

HealthCare als Lebensinhalt

Wie Marcell Jansen Kinder glücklich, Institutionen hygienischer und die Gesellschaft menschlicher macht

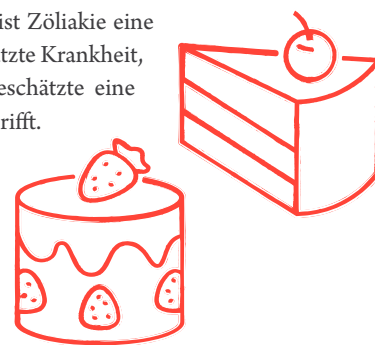
Von Falk Röbbelen

Marcell Jansen hat eigentlich zwei Leben – nein drei. Nach der erfolgreichen Karriere als Profifußballer ist er öffentlichkeitswirksam bereits zum zweiten Mal zum HSV-Präsidenten gewählt worden, zudem ist er seit einigen Jahren erfolgreich als Unternehmer tätig. Falk Röbbelen hat diesen Ausnahmemann porträtiert.

Marcell Jansen ist das personifizierte Unternehmertum: So hat er sich über seine Firma MJ-Beteiligungs GmbH am „Hansebeach“ beteiligt, Hamburgs größter multifunktionaler Beach-Sport-Anlage auf dem Inselpark Wilhelmsburg. Gemeinsam mit Steffen Henssler hat er das innovative Food-Konzept „KINNELOA“ in der Europa-Passage eröffnet, und er betreibt das Lifestyle-Sanitätshaus „S'TATICS“ mit Standorten in Rellingen, Altona und am Stephansplatz. Dort in der Alten Oberpostdirektion haben wir uns mit ihm getroffen und direkt von einem weiteren Projekt erfahren: „Der Innenhof der Oberpostdirektion musste belebt werden“, erzählte Jansen, „also habe ich Familie Krätz dafür begeistert, ihr Konzept der „glutenfreien Backwaren“ gemeinsam nach Hamburg zu tragen.“ So kam es in Hamburg zur Eröffnung des ersten Isabella Pop-Up Stores – und damit zu einer wunderbaren Anlaufstelle für Liebhaber feinen Gebäcks, die eigentlich aus Gesundheitsgründen darauf verzichten müssen.



Isabella Krätz, Gründerin der Düsseldorfer Pâtisserie, litt selbst heftig unter Zöliakie, hatte aber eine hohe Affinität zum Backen. So entstand ihr Konzept hochwertiger glutenfreier Backwaren. Marcell Jansen, der sich selbst wegen einer Unverträglichkeit jahrelang glutenfrei ernährte, geht gerne in die Pâtisserie und erzählt, dass er dort schon fassungslos vor Freude weinende Kinder beobachtet habe: „Darf ich das wirklich alles essen?“ Seiner Meinung nach ist Zöliakie eine immer noch heftig unterschätzte Krankheit, die mehr als das offiziell geschätzte eine Prozent der Bevölkerung betrifft.



Seine Beteiligungen betrachtet Jansen nicht nur als eine Investmentstrategie: Er definiert sich – zu Recht – als Unternehmer, der anpackt, mit aufbaut und auch scheitern kann, jeden Morgen motiviert aufsteht, seinen Lebensinhalt neu definiert hat und nicht nur von früher redet. Natürlich hat Corona auch seine Unternehmungen heftig getroffen – zumal es ja, wie er sagt, Start-Ups sind, die noch keine lange Historie haben und sich deshalb auch keinen „Speck anfuttern“ konnten.

„Trotzdem haben wir alle stabilisiert und glauben auch nach wie vor an den Erfolg“, erklärt er nicht ohne Stolz.

