

Und jetzt was Handfestes

Vier Unternehmer machen Millionen im Internet. Um dann nach dem ganz anderen Ding zu suchen. Wohin das führte, lesen Sie hier.

Text: Gerhard Waldherr

Foto: Heji Shin, Günther Bayerl (S. 62)

Jan Henric Buettner

Er läuft zum Schloss, es ist umstellt von Gerüststangen, die Fassade frisch verputzt. Weiter zum Kutschenhaus daneben, hinter dem ein gewaltiges Loch im Boden klafft. Betonwände, Holzverschalungen, Eisenstangen. Zur Reetscheune, in der man durch eine sündhaft teure Glasdecke in das Rundhölzergewirr der Dachkonstruktion blickt. Weiter. Zum Pferdestall. Weiter. Zur Stellmacherei, die schon möbliert ist; zum Schlossteich. Weiter, weiter. Durch die neu gepflanzte Lindenallee; vorbei an der alten Lindenallee; hinunter zum Strand; zum neu gebauten Bootshaus, in dem im März ein Bistro eröffne. Er läuft und erzählt und schwärmt und läuft.

„In meinem Kopf“, sagt Jan Henric Buettner, 47, ein großer, schlanker Mann, jungenhafte Erscheinung, schulterlanges Haar, „war es immer so, wie es schon geworden ist und wie es am Ende aussehen wird.“ Wenngleich er zugeben müsse, dass es schwer sei, „sich vorzustellen, was in meinem Kopf stattfindet“. Deshalb zu allem Zahlen: 16 Suiten im Schloss. Der Swimmingpool für den Spa in und hinter dem Kutschenhaus wird 20 mal 6 Meter groß sein, zu zwei Dritteln in den Wald gebaut, 33 Grad Wassertemperatur. 400 Sitzplätze, wenn in der Reetscheune Veranstaltungen stattfinden. 80 000 Euro hat das Beschneiden der alten Lindenbäume gekostet. Im Schloss steht ein Modell der Anlage. Er zeigt auf die Klötzchen. „Hier neun Zimmer, hier zwei, hier vier, hier ein neues Gebäude mit acht Zimmern, 116 Suiten und Zimmer insgesamt, 250 Betten.“

Das Schloss Weißenhaus soll im Frühjahr 2013 eröffnet werden. Es befindet sich auf 75 Hektar Land, besteht aus 30 Gebäuden und ist für ihn eine Investition von 60 Millionen Euro. Eine Destination der Spitzenklasse will Buettner schaffen, mit Gourmetrestaurant, Beachclub, Kino und Yoga-Raum im früheren Bienenhäuschen. „Wir werden die Anforderungen von fünf Sterne plus erfüllen.“ Auch beim Preis. Von 500 Euro im Schnitt für ein Doppelzimmer plus Verpflegung, so Buettner, müsse man ausgehen: „Keine Kompromisse bei der Qualität, keine beim Preis. Wir können alles außer billig.“



*Sein Leben ist eine Baustelle:
der Hotelier Jan Henric Buettner und
das Schloss Weißenhaus*

An der Ostsee, nahe Oldenburg in Holstein, Hohwachter Bucht. Dort die Gemeinde Wangels, der Ortsteil Weißenhaus. Wo seit Mitte des 17. Jahrhunderts die Grafen von Platen-Hallermund residierten, denen einmal ein Viertel Schleswig-Ostholsteins gehört haben soll. Als Buettner das Anwesen kaufte, sprachen sie in der Gegend vom mysteriösen „Internet-Millionär“, und nicht wenige unkten, der müsse verrückt sein. Da das Schloss doch baufällig war, die meisten Wirtschaftsgebäude verfallen, überwuchert, verschüttet. Malerisch gelegen, aber nicht viel mehr als ein Haufen Ruinen am Meer. Buettner hat das nicht interessiert: „Man muss sich immer fragen, wo liegt deine Leidenschaft, dein Interesse. Ich bin begeisterungsfähig, und wenn ich begeistert bin, gebe ich alles.“

So ist er schon, als er in Hamburg Betriebswirtschaftslehre studiert und ein Praktikum bei einer gerade gegründeten Firma in der Nähe von London macht, die keiner kennt und aus der später Vodafone hervorgeht. Als er danach beim Axel Springer Verlag landet, ist er maßgeblich beteiligt an den Bemühungen des Verlags um Mobilfunk-Lizenzen. Er wird Assistent des Vorstandsvorsitzenden Peter Tamm und entwickelt bei Springer den Fachbereich „Interaktive Medien“.

1995 baut er zusammen mit Andreas von Blottnitz AOL Europe auf, wird Geschäftsführer von AOL Deutschland. 1997 geht er in die USA, gründet seinen eigenen Venture Capital Fonds (BV Capital), der sich auf Internetfirmen spezialisiert. 2003 spricht ein Gericht in Kalifornien Buettner und von Blottnitz 209 Millionen Euro zu; beide hatten Bertelsmann auf einen Gewinnanteil aus dem Verkauf der AOL-Beteiligung an AOL Time Warner verklagt. Man einigt sich außergerichtlich auf 160 Millionen Euro.

