Zeit hatte er schon immer, stöberte auf Flohmärkten nach Möbeln, Klamotten – und Fußballschuhen. Mit seinen Adidas Ranger aus den Siebzigern erregte Stolla Aufsehen bei Viktoria Köln und FC Junkersdorf. Er tat das nicht, um sich wichtig zu machen. Er trug sie aus Überzeugung: »Damals waren die Sachen einfach besser verarbeitet. Heute weht ein anderer Zeitgeist«.

Gegen den Strom schwimmen

Auch Werte wie Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit sind ihm wichtig. »Retro-Star« ist seine Art, gegen Konsumwahn und den Strom der Schnelllebigkeit anzuschwimmen. Nicht nur seine konservative Erziehung hat ihn geprägt. 2007 musste er als Kandidat der TV-Reality-Show »Survivor« in Malaysia fünf Wochen lang von einer Handvoll Reis und ein paar Früchten am Tag leben – und daneben noch sportliche Wett-

»Damals waren die Sachen einfach besser verarbeitet. Heute weht ein anderer Zeitgeist«

kämpfe bestreiten. »Da habe ich gemerkt, wie wenig man eigentlich braucht.«

Unbeirrt geht der 34-Jährige seinen Weg. Sport ist sein Leben. Das fing schon auf dem Bolzplatz an, wo er quasi aufgewachsen ist, dann kickte er sich bis in die Verbandsliga hoch, studierte Sportwissenschaften. Mit seiner Beach-soccer-Mannschaft lernte er 2003 in den USA Footvolley kennen, ein brasilianischer Strand-Sport, bei dem der Ball mit jedem Körperteil außer Händen und Armen übers Netz gespielt wird. Stolla war so begeistert, dass er mit seinen Kumpels in Köln eine kleine Szene aufbaute – der Start von Footvolley in Deutschland. Nach dem Studium an der Sport-hochschule Köln mit Schwerpunkt Medien und Kommunikation arbeitete er als TV-Redakteur. Doch das war es nicht. Eine eigene Sport-Marke – das war es, was er wollte.

Demnächst möchte er seine Kollektion um T-Shirts und Trainingsanzüge erweitern – natürlich im Retro-Stil. Nach dem Turnier in München fährt Stolla wieder zu seinem italienischen Schuhmacher an den Gardasee, um die nächste Lieferung abzuholen. Sein ständiger Begleiter im Kofferraum des vw-Busses: Ein Promotion-Koffer – natürlich vom Flohmarkt. Er hat ihn mit Kunstrasen ausgekleidet und im Deckel drei fußlange Brettchen angebracht. Darauf stehen seine Kreationen in Schwarz, Creme und Cognac. »Er ist eben immer authentisch.«, sagt ein Freund.

www.retro-star.com

»Klar war es damals schwer für mich. Aber letztendlich war es der Auslöser für das, was ich jetzt mache – und das ist absolut meins!«

Sending out an S.O.S.

TEXT *Madita van Hülsen* • FOTO *Tobias Gromatzki*

WENN MAN ES NICHT BESSER WÜSSTE, DANN KÖNNTE MAN DENKEN, YVONNE BEHN IST EIN MODEL WIE ES IM BUCHE STEHT. DOCH DIE WAHRHEIT IST, DASS DIE SOS-KINDERDORF-ERZIEHERIN FÜR DAS FOTOSHOOTING DAS ERSTE MAL IN IHREM LEBEN VOM STYLISTEN UND CATWALKTRAINER JORGE GONZALEZ PROFESSIONELL UMGESTYLT WIRD.

A

m Set überrascht die natürliche Blondine alle mit einer ganz neuen Seite von sich – am meisten sich selbst.

Yvonne wusste schon immer, dass sie gerne mit Kindern arbeiten möchte, doch ihr Weg als Erzieherin in einem sos-Kinderdorf war eher Schicksal. Zu Beginn

ihrer beruflichen Laufbahn wollte sie eigentlich Kindergärtnerin werden, aber im Laufe ihrer Ausbildung stellt Yvonne fest, dass sie die Arbeit mit älteren Kindern und Jugendlichen weitaus interessanter findet. Seit zweieinhalb Jahren arbeitet sie nun schon im sos-Kinderdorf in Norderstedt bei Hamburg und die Herausforderungen an die junge Frau sind groß. Zu den Aufgaben der 31-Jährigen gehört nicht nur die Arbeit mit den Jugendlichen sondern auch das stationäre Zusammenleben als Erzieherin im sos-Kinderdorf und die Arbeit mit dem Jugendamt.

»Ich finde es sehr spannend, die Jugendlichen in ihrem Alltag zu begleiten und ihnen dabei zu helfen, ihren eigenen Weg neu zu definieren.«

In einem sos-Kinderdorf wohnen die Kinder ohne ihre Eltern. Trotzdem kommen die Eltern regelmäßig zu Besuch und dürfen – wenn alles gut klappt – auch gerne im sos-Kinderdorf übernachten. Die Erzieher und die sos-Kinderdorf-Mutter sind aber trotzdem die Hauptbezugspersonen. Am Anfang hatte Yvonne Angst, dass sie diese neue Herausforderung in ihrem Leben vielleicht nicht schaffen würde. Aber in den letzten Jahren hat sie gemerkt, dass einige Schritte nur mit Geduld zu lernen sind und dass man in einigen Situationen starke Nerven braucht. »In erster Linie geht es darum, dass man wirklich lernen muss, mit den Kindern und vor allem mit ihrer Vorgeschichte umzugehen. Jedes Kind hat seine ganz eigene Lebensgeschichte,

aber keines der Kinder möchte bei uns im sos-Kinderdorf Mitleid bekommen«, erzählt Yvonne. Man spürt, dass ihre innere Motivation die Kinder selbst sind und ihr die Arbeit mit den Kollegen unheimlich viel Spaß macht.

»Das Wichtigste ist, dass man authentisch ist und alle sich mit Respekt begegnen. Wenn du eine Rolle spielst, dann merken die Kinder das und nehmen dich als Mensch nicht ernst.«

Yvonne bringt alles für diesen Job mit, was von Bedeutung ist. Sie ist nicht nur herzlich, sondern sie hat auch ein großes Bewusstsein für Verantwortung. Die ehemalige Handballspielerin ist immer noch eine echte Teamplayerin und geht mit offenen Armen und ohne Vorurteile auf ihre Mitmenschen zu. Die ersten zwei Jahre hat Yvonne in einer Familienwohngruppe gearbeitet und mit den Kindern im Dorf zusammengelebt. Dort kümmert sich ein Team von vier Erziehern um sechs bis sieben Kinder im Alter von acht bis dreizehn Jahren an 365 Tagen im Jahr. Man spürt ganz deutlich, dass durch diese gemeinsame und intensive Zeit Yvonne die Kinder mehr als nur ans Herz gewachsen sind. Für das Jahr 2014 hat sich Yvonne vorgenommen, neben dem Job als Erzieherin zu studieren, daher betreut sie die Kinder aktuell tagsüber und lebt nicht mehr als Erzieherin mit im Haus. Mit dem Blick in die Zukunft gerichtet, kann sie sich sogar gut vorstellen, im sos-Kinderdorf eine Position zu besetzen, die auch eine leitende Funktion hat. Was am Anfang als große Herausforderung begann, ist jetzt zu einer Lebensaufgabe geworden, die Yvonne und die Kinder im gegenseitigen Umgang miteinander gestärkt und positiv verändert hat. Die Türen des sos-Kinderdorfes stehen Besuchern immer offen und alle sind herzlich eingeladen.

www.sos-kinderdorf.de

»Die schönsten Momente sind die, wenn die Kinder wieder zu uns ins SOS-Kinderdorf zurückkommen – auch wenn sie schon lange erwachsen sind!«

Kuppler von Beruf

TEXT *Harriet Lemcke* * FOTOS *Oliver Reetz*

ER STAMMT AUS EINER HAMBURGER UNTERNEHMERFAMILIE MIT TRADITION UND SOLLTE EIGENTLICH AUCH ETWAS MIT SCHIFFFAHRT MACHEN. NILS PICKENPACK ZOG ES JEDOCH INS MARKETING. ER STUDIERT BWL UND GRÜNDETE 2007 MIT CONNECTING BRANDS SEIN EIGENES UNTERNEHMEN. DAFÜR SUCHTE ER SICH GESTANDENE PARTNER.



Es ist wohl eine der schönsten Aussichten Hamburgs: Wenn Nils Pickenpack auf dem Balkon des Konferenzraumes in der Großen Elbstraße 279 steht, dann guckt er direkt auf den Hafen. Der unverbaubare Blick auf das Wasser der Elbe, die Kräne des Hafengeländes und die vorbeifahrenden Schiffe – das alles hat in der Abenddämmerung dieses lauen Februartages etwas Meditatives und Wildromantisches. »Wenn die Queen Mary zum Kreuzfahrtterminal einläuft, dann wird es bei uns in den Büros dunkel«, sagt Nils Pickenpack, der mit seinem Unternehmen connecting brands in den Räumen der etablierten Werbeagentur kmf residiert. Von der Decke des mondänen Konferenzraumes hängt ein riesiger Kristalllüster. Auf dem Besprechungstisch für geschätzt 15 Personen steht ein Karton. Darin die neueste von Nils Pickenpack vermittelte Markenkooperation. Die Müsli-Mischungen der Firma mymuesli werden gemeinsam mit den neuen Mandel-drink- und Nussdrink-Kreationen der Marke Alpro vermarktet. Beides sind optimale Partner für ein reichhaltiges und gesundes Frühstück. Was als »Bartering« aus Marketing und Kommunikation bekannt ist, hat der 45-Jährige zu seinem Geschäftsmodell gemacht und ist damit erfolgreich.