Auch beim HSV waren die Einschnitte gewaltig; das gilt nicht nur für die fehlenden Ticket-Einnahmen, sondern auch für die emotionale Bindung, die über Monate nicht gelebt werden konnte. Eine Riesen-Herausforderung bei einem Verein mit einer solch intensiven Fan-Beziehung. Gerade die Traditionsvereine liegen dem Ex-Fußballer am Herzen; gleichzeitig sieht er ihre strukturellen Probleme. Man könne da sicher auch bei den neueren Konzern-Vereinen lernen, doch hänge eben nicht alles am Geld, sondern eben auch an der Besonderheit der Stimmung und dem positiven Miteinander. Seine Strategie: die Fan-Kultur mitnehmen, sich wirtschaftlich stark aufstellen und die Erwartungshaltung dann wieder steigern. Der Umbruch beim HSV ist ein Prozess, der sicher noch dauern wird. Aber immerhin – so hebt er sogar zweimal hervor – habe es der Verein geschafft, in Pandemie-Zeiten Finanzschulden zu tilgen.

Marcell Jansens Redefluss ist kaum zu stoppen. Der HSV – nein, eigentlich alle Themen, die wir anschnitten – beschäftigen ihn nicht nur: Er lebt sie und er hat auch etwas zu sagen. Er macht einen sehr reflektierten Eindruck. In Bezug auf seine persönliche Entwicklung, auf die Entwicklung des HSV, auf seine Unternehmungen und auch in Bezug auf unsere gesellschaftspolitische Situation.

Ob er ein politischer Mensch sei, fragen wir ihn. Er überlegt, verneint und fängt dann an zu erklären, warum er doch ein politischer Mensch sei und warum er etwas zurückgeben wolle – daher auch seine Beschäftigung mit komplexen Themen, die eher aus der „uncool Ecke“ kommen.

Healthcare ist die Headline über seinen Beteiligungen – Gesundheit, Sport und Lifestyle. Dazu gehört auch, dass Jansen Unternehmen zu betrieblichem Gesundheitsmanagement berät. Denn er betrachtet Mitarbeiter als Leistungssportler des Alltags, die teilweise am Tag so viel laufen wie ein Bundesligaspieler, aber nicht den gleichen Zugang zum Gesundheitssystem haben. Unternehmer-Kollegen, aber vor allem deren Mitarbeitern vermittelt er, wie kosteneffizient die Implementierung eines solchen maßgeschneiderten Gesundheitskonzepts sein kann und welche gewaltigen Effekte es z. B. beim Employer Branding auslöst.

Etwas für die Menschen tun, ohne dabei Unterschiede zu machen – das ist die Idee hinter seinen Sanitätshäusern S'TATICS. „Dort gibt es hochwertige Einlagen, wie sie Nationalspieler tragen, für jedermann“, sagt Marcell Jansen, zieht seinen Schuh aus und zeigt uns seine Einlage. „So sehen Einlagen mit modernsten Möglichkeiten der rehabilitativen Medizin und Präventivversorgung aus“, schwärmt er euphorisch. So viel Glaubwürdigkeit macht sympathisch und reißt mit!



Fußball, Kuchen, Sanitätsbedarf – ein thematischer Parforceritt



Bei dem Restaurant Kinneloa mit seiner kalifornischen Küche war ein regelrechter #ReStart nach der Pandemie nötig. Dazu gehörten neue Investments und ein neues Mitarbeiter-Recruiting. Wichtig sei auch eine enge Abstimmung mit der Europa-Passage, wie sich die Zusammenarbeit nach dem hoffentlich baldigen Ende der Pandemie darstellt, schildert Jansen die Situation. Aber California Street Kitchen funktioniert auch als lockeres, gesundes und cooles Catering. Dabei ist Jansen in Bezug auf Ernährung nicht ideologisch unterwegs – vier bis fünf Tage pro Woche ernährt er sich vegan oder vegetarisch, an einem Tag pro Woche isst er Fisch und an einem Fleisch. Damit kommt er zurecht, lebt gesund und kann auch mit 36 Jahren noch in der Oberliga beim HSV III spielen. Doch ohne gute Ernährung könne niemand Höchstleistungen bringen, wie uns Jansen versichert. „Wenn es darüber Studien gäbe, wie ungesund wir uns ernähren, wäre die

Hysterie groß, aber vielleicht wüchse auch die Einsicht, was für einen gewaltigen Einfluss Ernährung auf uns hat. Da fehlt uns viel Aufklärung, denn die Themen sind grundsätzlich bekannt.“ Jansen erinnert daran,

dass er aus dem unteren Mittelstand kommt – beide Elternteile haben im Lebensmitteleinzelhandel gearbeitet – und er weiß, wie unterschiedlich der Wissenstand der Menschen entsprechend ihrer sozialen Herkunft ist.