Wenn man ihn fragt, wie er, der in Santa Barbara in einem schönen Haus am Pazifik lebt, an ein marodes Gut an der Ostsee gerät, sagt er: „Da war schon der Wunsch, mal etwas Handfestes zu machen, etwas mit Nachhaltigkeit, langfristiger Wertentwicklung zu kreieren, das Seelenlose abzugeben.“ Er sagt, als er bei AOL Deutschland war, habe er zu Hause mit Begeisterung Rasen gemäht. Wegen des Gefühls danach: „Etwas Sichtbares geschafft zu haben.“ Um materielle Güter sei es ihm beim Projekt Weißenhaus nie gegangen, „ich wollte ja mein Leben lang unabhängig sein, nicht gebunden durch Besitz“. Das viele Geld habe ihn „in die Knie gezwungen. Da war die Frage: Was sind jetzt meine Ziele, was ist meine Motivation, wofür tue ich das alles?“ Ergo: „Ich brauchte eine Sache, in die ich mich reinknien konnte.“

Weißenhaus ist für Buettner aber auch eine Reise zurück in die Jugend. Als Teenager besucht er das staatliche Internatsgymnasium Schloss Plön, eine halbe Autostunde entfernt. Seine Eltern haben fünf Kilometer hinter Weißenhaus ein Wochenendhaus. An der Hohwachter Bucht hat er Sonn-, Feiertage und Ferien ver-

bracht, sie war für ihn „immer ein magischer Ort“. Wenn er aus den USA kam, um die Eltern zu besuchen, gingen sie stets in ein Café im Garten des Schlosses. Und so traf er auch seinen Jugendfreund Ole wieder. Ole Marxen, den Sohn von Freunden der Eltern. Sie kennen sich, seit sie sechs sind. Marxen erzählt, der Graf sei pleite und das Schloss zu haben. Im Oktober 2005 zahlt Buettner sieben Millionen Euro („all inclusive“).

Es gebe Leute, sagt Buettner, „die kaufen sich ein Schloss, und dann brennt es ihnen ein Loch in die Tasche“. Zu denen wolle er nicht gehören. Er wolle ein „kleines historisches Dorf“ wieder zum Leben erwecken. Er wolle alles, was er im Luxus- und Wellnessbereich erlebt und schätzen gelernt habe, an einem Platz „zusammenbringen“. Das Schloss werde deshalb „schlossig eingerichtet“ sein, das Bootshaus „neuenglandmäßig, Cape Cod“. Das Spa stelle er sich ein bisschen vor wie im Resort Schloss Elmau in Krün bei Garmisch-Partenkirchen oder im Hotel „Zur Bleiche“ in Burg im Spreewald. Er hat sich informiert. In der Hotelbranche setze sich „nur noch Niedrigpreis oder absolutes Toplevel durch“. Er hat einen Businessplan gemacht und errechnet, dass sich das Investment bei 65 bis 70 Prozent Auslastung in etwa 20 Jahren amortisiere.

Reich werden muss er nicht mehr, doch Geld verdienen will er. Kindheitserinnerung hin, Nachhaltigkeit her: Es ist ein Unternehmen, das Einsatz verlangt. „Ich schaffe eine Luxus-Wohlfühl-Destination. Ich vermiete es an eine Betreibergesellschaft und kassiere eine Pacht – so einfach geht es leider nicht.“ Als Partner bei BV Capital ist er daran gewöhnt, Firmen knallhart nach ihrem Potenzial zu analysieren. Und doch ist Weißenhaus eine neue Erfahrung. Venture Capital pendele zwischen „Gier und Angst“, die Internetbranche werde „immer weiter fragmentiert“, das nächste Erfolgsmodell zu finden werde immer schwieriger, das Risiko immer höher. Zumal Buettner prognostiziert: „Der wirtschaftliche Abschwung wird die Web- und Start-up-Welt in sechs bis neun Monaten mit voller Wucht treffen.“

Zwei Dinge seien ihm wichtig. Erstens: „Es ist schön, wieder mit der Naivität an eine Unternehmung zu gehen wie damals, als das Internet oder der Mobilfunk überhaupt das Thema waren.“ Und zweitens: „Ich wundere mich selbst, welche Geduld ich entwickelt habe.“ Dreieinhalb Jahre dauerte es allein bis zur Baugenehmigung. Siebeneinhalb Jahre werden voraussichtlich zwischen Kauf und Inbetriebnahme des Hotels vergehen. Buettner hat die Langsamkeit entdeckt. Früher sei er zur richtigen Zeit am richtigen Platz gewesen, sei inspiriert gewesen vom „Geist der Zeit“. Bei Schloss Weißenhaus, sagt er, „freue ich mich über jedes Gebäude, das entsteht“. Wegen des Gefühls danach. Buettner: „Vielleicht werden meine Kinder später einmal sagen: ‚Mein Papa hat das geilste Ding überhaupt gebaut.‘“ ▶

