

(Fast) nichts ist unmöglich

- Thema: Kooperation als Unternehmensstrategie
- Einrichtung: Stiftung Mensch, Meldorf
- Region: Dithmarschen



Stiftung-Mensch-Suite im „Lighthouse Hotel & Spa“ in Büsum: Kingsize im Strandkorb



Schwebend ins Hotel: das Strandkorbett
Letzte Hand anlegen: Egon Mohr und Nico Postel (u. v. l.)

EIN UNGEWÖHNLICHER WEG ins Hotel: Der Auto-
kran hievt das rundum verpackte Bett ganz sutsche und
leicht pendelnd in den vierten Stock. Mit den Ausmaßen
1,80 mal 2 Meter passt es nirgends durch. Pech, die gro-
ßen Fahrstühle funktionieren noch nicht. Was den
Transport kompliziert macht, ist die exorbitante „Hau-
be“: Es ist ein Strandkorbett und die neueste Entwick-
lung der Stiftung Mensch in Meldorf. Kurz vor der Er-
öffnung des „Lighthouse Hotels & Spa“ in Büsum soll es
in der Junior-Suite der Stiftung Mensch aufgebaut wer-
den. Das Konzept der Suite, ihre farbliche Gestaltung
und ihre Einrichtung stammen aus der Feder der Mel-
dorfer Werkstatt. Grundlage dafür: eine noch junge Ko-
operation der Einrichtung mit dem Lighthouse Hotel,
dem jüngsten der Heimathafen®Hotels.

In Sachen Strandkorb sind die Meldorfer echte Profis,
seit 40 Jahren bauen sie die geflochtenen Inbegriffe von
Urlaub am Meer in allen nur erdenklichen Variationen.
2016 landeten sie einen besonderen Coup in Koopera-
tion mit der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein: An
vielen Orten entlang der Nord- und Ostsee-Küste könn-
en Touristen und Einheimische in den Schlafstrand-
körben made in Meldorf nächtigen, ein nahes Hotel
liefert das Frühstück ans Bett (s. KK 3/2016). Hier klingt
bereits die besondere Vertriebsform der Meldorfer an:
kein Vertrieb über den Fachhandel, sondern intensives
Kooperieren mit ihren Kunden und Partnern, auf deren
Bedarfe sie eingehen nach dem Motto: (Fast) Nichts ist
unmöglich.

Auftakt zur Kooperation in Büsum „Jemand aus unserem
Netzwerk hatte uns empfohlen“, beschreibt Dorothee
Martens-Hunfeld, Vorstand der Stiftung Mensch, den
Kontakt zum Lighthouse in Büsum: Jens Sroka, Ge-
schäftsführer der Heimathafen®Hotels, suchte für eine
engere Kooperation ein Unternehmen aus dem sozialen
Bereich in Dithmarschen. Er folgt der Einladung in die
Werkstatt nach Meldorf und ist begeistert. Als Beginn
einer Kooperation schlägt er der Werkstatt vor, eine Ju-
nior-Suite zu gestalten. Die sagt zu und befindet sich
damit in guter Gesellschaft: Weitere Kooperationspart-
ner aus der Wirtschaft wie MINI, der italienische Desig-
ner Gervasoni oder der Herrehausatler Lindbergh sind
mit im Boot und richten ebenfalls Suiten mit individu-
eller Note ein, das ist Konzept der Heimathafen®Hotels.
„Bei jedem unserer Häuser ist ein Kooperationspartner
aus dem sozialen Bereich dabei, in Heiligenhafen ist es
Hamburg Leuchtfeuer, in St. Peter-Ording Viva con
Agua“, erklärt Jens Sroka. „Wir haben die Möglichkeit,
Gutes zu tun. Und das machen wir nicht aus Marketing-
kalkül, sondern weil es für uns als Unternehmen eine
Frage der Haltung ist und eine Pflicht, ein bisschen zu-
rückzugeben. Wir ermöglichen dem Gast der Suite,
daran teilzuhaben, er bucht konkret diese Suite und weiß,
dass 25 Prozent des Umsatzes der Suite, an Stiftung
Mensch gehen. Das kommunizieren wir ganz offen.“

Als Sozialpartner des Lighthouse ist Stiftung Mensch
im Hotel präsent: Flyer der Stiftung liegen überall aus, ↓

↓ erklären die Kooperation und laden zum Besuch in die Werkstattbetriebe ein. Der Willkommensgruß in der Suite – statt Gummibärchen – stammt aus der Werkstatt-Töpferei, und dass ihr frisch zubereitetes Spiegelei auf dem Bioland-Hof der Stiftung Mensch gelegt wurde, erfahren die Gäste beim Frühstück – dank unübersehbarer Aufsteller gleich neben der „Live-Cooking-Station“. Kräuter-Hochbeete – made by Werkstatt – stehen vor dem Frühstückssaal und im Fine-Dining-Restaurant mit dezenter Beleuchtung schaut Stephanie Ruhr vom Bio-Hof in einer Galerie 1x1-Meter großer Fotos regionaler Produzenten direkt den Besucher an.

