

**FASTFOOD** Remzi Kaplan will den beliebten Imbiss vom Schmutzimage befreien. Deshalb kämpft er für schärfere Kontrollen

# Döner nach Istanbul tragen



**OFFEN:** Remzi Kaplan in seiner Fabrik: „Bei uns kann jeder vorbeikommen, sich einen Kittel und ein Haarnetz anziehen und sich vergewissern, dass alles sauber ist.“  
Foto: Andreas Teich/Caro

Der Berliner Unternehmer ist Europas erfolgreichster Fleischspieß-Produzent. Jetzt möchte er die Türkei mit Kebab aus Deutschland beglücken.

**HILMAR POGANATZ, Berlin**

Der Döner-König residiert im Wedding. Mitten in diesem ehemaligen Arbeiterviertel Berlins stehen das Haus und die Fabriken Remzi Kaplans, des größten Herstellers von Dönerkebab in Europa. Der Wedding ist „Döner-Land“, genau wie Kreuzberg oder Neukölln, und wer aus Mitte hoch zum Döner-König fährt, kommt erst einmal an Schmutzgebieten wie dem „Bermuda 2“ vorbei, an denen der türkische Snack (*stehe Kasten*) in großen Lettern für 1,50 Euro feilgeboten wird.

Das Angebot passt zur Nachbarschaft. Das Quartier um die Soldiner Straße ist als „Problemkiez“ verschrien, die meisten Anwohner stammen aus türkischen oder arabischen Großfamilien, jeder Viertel ist arbeitslos. Und obwohl die Straße breit und grün ist, geräumige Häuser, Spielplätze und ein Flüsschen hat, ist sie bekannt für Bandenkriminalität und Selbstjustiz.

Doch davon will der Döner-König nichts wissen. Remzi Kaplan ist 46 Jahre alt und lebt seit 35 Jahren in Berlin, die längste Zeit davon eben hier, im Wedding. „Die gefährliche kriminelle Zeit hier, die war doch in der Achtzigerjahre“, sagt der erfolgreichste Unternehmer des Viertels, „aber der schlechte Ruf bleibt.“ Vielleicht, weil es auch in den letzten Jahren immer wieder zu wilden Schießereien kam, aber die blendet Herr Kaplan geflissentlich aus. In seinen Laden habe sich in den letzten 30 Jahren jedenfalls nur ein einziger Mal ein Einbrecher verirrt.

Das könnte natürlich auch andere Gründe haben: Hier ist Kaplan King, das schönste Gründerzeithaus der Soldiner Straße ist seins, und die Leute nennen ihn „den Millionär“ – auch wenn er das nicht gern hört. „Ich bin schon ein Millionär“, sagt der Döner-Mann, „aber nicht der Millionär vom Kiez.“

Das stimmt, denn der Unternehmer Remzi Kaplan ist international aufgestellt –

und sieht doch aus wie der nette Gemüsehändler von nebenan: klein, untersetzt, einnehmend im Wesen, mit zwei wachen, dunklen Augen über einem breiten, ergrauten Schnurrbart. Optisch passt er damit perfekt in die Erbfolge, wie die schwarz-weiß gemalten Porträts vom Vater und vom Großvater bezeugen, die in seinem großen Büro hängen. Auch geschäftlich hat er sich nicht allzu weit vom Vater entfernt, nur sind bei Sohn Remzi die Dimensionen anders.

Schon der Vater, ein armer Immigrant aus Anatolien, der in seinen 25 Jahren in Deutschland nie richtig Deutsch lernte, verkaufte Lebensmittel auf Wochenmärkten. Sohn Remzi führte später einen kleinen Laden, in dem er Oliven, Schafkäse und Ayran verkaufte. Der Junge, der weder studierte noch eine höhere Schule besuchte, musste erst 30 werden, bis er sich plötzlich zu Größerem bestimmt sah. Es waren Berlins bewegte Jahre 1989 und 1990, ganz plötzlich und unerwartet fiel die Mauer, und Deutschland wuchs mit einem Schlag um 16,35 Millionen Menschen.

