

# Und alles mit Guanxi

Christoph Lienke und Lorenz Wagener setzen mit ihrer Fotofabrik in Schanghai Ikea, Philips & Co. ins rechte Bild



Zwei Deutsche, die es in China zu etwas gebracht haben: Christoph Lienke (links) und Lorenz Wagener in einem ihrer Fotostudios.

## CHRISTOPH HARDT | MÜNCHEN

„Was machst du eigentlich hier?“ Es gibt sie noch immer, die Momente des Zweifels, in denen Christoph Lienke durch seine Firma im Herzen von Schanghai läuft, sich seines Tagewerks erinnert und nur der eine Gedanke übrig bleibt. „Unglaublich, wie schnell das alles funktioniert hat.“ Unter den deutschen Unternehmern, die sich ins Herz des chinesischen Wirtschaftswunders vorgewagt haben, ist der gebürtige Berliner einer der außergewöhnlichen.

### „Das Tempo hier ist irre, aber das macht auch den großen Reiz aus.“

Christoph Lienke

Lienke baut keine Armaturen, keine Lampen oder gar Autos. Lienke macht in Bildern, in Fotos in rauen Mengen, fast ohne Ende. Oder besser gesagt, er lässt sie machen, von derzeit sechs hauptamtlichen Fotografen in seinen drei Studios, die er mit seiner Firma Rimagine in Schanghai eingerichtet hat. Lienke ist damit der Mann, der die vielen Dinge, die die Weltfabrik Schanghai heute ausspuckt, ins rechte Bild setzt. „Wir sind eine Fotofabrik“, sagt er.

Zu den Kunden zählen Weltkonzerne wie Ikea, General Electric oder Philips, aber auch italienische Möbelhersteller, deutsche Versandhäuser und seit neuestem Kingfisher, die britische Baumarktkette (B&Q, Obi China). Das heißt für Rimagine und

seine Fotografen oft, Tag und Nacht fotografieren. Hunderte Produkte, ein Baumarktsortiment Stück für Stück in Megapixel. Bald werden auch die Kataloge komplett „made in China“ sein.

Die Geschichte dieses Start-ups zeigt im Kleinen der großen Stadt Schanghai, welche Chancen die globale Wirtschaft bietet. Lienke und sein Gründungspartner Lorenz Wagener haben sie einstweilen genutzt. Wie aber kommen zwei noch junge Unternehmer, die, meist ganz schwarz gekleidet, den Habitus der Kreativen pflegen, zu einer „Fotofabrik“ in der Megacity?

Den roten Faden in Christoph Lienkes Biografie findet man nicht auf Anhieb. Sicher ist nur: Ohne den Willen hätte er es nicht geschafft. Nur deshalb ist aus dem Gründer, der durch die New Economy zu Geld gekommen war, im Fernen China noch einmal ein Gründer geworden: „Ich wollte immer Unternehmer sein. Die New Economy hat mir das ermöglicht“, sagt er.

Im Rheinland ist Lienke aufgewachsen, die Bundeswehr bringt ihn nach Bayern. Er wird Gebirgsjäger, wo er sich als Einzelkämpfer durchschlagen muss. Lienke beginnt in München ein Wirtschaftsstudium, Schwerpunkt Marketing. „Da habe ich das gelernt, was sie in China Guanxi nennen: Beziehungen entscheiden.“ Schon während des Studiums arbeitet er für deutsche Plattenfirmen. Doch statt Pop-wird aus Lienke ein Eventmanager. Er lernt 1997 die Münchener Gastronomielegende Michael Käfer kennen, dessen Assistent er wird. Er organisiert After-Show-

## CHRISTOPH LIENKE

### 1969

Am 25. Januar kommt Christoph Lienke in Berlin als Sohn eines Unternehmensberaters auf die Welt.

### 1997

Der Diplom-Betriebswirt beendet sein Studium an der Ludwig-Maximilians-Universität in München.

### 1999

Nach einem Ausflug in die Eventbranche startet er bei Lastminute.com und baut das deutsche Geschäft des Internet-Reisebüros mit auf.

### 2000

Auf dem Höhepunkt der Interneteuphorie steigt Lienke bei Glo-

bal Venture Partners ein.

