

Weinhandel als Brücke zwischen Nationen: Die Firma J.F. Hillebrand und ihre Bedeutung für die deutsch-französische Zusammenarbeit

Benjamin Pfannes

1. Einleitung

Partnerschaften zwischen deutschen und französischen Regionen und Städten sind heutzutage längst allgegenwärtig. Dennoch waren Rheinland-Pfalz und das damalige Burgund vor mehr als sechs Jahrzehnten Wegbereiter auf diesem Gebiet. Am 26. Juni 1962 wurde die erste Partnerschaft zwischen einem deutschen Bundesland und einer französischen Region besiegelt, bereits bevor am 22. Januar 1963 Deutschland und Frankreich den Elysée-Vertrag unterzeichneten, der als Symbol für Aussöhnung und Freundschaft zwischen den beiden Nachbarländern gilt. Es besteht eine rege Interaktion auf vielfältigen Ebenen des städtischen Lebens, sei es durch kulturelle Programme, den Austausch über Umweltthemen, die Zusammenarbeit in stadtplanerischen Projekten oder institutionelle Beziehungen etc. Eine Facette, die bisher wenig Beachtung fand, ist das langjährige Engagement der Mainzer Spedition Hillebrand in der Region Burgund. Dieses bedeutende Kapitel in der Geschichte der Hillebrand-Gruppe verdient eine genauere Betrachtung, da es nicht nur die grenzüberschreitende Verbindung zwischen Mainz und Burgund unterstreicht, sondern auch Einblicke in die Entwicklung der Weinlogistikbranche und die Stärkung der deutsch-französischen Beziehungen bietet.

Im 19. Jahrhundert als regionale Spedition gegründet, hat sich die Firma J.F. Hillebrand zu einem weltweit führenden Wein- und Spirituosenpediteur entwickelt. Dieser bemerkenswerte Aufstieg ist nicht nur ein Zeugnis für unternehmerisches Geschick und Innovationskraft, sondern auch für die Fähigkeit, sich in einem sich ständig wandelnden internationalen Umfeld zu behaupten. Besonders bemerkenswert ist, wie die Hillebrand-Familie es verstand, wirtschaftliche Chancen zu nutzen und zugleich eine bedeutende Rolle in der Förderung der deutsch-französischen Verständigung zu spielen. Vor dem Hintergrund zweier Weltkriege und der daraus resultierenden Spannungen zwischen den Nationen gelang es dem Unternehmen,

nicht nur wirtschaftliche Brücken zu bauen, sondern auch zur Annäherung der beiden Länder beizutragen.

Die Expansion der Firma nach Frankreich in den 1970er Jahren ist ein Schlüsselbeispiel für diese Bemühungen. Trotz anfänglicher kultureller und sprachlicher Hürden gelang es J.F. Hillebrand, durch eine Kombination aus unternehmerischer Anpassungsfähigkeit und kulturellem Verständnis, einen bedeutenden Marktanteil in Frankreich zu erobern und so die Basis für eine langfristige deutsch-französische Partnerschaft zu legen. Die Untersuchung dieser Entwicklung wirft ein Licht auf die Einbettung unternehmerischer Entwicklungen in breitere gesellschaftliche und politische Tendenzen und zeigt, wie wirtschaftliche Initiativen zur politischen Verständigung beitragen können.

Der vorliegende Beitrag analysiert, wie das unternehmerische Handeln der Firma J.F. Hillebrand zur deutsch-französischen Verständigung beitrug, und inwiefern historische, wirtschaftliche und kulturelle Entwicklungen das Wachstum des Unternehmens im Wein- und Spirituosentransport zwischen Deutschland und Frankreich beeinflussten. Diese Fragestellung zielt darauf ab, die Rolle von J.F. Hillebrand nicht nur als Wirtschaftsakteur, sondern auch als Vermittler zwischen den beiden Ländern zu beleuchten. Sie bietet die Möglichkeit, die Wechselwirkungen zwischen unternehmerischem Erfolg und internationaler Zusammenarbeit zu analysieren, insbesondere im Kontext der Nachkriegszeit und der europäischen Integration. Dabei wird untersucht, wie das Unternehmen durch Anpassung an kulturelle Unterschiede und innovative Geschäftsstrategien zur Überwindung von Barrieren beigetragen hat.