Ulrich Dietz

Eine Maschinenfabrik. Solide, berechenbar, da weiß man, was man hat. Das, denkt er, will er machen. 1987 hat er mit zehn Mitarbeitern in St. Georgen im Schwarzwald GFT Technologies gegründet, eine Firma für IT-Lösungen und Dienstleistungen. 1999 ist GFT international etabliert und seit Kurzem an der Börse notiert. Man hat große Kunden und Umsätze im dreistelligen Millionenbereich. Doch er sehnt sich nach einer Maschinenfabrik. Schwer zu sagen, wieso. Er zuckt mit den Achseln. „Ich war Anfang, Mitte 40 damals“, sagt er. „Andere suchen sich in dem Alter eine neue, jüngere Lebenspartnerin.“

Ulrich Dietz, 53, erinnert sich: Millennium, New-Economy-Boom, die IT-Welt auf Hochtouren. Investmentbanker seien damals bei ihm ein und aus gegangen und hätten gesagt: „Du bekommst eine Milliarde für deine Firma, und dann gründen wir einen Fonds.“ Alle sprachen von unbegrenzten Möglichkeiten, unerschlossenen Geschäftsfeldern, von Geld, Geld, Geld. Dietz sagt: „Das war ein Feuerwerk, eine Kakophonie von Einflüssen, denen man sich nur schwer entziehen konnte.“ Doch ihm, sagt Dietz, sei das „zu schnelllebig, zu versponnen“ gewesen. War das seine Welt? War das sein Platz? Dietz sagt: „Ich wollte wieder etwas Normales machen, zurück in das Business gehen, in dem ich angefangen hatte.“

Er hat Maschinenschlosser gelernt in Pforzheim, später Maschinenbau und Product Engineering studiert in Reutlingen und Furtwangen, wozu auch ein Praktikum bei der Trumpf Gruppe in Ditzingen bei Stuttgart gehörte, die Werkzeugmaschinen, industrielle Laser und Lasersysteme herstellt. Was er dabei lernte, so Dietz, begleite ihn bis heute: „Das Verständnis für Präzision und Ordnung, dass es immer darum gehen muss, Problemstellungen aufzugreifen und eine möglichst gute Lösung zu finden.“ Diese „Ingenieursdenke“ mache ihm „immer wieder, immer noch Spaß“. Man merkt das auch daran, wie er erzählt. Klar in der Sprache, strukturiert in der Rede, einer, der weiß, was er will und was er tut.

Dietz hat GFT zu einer der wenigen deutschen Erfolgsgeschichten in der IT-Branche gemacht. Mit Ingenieursdenke und einer Leidenschaft für Innovationen. Das erste Produkt, Grit, eine Umgebung in der benutzerfreundliche Oberflächen entwickelt werden können, wird 1990 auf den Markt gebracht. Es folgen E-Commerce-Anwendungen fürs Internet; Stampit, die elektronische Briefmarke der Post; A-Touch, eine IT-gestützte Anlageberatung; IT-Lösungen für Mobile Banking. „Schnelle Themen“, sagt Dietz, „interessieren mich.“

2011 wird GFT, das 1300 feste und 1500 freie Mitarbeiter an 19 Standorten beschäftigt, 270 Millionen Euro Umsatz machen, etwa die Hälfte davon mit der Vermittlung von IT-Freiberuflern erwirtschaftet; die entsprechende Datenbank umfasst Namen von 180 000 Profis. Und nicht nur hier sieht Dietz Potenzial. 2015 will

er 500 Millionen Euro Umsatz mit 5000 Mitarbeitern machen: „Organisches Wachstum und die eine oder andere Akquisition, dann kommen wir da hin.“

Vor sechs Wochen war er in Brasilien, wo „der Punk abgeht“. Osteuropa, Russland, asiatische Länder wie Vietnam – Dietz sieht überall Möglichkeiten. „Noch nie waren die Voraussetzungen besser, als Unternehmer erfolgreich zu sein. Wir haben die Technik, weltweite Verkaufs- und Produktionsmöglichkeiten – aber man muss es auch machen.“ Das predige er auch seinen Studenten an der Universität Hohenheim, wo er Entrepreneurship lehrt. Neulich hat er ihnen die Aufgabe gestellt, die wirtschaftlichen Chancen Griechenlands zu analysieren. Große Krise, immense Chancen. Ich sage: „Geht nicht zu Siemens. Gründet eigene Firmen.“

Und dann erzählt er, dass er einmal einen Vortrag in New York hörte, „das war, als Napster aufkam und die ganzen Musikplattformen. Da trat ein Rapper auf und sagte: ‚Okay, vielleicht werde ich ausgebeutet, aber ich poste meine Songs, und wenn ich