Komplexe Konstruktion Die Planung der Suite beginnt im Winter 2018, Zeit: ein halbes Jahr. Zuerst entstehen Skizzen von Bett und Suite, die farblich in hellen und sandigen Tönen gehalten wird, Farben, die an Urlaub am Meer, an Sand und Sonne, Wellen und Gischt denken lassen. Ihr Konzept stellen sie den Inneneinrichtungs-Profis, die die Linie des Hotels entwickelt haben, vor: „Die waren begeistert“, meint Dorothee Martens-Hunfeld. Neben dem Bett entstehen auch Kissen und Bettüberwurf in der Werkstatt. Das Mobiliar, das sie nicht selbst herstellen, suchen sie mit Beratung der Designer aus.



STEPHANIE RUHR arbeitet auf dem Bioland-Hof, bringt täglich frische Eier ins Lighthouse Hotel und ist eher norddeutsch, als Susanne Altenburg ihr das Foto von ihrem Bild im Restaurant zeigt: Kaum ein Wort dringt über ihre Lippen, aber wie stolz sie darauf ist, zeigt doch ihr verschmitztes Lächeln. Lieber schnell das Thema wechseln, Inlineskaten, verrät sie dann noch, liebt sie, schnell über die kleinen Straßen flitzen und ihre Freundinnen im Nachbarort besuchen.

Die Werkstatt-Tischlerei baut nach dem ersten Konzept einen Prototyp und experimentiert mit unterschiedlichen Materialien, denn Erfahrungen mit den Innenbreiten von Kingsize-Hotelbetten haben sie nicht, aber Statik und Gewicht müssen stimmen und die Optik auch: „1,80er Strandkörbe gibt es nicht, und das Bett muss so konstruiert sein, dass unsere Leute es auch bauen können“, meint Dorothee Martens-Hunfeld. Dazu wirft der Innenausbau Fragen auf: Wie bekommen die Leselampen am Bett Strom, wo werden sie angebracht und wo die Lichtschalter für das Deckenlicht? „Das haben wir alles mit ‚Liegen und Co.‘ ausprobiert.“ Zum Schluss ist das Bett aus geweißter Eiche, das Dach beflochten und innen mit einem passenden Stoff ausgekleidet. „Der Bogen vom Strand-

korb“, sagt Egon Mohr, „war schwierig, da musste ganz dünnes Holz Schicht für Schicht zusammengeleimt werden. Wir waren schon ein paar Wochen damit beschäftigt.“ Seit 41 Jahren in der Werkstatt, hat der begeisterte Mofafahrer als Profi schon alles „von der Fahrradrikscha bis zum Schlafstrandkorb“ gebaut. Gleich vom ersten Tag an ist die Junior-Suite der Meldorfer ausgebucht und das Bett bereits von Hotelgästen angefragt für den privaten Kauf. „Wir hatten uns noch gar keine Gedanken über Kalkulation und Preise für den Nachbau gemacht“, schmunzelt Dorothee Martens-Hunfeld.

Gemeinsame Basis: Co-Marketing Kooperationspartner, die ähnlich denken und in ihrer Sicht auf Welt und Gesellschaft zusammenpassen, befruchten sich gegenseitig, ist Jens Sroka überzeugt. Er stellt jedem „Suite-Partner“ das Budget für die Einrichtung zur Verfügung, dafür spart er, sich darum – aufwendig und zeitraubend – selbst zu kümmern. Und die besonderen Suiten erzählen auf eigene Art von anderen Welten, ein weiterer Mehrwert für das Hotel. Das Interesse der Partner: weniger kostenlose Werbung als vielmehr eine wachsende Kooperation.