### 2002

Lienke bleibt in China, wird Direktor beim Maschinenbauer Zerma in Schanghai.

### 2004

Gemeinsam mit Lorenz Wagener gründet er Rimagine.

Partys mit Eros Ramazzotti und Geburtstagspartys für Industrielle an der Côte d'Azur.

Guanxi ist es auch, was ihn zu Lastminute bringt, dem britischen Internet-Reiseanbieter. Es ist die Hochzeit des Booms. Zusammen mit dem Geschäftsführer baut Lienke das deutsche Portal des Anbieters auf. „Nach einem Jahr hatten wir 65 Leute, und auf dem Papier waren einige schon Millionäre“, erzählt er.

Auf dem Höhepunkt des Hypes gründet Lienke mit anderen sein eigenes Unternehmen: „Global Venture Partners“. Er holt amerikanische Businesskonzepte nach Deutschland. Doch kurz bevor die Blase platzt, verkaufen die Partner an zwei Venturekapitalisten. Es ist so gerade noch einmal gut gegangen.

Der Rest ist schnell erzählt: Lienke geht auf Reisen. China ist für den ehemaligen Kung-Fu-Kämpfer reizvoll. Aus den acht Wochen werden Jahre. Die Schwester einer Freundin, die in China studiert, nimmt ihn

zum Deutschen Ball in Schanghai mit. Lienke lernt mit Guanxi einen Headhunter kennen, dessen Visitenkarten noch nach Druckerschwärze riechen – Kienbaum oder der wilde Osten anno 2002.

Es dauert nicht lange, ehe Lienke einen gleich gesinnten Unternehmer findet, er produziert Kunststoffschredder für den chinesischen und internationalen Markt in Schanghai. Lienke baut die Marketingabteilung auf. Die Firma wächst wie fast alles in diesen Zeiten.

Doch dann kommt ihm und seinem heutigen Geschäfts- und Golfpartner Lorenz Wagener, der auch in der Internet-Ära groß geworden ist, die Idee: Wagener hat für den Modellautobauer Herpa gearbeitet, der auch in China produziert. Er kennt sich in digitaler Bildbearbeitung aus, hat für Consors in Deutschland geschafft, ehe es ihn nach China verschlägt, wo er das Internetportal COL mit aufbaute. Jetzt will auch er es als Unternehmer versuchen.

Es ist September 2004. Aus der Herpa-Zeit weiß Wagener um die Marktlücke Digitalfotografie in der Weltfabrik. Eine Limited in Hongkong wird gegründet, ein befreundeter Chinese hilft mit Guanxi weiter, die erste Adresse ist eine 100-Quadratmeter-Wohnung im Zentrum Schanghai. Heute arbeiten 20 Leute fest für Rimagine. „Wir konnten so schnell wachsen, weil wir uns beide wirklich ergänzen“, sagt Lienke.

Die Kunden sind zufrieden. Maximilian von Kleist, Chef des Hamburger Importeurs Alltrade Topo, der deutsche Baumärkte und Discounter beliefert, erzählt, dass es zu Anfang die üblichen Anlaufschwierigkeiten in Schanghai gegeben habe. Das ist Vergangenheit. „Wir haben unsere gesamten Bildaufträge an Rimagine vergeben.“

Wie aber hält es Lienke aus in einer Megacity wie Schanghai? „Das Tempo hier ist irre, aber das macht auch den großen Reiz aus“, sagt er. Ewig will er nicht bleiben. Es muss schrecklich sein, in dieser Wüste aus Beton von München und den Bergen zu träumen. In den vergangenen Monaten hat Lienke Mandarin gelernt, doch werde er die Chinesen selbst wohl nie völlig verstehen. Die rabiate Entschlossenheit, mit der sich Schanghai dem Kapitalismus geöffnet hat, die sei ohne die Auslöschung aller Traditionen durch Mao nicht zu erklären, fügt er hinzu.

So ist Schanghai vor allem eines geworden: ein Versprechen, dass es allen, die hier aufschlagen, eines Tages besser geht. Mal sind es Abenteuer, mal Unternehmer. Das kann man mitunter nicht so unterscheiden.