



Hamburger Originale

Keine Kampagne. Eine Herzensangelegenheit.

Von Falk Röbbelen



Eine Initiative für Zuversicht, Vielfalt und Diversität von Hamburgern für Hamburg.

Schwankende Inzidenzwerte, Zick-Zack-Kurse der Politik, keine Aussicht auf dauerhafte Änderungen – eine Krise, deren Ausmaß auf Gesundheit, aber auch auf Wirtschaft, Gastronomie, Kunst und Kultur noch nicht absehbar ist. Der zweite Lockdown mit seinen Schließungen hat Hamburg zum Stillstand gebracht, unzählige Existenzen stehen auf dem Spiel.

Aber kaum eine Stadt in Deutschland ist so für ihr „Wir-Gefühl“ bekannt wie Hamburg und die Hamburger. So haben sich auch die Hamburger Originale gefunden. Eine Gemeinschaft aus Unternehmern, die branchenübergreifend und aus dem Herzen der Gesellschaft heraus für Hamburg begeistern wollen.

Marc Ciunis, Inhaber des Tortue Hotels in Hamburg, und fünf weitere Hamburger Unternehmer aus der Hospitality Branche, unter ihnen Ingo Peters vom Fairmont Hotel Vier Jahreszeiten, Marcus van Riesen vom Hotel St. Annen sowie Stephan von Bülow und André Vedovelli von der Block Gruppe kamen bereits im Frühjahr 2020 mit Nils Julius zusammen, um Chancen und Perspektiven zu diskutieren – und zu erarbeiten.

Warum Nils Julius? Julius, ursprünglich Schauspieler und Regisseur, übertrug bereits im Jahr 2000 seine Leidenschaft für Charaktere mit klarer Haltung, Persönlichkeit und Sprachen auf Unternehmen und Produkte mit dem Ziel authentischer Marken. Heute ist er Inhaber, Geschäftsführer und Kreativdirektor der Hamburger Kreativschmiede brand:marke, deren Tagesgeschäft sich um ganz grundsätzliche Fragen dreht: Was ist meine Vision, was meine Mission –wo komme ich her, wo will ich hin? Wie gelingt es, meine Botschaften und Angebote so zu inszenieren, dass ein einheitliches Ganzes und somit eben ein Markenbild entsteht?

So begann also im März letzten Jahres alles mit der Frage, wie es gelingen kann, in Hamburg und über Hamburg hinaus für die Originalität der Hansestadt zu begeistern.

Schnell war klar, dass das nur GEMEINSAM möglich ist.



Als branchenübergreifender Zusammenschluss all jener Facetten, die Hamburg so einmalig machen. Als Spiegelbild der Hamburger Gesellschaft – und nicht nur als Interessengemeinschaft der Hotellerie und Gastronomie. Denn was wäre die Branche ohne intakten Standort, ohne Kunst und Kultur, ohne Einzelhandel und Gewerbe? Nur, wenn es Hamburg als Ganzem gut geht, lässt sich diese Krise bewältigen. Hamburg mit allen Ecken und Kanten. Charakter und Persönlichkeit in aller Gegensätzlichkeit und Vielfalt. Eine Welt aus süßsauer, mehr salzig als glatt: „Warum sollte dieser Zauber der Einmaligkeit nur Persönlichkeiten zu eigen sein?“, wundert sich Nils Julius darüber, dass Städte und Regionen ihre „Originale“ nur mit herausragenden – meist verstorbenen – Menschen besetzen. „Ohne Frage haben Heidi Kabel, Harald Juhnke und Willy Millowitsch ihre Heimat geprägt, doch scheint es uns an der Zeit, dass Hamburg ein Zeichen setzt und allen Akteuren Aufmerksamkeit schenkt, die unsere einzigartige Bühne bespielen und die Spielstätte damit zu dem machen, was sie ist.“

Kein Wunder, dass sich bis heute viele Hamburger Originale begeistern ließen, sich der Initiative und ihren Zielen anzuschließen – auch der Autor dieses Textes.