Auch für Dorothee Martens-Hunfeld ist intensive Kooperation nicht bloßes Mittel zur Auftragsakquise, sondern „ehrliche Partnerschaft“ und Teil der Unternehmensstrategie der Stiftung Mensch: Werkstätten, sagt sie, können mit ihren Produkten kaum wettbewerbsfähig sein, denn der Reha-Auftrag und nicht eine effizienzorientierte Produktion bestimmt maßgeblich die Arbeit. Das wiegen sie auf mit hoher Dienstleistungsbereitschaft für die Kunden: „Wir sind außerordentlich attraktiv für unsere Partner, weil wir in hohem Maße auf ihre Wünsche eingehen, unsere Produkte für sie anpassen und immer wieder nach ihren Bedarfen fragen.“ Die Stiftung lädt jeden Kunden – ob Privatmann oder Unternehmen – in die Werkstatt ein, „damit er uns, die Menschen und unsere Produkte, kennenlernt“. Kunden sollen verstehen, wie die Menschen in der Werkstatt arbeiten, was Werkstatt kann und was nicht. „500 Strandkörbe zum Dumpingpreis für einen Baumarkt herzustellen, geht nicht. Aber Strandkörbe in die USA zu verschiffen, ist ebenso wenig ein Problem wie Strandkörbe mit Kronleuchtern für Wacken Open Air zu bauen oder eine große Fischküche in einen Strandkorb hinein zu konstruieren.“ Für das Wacken Open Air übernehmen sie auch den Versand der Festivaltickets, 70.000 Stück, und wickeln das komplette Wacken-Merchandising ab. „Das muss klappen, und Wacken weiß, wir können das!“

Es sind Kooperationen, die verbinden: „Unternehmen, die uns als Partner begreifen, unsere Arbeit schätzen und zugleich soziale Verantwortung übernehmen, die uns und das Thema Behinderung in ihre Strategie aufnehmen: Sie denken immer an uns.“ Und das gilt auch für Standardaufträge aus der Industrie, die die ↓



Blick vom Hafen auf das neue Büsumer Hotel (o.) Gut gerüstet fürs Grand-Opening: Susanne Altenburg (u.)

„Unsere Partner nehmen das Thema Behinderung in ihre Strategie auf“

DOROTHEE MARTENS-HUNFELD, VORSTAND

KONTAKT
Stiftung Mensch
Dorothee Martens-Hunfeld
Vorstand
Eescher Weg 67
25704 Meldorf
Tel.: 04832 999-0,
info@stiftung-mensch.com
www.stiftung-mensch.de



↓ Werkstatt in der strukturschwachen Region braucht, um auch Menschen mit höherem Unterstützungsbedarf Arbeit bieten zu können. „Die bekommen wir auch über unsere Kooperationen mit Unternehmen, die wir im High-End-Bereich bedienen, und manchmal mehr, als wir annehmen können.“ Und sie denken in gleicher Weise an ihre Kooperationspartner. Wie bei Brooklyn Soap, einem jungen Startup aus der Region, „drei junge Dithmarscher Abiturienten, die eine Herrenpflege-Serie entwickelt haben. Für sie machen wir das gesamte Fulfillment. Als Jens Sroka anfragte, ob wir noch einen Kooperationspartner aus Dithmarschen empfehlen könnten, haben wir sie ins Spiel gebracht.“ Inzwischen hat Brooklyn Soap nicht nur eine Junior-Suite eingerichtet, sondern stattet auch das Hotel mit seinen Pflegeprodukten aus.

Das Erfolgsrezept der Dithmarscher: Sie sind ausgezeichnete Netzwerker, pflegen intensiv und verbindlich Kontakte in die Region, sind überall präsent und zeigen hohe Professionalität. Obendrein nutzen sie ihr Netzwerk, um Beschäftigte aus der Werkstatt in den ersten Arbeitsmarkt zu vermitteln, etwa zehn sind es jedes Jahr.

Lokaltermin in der Suite Jetzt, am Tag vorm Grand-Opening, heißt es, letzte Hand anlegen am Bett. Vielleicht soll doch noch ein Wegklapp-Nachttisch angeschraubt werden? Egon Mohr und Nico Postel – er ist in der beruflichen Bildung und schnuppert gerade in die Tischlerei hinein – werkeln am Bett, Nico prüft, ob alle Schrauben fest sind. Susanne Altenburg – sie koordiniert die Zusammenarbeit und hält engen Kontakt zum Hotel – sortiert die Kissen auf dem Sofa neu, schaut skeptisch, findet, so ein Nachttischchen würde stören. „Ich bin gefühlt zweimal die Woche hier, es sind schon sehr enge Bezüge.“ Die Kooperation mit Stiftung Mensch funktioniert, sagt Jens Sroka, „und wenn der Hotelbetrieb nach den Anfängen dann rundläuft, werden wir gemeinsam weiterüberlegen. Ideen gibt es schon viele.“

Das große Foto in der Stiftung-Mensch-Suite porträtiert eine Werkstatt-Beschäftigte, ihre Haare wehen im Wind, im Hintergrund sieht man Dünen, Sand und das Wasser und riecht das Salz in der Luft, ein Urlaubsbild. Gleich daneben verlässt der Blick die Suite und weitet sich – und reicht über den Strand und das Meer bis zum Horizont. Viel frischer Wind in Dithmarschen. GG ■