Normalität war dann doch nicht sein Ding: Ulrich Dietz



100 Millionen Downloads habe – some shit comes back.“ Das gefällt ihm. Es kommt immer etwas zurück.

An eine Maschinenfabrik denkt Dietz schon lange nicht mehr. Ein, zwei Jahre lang, sagt er, habe er sich damals umgesehen. Zwei kleinere Firmen, die als Autozulieferer und im Flugzeugbau tätig waren, und eine Firma, die 250 Millionen hätte kosten sollen – „die Finanzierung wäre nicht das Problem gewesen“ –, habe er sich genauer angeschaut. Was er sah, waren verkrustete Strukturen, behäbiges Denken, die Dominanz der Stechuhr. „Ich musste feststellen, dass diese Leute sehr weit weg waren von meinen Ideen, wie man heute Unternehmen führt, sehr weit weg von Zukunft und Visionen.“

Hinzu kam, dass GFT 2002 von der Krise in der IT-Branche erfasst wurde, „und ich aufpassen musste, dass mir nicht die eigene Firma um die Ohren fliegt“. Ergo: „Keine Hirngespinnste mehr, keine Sentimentalitäten.“ Dietz widmet sich der Neuorientierung von GFT, zieht mit seiner Familie nach Frankreich, von wo aus er sich verstärkt um die internationale Ausrichtung von GFT kümmert. 2007 kommt er zurück und verlegt die Firmenzentrale von GFT nach Stuttgart.

„Ich habe verstanden“, sagt Dietz, „dass es nicht meine Herausforderung war, eine Maschinenfabrik umzumodeln. Stattdessen wollte ich sehen, wie sich meine Welt, die IT-Welt besser entwickeln kann.“ Umso mehr, als es sich bei GFT um ein „Familienunternehmen“ handelt – zusammen mit seiner Frau hält Dietz etwa 38 Prozent der Anteile. „Das ist ein Gesamtkunstwerk, an dem man ständig feilen muss: Wie bleibt das Unternehmen solide? Wie schaffen wir Ethik, eine Werteskala? Was bringt den Kunden weiter? Welche Innovationen sind sinnhaft und trachten nicht nur nach mehr Umsatz? Wie kann ich schnell sein und trotzdem sorgfältig arbeiten? Wie garantiere ich gute Dienstleistung? Wie können wir weiter wachsen, damit die Mitarbeiter in Bewegung bleiben, eine neue Perspektive bekommen?“

Kürzlich hat er ein Buch herausgegeben. „The new New“, Dietz im Gespräch mit 18 Pionieren, Vordenkern aus Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur. Murat Günak, der mit kleinem Budget, dafür international vernetzten Teams die Entwicklung des Hybrid-Autos umgesetzt hat. Antonella Battaglini, Klimaforscherin. Lisa Randall, Professorin für theoretische Physik in Harvard. Graham Hawkes, Konstrukteur eines Unterwasserflugzeugs für die Tiefsee. René Redzepi, der als der zurzeit angesagteste unter den Starköchen gilt. „Die Chance der Zukunft liegt in einem neuen Denken“, sagt Dietz, „dann ergeben sich Innovationen automatisch.“ Wie die IT-Lösungen für das Risikomanagement von Banken, die GFT zuletzt entwickelt hat.

„Wir arbeiten kontinuierlich daran“, sagt er irgendwann, „nachhaltig Bestand zu haben, gerade weil die IT-Branche so luftig, virulent und wenig fassbar ist. Man kann das Handfeste auch im Virtuellen finden.“



Vom Turbo-Unternehmer zum Weltenretter: Bernd Kolb

Bernd Kolb

Berlin-Kreuzberg, Paul-Lincke-Ufer. Ein Loft in einem Hinterhof. Im sechsten Stock eine Sofaecke, davor ein Couchtisch, darauf ein Laptop. Bernd Kolb sagt: „Lassen Sie uns erst mal über die Inhalte und Perspektiven sprechen. Danach können wir in die offene Diskussion gehen.“ Ein Klick, eine Powerpoint-Präsentation beginnt, aus Lautsprechern im Raum dringt ein Gayatri Mantra, ein Gebet aus dem hinduistischen Rig Veda.

Schon beginnt er, der Vortrag „Die sieben Tugenden“, mit dem er derzeit auf Tournee ist. Auf dem Monitor erscheinen Bilder von Kolbs Vater, Konfuzius und einem »Spiegel«-Titel: „Euro-land ist abgebrannt“. Man erfährt, dass die sieben Todsünden im vierten Jahrhundert nach Christus von einem griechischen Mönch formuliert worden seien, die Samurai auch sieben Tugenden befolgten und das goldene Kalb der Antike den Menschen heute als Bulle und Symbol des Finanzmarktes begegne. Kolb erzählt, wo Gandhi seiner Meinung nach recht hatte („Kein Reichtum ohne Arbeit“) und Descartes irrte („Der Mensch ist Herrscher und Besitzer der Natur“). Dazu Statistiken ohne Ende.