Herr Pickenpack, Sie haben connecting brands 2007 gegründet. Wie ist die Idee dazu entstanden?

So, wie häufig Ideen für Unternehmungen entstehen. Ich habe einige Jahre in der Konsumgüterindustrie und danach sieben Jahre in einer Agentur gearbeitet und mir überlegt, dass es nun an der Zeit ist, etwas Anderes oder was Eigenes zu machen. Hier in diesem Raum ist dann eher zufällig die Idee zu connecting brands entstanden. Einen der beiden Geschäftsführer von kmf kannte ich über einen privaten Kontakt.

Wir haben uns hier getroffen und über Möglichkeiten einer Zusammenarbeit gesprochen. Dabei kamen wir recht schnell auf Kooperationsmarketing – weil dieses ein interessanter Markt und ein Thema ist, welches so noch nicht belegt ist. Es gibt kaum Agenturen, die sich dieses Thema auf die Fahnen schreiben. Ich habe vorher schon im Promotionsbereich einer Agentur gearbeitet und dort Kooperationen umgesetzt. Dadurch habe ich über die Jahre ein sehr großes Netzwerk an Kontakten aufgebaut. Aus diesen Tatsachen heraus kam uns sehr schnell die Idee zu einer gemeinsamen Unternehmung. Wir saßen hier dreimal zusammen und haben uns dann beim Notar getroffen, um connecting brands zu gründen.



»Kooperationen sind eigentlich gar nicht schwer – wenn man weiß, wen man in einem Unternehmen ansprechen kann.«

Womit beschäftigt sich Ihre Agentur hauptsächlich? Wie kann ich mir Ihren Arbeitsalltag in der Praxis vorstellen?

Jedes Unternehmen will natürlich seine Produkte verkaufen und überlegt sich, was es in Marketing und Vertrieb für Maßnahmen durchführen muss. Kooperation ist ein Ansatz, die Marketing- und Vertriebsziele unter Einbindung eines geeigneten Partners zu erreichen. Unsere Hauptaufgabe ist es, das Matching vorzunehmen und für Kunden geeignete Partner zu suchen, die ihnen genau das bieten, was sie suchen und das brauchen, was sie anzubieten haben. Haben wir die passenden Partner gefunden, bringen wir beide zusammen.

Heißt das, dass Sie von einem Unternehmen beauftragt werden, welches den Wunsch hat zum Beispiel den Produktverkauf der Marke xy zu steigern? Oder kommen die Unternehmen zu Ihnen und fragen danach, mit wem sie kooperieren können, um mehr Erfolg zu haben?

Es gibt beide Varianten. Einige Unternehmen skizzieren ihre Problemstellung und möchten Vorschläge. Es gibt auch Unternehmen, die bereits Vorstellungen haben, mit welchem Unternehmen sie kooperieren wollen und schon eigene Ideen mitbringen. Häufig ist den Verantwortlichen nicht klar, wie sie an ihr Wunschunternehmen herantreten sollen. Oder

sie finden es professioneller, eine Kooperationsmarketingagentur dazwischenzuschalten. Kooperationen sind eigentlich gar nicht schwer – wenn man weiß, wen man in einem Unternehmen ansprechen kann. Im Idealfall ist es so, dass wir schon Ansprechpartner in den Unternehmen kennen.

Wenn nun ein Kunde mit einem Kooperationswunsch zu Ihnen kommt, wie gehen Sie dann vor?

Zunächst einmal erstellen wir ein Anforderungsprofil. Darin steht, was der Wunsch-Kooperationspartner an Leistungen mitbringen soll. Dazu müssen wir uns natürlich anschau-

en, welche Zielgruppe die Marke des Kunden hat. Dann ist es wichtig zu fragen, welche Zielgruppe der Partner haben und ob es eventuell die gleiche sein soll. Vielleicht möchte die Marke mit der Kooperation auch neue Kundengruppen erreichen. Wenn das Anforderungsprofil erstellt ist, dann definiere ich Kriterien, die der Kooperationspartner haben muss. Gegebenenfalls definiere ich auch Ausschlusskriterien – zum Beispiel »no sex, drugs and alcohol«. Wenn ich das Profil habe, überlege ich mir, welche Marken in Frage kommen. In einer Angebotspräsentation stellen wir dann den Kooperationspartner und die Kooperationsidee vor. Darin steht dann zum Beispiel auch, was der Kooperationsuchende in eine Kooperation einbringen kann, also welche Vorteile er einem potenziellen Partner bietet und natürlich auch, was er von dem Partner möchte. Wir recherchieren in Wirtschaftsdatenbanken, im Netz und in Sozialen Netzwerken wie Xing und erstellen dann eine Liste von Unternehmen, von denen wir glauben, dass sie für unseren Kunden interessant sind.

Warum halten Sie Kooperationen für so besonders – vielleicht im Vergleich zu klassischer Werbung?

Kooperationen sind einfach clever. Wir leben in einem Zeitalter, in dem alles miteinander vernetzt ist und sich jeder auf das fokussiert, was er am besten kann. Da man nicht alles selber machen kann, ist es clever, sich für die Bereiche, in denen man nicht so stark ist, einen Partner zu suchen. Kooperationen sind ja kein Selbstzweck. Ein Unternehmen



»Wir saßen hier dreimal zusammen
und haben uns dann beim Notar getroffen,
um connecting brands zu gründen.«



»Ich strebe gar nicht an, eine 50-Mann-Agentur aufzubauen. Die Größe, die wir jetzt haben, finde ich gut. So habe ich die Möglichkeit, operativ im Tagesgeschäft mitzuarbeiten.«

sollte sich fragen, ob es seine Marketing-, Vertriebs- oder Kommunikationsziele mit Kooperationen schneller oder auch günstiger erreichen kann. Gerade bei beschränkten Budgets sind Kooperationen ein Weg, eine größere Leistung zu erzielen. Kooperationen schaffen immer Win-Win-Win Situationen. Deshalb stoße ich bei Anrufen in den Unternehmen auch auf offene Ohren. Wären wir eine reine Promotion- oder Werbeagentur, dann würde ich bei Unternehmen häufiger und schneller auf verschlossene Türen treffen.

Welches war denn die ungewöhnlichste Kooperation, die Sie arrangiert haben?

Wir haben einmal zwei schwer Vermittelbare zusammengebracht – die Partnervermittlung Elitepartner und den Kondomhersteller Billyboy. Einer Partnervermittlung haftet immer etwas der Ruf des Verruchten an, obgleich Elitepartner grundsätzlich arbeitet und deren Kunden nicht auf das schnelle Abenteuer aus sind. Auf der anderen Seite ist eine

Kondommarke auch kein leicht zu vermittelnder Kooperationspartner. Die Kunden bekamen beim Kauf eines 10er Packs Billyboy seinerzeit einen 100-Euro-Rabatt auf den Abschluss einer Jahresmitgliedschaft bei Elitepartner. Das Angebot wurde sehr gut angenommen. Für den Verbraucher ist es wichtig, dass die Partner zusammenpassen und er versteht, warum die beiden kooperieren.

Im Marketing geht es ja gern einmal um den USP. Welches ist der USP Ihrer Agentur?

Auf dem deutschen Markt gibt es kaum eine Agentur, die rund um das Thema Kooperationen ein so umfangreiches Leistungsportfolio hat. Neben der operativen Vermittlung von Kooperationen und Kooperationssamplings bieten auch Beratung und Seminare zu Markenkooperationen an. Außerdem veranstalten wir mit der CO-BRANDS ein Kooperationsmarketing-Event. Auch dieses Veranstaltungskonzept einzigartig in Deutschland.

Auf die CO-BRANDS komme ich gleich noch einmal zurück. Können Sie mir vorab noch etwas zu Ihren Seminaren sagen?

Gemeinsam mit drei Co-Autoren habe ich im vergangenen Jahr ein Buch über Markenkooperationen veröffentlicht. Darin haben wir unser geballtes Know-how niedergeschrieben. Auf Basis des Buches haben wir anschließend ein Seminar entwickelt. Das theoretische Fachwissen wird angereichert mit Praxisübungen und Case Studys. Wir bieten das Seminar auch als Inhouse-Veranstaltung für Unternehmen an. Wir stellen fest, dass es in Unternehmen im zunehmenden Maße Abteilungen gibt, die sich mit Kooperationsmarketing beschäftigen und dann geschlossen an unseren Seminaren teilnehmen. Häufig arbeiten sie nach dem Prinzip Learning by doing und möchten mit unserer Hilfe systematisch an das Thema Kooperationsmarketing herangehen.

Sie haben die CO-BRANDS eben bereits angesprochen. Im Mai findet die Veranstaltung bereits zum sechsten Mal statt. Woher stammt die Idee, Marketingentscheider zusammen zu bringen und quasi im Speeddatingverfahren miteinander zu verkuppeln?

Wenn man im Marketing arbeitet, bekommt man ständig Einladungen zu Kongressen, Messen und Workshops. Wir haben festgestellt, dass viele Besucher diese Veranstaltungen hauptsächlich besuchen, um Kontakte zu knüpfen und weniger, weil sie das Thema der Vorträge interessiert. Unsere Mission ist es, Marken zusammenzubringen und so haben wir uns überlegt, dass es sinnvoll wäre, ein Veranstaltungsformat zu entwickeln, bei dem das Zusammenbringen, das Matchen von Marken, im Mittelpunkt steht. Anders als beim Speeddating gibt es auf der CO-BRANDS keine Blind-Dates, sondern organisierte und gematchte Treffen. Im Vorfeld der Veranstaltung registrieren sich die Unternehmen auf einem dafür bereitgestellten Portal. Dabei füllen sie einen recht umfangreichen Fragebogen zum Unternehmen, zum Teilnehmer und zu ihrem Kooperationsprofil aus. Auf Basis der Kooperationsprofile macht die Software dann Vorschläge, welche anderen Partner passen könnten. Im Vorfeld der CO-BRANDS können die Teilnehmer dann Gesprächspartner aussuchen. Jeder Teilnehmer kann bis zu zehn Gesprächstermine vereinbaren und fährt also bereits mit einem vollen Terminkalender zur Veranstaltung. Pro Gesprächspartner haben die Teilnehmer auf der Veranstaltung 30 Minuten Zeit, um Kooperationsmöglichkeiten auszuloten und das weitere Vorgehen zu vereinbaren. Das ist sehr effizient.

