

## INVESTITIONEN

## „Ich war die lokale Lösung“

Deutsche Hotelgäste sind nicht gerade für Großzügigkeit bekannt. Jan Henric Buettner setzt diesem Dogma Luxus in norddeutschem Stil entgegen: Direkt an der Ostsee baut der Multimillionär eine Anlage für Superreiche. Vor einigen Tagen haben die ersten Gäste dort übernachtet.

Vor acht Jahren hat Jan Henric Buettner für sieben Millionen Euro das Dorf Weißenhaus gekauft. Inclusive 75 Hektar Land und zwei Kilometer Ostseestrand. Jetzt erschließt er sich damit das Segment der internationalen Luxusurlauber.

Von Oliver Schulz

Man sieht dem Ort nicht sofort an, was in ihm steckt. Gepflegte Alleen verbinden die vielfach reetgedeckten Backsteingebäude, im Zentrum der Parkanlage glänzt die neobarocke Fassade des Herrenhauses frisch renoviert, aber hanseatisch schlicht. Und auch das moderne „Bootshaus“ versteckt sich bescheiden in der Düne an dem zum Gelände gehörenden Strand. Vorne tost die Ostsee heran, dahinter dehnt sich ungebaut in beiden Richtungen der grüne Küstenstreifen aus. Doch das gesamte Dorf Weißenhaus verschwindet fast in dieser norddeutschen Kulturlandschaft.

Ganz dieser ebenso dezenten wie feinen Atmosphäre entsprechend, übt sich auch Jan Henric Buettner in hanseatischem Understatement. Gemeinsam mit seinem Entwicklungschef Hans-Wilm Zühlke führt er eine Freundin in die ehemalige Meierei und dann über das ganze Gelände. Die Journalisten nimmt er gleich mit.

Buettner trägt Jeans, eine Wildlederjacke und einen blauen Schal. Er ist lang, fast schlaksig, wirkt ein bisschen wie ein norddeutscher Junge. „Das muss geklebt werden“, sagt er freundlich und bestimmt, als er mit den Lederstiefeln am Läufer im Foyer der Meierei hängen bleibt.

Aber oft fragt er, statt zu diktieren. Gibt zu bedenken statt zu ordern. Die Decken in den Suiten der Meierei sind halbhoch verputzt. Doch die Räume wirken erstaunlich luftig. In einem der Badezimmer schwingt sich Buettner kurzum in die Wanne. Er richtet sich trotz seiner beachtlichen Körpergröße behände wieder auf und fragt: „Muss hier nicht ein Stange hin?“

Der Investor gibt sich bescheiden und zupackend. Dabei hätte er durchaus Anlass zu weltmännischem Gehabe. Denn die Zahlen, die hinter seinem Projekt in der Gemeinde Wangels stecken, sind beeindruckend: Vor acht Jahren hat Buettner für sieben Millionen Euro das Dorf Weißenhaus erworben, da-

den die Gäste zwischen mehr als 210 Zimmern und Suiten wählen können. Sieben Restaurants, ein Kino, eine Bibliothek und zahlreiche Sportangebote soll es geben. Den Spa-Bereich werden Besucher durch einen als Grotte inszenierten Tunnel erreichen.

Denn Buettner ist ein Perfektionist. Mit der Meierei, die komplett entkernt wurde, ist er noch nicht zufrieden. Obwohl so viele Details stimmen. Obwohl die Mini-

zu 75 Hektar Land und zwei Kilometer Ostseestrand. Und 30 verfallene, großteils denkmalgeschützte, Gebäude mitsamt maroder Infrastruktur. Angeblich ohne genau zu wissen, was er damit anfangen wollte. Im Mai haben nun die ersten Gäste in dem Feriendorf übernachtet.

Sie können ein komfortabel authentisches Ambiente genießen: mit klassischen Details vom holsteinischen Einbauschränk bis hin zum als Kamin gestalteten Backerofen – aber freilich nicht ohne drahtloses Soundsystem und versenkbares TV über der freistehenden Badewanne. Nach kompletter Fertigstellung wer-

bar im Einbauschränk einfahrbar ist. Und obwohl schon Beutel bereit liegen, auf denen ganz authentisch auf Niederdeutsch „Puschen“ und „Schiegawäsch“ steht. Buettner entdeckt immer noch einen Makel: „Das sind Möbel, die ich zu billig finde“, sagt er und zeigt auf den Tisch. „Das sieht nach Ikea aus.“

Er führt die Besucher weiter über das Gelände. Vorbei an den Bioklärteichen und dem Backhaus, wo ein alter Bäckereiofen in einer der Suiten zum Kamin umfunktioniert wurde. Vorbei am Rosengarten, in dessen Gewächshaus früher Orchideen für die Hamburger 5-Sterne Hotels gezogen wurden. Die Reet-

scheune ist schon komplett renoviert. In dem Veranstaltungsgebäude gab bereits Armin-Müller Stahl einen Konzertabend. Im ehemaligen Pferdestall soll ein Restaurant untergebracht werden, im Torhaus die Rezeption und mehrere Suiten.