„Die sieben Tugenden“ sind Kolbs Beitrag zur Gier der Finanzmärkte, der ökologischen Bedrohung der Welt und wie dieses ▶

Dilemma zu überwinden sei. Die Kommentare dazu fallen meist positiv aus. »Börse online« schreibt: „Schlau, aber nicht streberhaft, aufrüttelnd, ohne ins Predigerhafte abzugleiten.“ Auf »Spiegel« online heißt es, Kolb denke „immer noch eine Schlaufe weiter als die Konkurrenz, ist risikobereiter, wacher“. Stefan Wolf von der Peter Gläsel Stiftung in Detmold, wo Kolb erst kürzlich aufgetreten ist, schreibt: „Bernd Kolb zeigt auf, dass trotz vieler krisenhafter Entwicklungen ... Resignation KEINE Lösung ist. ... Jeder sollte diese Botschaft hören!“

Die Rolle des Weltenretters ist einigermaßen irritierend bei einem, der in den Medien vor nicht allzu langer Zeit als „Kolumbus des Cyberspace“ gefeiert wurde. Über den sich gedruckte Sätze finden wie: „Wenn es um Themen wie Web 2.0 geht, um Avatare oder Usergenerierten Content, gibt es kaum einen besseren Ansprechpartner.“ Und der sich selbst früher gern als „Turbo-Unternehmer“ bezeichnete und in dieser Rolle wohlfühlte.

Er hatte alles. Was ihm fehlte, war der Sinn

1988: Kolb gründet die ID-Werbeagentur, aus der die Firma ID-Media entsteht. 1993: ID-Media entwickelt für den Zigarettenhersteller West das erste werbliche Internetportal. Digitale Kommunikation ist das Thema der Stunde. Internet-Boom. Das Geschäft brummt, die Kunden heißen Sony, Toshiba, Yellow Strom, T-Com. 1998: Kolb wird von der SPD zum Unternehmer des Jahres ernannt. 1999: ID-Media geht als Aktiengesellschaft an die Börse. Wenig später kursieren Gerüchte, die Deutsche Telekom wolle ID-Media für 595 Millionen Euro übernehmen. 2001: Das Unternehmen beschäftigt 555 Mitarbeiter. 2005: Kolb verkauft seine Anteile und wird bei der Telekom Vorstand für Innovation und Endgeräte. 2007: Kolb scheidet auf eigenen Wunsch aus.

Was war passiert? „Ich war in meiner Welt einer der erfolgreichsten Manager Deutschlands, doch ich habe 25 Jahre meines Lebens alle weichen Faktoren geopfert, sieben Tage die Woche, zwölf Stunden täglich.“ Er sagt, er habe am Ende eine Sportwagensammlung gehabt, dafür keine Familie mehr und keine Freunde. „Meine materielle Bilanz fiel gut aus, meine immaterielle deutlich magerer, mein privates Umfeld hat mir die rote Karte gezeigt.“

Was also macht Kolb? Er geht auf eine zweijährige Weltreise. Er trifft religiöse Führer, Philosophen, Wissenschaftler. Er stellt Fragen und bekommt statt Antworten „auf jede Frage zehn neue Fragen dazu“. Er liest Bücher. Über die Römer. Über die Maya. Erich Fromms „Vom Haben zum Sein“. Er fragt sich, ob es nicht ein ethisches Problem der Menschheitsgeschichte sei, dass sich hoch entwickelte Kulturen fortwährend selbst zerstörten. Er wandert in Kasachstan an den Ufern des vergifteten Aralsees, staunt aber auch über die Fröhlichkeit der Menschen auf Bali. Er stellt fest: „Die glücklichsten Menschen, die ich getroffen habe, wollen

keinen Sportwagen leasen. Konsum ist nicht alles.“ Und all das stecke in seinem Vortrag, dessen Quintessenz er so formuliert: „Unsere globale Wirtschaft muss raus aus dem blinden, quantitativen Wachstum. Massenproduktion ist der unhinterfragte Standard. Angesichts von Müllbergen und verschmutzten Ozeanen ist diese Wegwerf-Logik ein Irrweg.“

Kann ein Mann, der am Neuen Markt mit Millionen jonglierte, der von sich selbst sagt, Ökologie, Umwelt, soziale Gerechtigkeit hätten ihn bis vor einigen Jahren überhaupt nicht interessiert („Ich war machomäßig, ich war gierig“), kann so einer sich zum Retter der Welt aufspielen? Die nächste Inszenierung eines begabten Selbstdarstellers? Kolb lehnt sich in die Polster des Sofas, zündet sich eine Zigarette an. Er sagt: „Ich weiß, dass man für solche Aussagen angefeindet wird.“ Aber er sage doch gar nichts Neues. Habe nicht Ludwig Erhard schon 1962 postuliert, dass wir nicht mehr verbrauchen können, als wir produzieren? Und habe nicht Al Gore mit seinem Vortrag „Eine unbequeme Wahrheit“ vorweggenommen, was er nun aufgreife? „Man kann mit mir gerne über alles diskutieren, aber die Zahlen kann keiner wegreden. Ich benutze seriöse Quellen. Mir geht es nicht um Meinung, mir geht es um Fakten.“