Nun sind die Teilnehmer bzw. die Marken, die sie verkörpern, ja unterschiedlich attraktiv. Wie stellen Sie sicher, dass alle ausreichend viele Gesprächstermine vereinbaren können und nicht einige überlaufen werden und andere keine Anfragen bekommen?

Natürlich gibt es Unternehmen und Marken, die für besonders viele Partner sehr attraktiv sind. Vom Prozess her haben wir es so angelegt, dass jeder Teilnehmer zunächst fünf Termine machen kann und weitere fünf Termine dann erst

zum Ende der Anmeldephase freigeschaltet werden. Manchmal ergeben sich aus den Gesprächen, die zwei vermeintlich nicht so interessante Partner miteinander führen die fruchtbarsten Kooperationen. Die vorab organisierten Dates sind auf der CO-BRANDS aber nicht alles. Es gibt immer wieder so genannte Networking breaks, damit die Leute sich miteinander austauschen können, die keine Termine vereinbart haben. Außerdem gibt es ein gemeinsames Mittagessen und auch eine Abendveranstaltung.

Aus welchen Branchen kommen die Teilnehmer?

Es ist komplett bunt gemischt. Vom Dax-Konzern bis zum Startup-Unternehmen ist alles vertreten. Die Branchen reichen von Automobil über Konsumgüter bis hin zu Versicherungen. Wir achten darauf, dass die Teilnehmer wirkliche Kooperationen anbieten. Es dürfen zum Beispiel keine Agenturen teilnehmen, die ein Unternehmen vertreten oder Sales Manager von Medien, die dann ihre Medialeistung verkaufen wollen. Die Teilnehmer wollen an dem Tag nichts kaufen, sondern Leistungen tauschen.

Haben Sie Wunschkunden, die Sie gerne einmal in einer Kooperation zusammenbringen möchten?

Wir sind gerade an einer Luxus-Automarke dran, die wir für eine ganz bestimmte Idee mit einer Luxus-Kreuzfahrtgesellschaft zusammenbringen wollen. Wenn wir das schaffen, dann wäre das wohl der Ritterschlag.

Nun sind Sie seit 2007 am Markt. Klassische Frage an einen Unternehmer: Wo möchten Sie in fünf bis zehn Jahren sein?

Ich strebe nicht an, eine 50-Mann-Agentur aufzubauen. Die Größe, die wir jetzt haben, finde ich gut. So habe ich die Möglichkeit, operativ im Tagesgeschäft mitzuarbeiten. Also ganz nach dem Motto: klein, aber fein.

Wie viele Mitarbeiter hat connecting brands derzeit?

Wir sind drei Mitarbeiter, haben aber ein großes Netzwerk an Partnern, mit denen wir zusammenarbeiten. Hier nutzen wir zum Beispiel die Infrastruktur unserer Partneragentur. IT, Buchhaltung, Grafik haben wir dorthin ausgelagert. Dadurch, dass wir so viele Leistungen rund um das Thema Kooperationen anbieten, werden wir in der Regel viel größer wahrgenommen, als wir eigentlich sind.

— Der Vater von zwei sechs und acht Jahre alten Kindern arbeitet gern, achtet aber auf eine ausgewogene Work-Life-Balance. Selbstständig zu sein heißt für Nils Pickenpack, das tun zu können, wofür sein Herz schlägt, aber auch selbst zu entscheiden, wie viel er arbeitet.

www.connectingbrands.de, www.co-brands.de

DER KAFFEE-ROCKER VOM KALKBERG

TEXT *Harriet Lemcke* × FOTOS *Oliver Reetz*

EX-MUSIKMANAGER RALF SCHAFFER GIBT SICH SEINEN LEIDENSCHAFTEN HIN. IN BAD SEGEBERG VERWIRKLICHT ER DAS, WAS IHN GLÜCKLICH MACHT: IDEEN ENTWICKELN, HOCHWERTIGEN KAFFEE RÖSTEN, NACHHALTIG ARBEITEN UND GUTES TUN. SEINE VISION: ER WILL DEN KREIS SEGEBERG ZU EINER BUNDESWEIT BEACHTETEN MARKE MACHEN.

Ralf Schaffer ist eine One-Man-Show, sprudelt vor Ideen und Erfindergeist. Mit vier Jahren wusste er, dass er Musiker werden will. Mit sieben gründete Ralf seine Band, der er fast 20 Jahre treu blieb. Mit 18 ließ er sich an der ersten Rock-Uni Deutschlands in Hamburg zum Sänger ausbilden, arbeitete für TV-Produktionen, fürs Kino und mit den Rockern der Scorpions bis ein Autounfall die Sängerkarriere beendete. Ralf Schaffer war damals 27. Er fing an, Künstler zu betreuen, organisierte Sponsoren und wurde als Manager weiterempfohlen. Schon bald arbeitete er eng mit Peter Maffay zusammen, die Uni Münster engagierte ihn und mit der Entrée-Stiftung des Udo-Lindenberg Keyboarders Jean Jacques Kravetz förderte Ralf Schaffer benachteiligte Kinder mit musikalischem Talent. Der bullige Zwei-Meter-Mann mit blonder Wallemähne war gut im Geschäft. Mit 45 entschied sich der Tausendsassa, noch einmal ein ganz neues Projekt zu starten. Vor den Toren Hamburgs produziert er hochwertige Kaffeespezialitäten. Die Bohnen röstet er in seiner Big Mama, die derzeit noch in der Garage steht, in Kürze aber ins eigene Geschäft umziehen wird. Damit nicht genug: Ralf Schaffer hat den Aufbau einer starken Regionalmarke zu seiner Mission gemacht.

Ralf, wie wird man vom Musikmanager zum Kaffeeröster?
Ich hatte eine hartnäckige Allergie und konnte die Ursache dafür nicht finden. Nachdem ich fast alles durchprobiert hatte, kam meine Frau auf die Idee, dass es vielleicht am Kaffee liegen könnte. Damals habe ich bis zu anderthalb Kannen Filterkaffee am Tag getrunken. Ich fing an, mir hochwertigen Rohkaffee zu besorgen, legte mir eine Röstmaschine zu und röstete die Bohnen selbst. Dabei habe ich natürlich viel Material verdorben, bis ich den Dreh raus hatte. Mit der ersten Tasse meines richtig gerösteten eigenen Kaffees war ich meine Allergie los. Das ist jetzt zehn Jahre her.

Worauf führst du das zurück – mit dem Wissen von heute?
Genau in dem Moment habe ich mich gefragt, was denn wohl eigentlich dahinter steckt. Ich habe angefangen, im Internet über Kaffee zu lesen, habe mir Bücher besorgt, habe mit Experten gesprochen, Röstereien besucht und mich intensiv mit dem Thema beschäftigt. Fazit: Was die Industrie als Kaffee verkauft besteht aus allem, was man nicht zu sich nehmen sollte. Bei der Industrieröstung wird Kaffee erster, zweiter und dritter Wahl bei gut 450 Grad



»Mit der ersten Tasse meines richtig gerösteten eigenen Kaffees war ich meine Allergie los. Das ist jetzt zehn Jahre her.«



»Gelebte Inklusion und Nachhaltigkeit im Umgang mit Produkten – das ist Kalkberg Kaffee.«

ungefähr 90 Sekunden geröstet. Das hat zur Folge, dass einige Bohnen verkohlt und andere noch gar nicht durchgeröstet sind. Nach dem traditionellen Verfahren, welches kleine Röstereien weltweit anwenden, wird hochwertiger Kaffee bei 200 Grad für etwa 20 Minuten schonend und gleichmäßig durchgeröstet. Ich selbst gehe mit der Temperatur noch einmal ein wenig runter und schlage das bei der Zeit drauf. Ergebnis ist ein Kaffee, von dem man so viel trinken kann, wie man möchte, ohne dass es negative Folgen hat.

Ich habe dann für mich festgestellt, dass ich mich mit Kaffee beschäftigen möchte und auch ein Stück weit für Aufklärung sorgen möchte. Das geht los bei der Qualität und der Wirkung – immerhin ist richtig gerösteter Kaffee extrem magenschonend, krebsvorbeugend und konzentrationssteigernd – bis hin zu der Tatsache, dass auf vielen

Plantagen weltweit Kinder arbeiten müssen. Wenn ich im Laden zwei Pfund vermeintlich guten Kaffees für je 3 Euro 99 kaufe, dann verdient der Staat daran 2 Euro 19 plus Mehrwertsteuer. Nun muss ich kein Genie sein, um mir überlegen zu können, dass bei dem Geld, was nach Abzug der Steuern übrigbleibt, eine nachhaltige Produktion unmöglich ist.

Das Thema Nachhaltigkeit ist dir sehr wichtig, oder?

Auf jeden Fall. In meinem eigenen Laden wird die Produktion gläsern sein. Die Leute können mir beim Kaffeerösten zuschauen, Fragen stellen und bekommen alle Informationen. Außerdem werde ich ausschließlich benachteiligte oder gehandicapte Mitarbeiter beschäftigen. Gelebte Inklusion und Nachhaltigkeit im Umgang mit Produkten – das ist Kalkberg Kaffee.