„Da habe ich eine Lücke gesehen“, erinnert sich Kaplan heute immer wieder gern an seinen großen Augenblick. „Mensch, da drüben kennt doch keiner Döner“, will er zu seinem Bruder gesagt haben. Fest steht, dass beide noch im Jahr der Wiedervereinigung ihren ersten Imbiss in Ostberlin eröffneten und damit zu den Fastfood-Pionieren gehören. Der Grill am Ostbahnhof floriert, und Kaplan öffnet immer neue Buden.

Die Osis gieren nach neuen Aromen, nur einer ist nicht zufrieden: Remzi Kaplan. Der Türke findet das Fleisch, das er selbst verkauft, zu schlecht, doch als er seinen Hersteller bittet, bessere Zutaten zu verwenden, sagt der zu ihm: „Warum denn mehr ausgeben, du verkaufst das Zeug doch auch so.“ Kaplan gefällt das nicht. Und so eröffnet er 1991 seine erste eigene Fleischfabrik. Heute ist die Kaplan GmbH nach Angaben des Vereins Türkischer Dönerhersteller in Europa (ATDID), in dessen Vorstand Remzi Kaplan sitzt, der größte Produzent in der EU, vielleicht sogar der Welt. 140 Mitarbeiter beschäftigt der Döner-König an vier Standorten in Berlin, Brandenburg, Hamburg und Holland, sein nächstgrößter Konkurrent hat nur 100 Angestellte.

Eines seiner Erfolgsrezepte ist die gläserne Produktion: „Bei uns kann jeder vorbeikommen, sich einen Kittel und ein Haarnetz anziehen und sich vergewissern, dass alles sauber ist“, sagt Kaplan. Nur eines bleibt geheim: seine Gewürzmischung. Kaplan

setzt auf Qualität und unterscheidet sich dadurch von vielen seiner Konkurrenten. Wenn er sieht, dass mancher Grill Döner für 99 Cent anbietet, schlägt er die Hände über dem Kopf zusammen: „Minimum 2,50 bis vier Euro muss ein guter Döner kosten“, meint er und weiß, dass das teuer ist.

**T**rotzdem sagt er: „Wenn einer unseren Marken-Döner dauerhaft billig anbietet, kriegt er von uns keine Ware mehr.“ Stolz zeigt Kaplan den „Goldenen Preis“, den ihm die Deutsche Landwirtschaftsgesellschaft (DLG) für die Qualität seines Fleisches verliehen hat. Kein Wunder also, dass ihn die jüngsten Gammelfleischfunde, bei denen auch ungenießbares Döner auftauchte, wurmen. Kaplans wirtschaftlicher Verlust hält sich zwar in Grenzen. „Anfangs ist der Umsatz um acht bis zehn Prozent eingebrochen“, erzählt er. „Aber mittlerweile ist alles wieder wie vorher.“ Aber einer wie Kaplan, der selbst sauber ist, will nicht für die krummen Geschäfte anderer zur Verantwortung gezogen werden. „Ich wünsche mir, dass die Behörden öfter kontrollieren und dafür mehr Leute einstellen“, sagt er.

Seit Jahren versucht Kaplan auch über den ATDID ein „Döner-Zertifikat“ ein-

zuführen, demzufolge ausschließlich Fleisch vom Kalb, Rind und Lamm verarbeitet werden darf. Doch das Vorhaben ist schwieriger als gedacht: „Wir sind noch dran, das ist in Arbeit“, sagt Kaplan.

Neben seinem Qualitätsbewusstsein hat Remzi Kaplan ein weiteres Erfolgsgeheimnis. In Berlin jedenfalls ist sein gewitztes Marketing legendär. In Anlehnung an die hochkulturelle „Lange Nacht der Museen“ veranstaltet er immer wieder die „Lange Nacht des Döners“ und versucht zurzeit, mit einem 581 Kilo schweren Fleischspieß ins Guinness-Buch der Rekorde zu gelangen. Am liebsten sind ihm aber Aktionen, bei denen er mit seiner Werbung noch etwas Gutes tun kann. „Döner macht schlau“, hieß es vergangenes Jahr an der Grundschule Wedding: Jeder Schüler, der an Kaplans Grill eine „Eins“ vorweisen konnte, bekam einen Döner geschenkt. Angeblich stieg dadurch der Notendurchschnitt.