Er habe die Pandemie-Zeit, die Zwangspause auch für sich genutzt, um in die Reflexion zu gehen:

Was passiert hier? Was genau kann ich tun, wenn ich nicht nur reden, nicht nur meckern, sondern handeln will? Warum gibt es keine Hygienekonzepte für Altersheime, Kitas, Schulen? Welches Kind will auf eine Toilette in einer staatlichen Schule gehen? Warum dürfen die Kinder keinen Sport mehr machen, warum nicht auf Spielplätzen toben? Als Konsequenz seiner Überlegungen initiierte er die Gründung des Hygiene-Circle, einer Initiative für moderne Hygienelösungen. Er und seine Mitstreiter hörten sich die Probleme an, nahmen den Status Quo bei Kitaleitern, Hausmeistern, Pflegern und Lehrern auf – und stellten sich immer wieder die Frage: „Wie manage ich eine Lokalität in Bezug auf Hygiene?“ Dann konzipierten sie Lösungen, so z. B. die Entwicklung von einer Cloud für jede Institution und alle Hilfsmittel, sodass alle Desinfektionssäulen mit der Cloud kommunizieren und melden können, wann sie genutzt werden und wann sie leer sind. Außerdem werden alle Räume mit CO2-Messern ausgestattet, die anschlagen, wenn sich die Luftqualität verschlechtert. Heißt konkret: kein Dauerlüften, sondern Stoßlüften, effizienteres Heizen usw. ... Alles ganz banal, aber sehr effizient und nachhaltig. Dabei war Geld kaum das Problem; es sind auch keine gewaltigen Summen, die man braucht – pro Einrichtung ca. 10.000 Euro. 45 Einrichtungen hat der Hygiene-Circle bereits ausgerüstet, 40 weitere sind in Planung. Das Ziel ist, in Deutschland einen Hygiene-Standard zu erreichen – unabhängig von einer Pandemie. „Wir wollen helfen“, sagt Initiator und Schirmherr Jansen, „Kindern, Jugendlichen, Senioren, aber auch dem Personal, das sich um die Menschen kümmern soll.“



Dabei kommt er ins Schwärmen und erzählt von Kontakten, Chancen, Plänen, Skalierbarkeit, Hygiene-Pädagogik und Oberflächenreinigung, bei der man von VIP-Areas der Stadien lernen kann. Vor allem aber redet er von dem Spaß, den er dabei hat, und von einem großen Herzenswunsch, den er sich damit erfüllt: sein Projekt für Social Impact!

Wie viele wirtschaftliche und gesellschaftliche Auswirkungen haben Krankheiten?! Ein uncooles Thema sexy zu machen – das hat er sich auf die Fahnen geschrieben. Der Focus war noch nicht da, als er anfang sich damit zu beschäftigen. Und nachdem er anfangs noch Hürden überwinden musste, läuft er jetzt offene Türen ein. Trotzdem ist noch viel zu tun: Wir haben seiner Meinung nach noch gewaltig Luft nach oben bei der Sozialkompetenz, Menschlichkeit und Selbstreflexion, wir haben eine Neidkultur, aber keine Streitkultur, jeder ist schnell beleidigt, wir sitzen nicht mehr zusammen und verfolgen keine gemeinsamen Ziele mehr. Und das können wir alle ändern – nicht nur die Politik.

An wen können sich Interessierte wenden, die sich im Hygiene-Circle engagieren wollen? „Direkt an mich persönlich“, sagt Jansen. Und er sagt das mit einer Selbstverständlichkeit, dass ich mich fast über die Frage ärgere.

www.hygiene-circle.com

Anzeige

RESEARCH
FOR
FUTURE AG

Zukunftsforschung-

Innovationen

umweltpositiv

gestalten

Mit Hilfe unserer Begleitung Ihrer Innovationsprozesse werden Sie Ihr Geld nur in die besten Ideen mit den größten Marktchancen investieren. Auf der Basis fundierter Forschungsergebnisse.

researchforfuture.com