»Mich reizt auch die Möglichkeit, später einmal in die Länder zu reisen, in denen der Kaffee produziert wird, und dort direkt auf den Plantagen dazu beizutragen, dass sich Dinge ändern. Vielleicht werde ich eine Stiftung gründen. Das ist schon sehr lange mein Wunsch.«

Gibt es besondere Voraussetzungen, die zu beachten sind?

Wenn man gehandicapte Menschen beschäftigen möchte, wird immer nach Aktenlage entschieden. So muss derjenige zu mindestens 50 Prozent behindert sein. Der künftige Arbeitsplatz, die Immobilie wird begutachtet und anhand dessen werden die Voraussetzungen für eine Beschäftigung definiert. Als Arbeitgeber muss ich diese dann umsetzen, um eine Unterstützung für mein Projekt zu bekommen.

Nun möchtest du ja nicht einfach nur wie seit zehn Jahren Kaffee rösten. Du hast ja noch deutlich mehr vor, nämlich den Aufbau einer kompletten Regionalmarke. Kalkberg wird sie heißen. Was sind deine Pläne?

Der wichtigste Schritt war, dass ich mir diese Marke geschützt habe. Bad Segeberg gibt es seit dem 12. Jahrhundert und seit 60 Jahren pilgern Hunderttausende Menschen pro Jahr zu den Karl-May-Festspielen. Umso mehr hat mich verwundert, dass noch niemand auf die Idee gekommen ist, sich die Marke Kalkberg schützen zu lassen. Ich möchte

in dieser Region etwas schaffen, was es hier noch nicht gibt. Bad Segeberg liegt im Dreieck zwischen Hamburg, Lübeck und Kiel. Wer an Bad Segeberg denkt, denkt an ein großes Möbelhaus und die Karl-May-Festspiele. Außer diesen beiden Unternehmen gibt es nichts, womit sich die Region rund um die Stadt identifizieren kann. Alle Menschen kennen aber den Kalkberg. Deshalb habe ich vor, die Region unter der Dachmarke Kalkberg zu vermarkten. Mit dem Slogan: So schmeckt Segeberg. Damit möchte ich den Menschen in der Region einen Bezug geben und ein Wir-Gefühl schaffen. Wir nutzen dabei den allgemeinen Trend zu regionalen Produkten und das steigende Bewusstsein der Menschen für Qualität aus dem eigenen Umfeld. Starten wird »Kalkberg – so schmeckt Segeberg« mit der Untermarke Kalkberg Kaffee. Sie steht für hochwertigen und schonend selbstgerösteten Kaffee und jede Menge Kaffeeprodukte wie handgemachte Pralinen, meine schon jetzt extrem beliebte Kaffee-Essenz, für erlesene Liköre aus Kaffee und vielen weiteren Produkten. Der nächste Schritt sind dann weitere regionale Produkte unter der Dachmarke. Mit den Lieferanten führe ich schon intensive Gespräche.

Was ist dir bei der Auswahl der künftigen Markenpartner wichtig?

Ich suche immer Menschen, die so ticken wie ich. Sie müssen für das brennen, was sie tun. Ich habe zum Beispiel eine Dame gefunden, eine gelernte Industrieschokoladenmeisterin, die in ihrer Manufaktur großartige Dinge aus Schokolade produziert. Sie wird zum Beispiel nach meinen Vorgaben und mit meinen Kaffeeprodukten die Pralinen für die Marke Kalkberg Kaffee herstellen. Mir ist wichtig, dass Menschen nach einer Philosophie arbeiten. Ich selbst habe auch noch einmal ein Röstseminar besucht und mir den Feinschliff geholt. Meine Lehrerin in Stendal hat das Rösten von einer Kaffee-Koryphäe in Wien gelernt.

Wie viele Sorten Kaffee wird es bei dir geben?

Starten werde ich mit zehn Sorten normalen, sortenreinen Kaffees. Normal heißt in diesem Falle, dass der Preis für den Verbraucher in einem normalen Rahmen liegt. Ich werde auch drei Raritäten anbieten, die preislich in einem deutlich höheren Segment liegen. Der ist für Menschen gedacht, die sich gelegentlich ein halbes Pfund Kaffee für ca. 30 Euro leisten können und wollen. Wenn das gut anläuft, werde ich die Sortenanzahl erhöhen. Da es insgesamt 6000 Sorten Kaffee auf der Welt gibt, ist ausreichend Luft nach oben.

Woher beziehst du deinen Kaffee?

Einen Teil des Kaffees kaufe ich bei einem Lieferanten in Hamburg ein. Einen weiteren Teil beziehe ich direkt von den Plantagen. Unser Investor stammt aus einer alten Kaffeefamilie und hat familiäre Bande unter anderem zu Plantagen in Mexiko. Auf diesen wird ganz traditionell angebaut und geerntet. Das ist nicht mit industrieller Kaffeeproduktion vergleichbar. Das Ergebnis ist der beste biologische Kaffee, den man sich vorstellen kann. Zusätzlich beziehe

»Ich bin überzeugt davon, dass die Marke Kalkberg – so schmeckt Segeberg sehr groß wird und auch über die Kreisgrenzen hinweg Verbreitung findet.«

ich Kaffee von zwei kleinen Plantagen in Südost-Asien. Damit unterstütze ich zum einen ein Projekt für Frauen in Indonesien und zum anderen ein Projekt zum Schutz der Orang-Utans. Meinen Kaffee verkaufe ich ausschließlich sortenrein. In Supermärkten und den meisten Handelsunternehmen findet der Verbraucher ausschließlich einen Blend aus verschiedenen Kaffeesorten unterschiedlicher Qualität, die dann miteinander geröstet und gemahlen werden. Das wird es bei mir ebenso wenig geben wie mit Plastik ausgeschlagene Papiertüten für den Verkauf. Auch hier gehe ich komplett ökologisch an die Sache ran und verkaufe Kaffee ausschließlich in Pfanddosen.

Wenn du jetzt ein wenig in die Zukunft spinnst, wo siehst du dich dann im Jahr 2019? Wirst du dann der Manager einer starken Dachmarke »Kalkberg – so schmeckt Segeberg« sein und darunter eine Markenfamilie regionaler Produkte entwickelt haben?

So wird es sein. Darum werde ich gar nicht herumkommen, denn irgendjemand muss den Job ja machen. (lacht) Ich bin überzeugt davon, dass die Marke »Kalkberg – so schmeckt Segeberg« sehr groß wird und auch über die Kreisgrenzen hinweg Verbreitung findet. Von mir wird es ganz klare Aufgaben geben, um die Qualitätsstandards sicherzustellen. Auch werde ich jeden, der unter der Marke Kalkberg Kaffee eine Kaffeerösterei eröffnen möchte, selbst ausbilden. Grund ist, dass ich anders röste als andere dies tun. Mir ist außerdem wichtig, dass in allen Filialen, die es in Zukunft geben wird, mit gehandicapten Menschen gearbeitet wird.

Du hast einen Investor gefunden, der deine Idee fördert, du hast bereits Produkte für die Marke Kalkberg Kaffee entwickelt und du hast neben Lieferanten und Geschäftspartnern auch schon diverse Kunden gewonnen, die bereits jetzt darauf warten, von dir beliefert zu werden. Wie schafft man das alles? Hattest du Helfer?

Ich hatte einen Helfer, meine Frau. Wir sind ein eingespieltes Team. Meine Frau ist Künstlerin. Sie designt und versteht auch meine schrägen Gedanken. Wenn ich etwas skizziere, ist sie eine von wenigen, die genau weiß, wie ich das meine. Sie hat das gesamte CD (*Corporate Design – Anm. d. Red.*) umgesetzt. Mein riesiger Vorteil ist, dass ich ein

sehr großes Netzwerk habe. Aus meiner Zeit als Sänger und Musikmanager kenne ich wahnsinnig viele Menschen aus verschiedensten Bereichen, die ich auch gezielt ansprechen kann. Darüber hinaus nutze ich soziale Netzwerke sehr intensiv. Ich möchte alle Schritte beim Aufbau meines Unternehmens gläsern machen und schreibe auch, wenn mal etwas total mies läuft. Die Resonanz ist beeindruckend und allein darüber habe ich schon viele Kunden und Geschäftspartner gewonnen.

Seit fast einem Jahr bist du Vollzeit mit deinem Projekt beschäftigt. Wie finanzierst du dich in der Zwischenzeit?

Das ist eine sehr gute Frage. Bevor ich mit meinem Markenprojekt gestartet bin, war ich als Berater und Koordinator für eine Hamburger Aktiengesellschaft tätig. Dort habe ich ein gutes Honorar in Rechnung stellen können. Allerdings warte ich noch auf eine nicht unerhebliche Summe bislang unbezahlter Rechnungen, was sehr unerfreulich ist und die Sache doppelt schwer macht. In den vergangenen Monaten haben wir uns daher ausschließlich aus Rücklagen finanziert. In solchen Phasen muss man durchhalten und es wirklich wollen. Ich habe mich konsequent für diesen Weg entschieden und mir die Wahl nicht gelassen. Natürlich werde ich auch künftig noch mit zum Beispiel Peter Maffay arbeiten, aber es steht nicht mehr im Vordergrund. Diese klare Kante war ein wichtiges Signal an mich selbst, mich jetzt voll auf dieses Projekt zu fokussieren und zu konzentrieren.

Wie viele Stunden arbeitest du?

