

Familienunternehmen des Tages

Horst, Ralf und Max Klemmer

Die Wahl-Männer

Die Kür der „Miss Germany“ am kommenden Samstag organisiert eine Familie. Ihr Unternehmen MGC muss sich gegen Heidi Klum behaupten.

Katharina Kort Rust

Und eins, zwei, drei, vier, Fächer hoch!“, ruft der Choreograf den jungen Frauen zu, die vor dem großen Spiegel in Leggings und High Heels ein Spalier bilden und riesige Federfächer schwenken. „Beine strecken! Seid doch froh, dass ihr so lange Beine habt!“ Hier im Ballettsaal des Europa-Parks Rust wird der Auftritt für die Miss-Germany-Wahl am Samstagabend geübt. Die 21 Mädchen haben sich alle in regionalen Miss-Wahlen qualifiziert.

Im Nachbarraum erklärt Max Klemmer einem Mädchen, dass sie ihre Schultern nach hinten ziehen soll, um auf der Bühne sicherer zu wirken. Der zwei Meter große Mann ist Mitgesellschafter der Miss Germany Corporation (MGC) aus Oldenburg. Mit seinen 20 Jahren repräsentiert Max bereits die dritte Generation des Unternehmens, das sein Großvater Horst Klemmer gegründet hat. Der kontrolliert seit Jahrzehnten das Geschäft mit der Miss Germany.

Das Geschäft in den Genen

Der heute 80-Jährige war nach dem Kriegsende aus dem Sudetenland über Ostdeutschland nach Oldenburg gekommen. Als der gelernte Steuerberater als Entertainer mit den „Frohlauners“ durch die Provinz tingelte, bekam er ein Angebot, eine lokale Miss-Wahl auf Wangerooge zu moderieren. Im Jahr 1960 folgte dann seine erste Miss-Germany-Wahl, damals im Auftrag des Strumpf-Fabrikanten Opal. Später wurde er zum Organisator. Nebenher machte sich Klemmer vor allem als Künstler-Manager einen Namen: Er vermarktete Namen wie Heinz Erhardt, Dieter Thomas Heck und Heinz Schenk.

Seinen heute 52-jährigen Sohn Horst - ehemaliges Laufsteg-Model und amtierender MGC-Geschäftsführer - holte er schon mit 18 Jahren dazu. Seit knapp drei Jahren ist auch dessen Sohn Max mit dabei. Max hat das Miss-Geschäft in den Genen: Seine Mutter, die frühere DDR-Fechtjugendmeisterin Ines Kuba, war 1991 selbst Miss Germany und heiratete später Ralf Klemmer. Heute ist sie im Verkauf von MGC tätig und moderiert seit mehr als 15 Jahren das „Miss Germany“-Finale.

Auch an diesem Samstag steht sie auf der Bühne, wenn die neue Miss Germany gewählt wird. In der Jury sitzt neben „Sky“-Journalistin Sarah Winkhaus und Schönheitschirurg Werner Mang auch der CDU-Politiker Wolfgang Bosbach. Als Sponsoren sind unter anderem Condor, Paul Mitchell und Tui Magic Life dabei. Das Finale gibt es live im Internet zu sehen, 14 regionale TV-Sender ziehen am Sonntag vor der Tagesschau nach.

Seit es den Klemmers 1999 gelang, „Miss Germany“ beim EU-Markenamt in Alicante als Marke eintragen zu lassen, ist das Familienunternehmen MGC der einzige Ausrichter. Die Wahl der Miss Germany ist damit Familiensache. Und die ist den Klemmers wichtig. „Bei uns geht es auch unter den Mitarbeitern familiär zu“, sagt Chef Horst Klemmer. Vom Choreografen bis zur Buchhalterin: Viele sind schon seit 20 oder 30 Jahren dabei. Kein Zufall, dass sich die Klemmers mit dem Europa-Park Rust als Veranstaltungsort ein weiteres Familienunternehmen gesucht haben.

Die Klemmers wissen, dass „Miss Germany“ in Zeiten von Heidi Klums TV-Sendung „Germany's Next Top Model“ etwas Biederer anhaftet. Aber sie wollen sich mit der Casting-show nicht messen. „Uns tut Heidi Klum nicht weh“, sagt der Senior beim Mittagessen im Hotel Colosseo im Europa-Park, an dessen Wand „Das Abendmahl“ von Leonardo da Vinci im Großformat prangt. „Im Gegenteil: Klum erhöht das Interesse an Schönheitswettbewerben“, meint der Mann, der schon viele Höhen und Tiefen miterlebt hat.