Hierfür werden zunächst die Gründung und Expansion des Unternehmens im 19. Jahrhundert sowie die Anpassungsstrategien in Krisenzeiten und während der beiden Weltkriege beleuchtet. Anschließend untersucht das folgende Kapitel den Wiederaufbau des Unternehmens nach 1945 und die Internationalisierung, insbesondere die Expansion nach Frankreich und die Nutzung des Containerverkehrs. Außerdem skizziert diese Abhandlung das Leben von Jan Wilhelm Hillebrand, von seiner Kindheit und Jugend bis hin zu seinen prägenden Beiträgen zur Förderung des deutsch-französischen Handels sowie seiner wegweisenden Rolle im Weintransport und der regionalen Wirtschaftsentwicklung. Abschließend wird analysiert, wie die Firma kulturelle Unterschiede meisterte und zur wirtschaftlichen Verständigung zwischen Deutschland und Frankreich beitrug.

Ziel ist es, die Verflechtung von wirtschaftlichem Erfolg und internationaler Verständigung am Beispiel eines mittelständischen Familienunterneh-

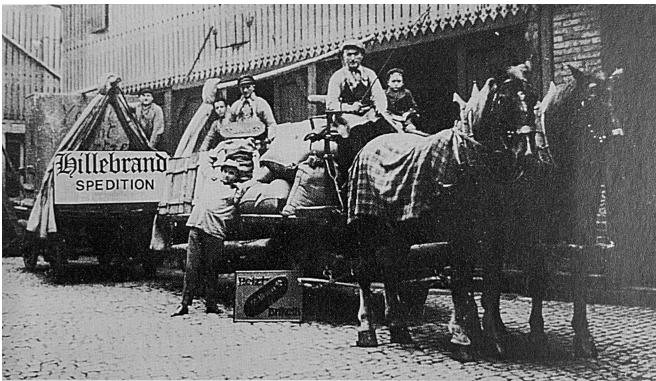
mens aufzuzeigen und die Bedeutung solcher Unternehmen für die europäische Wirtschaftsgeschichte zu verdeutlichen.

2. Historische Entwicklung der Firma J.F. Hillebrand

2.1. Gründung und Expansion im 19. Jahrhundert

Die Wurzeln der Familie auf dem Rhein reichen mehrere Jahrhunderte zurück. Bereits Urgroßvater Friedrich Anton und Vater Michael betrieben das Frachten-Speditions- und Kommissionsgeschäft in Familientradition¹. Im 19. Jahrhundert operierten die Planwagen der Mainzer Spedition J.F. Hillebrand und transportierten eine Vielzahl von Handelswaren nach Mitteleuropa. Auf der Rückfahrt brachten sie Druck- und Webwaren aus Sachsen an den Rhein.

Am 1. Juli 1844 gründete der damals 25-jährige Johann Friedrich Hillebrand in Mainz ein Unternehmen für Frachten-Kommissionsgeschäfte, einschließlich Lade- und Löschservices sowie einer Zoll-Agentur. Im Jahr 1863 erfolgte die Eintragung der Firma in das Handelsregister².



Ein Blick in die Anfänge: Ein Planwagen der Firma J.F. Hillebrand aus der Mitte des 19. Jahrhunderts. Dieses historische Bild zeigt die Wurzeln des Unternehmens, das mit einfachen Transportmitteln begann und sich zu einem globalen Akteur entwickelte. © Familie Hillebrand

1 Denkschrift zum 100-jährigen Bestehen der Firma J.F.Hillebrand G.m.b.H. Hg. von der J.-F.-Hillebrand GmbH. Mainz 1944, Bl. 2–3.