Nicht mehr so extrem wie früher, aber immer noch viel. Früher habe ich mich komplett prostituiert – mit der Folge, dass ich einen Tinnitus hatte, einen Hörsturz bekam und erst mal für eine Weile gar nicht mehr arbeiten konnte. Daraus habe ich gelernt. Heute nehme ich mir bewusst Auszeiten und achte auf eine Balance. Immerhin bin ich meine wichtigste Ressource. Wenn meine Energie weg ist, dann ist da nichts mehr, was ich einsetzen kann.

Hast du außer Kaffee und Musik noch weitere Leidenschaften?

Ich bin chronisch neugierig. Das ist die größte Leidenschaft, die man als Mensch haben kann. Meine Neugierde hat dazu geführt, dass ich in meinem Leben schon ganz viele Erfindungen gemacht habe. Nach dem Ende meiner Musikerkarriere habe ich mir andere Medien gesucht, um mich kreativ auszudrücken. Ich habe Unmengen an Gebrauchs- und Geschmacksmustern angemeldet.

Hast du ein Beispiel für eine Erfindung?

Ich koche für mein Leben gern. Dabei hat mich total genervt, dass beim Kochen immer der Topfdeckel irgendwie im Weg ist. Mit ein paar Ingenieuren habe ich also einen Deckel mit Halterung entwickelt, so dass man diesen am Topf oder an der Pfanne befestigen kann. Damit kann man den Deckel in verschiedenen Stufen offen stehen lassen. Für diese Entwicklung habe ich auch Preise gewonnen.



Wenn mich ein Problem beschäftigt, dann muss das raus aus meinem Kopf und ich suche eine kreative Antwort darauf.

Wie beantwortest du die Frage danach, was du beruflich machst? Wie siehst du dich selbst? Als Daniel Düsentrieb, Unternehmer, Kreativer ...?

Das ist in der Tat schwer. Auf meiner neuen Visitenkarte habe ich jetzt das erste Mal eine Bezeichnung für mich. Darauf steht Inhaber. Bisher hatte ich nie eine Antwort, wenn mich jemand gefragt hat, was ich eigentlich bin. Ich bin in jede kreative Richtung kreativ und mache wahnsinnig viel.

Bist du mit deiner Idee, die Marke Kalkberg auf- und auszubauen, vielleicht am Ziel deiner langen kreativen Reise angekommen? Das Projekt hat ja unendlich viel Potenzial, um dich die nächsten 20 Jahre zu beschäftigen...

Ja und nein. Ja genau aus dem Grund, dass es so viel Potenzial hat. Es dürfte nicht einfach nur fertig sein. Das

wäre gefährlich, weil mir zu langweilig. Kalkberg hat genug Potenzial, um sich in ganz viele Richtungen zu erweitern. Mich reizt auch die Möglichkeit, später einmal in die Länder zu reisen, in denen der Kaffee produziert wird und dort direkt auf den Plantagen dazu beizutragen, dass sich Dinge ändern. Vielleicht werde ich eine Stiftung gründen. Das ist schon sehr lange mein Wunsch.

— Wer Ralf Schaffer trifft, der kann gar nicht anders, als diesen großen Wikingertypen direkt ins Herz zu schließen. Sein Ideenreichtum ist ansteckend und er hat die Fähigkeit, Menschen für Visionen und Konzepte zu begeistern. Ganz nebenbei braut er tödlich leckere Kaffee-Essenz, welche nicht nur als Topping auf Eis ein gehöriges Suchtpotenzial hat. Auch die Liköre aus dem Hause Schaffer sind einzigartig und ein sicherer Geheimtipp. www.kalkbergkaffee.de



WERTVOLLES IN SAND

TEXT *Dominik Maaßen* • FOTOS *Oliver Reetz*

IHRE KUNST IST FÜR DEN AUGENBLICK UND NICHT FÜR DIE EWIGKEIT GEMACHT. IHRE BILDER AUS SAND FLIEßEN ELEGANT INEINANDER ÜBER, UM DANACH IM NIRGENDWO ZU VERSCHWINDEN. IHREM BEGEISTERTEN PUBLIKUM ERZÄHLT DIE PERFORMANCE-KÜNSTLERIN ANNE LÖPER SO NICHT NUR EMOTIONALE GESCHICHTEN. SIE KONFRONTIERT ES AUCH MIT VERLOREN GEGANGENEN WERTEN WIE RUHE UND DER SCHÖNHIT EINZIGARTIGER MOMENTE.



Es ist ein morgendliches Ritual, das Tausende von Frauen in Südindien seit Jahrhunderten pflegen. Wie sie es traditionell schon von ihren Müttern und Großmüttern gelernt haben. Vor ihrer Haustür bestreichen sie eine kleine Fläche mit Kuhdung, besprenkeln sie leicht mit Wasser, nehmen zwischen Daumen und Zeigefinger eine Handvoll weißes oder bunt gefärbtes Reismehl, lassen es langsam herunterrieseln und kreieren so aus zahlreich verbundenen Punkten und Linien symmetrische Muster und Ornamente. Die schönen Kolams, die dabei zum Vorschein kommen, fördern nicht nur Konzentration und Kontemplation. Angeblich schützen sie die Hausbewohner und signalisieren Besuchern ein herzliches Willkommen.

Und wer als neugieriger Reisender, wie die Künstlerin Anne Löper, dabei auch noch beobachtet, wie die zarten Zeichnungen im Laufe des Tages durch eine leichte Windböe, einen ignoranten Rikschafahrer oder eine umherirrende Kuh zerstört werden, ahnt, dass sie auch noch eine andere symbolische Bedeutung haben: Der Mensch wird sich der Vergänglichkeit der Dinge bewusst. Und damit der Kostbarkeit des Augenblicks. Natürlich schaffen die Frauen am nächsten Tag ein neues Kolam, das im hektischen Alltag ganz sicher das gleiche traurige Schicksal der Zerstörung teilt.

Auch bei der Performance-Kunst von Anne Löper, die durch diese indische Tradition inspiriert wurde, entstehen Bilder aus feinem, feinkörnigem Material. Bei ihr ist es Sand, aus dem sie Bilder schafft. Kurz vor Ende ihres Studiums an der Leipziger Hochschule für Grafik und Buchkunst war Löper noch dringend auf der Suche nach einem Thema für ihre Diplomarbeit. Sie empfand vor allem den Wunsch nach einer »tieferen und wahrhaftigeren Art und Weise, sich in Bildern auszudrücken«. In Indien stieß sie dann auf die Kolams – und war elektrisiert. »Ich hatte schon immer eine Affinität dazu, direkt mit den Händen zu malen«, sagt Anne Löper. »Irgendwann war dann für mich klar, dass ich das mit Hilfe von Licht und Gegenlicht auf einen Tisch übertrage und legte los.«

Sie holte sich zwei Holzböcke, platzierte eine Glasplatte darauf, einen Baustrahler darunter, legte Transparentpapier dazu, das das Licht diffuser verteilt. Eine Kamera darüber filmt Anne Löpers Darbietung auf dem Glas, um den gesamten Prozess dann mit Beamer für ein Publikum auf die große Leinwand zu übertragen. »Es war einfach meine Technik«, sagt die Künstlerin. »Von den Inderinnen habe ich ein Zweifingersystem gelernt, mit denen sie ewig lange Linien zeichnen können. Auch, wie man den Sand wirft, ist irgendwann nur eine Frage der Feinmotorik.«

Gar nicht begeistert, sondern enttäuscht reagierte ihr Professor, als er von den körnigen Diplomplänen hörte. Sein



»Ich musste erstmal ein Gefühl für die Stadt bekommen, bin rumgelaufen, habe alles angeschaut, recherchiert, Leute befragt und Skizzen gemacht. Danach gehe ich an den Tisch.«

Kommentar: »Wie, mit Sand? Das hast du doch gar nicht bei mir gelernt?« Ihre Antwort: »Nein, aber das Erzählen.« Schließlich steckte sie ihn an. Wie bereits andere Kollegen von Anne Löper schätzte er, wie zum Beispiel Schattierungen auf ganz einfache Weise entstehen. »Der Sand bringt das mit. Ich liebe dieses Medium, weil ich mit ihm noch nie an Grenzen gestoßen bin«, sagt sie.

Aber nicht nur künstlerisch hat Anne Löper seit dem auf Sand gebaut. Auch geschäftlich. Denn im Gegensatz zu vielen anderen Kreativen verwandelt sie die Magie ihrer Bilder auch erfolgreich in bare Münze. In die Hamburger Elbarkaden strömt seit Wochen ein bunt gemischtes Publikum zu ihrer ausverkauften, rund 75-minütigen »Sand Malerei Show«. Anne Löper entführt die Menschen darin in Hamburgs Geschichte von 1860 bis heute. Sie inszeniert eine Art poetisches Mosaik, das von Veränderungen des Stadtbilds, den jeweiligen Zeitstimmungen und den unterschiedlichen Lebensgefühlen berichtet.

Auf ihrem Glaskasten beziehungsweise für alle im dunklen Saal sichtbar auf der Videoleinwand entstehen dann in Echtzeit ungewöhnliche Bilder. Wie durch Zauberhand gehen sie nahtlos ineinander über und verdichten sich zu charmannten wie stimmungsvollen Geschichten: Zu sehen sind ein Pärchen auf dem Jungfernstieg der Jahrhundertwende, Schiffe am Willkomm-Höft, der Fischmarkt, der Dom, ein Ruderboot nahe der Köhlbrandbrücke, Schlittschuhläufer auf der geschmückten Alster, aber auch Kriegswirren, unter denen die Hamburger litten.



Mit Sandbildern, die aus ihren Händen fließen, begeistert die Performance-Künstlerin Anne Löper ihr Publikum.