Remzi Kaplan ist ein Mann mit Humor und trotz seiner Herkunft aus einem verlorenen Winkel Anatoliens ein Liberaler. Die ständigen Verwechslungen mit Metin Kaplan, dem Islamistenführer und inzwischen abgeschobenen „Kalifen von Köln“, schmerzen ihn daher umso mehr. „Wir sind ganz anders, politisch wie religiös“, be-tuert der Berliner Kaplan. In seinem Büro

steht ein Reliefbild von Mustafa Kemal Atatürk, eben dem Mann, der das türkische Kalifat einst abschaffte und die türkische Republik ins Leben rief. Kaplan, der seinen türkischen Pass nie gegen den deutschen ausgetauscht hat, ist Mitglied der von Atatürk gegründeten und heute sozialdemokratischen Partei CHP sowie in Deutschland der SPD. „In meiner Familie würde nie eine Frau ein Kopftuch tragen“, versichert der Patriarch.

Einen Sohn und zwei Töchter hat Remzi Kaplan, und alle sind sie voll in den Familienbetrieb integriert. Kaplan schwärmt von seiner Familie, da ertönt eine Türpop-Melodie, es ist sein Handy. Der Fleischfabrikant ist ein viel beschäftigter Mann: „Mein Thema ist immer Döner“, sagt er und lacht, die wütigen Drehspeie machen ihm offenbar viel Freude. Das ist wenig verwunderlich, denn angeblich hat Remzi Kaplans Firma in diesen 16 Jahren noch nie rote Zahlen geschrieben, auch nicht während der BSE-Krise, da habe er eben Döner aus Fisch oder Huhn gemacht. „Wir wachsen immer weiter“, sagt er fröhlich und flätzt sich in seinen Sessel.

Über 1000 Imbissbuden beliefert er, so viel verrät er, aber über Umsätze und Gewinne spricht er prinzipiell nicht. Man kann also nur schätzen: Der Hamburger Döner-König Ertan Celik verriet vor ein paar Jahren, dass er mit einem Viertel der Mitarbeiter und lediglich 150 belieferten Imbissen auf einen Jahresumsatz von drei Millionen Euro kam. Remzi Kaplans Umsätze dürften also im zweistelligen Millionenbereich liegen.

Auch um die zahlreichen Tochterfirmen, die alle in Händen von Familienangehörigen sind, hüllt der Fleischgroßhändler einen Mantel des Schweigens. „Herr Kaplan hat zusätzlich noch Unternehmen in anderen Branchen“, heißt es bei der lokalen Türkisch-Deutschen Unternehmervereinigung (TDU), deren stellvertretender Vorsitzender Kaplan ist. Außerdem ist bekannt, dass sein Sohn eine Firma für Veranstaltungsmanagement führt und sein Bruder eine Imbisskette in Spanien.

Der Selfmademan hat gelernt, dass Reden allenfalls Silber ist. Spätestens sein spektakulärster Fehlschlag hat ihm dies schmerzlich vor Augen geführt. Vor zwei Jahren ging Kaplan mit der „Döner-Osterweiterung“ durch die Medien. So, wie er einst den Drehspeiß nach Ostberlin trug, wollte der Unternehmer diesmal punktgenau zur EU-Osterweiterung den pol-

nischen Markt aufrollen. Die polnische Grenze ist nur 80 Kilometer von Berlin entfernt, und Kaplan hatte schon alles durchgeplant: Mit dem Gastronom Jacek Schäffer hatte er sich einen polnischen Partner gesucht; in Stettin wollte er eine eigene Dönerfabrik hochziehen und dort bis zu 300 polnische Fleischer beschäftigen, die den Kebab für 25 eigene Läden plus rund 100 Imbisse im Franchise-System produzieren sollten. Doch am Ende ist aus den großen Ankündigungen wenig geworden, gibt der Döner-Exporteur heute zähneknirschend zu.