Etwa, als die 1968er-Bewegung die Wahl als Fleischschau brandmarkte und er in den 1980ern die Diskotheken als Ort für das Revival entdeckte. Da bleibt er auch bei Klum gelassen. „Bei der aktuellen Ausgabe von Germany's Next Top Model sind diesmal sogar zwei lokale Missen dabei“, stellt Sohn Ralf heraus. Die Organisatoren hätten sogar angerufen, ob die Mädchen mit Miss-Schärpe laufen dürfen. „Echt?!“, freut sich da der Senior und schlägt sich auf die Schenkel.

Keine fiesen Sticheleien

Miss Germany will keine Casting-show sein, die mit fiesen Sticheleien Quote macht. „Wir wollen keinen Zickenkrieg“, stellen alle drei Klemmers klar. Anders als bei Heidi Klum müssen die Frauen keine 1,76-Meter-Größe haben. Auf sie wartet auch kein Model-Vertrag, aber dafür andere Auftritte. Von der Gage gehen drei Viertel an die Miss, ein Viertel an MGC. „Bei uns müssen die Frauen auch reden können“, betont der Gründer. Die frühere Miss Niedersachsen Carola Ferstl habe es schließlich zur Börsen-Journalistin gebracht, und die jüngste Miss Germany, die katholische Religionslehrerin Lena Bröder, wurde vom Papst persönlich empfangen.

Damit auch die Mädchen aus der Provinz etwas weltläufig werden, nehmen sie die Klemmers nicht nur mit zum Vorbereitungscamp auf die Kanaren, sondern auch zum Besuch im EU-Parlament. Miss Germany als politische Bildung. Und MGC geht mit der Zeit: Seit einigen Jahren kuren die Klemmers auch die Miss über 50 Jahre und den Mister Germany. Auch der darf höchstens 28 sein und keine Kinder haben. Dafür haben Gleichstellungsbeauftragte gesorgt.



Die Schönsten im Land: 21 „Missen“ buhlen um den Titel.

Ralf, Horst und Max Klemmer: Drei Generationen, ein Geschäftsmodell.



Niklas Zennström
Geldregen für Europa

750 Millionen Dollar, das ist mal eine Ansage. So viel hat Atomico, die Risikokapitalgesellschaft von Skype-Gründer Niklas Zennström, gerade weltweit bei Investoren eingesammelt. Das Geld soll vor allem in Start-ups in Europa investiert werden. Auch das ist eine Ansage. Denn Geschichten wie die von Zennström sind diesseits des Atlantiks noch immer eine Ausnahme. Der heute 51-jährige Schwede gründete einst den Internet-Telefondienst Skype, eroberte damit die Welt und verkaufte die Firma 2005 für drei Milliarden Dollar an Ebay. Heute gehört Skype zu Microsoft - und Zennström zu den größten Kapitalgebern in Europa. Atomico will Start-ups das Geld und die Expertise geben, die sie brauchen, um international mit den Schwergewichten aus dem Silicon Valley mithalten zu können.
Miriam Schröder

Klaus Fischer

Robustes Wachstum

Klaus Fischer baut sein Familienunternehmen rund um den Fischer-Dübel weiter aus. In diesem Jahr peilt der Spezialist für Befestigungen und Kunststoffteile erstmals über 800 Millionen Euro Umsatz an. Im vergangenen Jahr ist Fischer um 6,2 Prozent auf 755 Millionen Euro gewachsen. Währungsschwankungen verhinderten ein noch besseres Ergebnis. Die Internationalisierungsstrategie will der Familienunternehmer in zweiter Generation mit der Gründung weiterer Landesgesellschaften fortsetzen. Bislang zählen zur Gruppe mit weltweit 4 600 Mitarbeitern 46 Landesgesellschaften. Zudem baut Fischer neue Werke in China für Autozulieferteile und in Tschechien für Befestigungssysteme. Für den Ausbau von Digitalisierung, E-Commerce und Industrie 4.0 kündigte der 66-jährige Unternehmer weitere Übernahmen von Start-ups an. mwb