Musik ist dabei ein weiteres wichtiges Element. Anne Löper spielt, singt und vertont sie vorher teilweise selbst. Oder nimmt regionale Geräusche, akustisches Lokalkolorit, vor Ort auf. Immer passend zur jeweiligen Erzählung. Zu hören sind dann vom Band ein schwungvoller Tango, der brüllende Aale-Dieter, Stimmengewirr von der Reeperbahn, die laute Hupe eines Dampfers oder Leierkastengedudel.

Ganz ungewöhnlich startet Anne Löper ihre Show jedoch mit klassischen Klängen aus einer Symphonie des Hamburgers Johannes Brahms. Unerwartet getragen klingen auch Sätze der »Hammonia«, der inoffiziellen Hymne von Hamburg aus dem Jahr 1828, die sie mit Zitaten einstreut wie »Heil über dir Hammonia. Stadt Hamburg, Vielbegabte, Freie. So reich an Bürgersinn und Treue, so reich an Fleiss und Regsamkeit«. »Die Leute rechnen nicht damit, dass ich in altdeutscher Sprache spreche«, sagt Anne Löper. »Und plötzlich werden sie inhaltlich mit Werten konfrontiert. Ich merke aber immer – da regt sich was. Sie nehmen das dankbar auf.« Genauso wie die Ruhe. »Viele sind glücklich, dass sie nicht so zugeballert werden mit Informationen. Wie es sonst in ihrem Alltag passiert.«

Damit das lebendig scheinende Material Sand in seiner Bewegung die Seele der Künstlerin spiegelt und Emotionen weckt, braucht sie die volle Konzentration. »Jeder Handgriff muss ohne Patzer sitzen. Seit ich sande, trinke ich keinen Kaffee mehr, so dass ich nicht zittere. Gegen schwitzige Hände hilft Yoga«. Vor der Show zieht sich Anne Löper zudem auch räumlich in die Stille zurück. »Trete ich nach der Aufführung mit dem Publikum wieder in den Kontakt, muss ich im Kopf bewusst einen Switch machen.«

Für die Entwicklung einer kleinen Erzählung von zehn Minuten in Sand rechnet sie mit circa einem Monat Vorbereitung. Für die Show in Hamburg hat sie vorher gut ein halbes Jahr investiert. »Ich musste erstmal ein Gefühl für die Stadt bekommen, bin rumgelaufen, habe alles angeschaut, recherchiert, Leute befragt und Skizzen gemacht. Danach gehe ich an den Tisch.«

Wie ein Illustrator setzt sie die Inhalte erst konzeptionell auf Papier um, Bild für Bild in einem Storyboard, das sie später praktisch in Sand zeichnet. »Ich stelle jedoch nicht nur frei wie andere, also ritze mit dem Finger in den Sand. Ich streue und streiche, arbeite mit Hell-Dunkel-Kontrasten und Schichten, damit die Bilder Tiefe bekommen. Das Sanden ist wie Malerei, aber gleichzeitig wie plastisches Formen.« Meistens wischt sie ein Bild nicht weg, sondern lässt das vorherige stehen und ins nächste übergehen. »Das lieben die Leute.«

Wichtig ist ihr während des Schaffensprozesses auch die Stille und Ruhe in ihrem Dreißigseelendorf bei Witzhausen, wo sie mit ihrem Partner in einer grünen Idylle lebt. »Ich bin überzeugt, dass die aktuelle Show nicht so tief und ruhig wäre, wenn ich das Stück in Hamburg entwickelt hätte.« Überzeugen musste sie auch zu Beginn den Veranstalter, der erst von schnelleren Bildwechseln aus-

»Viele sind glücklich, dass sie nicht so zugeballert werden mit Informationen. Wie es sonst in ihrem Alltag passiert.«

gegangen war. »Aber ich habe ganz klar gewusst, dass sich niemand eine Stunde einen solchen Wahnsinn antut. Das Auge dreht sonst durch. In unserer schnellleibigen Zeit kann ein Stück auch mal langsam sein.« Die meist ausverkauften Veranstaltungen geben ihr Recht.

Anne Löper sandet jedoch nicht nur Hamburgs Geschichte. Ihre Bilder finden sich in Liveprojekten mit Musikern, Theaterproduktionen, Musikvideos, Schulen, privaten Feiern wie Hochzeiten oder auf einem Filmfestival, wo sie einen Workshop für kleine Künstler organisierte: »Kinder lieben das. Aber auch viele Erwachsene, die es ausprobieren. Sie merken, dass man in Verbindung mit etwas steht und sieht, was auf einmal mit den eigenen Händen passiert. Das entspannt. Vor dem PC dagegen absorbiert man, hängt drin und ist nicht mehr da.«

Für Kunden fertigt Anne Löper auf Wunsch Auftragsarbeiten. Die sonst so lebendigen Bilder finden sich dann – wie im Schnappschuss eingefroren – auf Leinwänden, Textilien, Fotografien, hinter Acrylglas, auf PVC, Holz, Kunstdrucken, Glückwunsch- oder Postkarten wieder. Auch für eines ihrer nächsten Projekte hat sie ausnahmsweise mal zur Kamera gegriffen. Sie entwickelt gerade einen 90-seitigen Fotoband, für den sie in Südindien auf einer Reise die Vielfalt der Kolams festgehalten hat. Also irgendwie doch wieder Sand.

Und damit ihr der nicht ausgeht, steht wohl bald ein weiterer Trip an. Nach Zentralasien. Am häufigsten fragen ihre Zuschauer nämlich, welchen Sand sie verwendet. »Ich habe ganz verschiedene ausprobiert. Der aus der Sahara ist nicht so geeignet, er ist zu hell. Der von der Nordsee noch heller und grobkörniger. Der schwarze von Lanzarote wirkt sehr grafisch, wie bei harten Zeitungsbildern.«

Anne Löpers Sand stammt aus der Wüste Gobi. Sie schätzt seine Sepiafarbe, die an das alte Fotoverfahren der Daguerreotypie erinnert. »Ich habe mir aus der Wüste vor vier Jahren drei Kilo mitgebracht. Für Nachschub muss ich jedoch bald wieder hin. Denn bei der Show greife ich schließlich immer voll rein und verteile den Sand gut an der Seite des Tisches.« Inzwischen ist ihr auf diese Weise Körnchen für Körnchen ein halbes Kilo verschütt gegangen. Irgendwie versandet.

— www.gesandet.de



Schifffahrt im Zeichen des Ahornblattes

TEXT *Harriet Lemcke* • FOTOS *Oliver Reetz*

SEIT 2010 MISCHEN SIE DIE TRADIERTE SCHIFFFAHRTSBRANCHE AUF. ALEXANDER TEBBE UND LUCIUS BUNK SIND GRÜNDER UND JUNGUNTERNEHMER. STÜCKGUT STATT CONTAINERFRACHT IST IHR ERFOLGSREZEPT. AUERBACH SCHIFFFAHRT HAT SICH BINNEN KÜRZESTER ZEIT EINEN NAMEN GEMACHT UND IST AUF ERFOLGSKURS.

W

oran erkennt man Unternehmer? Sie trampeln nicht unaufhörlich im Hamsterrad und träumen ihr Leben – von einer besseren Welt, tollen Jobs, mehr Freiheit, mehr Geld. Unternehmerpersönlichkeiten ticken anders. Sie steigen aus dem Hamsterrad vermeintlicher Sicherheit aus und machen einfach. Alexander Tebbe und Lucius Bunk sind von diesem Schlag. Die beiden jungen Männer Anfang dreißig haben etwas gewagt und ihr Schicksal selbst in die Hand genommen. Mitten in der weltweiten Schifffahrtskrise haben sie ein Schifffahrtsunternehmen gegründet und damit frischen Wind in eine Branche gebracht, die von Tradition und konservativem Denken geprägt ist. Erklärtes Ziel der beiden ist, mit Auerbach Schifffahrt ein Geschäft aufzubauen, welches altbewährte Tugenden mit frischen Ideen verbindet. Ihr Unternehmen mit dem Ahornblatt als Wahrzeichen ist in einem Gründerzeitbau in der Hamburger Innenstadt beheimatet. An den weiß getünchten Wänden des Empfangsraumes hängt das riesige Steuerrad eines 1926 gebauten Dampfers. Auf diesem war der Großvater von Alex-

ander Tebbe Kapitän. Die bequemen Sessel und die Stuckdecke machen den gediegenen Gesamteindruck des Raumes komplett. Die beiden Jungunternehmer selbst wirken in Jeans und Pulli dagegen frisch und lässig.

Alexander und Lucius – die Schifffahrt steckt seit einiger Zeit in der Krise. Wie kommt es, dass ihr euch entschieden habt, eine Reederei zu gründen?

ALEXANDER Vor über zehn Jahren habe ich einmal Schifffahrtskaufmann gelernt. Vor über 15 Jahren bin ich mit einem Schiff von Hamburg nach St. Petersburg gefahren. Mein Großvater war Kapitän. Ich bin in einem maritimen Umfeld groß geworden und fand Schifffahrt immer schon toll.

LUCIUS Mit der Schifffahrt bin ich als Kind zwar nicht in Berührung gekommen, aber ich komme aus einer Unternehmerfamilie. Mein Vater und auch meine Großväter waren Unternehmer. Für mich war es schon immer ein Traum, unternehmerisch tätig zu sein. Mich hat es gereizt, in einer altherwürdigen und von Tradition geprägten Industrie Gedanken neu zu denken und moderne Dinge auszuprobieren.



Wie seid ihr euer Projekt angegangen?