2 Ebd., Bl. 3.

Während des aufblühenden Weinhandels in Mainz in der Mitte des 19. Jahrhunderts war Hillebrand bereits aktiv im Transportgeschäft unter Verwendung von Pferdewagen. Dies, gepaart mit dem Aufkommen der Eisenbahn, führte zur Aufgabe des Fernfuhrverkehrs und zur Übernahme der bahnamtlichen Abfuhr vom Bahnhof der Ludwigs-Eisenbahn an der Rheinstraße³. Der Sammelverkehr wurde bis nach Berlin und Breslau ausgedehnt, und der Güterverkehr auf dem Rhein wurde intensiviert.

Um 1875 erweiterten die Söhne des Firmengründers, Dionis und Ludwig Damian (kurz Louis), den Güterverkehr auf dem Rhein. Die beiden Juniorchefs der neu gegründeten Offenen Handelsgesellschaft (OHG) übernahmen auch die Passage-Vertretung der Hamburg-Amerika-Linie und gehörten somit zu den Pionieren der Transatlantik-Dampfschiffahrt, die mit der Atlantiküberquerung des ersten englischen Liniendampfers „Great Western“ (1838) begann⁴. Trotz der Aufhebung der Staffeltarife durch die Staatsbahn um die Jahrhundertwende und einer Krise im Speditiionsgeschäft florierte die Firma⁵.

Die Söhne des Firmengründers knüpften bald Beziehungen nach Amsterdam und Rotterdam. 1888 schied Sohn Louis aus der Firma aus, und sein Bruder Dionis legte den Grundstein für weitere Entwicklungen des Unternehmens. 1912 wurden die Söhne von Dionis Hillebrand, Friedrich und Karl, Teilhaber, und als Vater Dionis 1914 verstarb, übernahmen beide Nachkommen das Unternehmen. Friedrich fiel jedoch 1918 im Ersten Weltkrieg.

2.2. Überlebensstrategien in Krisenzeiten

Nach dem Krieg erweiterte Hillebrand seinen Fuhrpark und nahm den Verkehr nach Frankfurt mit Miet-Lastern auf. Von zehn Mitarbeitern im Januar 1918 wuchs das Personal bis Herbst 1919 auf 70 kaufmännische Angestellte sowie 50 Hafen-, Lagerarbeiter und Kraftfahrer. Im Jahr 1920 wandelte Karl Hillebrand die Firma in eine GmbH um. Seit Mitte der

3 Der Firmensitz befand sich im Haus Reichklarastraße 10.

4 Bellmann, Dagmar: Von Höllengefährten zu schwimmenden Palästen. Die Passagierschiffahrt auf dem Atlantik (1840–1930). Frankfurt am Main 2015, S. 33.

5 Anlagen zu den Stenographischen Berichten über die Verhandlungen des Hauses der Abgeordneten während der II. Session der 18. Legislatur-Periode 1895. Bd. 1. 25. Sitzung: Landeseisenbahnrat. Verhandelt Berlin, den 6. März 1894. Berlin 1995, S. 329–335.

1920er Jahre florierte das Exportgeschäft von Hillebrand nach Europa und Übersee erneut.

Karl Hillebrand überwand in den 1930er Jahren mit 120 Angestellten, Kraftfahrern, Fuhrleuten, Hafen- und Lagerarbeitern die wirtschaftlichen Herausforderungen der Nachkriegszeit. Der Umschlag im Hafen stieg wieder an, und in dieser Zeit begann auch das Weinlagergeschäft. Die Firma mietete große Räume im Zollhafen an und erweiterte das Schifffahrts- und Binnenumschlags-Geschäft durch Verbindungen zu Seeredereien. Der Umsatz wurde in den 1930er Jahren um das über 30-fache gesteigert.

Zwischen 1942 und Kriegsende wurde der Betrieb mehrfach das Ziel von Bombenangriffen, was zur Einrichtung von Büros und Arbeitsstätten an vier verschiedenen Stellen in Mainz führte. Die Firma musste in Privaträume und zu befreundeten Unternehmen ausweichen. Die nach 1918 gegründete Zoll-Agentur war verantwortlich für das Chartergeschäft der 40 Hillebrand-Rheinschiffe, die während des Zweiten Weltkrieges in Regionen wie der Ukraine und Südrussland operierten. Die Firma Hillebrand arbeitete im Auftrag von Unternehmen, die von der Regierung mit Transportaufgaben betraut wurden. Dabei wurden Kleidung und Verpflegung für Wehrmachtsangehörige an die Ostfront transportiert, während Rohstoffe wie Getreide aus diesen Gebieten zurückgeführt wurden. Mit geliehenen Fahrzeugen setzte das Unternehmen den Betrieb fort, und 1943 wurde eine provisorische Holzbaracke an der Mittleren Bleiche in Betrieb genommen.