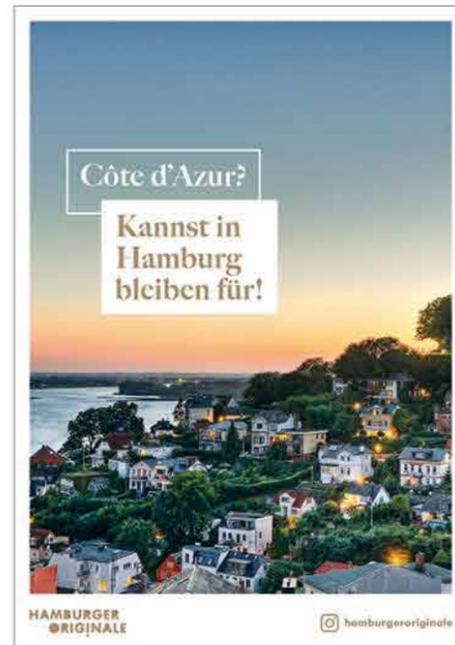
Viel Arbeit steckt in der sympathischen Kampagne der Hamburger Originale, die Anfang Juni offiziell gestartet ist und unser aller Lockdown-müdes Fernweh adressiert, indem sie den Hamburgern Zuversicht und Heimatliebe sichert und über Hamburg hinaus derart resoniert, dass sie zu einer Reise nach Hamburg inspiriert.

Sie zeigt so augenzwinkernd wie bildgewaltig, wie gut es uns Hamburgern selbst bei Reisebeschränkungen doch wirklich geht. Alle Traumdestinationen und zahlreiche neue Perspektiven vor der eigenen Tür, die in den Reminder münden: „Kannst in Hamburg bleiben für“. Überregional lassen die gleichen Angebote an Urlaubern und Reisewilligen keinen weiteren Zweifel, wie das Fernweh zu besiegen ist: „Musst nach Hamburg kommen für“ heißt es hier.

„So sind die Hamburger Originale gekommen, um zu bleiben“, sagt Initiator Marc Ciunis. „Wir wollen Hamburgs Originalität und Individualität bespielen. Unpolitisch. Undogmatisch. In jedem Fall aber schnell, flexibel und wendig. Nicht etwa, weil man müde ist von den politischen Diskursen, sondern um zurückzugeben, anstatt immer nur zu kritisieren und zu fordern.“

„Je mehr Hamburger Originale sich als Mitstreiter der als gemeinnützige Gesellschaft geplanten Initiative anschließen, desto lauter wird die Botschaft“, so Marcus van Riesen. „Unser Ziel ist es, kurzfristig eine siebenstellige Medialeistung finanzieren zu können. Wichtiger ist uns jedoch ein optimistischer Ruck aus der Mitte der Gesellschaft.“

„Wir sind für jede Stimme offen, vergeben keinerlei Exklusivität und heißen alle Branchen und Facetten Hamburgs herzlich willkommen. Kurzum: Wir sind ein Hafen für diejenigen, die sich als Hamburger Ori-