„Wir haben das Geschäft erst mal auf Eis gelegt“, sagt Kaplan, und erstmals legt sich das Lächeln unter dem großen Schnauz. „Ich hatte mir den falschen Partner ausgesucht“, gibt er zu, am Ende habe er in Stettin lediglich ein Lager eröffnet und beliefert nun also Eulen nach Athen? Keinesfalls, bekräftigt Kaplan: „70 Millionen Polen gewesen, sagt Kaplan, da gebe es nur eine Lösung: „Zack, raus da!“

Um die Scharte auszuwetzen, hat der erfolgshungrige Entrepreneur umgehend das nächste Ziel ins Auge gefasst. Kaplan, der rund ein Drittel seines Umsatzes mit dem Export verdient, ist besetzt von der Idee, dass er ein Produkt hat, das überall geht. Imbissgänger in Holland, Dänemark, Finnland, Österreich, Frankreich, Spanien und Italien kommen schließlich bereits in den Genuss seines Fleisches, nun sollen auch seine eigenen Landsleute erfahren, wer den besten Döner macht.

**I**n einem Jahr will Kaplan in Istanbul die „größte Dönerfabrik Europas“ eröffnen. Die Bauarbeiten haben schon begonnen. Seitdem ist Kaplan so häufig in der alten Heimat, dass er sogar den Vorsitz des Döner-Verbandes ATDID vorübergehend niedergelegt hat. Trägt der Döner-König nun also Eulen nach Athen? Keinesfalls, bekräftigt Kaplan: „70 Millionen Türken wohnen in der Türkei, und da gibt's keinen vernünftigen Döner-Hersteller.“

Das mögen viele Türken anders sehen, allerdings hat Kaplan recht, wenn er sagt, dass sein Produkt sich vom echten türkischen Döner unterscheidet: „Zum Beispiel isst man den Döner nicht mit Soße“, sagt der Experte. Auch bei Brot, Gemüse und Gewürzen gibt es Unterschiede. Nun will Kaplan den Türken den Euro-Döner bringen. Schließlich ist Istanbul im Vergleich zu Berlin quasi Döner-Entwicklungsland. □

## Von Anatolien in die Welt

Dönerkebab, das „sich drehende Grillfleisch“, stammt aus den Tiefen Anatoliens. Hier wird der Hammelspieß jedenfalls in Reiseberichten aus dem 18. Jahrhundert erstmals erwähnt. Das arabische Rindfleisch-Schawarma und das griechische Schweinefleisch-Gyros weisen ebenfalls darauf hin, dass der Döner aus dem Nahen Osten stammt.

Spätestens vor 50 Jahren begannen die Türken, das Grillfleisch in Fladenbrot zu packen. Ihren weltweiten Siegeszug trat die Fleischtasche aber erst Anfang der 1970er-Jahre von Berlin-Kreuzberg aus an: Türkische Einwanderer erfanden hier die deutsche Döner-Variante mit Salatbeilage und weißer Soße.

Den folgenden Aufstieg konnte kein

Lebensmittelskandal bremsen. Allerdings führten die schlechten Schlagzeilen in BSE-Zeiten zu einer verstärkten Produktion von „Chickens Döner“. Auch den jüngsten Gammelfleischskandal dürfte die Spezialität für jedermann wegstecken. Laut „Verein türkischer Dönerhersteller in Europa“ (ATDID) ist der Absatz nur kurz eingebrochen und hat sein altes Niveau wieder erreicht. Damit bleibt Döner Deutschlands Fastfood Nummer eins. Allein in Berlin gibt es 1200 Verkaufsstellen, in der ganzen Bundesrepublik sind es rund 15 000. Nach ATDID-Angaben erzielt die Branche jährlich mehr als 2,3 Milliarden Euro Umsatz – das entspricht etwa dem Jahresumsatz von McDonald's in Deutschland. hp