ALEXANDER Zuerst muss ich dazu sagen, dass das alles nicht über Nacht kam. Es könnte ja sein, dass Leute denken: Da kommen mal eben zwei junge Typen aus dem Studium und kaufen einfach ein Schiff. Ich habe Lucius 2005 beim Hamburger Eisbeinessen kennengelernt. Das Hamburger Eisbeinessen ist die größte Schifffahrtsveranstaltung der Welt. Wir verstanden uns auf Anhieb. Wie der Zufall es will, haben wir zwei Jahre später einen Schreibtisch geteilt und bei einer sehr alt eingesessenen Hamburger Reederei gemeinsam an einem Projekt gearbeitet. Über den Zeitraum von zwei Jahren lernten wir uns intensiver kennen und stellten fest, dass wir gut zusammen arbeiten können. Wir sind zwei sehr unterschiedliche Typen und ergänzen uns hervorragend. Wir sind öfter mal abends ein Bier trinken gegangen und haben uns gesagt: irgendwann kommt der Zeitpunkt, an dem wir etwas Eigenes machen.

Mit Beginn der Schifffahrtskrise 2008 sind wir ganz unterschiedliche Wege gegangen. Lucius ist nach Shang-

»ICH BIN IN EINEM MARITIMEN UMFELD
GROSS GEWORDEN UND FAND SCHIFFFAHRT
IMMER SCHON TOLL.«

Alexander Tebbe



»ICH KOMME AUS EINER UNTERNEHMER-
FAMILIE. MEIN VATER UND AUCH MEINE
GROSSVÄTER WAREN UNTERNEHMER.«

Lucius Bunk

hai gegangen. Ich habe angefangen, bei einem Hamburger Emissionshaus zu arbeiten. Anfang 2010 haben wir telefoniert und uns gesagt, dass wir vor einigen Jahren immer von »hätte, wäre, wenn« geträumt haben. Und wir haben uns gefragt, ob jetzt der Zeitpunkt ist, um unsere Träume zu verwirklichen. Wir haben immer häufiger gesprochen und angefangen, unsere Wochenenden durchzuarbeiten – ich in Hamburg und Lucius in Shanghai. Nach einem halben Jahr Brainstorming haben wir es dann einfach gemacht.

LUCIUS Im März 2010 kam der Anruf von Alex. Ich musste nicht besonders lange nachdenken, weil ich den Wunsch hatte, irgendwann zu gründen und sich die Frage nach dem richtigen Partner nicht stellte. Der Zeitpunkt ist dann richtig, wenn man das Gefühl hat, das man zusammen etwas auf die Beine stellen kann. Wir wussten, dass die Krise noch einige Jahre andauern wird. Wir hatten relativ schnell das Gefühl, dass es Dinge gibt, die man in der Schifffahrtsbranche anders anpacken kann und dass antizyklische Gründungen auch in anderen Branchen schon erfolgreich waren.

Wenn man sich mit Anfang dreißig sagt: Ich könnte ja erst noch einige Jahre Erfahrungen sammeln, vielleicht nochmal den Job wechseln und eine Managementaufgabe übernehmen und dann überlege ich nochmal, ob ich mich selbstständig mache. Das ist in der Regel der Anfang von einem lebenslangen Angestelltendasein, weil man dann am Ende doch nicht springt. Ich war zum Zeitpunkt der Gründung schon verheiratet und hatte zwei Kinder. Ich habe mir gesagt: wenn ich jetzt nicht springe, dann weiß ich nicht, ob ich es nochmal mache. Was ich aber weiß ist, dass ich mich dann mit 40 ärgere und mir wünsche, ich hätte es probiert.

Wenn man einen Imbiss eröffnen möchte, dann sind die To Do's ja recht überschaubar. Was muss man alles tun, wenn man ein Schifffahrtsunternehmen gründen möchte?

ALEXANDER Unheimlich viel. (*lacht*) Ein Schifffahrtsunternehmen aufzubauen ist eine Lebensaufgabe. Das war uns von vornherein klar. Wir haben uns fünf Jahre Zeit genommen, eine kleine Schifffahrtsflotte auf die Beine zu stellen. In dieser Zeit machen wir uns darüber Gedanken, wie wir aus der Flotte ein Schifffahrtsunternehmen machen, denn dafür braucht es mehr als nur eine Anzahl von Schiffen. Nun ist es nicht so, dass wir uns gesagt haben: Wir haben viel Geld, gehen los und kaufen Schiffe. Die erste Frage, die sich stellt, ist: Wo bekommen wir viel Geld her? Wir haben bisher drei Schiffe gekauft und jedes hat rund zehn Millionen Euro gekostet. In der Krise ist es sehr schwer, Banken zu überzeugen. Diverse Regularien erlauben es ihnen nicht, Neugründungen zu unterstützen. Neben dem Fremdkapital brauchten wir Eigenkapital, also Investoren. Auch das ist schwer, denn alle großen Investoren haben sich in den letzten Jahren ebenfalls die Finger verbrannt. Schiffe kaufen ist auch nicht so einfach – zumindest, wenn man so wie wir den Anspruch hat, sie auch langfristig zu betreiben. Ein Netzwerk ist hier Gold wert und das hatte Lucius aufgrund der Tatsache, dass er lange in Asien gelebt hat.

LUCIUS Jeder Gründer steht erst einmal vor derselben Herausforderung. Es gilt, einen Namen zu finden, den im Handelsregister anzumelden, einen Schreibtisch zu organisieren und einen Computer, mit dem man mit der Welt kommunizieren kann. Dann macht man sich Gedanken darüber, wie man nach außen hin auftreten will. Die Fragen,

die sich allen Gründern stellen sind: Wie vermarkte ich mein Business und wie vertreibe ich das, was ich machen will? Sehr schnell stellt man fest, dass man für das brennen muss, was man tun will. Man muss Menschen davon überzeugen, dass diese Leidenschaft das Unternehmen trägt und zum Erfolg bringt. Wenn man das transportieren kann und außerdem konzentriert an dem Aufbau arbeitet, dann hat man eine Chance, seine Pläne auch erfolgreich umzusetzen.

Wie haben denn die Banken auf eure Pläne reagiert?

ALEXANDER Positiv war, dass alle Banken uns eingeladen haben. Mehr als Schulterklopfen haben wir allerdings nicht bekommen. Die durchgängige Paradeantwort war: Wenn ihr zehn Schiffe finanziert, dann machen wir das elfte. Die elfte Bank, eine Regionalbank, war es am Ende, die gesagt hat: Wir machen das. Am Telefon sagte man uns, dass wir eigentlich durch jedes Raster durchfallen. Trotzdem wollte die Bank das erste Schiff finanzieren. Das war wahrscheinlich unser Sechser im Lotto.

Welches waren dann die nächsten Schritte vom Businessplan zur Unternehmung Auerbach?

LUCIUS Eine Unternehmung entwickelt sich über die Zeit. Zunächst mal mussten wir einen Pflock einschlagen und das war der Kauf des ersten Schiffes. Unsere Vision ist es, ein voll integriertes Schifffahrtsunternehmen aufzubauen, welches nicht nur Schiffe betreibt, sondern auch die Ladung akquiriert und die Crew managt. Letztlich ist und bleibt eine Unternehmung ein dynamischer Prozess. Vor drei Jahren hätten wir sicher nicht in Gänze skizzieren können, wo wir heute stehen. Es hat sich vieles über die Zeit weiterentwickelt.

Was macht ihr anders als andere Schifffahrtsunternehmen?

ALEXANDER Wir haben das Rad nicht neu erfunden. Wir haben uns angeschaut, was unserer Meinung nach in die Krise geführt hat, in der wir heute sind. Und wir haben uns angeschaut, wie Schifffahrt in den letzten hundert Jahren funktioniert hat. Schifffahrtsunternehmen zu sein, bedeutet für uns, Schiffe zu besitzen und sie auch zu betreiben. Die Realität der letzten Jahrzehnte sah anders aus: Einige Leute finanzieren Schiffe, andere vermieten Schiffe, wieder andere



»WIR HATTEN RELATIV SCHNELL DAS GEFÜHL,
DASS ES DINGE GIBT, DIE MAN IN
DER SCHIFFFAHRTSBRANCHE ANDERS ANPACKEN
KANN UND DASS ANTIZYKLISCHE GRÜNDUNGEN
AUCH IN ANDEREN BRANCHEN SCHON
ERFOLGREICH WAREN.«

Lucius Bunk



befrachten Schiffe. Nun ist Schifffahrt ein sehr zyklisches Geschäft. Wenn wenig konsumiert und produziert wird, dann geht es der Branche schlecht und wenn die Weltwirtschaft boomt, dann boomt die Schifffahrt enorm. Wenn ein Schifffahrtsunternehmen diese Zyklen aushalten möchte, dann muss es eine gewisse Kapitalstärke vorhalten. Aus unserer Sicht geht das nur, wenn man eigene Schiffe finanziert, Ladung von A nach B bringt und sich ein Polster anfrisst.

LUCIUS Der Fokus auf die Nische war extrem wichtig. Es ist leichter, eine solche Vision zu verkaufen, weil Menschen sich an einem Gesamtbild festhalten können. Die Projektladungsschifffahrt ist ein relativ kleiner Teil des weltweiten Schifffahrtsmarktes, der hier auch in Hamburg kaum zu sehen ist. Gerade in den Entwicklungsländern in Südamerika und Südostasien werden Projektladungsschiffe eine unglaubliche wichtige Rolle spielen. Für Infrastrukturprojekte braucht man diese Schiffe mit starken eigenen Kränen. Es passt eben nicht alles in einen Container.

Euer Schifffahrtsunternehmen heißt Auerbach. Jedem, der einmal Goethes Faust gelesen hat, ist das ein Begriff. Wie seid ihr auf diesen Namen gekommen?