Das Schloss sieht äußerlich bereits vollständig renoviert aus. „Sechs Suiten soll es in der Belle Etage geben“, sagt Buettner, „zehn Suiten im Dachgeschoss.“ Buettner zählt die weiteren Bereiche des Herrenhauses herunter als wären es Kleininvestitionen: Bibliothek, Fine Dining, Bar, Weinkeller, Kino. ... Zwischen durch bekommt Zühlke einen Anruf. Jemand bittet um einen Termin bei dem Investor. „Wie sieht der Mittwoch bei dir aus, Jan?“

„Ist frei“, sagt der Frühprivatier lässig.

Buettner zeigt den Besuchern das Kutscherhaus, wo ein 1500 Quadratmeter großer Spa-Bereich geplant ist. Er diskutiert mit seinem Entwicklungschef über den als Grotte konzipierten Tunnel zum Schloss. Über die Möglichkeit, ein Bassin in das Dach zu bauen, in dem das Tageslicht durch das Was-

ser in den Gang fällt. Zühlke ist ange-tan – gibt aber auch zu bedenken: „Wasser ist irgendwann ein Problem. Du weißt schon, wegen der Algen.“

Die Lieblichkeit der Investorin findet sich in der Stellmacherei. Sie ist 110 Quadratmeter groß und ideal für sechs Personen. „Zum Beispiel für eine Familie, wenn die Oma mit in den Urlaub fährt.“ Die Deckenbalken des Fachwerkhauses liegen frei, und viele Details sind beibehalten oder doch durch „Nachbauten“ originalnah ersetzt – von den weiß getünchten Holztüren über den schwarzen Dreh-Lichtschalter bis hin zum gusseisernen Türgriff. Im Kinderzimmer finden sich mit Vorhängen zuziehbare „Schlafkoben“, die den Bettstätten in traditionellen Bauernhäusern nachempfunden sind. „Das passt, das hat Seele“, befindet Buettner zufrieden. Auf der Terrasse ist ein Yakusi installiert. „Tausend Euro pro Quadratmeter hat die Innenausstattung hier gekostet“, erläutert Buettner sachlich. „Das ist nicht besonders viel.“

Denn Individualität sei nur durch Qualität möglich. Was er erreichen wolle, sei dass die Gäste eine Suite sehen, deren Einzigartigkeit sie begeistert. „Und dass sie genau deshalb wiederkommen. Aber um dann eine weitere kennenzulernen.“ Weißenhaus, das Buettner – in dieser Hinsicht gar nicht bescheiden – Grand Village und nicht Grand Hotel nennt –, wird aus dem allgemei-

ke hinzu und zeigt über die einzelnen auf dem Gelände verstreuten Gebäude, von Reetscheune bis Schloss. Jetzt ist es, der noch viel größere Investitionen herunterzählt: „Zwei Millionen haben wir hier investiert, sieben Millionen dort, eine Million da, weitere sieben Millionen dort drüben. ...“

Dass der Mann, der sein hier angelegtes Geld vor allem mit AOL Deutschland machte, dabei von den Einheimischen nicht als böser Investor angefeindet wurde, der ein Dorf kauft, hat einen einfachen Grund, meint Buettner: „Ich war die lokale Lösung.“ Denn als Weißenhaus zum Verkauf stand, habe es neben ihm angeblich auch einen chinesischen und einen spanischen Interessenten gegeben. Er habe es zunächst nicht mit einem festen Ziel gekauft – sondern, weil es sich anbot. Und Buettner, der sowohl in den USA als auch in der Region lebt, kennt die Gegend von Urlaube aus seiner Kindheit. Deswegen sei er ihr verbunden. Nach dem Kauf von Weißenhaus investierte er zunächst kaum; erst im Laufe der Zeit entwickelte er sein Konzept. Zuletzt machte die Gemeinde Wangels den Weg frei für einen zusätzlichen dreistöckigen Hotelneubau mit 90 familienfreundlichen Suiten.

Heute arbeite er gut mit den Behörden zusammen. Denkmalschutz könne man ja auch als etwas Positives sehen, sagt er. Denn mit dem eigenen Charakter bleibe auch die Qualität der Objekte erhalten.