Der Laptop summt. Bei jedem Klick ein neuer Fakt. Die Herstellung einer Jeans verbraucht elftausend Liter Wasser. Ein Prozent der US-Amerikaner besitzen 40 Prozent des Vermögens. 1995 haben die 400 reichsten US-Amerikaner 30 Prozent der gesamten Steuern bezahlt, 2011 werden es 18 Prozent sein. Die Staatsverschuldung kostet Deutschland jährlich 71 Milliarden Euro, für Bildung werden jährlich 90 Milliarden Euro ausgegeben. Um die Erderwärmung auf zwei Grad Celsius zu begrenzen, müssten die CO₂-Emissionen bezogen auf 1990 um 80 Prozent reduziert werden; in Wirklichkeit sind sie von 2009 auf 2010 um fünf Prozent gestiegen. 19 Prozent der Weltbevölkerung verbrauchen 85 Prozent der Rohstoffe. Alle neun Minuten verliert der Planet eine Art, Tier oder Pflanze. Laut McKinsey wird die Menschheit 2030 etwa 40 Prozent mehr Wasser brauchen, als vorhanden ist.

„Dem Internet sei Dank“, sagt Kolb, „ist das alles bekannt.“ Was uns das aber auch sage: „Wenn wir alles wissen, aber nicht das Richtige tun, heißt das doch, dass uns dieses Wissen nichts nützt. Wir müssen deshalb erst mal vom Wissen zum Bewusstsein kommen.“ Nur so, sagt Kolb, könne entstehen, was die Welt dringend brauche: „Es geht immer noch um Innovation, weniger technisch, die technischen Lösungen gibt es, Fotovoltaik beispielsweise ist 50 Jahre alt.“ Er sagt, beim Ozonloch habe man doch auch verstanden, dass Fluorchlorkohlenwasserstoffe verboten werden müssten. „Und warum war das möglich?“ Warum? „Weil die Wirtschaft gesehen hat, dass sie sich auf 3,5 Milliarden neue Kühlschränke freuen konnte.“ Fazit Kolb: „Es gibt keine Nachhaltigkeit ohne Profitabilität. Wir müssen die Öko-Innovationen zu den Konzernen bringen, und ich sehe mich in diesem Kontext als Inspirator, als derjenige, der das moderieren kann.“ ▶



Steckte mehr Geld in ein appetitliches Projekt, als er wollte: Vijay Sapre

Schon verrückt. Da sitzt ein Mann mit schwarzer Ray-Ban-Brille auf einem Sofa in Kreuzberg, ringsum Buddha-Statuen, an der Wand eine E-Gitarre, erzählt nichts, was man nicht selber wissen könnte, und schafft es innerhalb einer Stunde, die Zukunft des Kapitalismus zu skizzieren. „Die Rettung der Welt“, sagt Kolb, „ist das größte Geschäftsmodell der Gegenwart.“ Und wenn man nach einem Beispiel fragt: „Okay, Erdöl ist schädlich, gefährlich, endlich, wir müssen auf Erneuerbare umsteigen. Es gibt noch kein Stromtanknetz? Wir kennen einen, der das schon weitergedacht hat, lasst uns das mal durchrechnen und konstruktiv die richtigen Schritte einleiten.“ Man müsse, so Kolb, nur die Vorstandsvorsitzenden der 500 umsatzstärksten Unternehmen der Welt überzeugen. Die produzierten mehr als die Hälfte des weltweiten Bruttosozialproduktes. Kolb: „Die kriege ich bequem in ein größeres Kino in Berlin.“

Vor einigen Jahren hat er in Marrakesch einen mehr als 300 Jahre alten Stadtpalast gekauft, den er zum Luxushotel „Ana Yela“ umbauen ließ. Kolb schwärmt von der marokkanischen Stadt, von Schlangenbeschwörern, Quacksalbern, Teppichhändlern. Von der verwinkelten Medina, durchdrungen vom Geruch von Myrte und Jasmin, durch die er sich gern treiben lasse. Ein „Sehn-

suchtsort“ sei das, an dem „hinter jeder Ecke ein Märchen“ warte und das ihn doch immer wieder ins „echte Leben zurückbringe, kein anderer Ort gibt mir so viel Energie“. Weshalb er mit dem Ana Yela, für das er dreimal den World Hotel Award gewonnen hat, einen „Ort für Kreative schaffen möchte, um über die Themen der Zukunft nachzudenken“. Eine „Plattform für die besten Köpfe“. Er nennt sie Club of Marrakesh.