LUCIUS Die Namensfindung ist bei Unternehmensgründung immer eine der größten Baustellen. Wir haben uns überlegt, welche Idee, welche Werte wir eigentlich transportieren wollen. Schnell waren wir uns einig, dass das Unternehmen einen deutschen Namen haben und damit deutsche Tugenden transportieren sollte. Gerade in Asien, in Südamerika und den USA wird deutsche Herkunft immer noch mit Qualität verbunden. Die Idee zu Auerbach kam von Alex. Wir haben ja beide in der 13. Klasse den Goethe gelesen und Auerbach ist ein urdeutscher Begriff. Ich musste eine Nacht darüber schlafen, aber am nächsten Tag war ich begeistert und dann haben wir das auch so gemacht.

ALEXANDER Was wir nicht wollten, war ein Name wie New Hamburg Maritim Investment Limited Company. Wir wollten die Werte ausdrücken, mit denen wir 1954 Fußballweltmeister geworden sind. Um den Namen allerdings ins Handelsregister eintragen lassen zu können, mussten wir uns einen Mitgründer mit dem Namen Auerbach suchen. Wir haben also das Telefonbuch aufgeschlagen und Auerbachs in ganz Deutschland angerufen.

Wie sieht euer Arbeitsalltag als Schifffahrtsunternehmer aus?

ALEXANDER Wir haben uns als Ziel gesetzt, zehn Schiffe zu besitzen. Heute haben wir drei, es sind also noch sieben Schiffe nach. Gerade haben wir unser Kapital verdoppelt. Die Investoren, die wir heute an Bord haben, finden den Weg spannend, wollen ihn mitgehen und werden die nächsten Schiffe finanzieren. Parallel geht es darum, Banken von unseren Plänen zu überzeugen und auch die passenden Schiffe zu finden, was nicht ganz einfach ist. Nach drei Jahren stellt sich jetzt auch die Frage, wie wir die Vision Bereederung, Befrachtung und Bemannung auf die Reihe bekommen. Heute haben wir sehr gute asiatische Seeleute auf den Schiffen. Der nächste Schritt wäre nun, europäische Seeleute mit an Bord zu nehmen. Männer, die Auerbach-Seeleute sind und sich auch als solche verstehen.

Wenn ihr jetzt ins Jahr 2024 schaut. Wo wollt ihr stehen?

LUCIUS Ich wünsche mir, dass wir in Bereichen Flottengröße, technische Betreuung und Befrachtung der Schiffe und handverlesenes Personal an Bord einen deutlichen Schritt nach vorne gegangen sind und das Thema vollintegriertes Schifffahrtsunternehmen umgesetzt haben. In zehn Jahren sollte es so sein, dass wir den Befrachter an Land haben, der mit dem Kapitän an Bord über die von uns akquirierte Ladung spricht – wann diese in Hamburg abzuholen und nach Mumbai zu verschiffen ist.

— Erfolgreiche Schifffahrtunternehmer müssen nicht unbedingt waschechte Hamburger sein. Lucius Bunk, bei Auerbach Schifffahrt der Experte für internationalen Handel und Kulturen, stammt aus der Nähe von Frankfurt. Erst durch das Studium in Schottland, Hong Kong und Shanghai wurde seine Leidenschaft für die Schifffahrt geweckt. Alexander Tebbe, der Experte für Finanzthemen, stammt aus Haren an der Ems. Das 20 000-Einwohner-Städtchen hat 20 Reedereien und belegt nach Hamburg und Leer in Ostfriesland damit Platz drei in Deutschland.

Impressum

x

Das IDEAL! Magazin
erscheint vierteljährlich.

HERAUSGEBER
Oliver Reetz (V.i.S.d.P.)
Madita van Hülzen (V.i.S.d.P.)

CHEFREDAKTEURIN
Harriet Lemcke
Telefon (0151) 10788470
hl@ideal-magazin.de

ART DIRECTOR
Ulli Neutzling

REDAKTION DIESER AUSGABE
Sybille Föll, Harriet Lemcke,
Dominik Maaßen,
Madita van Hülzen

LEKTORAT
Stephanie Eck

FOTOGRAFEN DIESER AUSGABE
Christian Barz,
Tobias Gromatzki, Oliver Reetz

REDAKTIONSADRESSE
IDEAL! Magazin
Lederstraße 28
22525 Hamburg
www.ideal-magazin.de
facebook.ideal-magazin.de

PUBLIC RELATIONS
Harriet Lemcke

DRUCK UND BINDUNG
Books on Demand GmbH,
Norderstedt

CONTRIBUTORS

Das IDEAL!-Team



OLIVER REETZ

Herausgeber, Fotograf



MADITA VAN HÜLSEN

Herausgeberin, Redakteurin



HARRIET LEMCKE

Chefredakteurin



ULLI NEUTZLING

Art Director



SYBILLE FÖLL

Redakteurin



DOMINIK MAASSEN

Redakteur



STEPHANIE ECK

Lektorat



CHRISTIAN BARZ

Fotograf



JÜRGEN SAUER

Fotograf



MEINE HELDEN

Madita van Hülzen

Seit 2007 beschäftigt mich das Thema Tod immer mehr und ich frage mich, warum der Tod in der Gesellschaft meistens ein Tabuthema ist. Ich möchte dies gerne ändern und habe daher Ende 2013 noch eine Ausbildung zur Trauerbegleiterin angefangen. Hier lerne ich nicht nur viele neue Menschen kennen, die mich nachhaltig beeindruckten, sondern ich bin geradezu überwältigt von der inneren Kraft einiger Menschen – sowohl von den Sterbenden, als auch von den Trauernden und auch von denjenigen, die beruflich täglich mit dem Thema Tod zu tun haben.

Mareike Fuchs ist einer dieser Menschen, die mir in den letzten Wochen begegnet sind und die mich mit ihrer Persönlichkeit stark beeindruckt hat. Frau Fuchs ist 35 Jahre jung und bereits seit zehn Jahren in der Hospizarbeit tätig. Sie ist sehr freundlich und herzlich und auch wenn sie mit voller Stimme spricht, ist sie alles andere als laut. Ihre Worte wirken stets bedacht und sie bringt eine innere Ruhe mit, die nicht nur gefühlvoll sondern auch sehr verständnisvoll wirkt.

Mareike Fuchs ist Hospizleiterin bei »Hamburg Leuchtf Feuer« und die Philosophie ist hier ganz klar und heißt: Den Tagen mehr Leben geben.

Vor Hospizen muss man keine Angst haben. Das sind liebevolle Einrichtungen mit ca. zehn bis fünfzehn Einzelzimmern, deren Angebot sich an schwerkranke Menschen mit einer unheilbaren und fortgeschrittenen Erkrankung richtet. Die Be-

wohner werden durch ein multiprofessionelles Team von Fachpflegekräften, Palliativmedizinern, Schmerztherapeuten, Sozialarbeitern, Seelsorgern und Ehrenamtlichen ihren Bedürfnissen entsprechend versorgt. Die Kosten werden von den Kranken- und Pflegekassen übernommen.

Im »Leuchtf Feuer«-Hospiz gibt es keine Zeit für menschliche Mauern und Fassaden, denn hier ist jeder gleich – die Hospizmitarbeiter ebenso wie seine Bewohner. Alle Menschen begegnen sich hier über ihre Profession und ihre Erkrankung hinaus. Oftmals wird der nahende Abschied für alle Beteiligten zur intensivsten Phase im Leben.

Mareike Fuchs geht es um die achtsame Begegnung im Miteinander, denn das ist die elementare Grundlage bei der Begleitung schwerkranker und sterbender Menschen und ihrer An- und Zugehörigen. Im »Hamburg Leuchtf Feuer«-Hospiz werden nicht nur die Menschen in ihrer jetzigen Situation begleitet, sondern jeder Mensch mit seiner gesamten Lebensgeschichte und seinem sozialen Umfeld. Angehörigen und Freunden steht das Hospiz Tag und Nacht offen und es gibt immer die Möglichkeit, auch im Hospiz zu übernachten.

Die Welt braucht mehr Mareikes und es wäre schön, wenn wir alle verstehen, dass Sterben auch Leben ist.

Raum zum Leben, Raum zum Abschied nehmen: Das »Hamburg Leuchtf Feuer«-Hospiz, www.hamburg-leuchtf Feuer.de



DIANA STAEHLY

Beruf
Schauspielerin

Mein Spitzname
nie gehabt

Geburtstag (Sternzeichen)
Skorpion

Ich glaube daran, dass
alles immer irgendwie gut wird

Ich lebe mit
meiner Familie

Meine Hobbys
Joggen, Yoga und Romane lesen

Am meisten Spaß macht mir
mit meiner kleinen Tochter zu lachen

Ich bin ein Fan von
guten (meist amerikanischen) Serien

Der coolste Film / Serie
Sherlock / Mad Men

Ich denke, dass
Schokolade glücklich macht

Ich hätte nie damit gerechnet, dass
älter werden gar nicht schlimm ist

Wenn ich mal groß bin, möchte ich
auf ein erfülltes Leben blicken

Mein Lieblingssuperheld ist
Batman

Was gibt's Neues?
Stromberg im Kino!

Wer das hier auch mal ausfüllen soll
Robert Downey jr.

IDEAL! MAGAZIN REGELMÄSSIG LESEN?

Dann abonnieren unter
abo@ideal-magazin.de
zum Jahrespreis von 80 Euro
inkl. Versand.
Förderabo 115 Euro

„Ich bringe es, ein **BUCH**
zu schreiben, also bringe
ich es *auch RAUS!*“



Auf was oder wen noch warten? Mit BoD kann man die Dinge selbst in die Hand nehmen und sein Buch ganz ohne Risiko selbst verlegen – gedruckt und als E-Book. Inspirieren und informieren Sie sich unter: www.bod.de

BoDTM
BOOKS on DEMAND

MEIN BUCH,
MEIN ERFOLG.