Tatsache ist, dass Buettner auch das Gelände selbst erschlossen hat. Und dass er Handwerker und regelmäßige Mitarbeiter aus der Region beschäftigt. Das freut auch den Bürgermeister von Wangels, Eckhard Klodt: „Weißenhaus ist gut für die Region, das Projekt schafft Arbeitsplätze.“

So ist Buettners Grand Village, das in der Öffentlichkeit vielfach als aufwändiger Zeitvertreib eines sinnerwerbenden Privatiers gehandelt wird, in Wahrheit auch ein handfestes wirtschaftliches Unternehmen. Und streng kalkuliert: „Unsere Investitionen machen nur im hochpreisigen Segment Sinn. Deshalb gehen wir keine Kompromisse bei der Qualität ein“, sagt er. „Aber auch nicht beim Preis.“

500 Euro bezahlen Gäste in Weißenhaus für ein durchschnittliches Doppelzimmer plus Verpflegung. Im internationalen Schnitt in diesem Segment ist das aber immer noch – Mittelklasse.



Rundherum nur Meer: Das Bootshaus am Strand war einer der ersten fertig gestellten Bereiche.

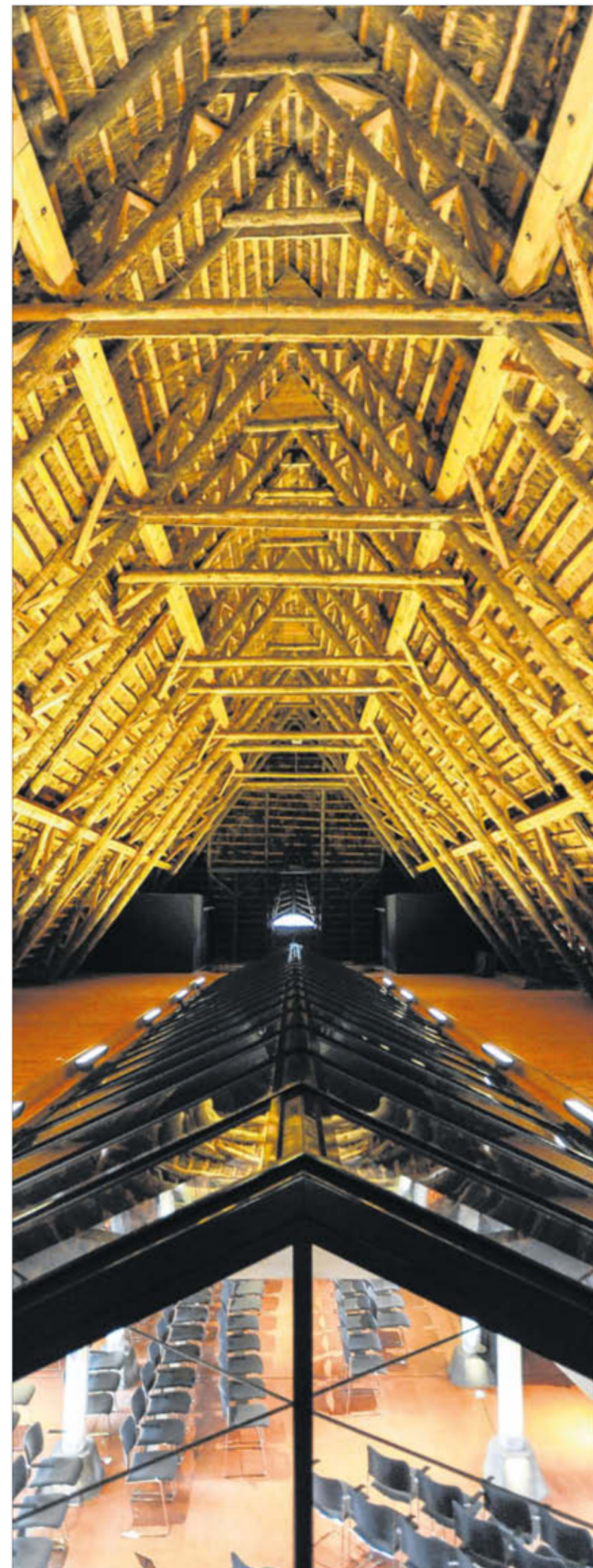


Auch das traditionelle Torhaus dient als Unterkunft für die Gäste des Resorts.



Sechs Suiten in der Belle Etage, zehn Suiten im Dachgeschoss: der ehemalige Herrrensitz.

Fotos: Olaf Maltzahn



Das Dachgeschoss der Reetscheune in Weißenhaus.