Man könne ihm das jetzt glauben oder nicht, sagt Kolb, „aber ich habe mein Leben umgewidmet, ich habe das Paradigma umgedreht. Heute nehme ich meine materiellen Güter, um immaterielle Werte zu schaffen.“ Inzwischen nennt man ihn den „grünen Business-Engel“. Nach jedem Vortrag, sagt Kolb, ernte er minutenlang Applaus, gratulierten ihm die Zuhörer für sein „radikales Denken“. Wenn er das könne, ausgerechnet er, dann könne das jeder. „Jeder sollte sich fragen: Was mache ich morgen anders, besser?“

Vijay Sapre

Neulich war er in Reims bei Bruno Paillard, dem gefeierten Champagnerproduzenten. Es gab eine Führung für Gastronomen und Journalisten, anschließend kochte Joël Robuchon, 26 Michelin-Sterne, Koch des Jahrhunderts. Es gab Kaviar auf Krebsfleisch, Pfifferlinge in Petersilienemulsion, Wachtel mit Kartoffelpüree, Käse, zwei kleine Desserts. Irgendwann fragte ihn Alice, Bruno Paillards Tochter, ob es ein gutes Geschäft sei, so ein Magazin. „Man kann ein kleines Vermögen damit machen“, antwortete er, „vorausgesetzt, man hatte vorher ein großes.“ Sie hat den Witz noch nie gehört, lacht, darauf stoßen sie an.

Die Geschichte steht in der aktuellen Ausgabe, Seite 53. »Effilee«, Magazin für Essen und Leben, # 19, November/Dezember 2011. Im Flur der Redaktion liegen die Hefte in Stapeln. Er sagt, es freue ihn immer noch, immer wieder, wenn die Pakete aus der Druckerei kämen. Kurz nachdem er Ende 2008 Herausgeber wurde, sagte er in einem Interview: „Wenn man zehn Jahre mit virtuellen Produkten zu tun hatte, ist es extrem befriedigend, mal wieder was zu produzieren, das man in die Hand nehmen kann. Und Kochen hat immer mit Sorgfalt und Hingabe zu tun. Beides sind Aspekte, die online so nicht wirklich passieren.“ Im virtuellen Geschäft, so Sapre, mache „man quasi ‚Constant Prototyping‘, man haut etwas raus, und wenn die User was sagen, reagiert man darauf“. Schnell, kurzlebig, ständig verfügbar. „Das allein entwertet die Inhalte. Print wird doch noch auf eine ganz andere Art wahrgenommen.“ Wer schreibt, bleibt.

Vijay Sapre, 49, steht im Konferenzzimmer seiner Redaktion, Hamburg, Rothenbaumchaussee. An den Wänden Plakate der bisherigen »Effilee«-Cover, das Kuchenbrett des Buches „Schneller Teller“, Rezepte für jeden Tag, fertig in 20, 30 Minuten, das vor einigen Wochen erschienen ist. Tolle Idee, gut gemacht, schön anzusehen. Sapre lächelt gequält. Ja, das freue ihn. Was er sich ▶

dazu wünschen würde, wären „30 000 Käufer mehr“. Weshalb »Effilee« ab 2012 nicht mehr alle zwei Monate, sondern vierteljährlich erscheinen wird, einem Teil der Belegschaft wurde zum Jahresende gekündigt. Sapre: „Ich habe mich schon weitgehend erfolgreich ruiniert mit dem Blatt.“ Pause. „Für das Mittagessen hatte ich gedacht, gehen wir ins Scherrer.“

Er ist Sohn einer Hamburgerin und eines indischen Ingenieurs. Erster Berufswunsch: Arzt. Nach dem Abitur schreibt er sich für Theologie und Philosophie ein. Doch Uni liegt ihm nicht. Danach will er Künstler werden, Schauspieler, Popstar. Was er wird: Kellner, Taxifahrer, Musikproduzent, Tontechniker, Werbetexter.

1996 gründet Sapre mit einem Freund Mobile.de, eine Internetbörse für Gebrauchtwagen. Es ist als Experiment gedacht. Er hat Werbetexte für den Autohandel geschrieben. Er programmiert gern, schreibt Codes, „die bei Mobile wohl heute noch benutzt werden“. Sapre: „Ich dachte, wenn wir 30 000 Autos gelistet kriegen, kann daran niemand vorbei.“ Bald sind es eine Million Fahrzeuge, 100 Angestellte und zweistellige Millionenumsätze. 2005 zahlt Ebay für Mobile.de 123 Millionen Euro, Sapres Anteil daran: 17 Prozent.

Darauf war er nicht vorbereitet. Während er in seinem Bentley, S3, Baujahr 1964, durch Eppendorf fährt, spricht er davon. „Ich war in eine komplett neue Lebenssituation geworfen.“ Plötzlich vermögend zu sein, „darf man nicht unterschätzen“. Sapre kauft sich Gürtel von Hermès für 400 Euro und fragt sich hinterher, was das soll. Bei Kunstauktionen kann er nicht aufhören zu bieten. Er stellt fest, dass Menschen anders mit ihm reden. Oder Freunde sich gar nicht mehr zu erzählen trauen. Etwa von Problemen. „Nicht, dass man sie lösen müsste, aber allein zu wissen, dass man finanzielle Probleme lösen könnte, macht es schon schwierig für beide Seiten.“ Vor allem: „Was macht du jetzt mit dir? Plötzlich musst du zu allem stehen, was du tust, weil du ja nicht mehr musst – das ist ein echter Unterschied.“

