

PRESSEMITTEILUNG

25. Okt. 2016

DAS BESTE IN MÜNCHEN AUS MÜNCHEN – MADE IN MUNICH 100 MAL ORIGINELLER. REGIONALER. HIPPER.

Im Gespräch mit den Autoren Dr. Astrid Dobmeier, Amadeus Danesitz und Alexander Wulkow.

Ihr gemeinsames Buch heißt „Das Beste in München – Aus München. Made In Munich“ – und darin stellen Sie über 100 Menschen, Produkte und Ideen vor. Wie sind Sie denn bei Ihrer Auswahl vorgegangen?

Astrid Dobmeier: „Wir beobachteten schon seit mehreren Jahren, dass es immer mehr junge Münchner Produkte oder Erfindungen gab, die in Insiderkreisen an Beliebtheit gewannen. Über ein Jahr lang haben wir uns umgehört, vernetzt und ausgetauscht. Und dann haben wir angefangen zu diskutieren ... was uns schier nicht enden wollende Café-Sessions beschert hat.“

Amadeus Danesitz: „Aufmerksam auf sie wurde ich über die verschiedensten Wege. Meistens aber auf Empfehlung anderer Jungunternehmer. Uns war schnell klar, dass wir Kategorien schaffen mussten, um das Thema besser greifbar zu machen. Und dementsprechend, mussten wir dann auch schauen, dass es einigermaßen ausgeglichen ist.“

Alexander Wulkow: „Also eher die jungen Macher der Stadt, die für ihre Idee noch richtig brennen! Nach unserer internen Auswahl, die natürlich möglichst viele Branchen von Mode und Accessoires über Kulinarisches bis hin zu Freizeit abdecken sollte, haben wir dann die Wunschkandidaten kontaktiert und gefragt, ob sie gern dabei wären.“

Wie sind Sie denn auf diese vielen, oft noch ganz jungen Produkte und Ideen gestoßen?

Astrid Dobmeier: „Einige Macher waren uns ja durch unsere Arbeiten für Münchner Publikationen bekannt und wir haben einfach verfolgt, was sie heute so machen ...“

Amadeus Danesitz: „... verfolgt ist gut gesagt. Ich finde, dass viel zu wenig berichtet wird über diese unglaublich junge und kreative Macherszene. Darum ist mir dieses Buch auch so wichtig. Jung meine ich übrigens nicht aufs Alter bezogen, sondern eher auf die frischen Ideen, die sich in der Metropolregion München so entwickeln. Ich habe es richtig genossen, alle diese Macher zu treffen und sie zu interviewen.“

Alexander Wulkow: „Bei den Gesprächen habe ich oft auch wirklich amüsante Anekdoten aus den Anfangstagen erzählt bekommen, die dann auch Eingang ins Buch gefunden haben.“

Woran haben Sie schließlich genau festgemacht, dass ein Produkt oder eine Marke einen Platz im Buch bekommen soll?

Astrid Dobmeier: „Nun, zunächst ist klar, dass so ein Buch immer den subjektiven Blick der Autoren widerspiegelt. Auch wenn wir uns bemüht haben, verschiedenste Bereiche abzudecken ... in meinem Fall gewann durchaus auch einmal Sympathie oder Originalität vor Bekanntheitsgrad oder allgemeingültiger Wichtigkeit.“

Amadeus Danesitz: „Mich haben die Menschen und ihre Geschichten fasziniert, das war mir wichtig beim Findungsprozess.“

Alexander Wulkow: „Insgesamt wollten wir einfach einen guten ausgeglichenen Branchenmix abbilden, mussten also bei inflationärer Kandidatenvielfalt aus einem Bereich schon mal die Bremse reinhauen. Bei den Interviews und während des Schreibens sind wir zusätzlich noch auf neue interessante Produkte gestoßen, da mussten wir uns dann auch beschränken.“

Das heißt, es gibt noch so viele weitere junge Themen in München, dass bald ein zweiter Band folgen wird?