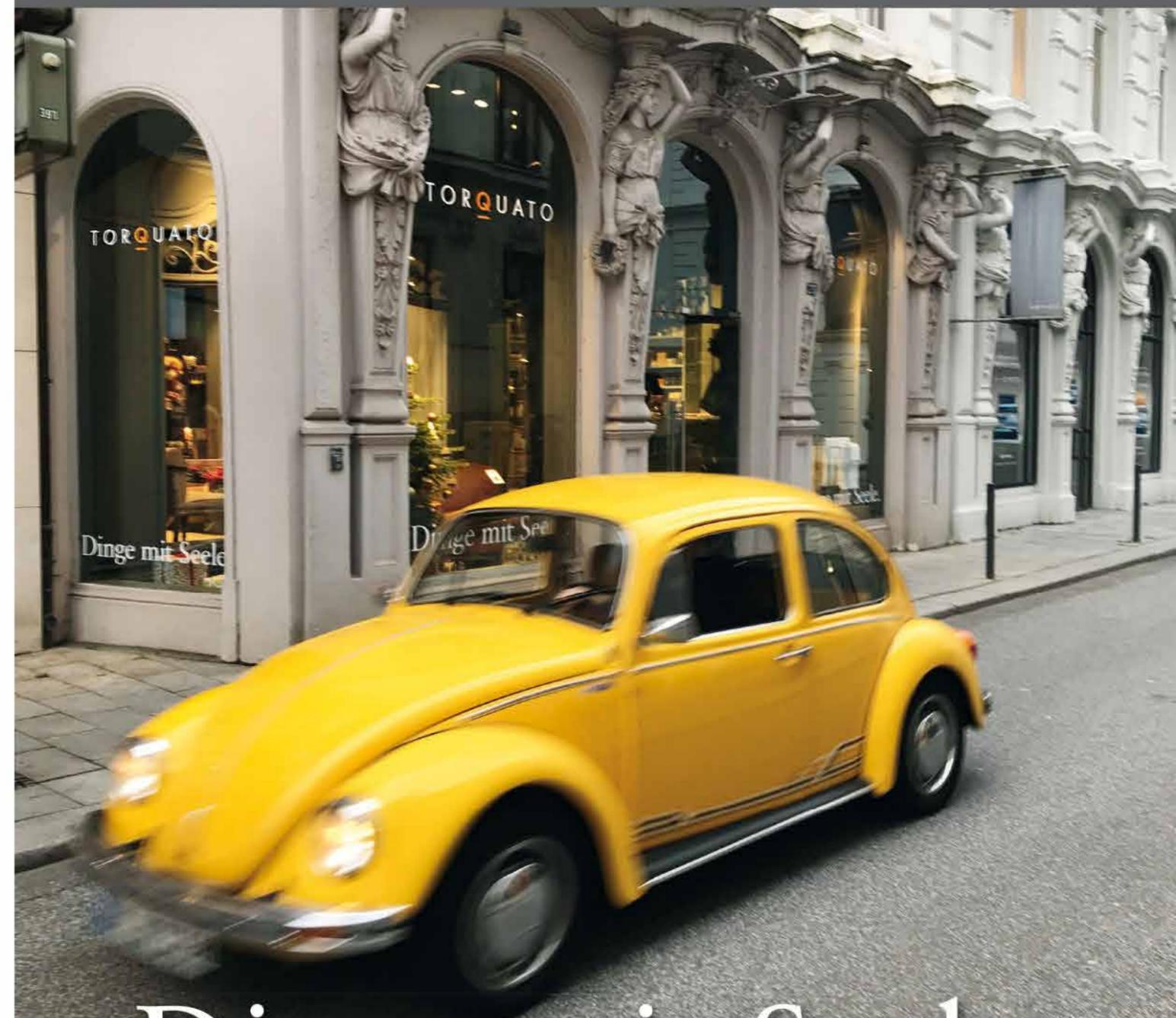
ginale verstehen“, so Ciunis. „Denn Hamburg braucht uns!“ Das kurzfristige Ziel müsse es schlicht sein, unsere Heimat sicher aus der Krise zu führen. Und dabei aller Welt zu demonstrieren, dass wir dies gemeinsam und aus vollem Herzen tun.

Dass in Kooperation mit der Handelskammer auch ein Förderpreis ins Leben gerufen wird, um Hamburger zu ehren, die sich um ihre Stadt verdient gemacht haben, überrascht deshalb wenig. „Vor allem aber gehen wir buchstäblich als Schwamm in jede Begegnung und freuen uns über jedwede Kritik und immer neue Impulse“, so Nils Julius. „Wir sind erst am Anfang dieser Reise. Die Matrix entwickelt sich – die Initiative steht in den Startlöchern und alle Partner, nein, Mitstreiter,“ verbessert sich Julius, „hoffen auf eine baldige, wenn auch neue Normalität.“

Die Hamburger Originale wollen die Wahrnehmung Hamburgs vom „Tor zur Welt“ zum Tor in eine authentische Welt der Vielfalt, Diversität und Herzlichkeit wandeln, in der die ganze Welt zu Hause und herzlich willkommen ist.

Eine unterstützenswerte Aktion!
Wer sich angesprochen fühlt und unterstützen möchte, erhält weitere Informationen unter [hamburger-originale.com/partner-werden](https://www.hamburger-originale.com/partner-werden)

TORQUATO



Dinge mit Seele.

Torquato-Haus · Hohe Bleichen 23 · 20354 Hamburg
Montag bis Samstag 10-19 Uhr