Das Landhaus Scherrer, Elbchaussee, großbürgerliches Ambiente, seit 35 Jahren mindestens ein Michelin-Stern. Herzliche Begrüßung. Man kennt sich. Im Scherrer war Sapre erstmals, als er noch Taxi fuhr: „Da hat man auf den Besuch gespart.“ Für eine Reportage in »Effilee« hospitierte er zwei Wochen bei Chefkoch Heinz Wehmann. Sapre spricht mit Hochachtung von Leuten wie ihm, die arbeiteten „wie Theaterbesitzer zu Shakespeares Zeiten, die alles machen mussten: das Stück schreiben, es inszenieren und auch noch schauen, dass alles wirtschaftlich funktioniert“. Er selbst stand „früh am Herd“, Gulasch aufwärmen, Kekse backen, nie verwendeten seine Eltern Fertigprodukte. „Das prägt.“

Er sei »Effilee« angegangen wie alles zuvor in seinem beruflichen Leben. Mit Ambition, Neugier, Interesse für die Sache und stets auch mit dem Bemühen um Exaktheit im Detail. „Ich wollte schon als Taxifahrer raus aus der Kaste der Studenten. Ich glaube, ich war ein guter Taxifahrer.“ Was also sollte schiefgehen? Wo doch Schreiben ein bisschen wie Kochen ist. Ein Magazin

machen ein bisschen wie ein Restaurant führen. Und so machte »Effilee« Geschichten über Hausschlachtung und wie man sich bei einem Heavy-Metal-Festival ernährt, über Käser auf der Alb und die erotischen Aspekte eines Dinners. Die aktuelle Ausgabe erzählt, wie Spüler im Restaurant leben und arbeiten, und es geht um deftige Gerichte mit Schnaps am Meer. Sapre: „Ich dachte, wir machen ein tolles Magazin, und es macht ‚knall‘.“ Er dachte, er „spiele mit den Großen mit, so wie Gruner + Jahr“.

Nicht, dass die Sache schiefgegangen ist. Mehr Lob als Kritik. Auf der Website wird heftig debattiert. Die Anzeigenlage für 2012 sei sehr erfreulich. Nur: Bei knapp 10 000 Käufern produzieren Sapres Ansprüche – gehaltvolle Themen, gute Fotografen, anständige Honorare, penible Produktion – seit drei Jahren rote Zahlen. Vielleicht, sagt Sapre, lag es auch an zu viel Leidenschaft und zu wenig Pragmatismus. Jedenfalls habe er in »Effilee« schon „mehr reingesteckt, als ich vorhatte, das klassische Spielerphänomen“. Man verliert, versucht die Verluste zu kompensieren, verliert noch mehr. Jetzt habe ihn der „Pragmatismus wieder eingeholt. Was habe ich davon, wenn ich etwas richtig mache, aber es rechnet sich nicht?“

Aus der Küche kommen Steckrübensüppchen, Krebs-süppchen, Nudeln mit australischer Wintertrüffel, Jakobsmuscheln auf Belugalinsen, danach Kabeljau auf Blauem Heinrich und Sauerbraten mit Rotkohl. Sapre sagt, es gehe immer um Qualität. Qualität komme vor Geld. Vielleicht erzählt er deshalb für einen Verleger in seiner Situation erfrischend offen, wirkt dabei überraschend entspannt, beinahe heiter, was aber auch am Weißen Burgunder von Coche Bizouard liegen kann, Jahrgang 1998, die Flasche für 78 Euro. „Eine Freundin“, sagt Sapre, „hat mal gesagt: ‚Vielleicht ist das Geld zu dir gekommen, weil es dich nie interessiert hat.‘“

Er wird »Effilee« weitermachen, wenngleich „von der Herangehensweise anders“. Wie genau, will er bald überlegen. Vielleicht wie das US-Magazin »Art of Eating«, das von einem Aficionado quasi im Alleingang gemacht wird. Nur Abonnenten, keine Anzeigen. Vom Liebhaber für Liebhaber. Er wird aber daneben bald etwas Neues machen. Nein, nicht im Virtuellen. Er habe, obwohl es Angebote gebe und gegeben habe, „keine Lust, irgendwo ins mittlere Management zu gehen“. Er erzählt von seinem Stammtisch mit Leuten aus der Internetbranche. Die seien neulich wieder geschlossen zu einer Messe nach London geflogen. Ihn interessiere das nicht mehr. „Wenn ich heute nach London fliegen würde, dann um gut zu essen.“

Er kann es noch nicht erzählen. Wegen der laufenden Verhandlungen. Aber er wird etwas mit Gastronomie machen. „Nichts Großes, aber es wird funktionieren, inhaltlich und finanziell“, sagt Sapre. Diesmal weiß er es sicher. „In einem Restaurant werden Geschäfte eingefädelt, Ehekrisen bewältigt, Abiturzeugnisse gefeiert, die Verlobte den Eltern präsentiert und der Tante gezeigt, wie weit man es gebracht hat. Das Restaurant ist das Leben.“ ■