Amadeus Danesitz: „Davon können Sie ausgehen. Ehrlich gesagt arbeiten wir bereits daran, denn es wäre eine Schande, ihnen nicht die Plattform zu geben, die ihnen gebührt. Es ist ein Wahnsinn, wie sich diese Stadt entwickelt. Als kleiner Junge habe ich so etwas schon einmal erlebt, dass war in der Zeit von 1966-1974, als sich München zur Olympiastadt mauserte.“

Alexander Wulkow: „Ich denke auch, dass sich nach diesem Buch noch einige Interessenten melden werden, die auch gerne dabei wären.“

Die Macher haben also nicht dafür bezahlt, dass sie im Buch erschienen?

Astrid Dobmeier: „Nun sind wir schon so lange im Journalismus tätig, aber dass uns mit einer derartigen Skepsis begegnet und erst einmal nachgefragt wurde, ob das Ganze nun etwas koste, das habe ich eigentlich noch nie erlebt. Mir war wichtig, dass die Macher wissen, sie haben es mit gestandenen Journalisten zu tun, die an echten Geschichten interessiert sind.“

Gab es ganz besondere Begegnungen, die Sie während der Recherchen hatten?

Amadeus Danesitz: „Da gab es einige, aber meine Lieblingsstory, über die ich auch 10 Seiten hätte schreiben können, ist die von Dieter Funk und „Funk International“. Alleine seine Brillenmanufaktur in Kinsau war so faszinierend, dass ich dort fast einen ganzen Tag verbrachte. Dabei hat er mir wirklich jeden einzelnen Handgriff erklärt. Bedenkt man, dass der Beruf des Brillenmachers seit 30 Jahren nicht mehr gelehrt wird und er sich alles selbst beibringen musste mit Hilfe pensionierter Meister, dann finde ich das unglaublich. Und fortan wird er dieses alte, neue Wissen auch an seine Lehrlinge weitergeben. Was mich zudem ein bisschen stolz macht, ist dass uns Bürgermeister Josef Schmid ein Vorwort geschrieben. Ist ja auch nicht alltäglich.“

Alexander Wulkow: „Ich hab nach längerer Zeit endlich mal wieder Petra Perle getroffen, in ihrem Wollgeschäft Hot Wollée. Sie ist immer noch so ein

wunderbares Unikat wie früher. Wir saßen zwei Stunden beisammen, haben zwischendurch Eis vom Italiener geholt, die unzähligen Regale in ihrem Laden gezählt und uns lachend an die ersten gemeinsamen Live-Chat-Versuche vom Computer Ende der 90er-Jahre erinnert.“

Astrid Dobmeier: „Ich bin auf einige Menschen gestoßen, die mir in anderen Kontexten schon einmal begegnet waren. Am lustigsten fand ich, dass ich mit einer Gründerin bereits vor knapp 15 Jahren die Japanisch-Volkshochschulbank gedrückt hatte – sie aber dann aus den Augen verloren habe und nicht wußte, was sie heute so treibt.“

Ein Lieblingszitat, das jemand während eines Interviews zu Ihnen gesagt hat?

Astrid Dobmeier: „Was ich sehr schön fand ist, dass viele Macher zu mir gesagt haben, wie erfüllend es für sie sei, dass sie jetzt genau das tun, was sie tun wollen. Nämlich ihr Ding. Einige waren früher erfolgreich bei Großkonzernen und haben sich von heute auf morgen selbständig gemacht.“

Amadeus Danesitz: „Dem kann ich nur beipflichten. Und dafür steht auch die Aussage vieler Macher wie: „Wenn Du in München Gründer bist, kannst Du alles tun, was Du willst. Du musst es nur wollen – und machen.“

Gibt es weitere Kooperationen, die geplant sind?

Amadeus Danesitz: „Die Stadt ist im Buch mit dem Ruffini-Pop-Up-Store vertreten, dessen Konzept ja weitergeführt werden soll. Und darüber hinaus bereitet Konstantin von Keyserling gerade ein „Pop-up-Shop-Konzept“ mit dem Thema „Made in Munich“ vor, das in einer 1a-Lage umgesetzt werden soll.“