3. Nachkriegszeit und Wirtschaftswunder: Wiederaufbau und Internationalisierung

Das Kriegsende markierte einen Neuanfang. Nach dem Zweiten Weltkrieg begann Karl Hillebrand mit den verbliebenen Ressourcen, darunter 50 m² Lagerraum, zwei Holzvergaser-Lastzügen und Pferdefuhrwerken sowie acht Mitarbeitern, den Wiederaufbau. Vor der Währungsreform bringt sein Fuhrdienst Waren von dem in der französischen Zone gelegenen Mainzer Hauptbahnhof zum Bahnhof Kastel in der amerikanischen Zone⁶. Sohn Jan Wilhelm Hillebrand, inzwischen aus der Kriegsgefangenschaft heimge-

6 Die folgenden Ausführungen stützen sich auf Zeitzeugengespräche mit Christof J.F. Hillebrand, Sohn von Jan Hillebrand, 1987–2001 Geschäftsführender Gesellschafter der Hillebrand Gruppe. Danach bis 2022 Aufsichtsratsvorsitzender der Hillebrand Groupe AG; Gerard Desbois war von 1981 bis 2001 Generaldirektor von JF Hillebrand France und trat 1987 einem Beirat bei, der von Paul Ebert eingesetzt wurde, nachdem dieser

kehrt, übernahm 1946 die Leitung der Mainzer Lagerhaus AG und gründete Niederlassungen in Wuppertal und Saarbrücken. Er erhielt zudem in diesem Jahr die Geschäftsführung und sämtliche Gesellschaftsanteile der GmbH. Karl Hillebrand verstarb 1965.

Der neue Inhaber, Jan Wilhelm, entschied sich endgültig gegen sein ursprünglich geplantes Studium der Philosophie, Psychologie und Kunstgeschichte und wurde leidenschaftlicher Spediteur. In der achten Generation beschäftigt er sich mit Verkehrs- und Sozialpolitik, engagiert sich in Ehrenämtern bei Berufsverbänden und erkannte früh die enormen Chancen, die sich in den 1960er Jahren für das Gewerbe boten – insbesondere im Wein-Transportgeschäft, das sich praktisch vor der Haustür befand. Die Entstehung des europäischen Binnenmarktes ab 1957 und die daraus resultierende Vereinfachung der Zollregeln spielten dabei eine entscheidende Rolle und förderten das Wachstum und die Effizienz der Branche erheblich.

Jan Wilhelm und sein ehemaliger Lehrling Paul Ebert erkannten schnell, dass Weinerzeuger und Weinhandel auf fachkundige und spezialisierte Transportunternehmen angewiesen sind. Mit dem zunehmenden Containerverkehr in den 1960er Jahren gelang der Mainzer Spedition der große Durchbruch. In den frühen 1960er Jahren exportierte Hillebrand hauptsächlich deutsche Weine weltweit, zu dieser Zeit noch karton- oder palettenweise. Mitte der 60er Jahre stellten See-Reedereien erstmals Container zur Verfügung, um deutschen Wein in die USA zu verschiffen. Dies leitete eine revolutionäre Ära im Transportverkehr ein – das Container-Zeitalter. Jan Wilhelm Hillebrand und sein Partner Paul Ebert nutzten diese Entwicklung für die Haus/Haus-Verladung. Die Container mit deutschem Wein wurden direkt zu den Großhändlern transportiert, was in den USA und Kanada großen Anklang fand. Hillebrands Wine-Line wurde zu einem Begriff unter den Händlern, und eigene Büros wurden eingerichtet, um den Kundenservice zu optimieren. Das Unternehmen nutzte das neue Transportsystem erfolgreich und baute ein weitreichendes Speditionsnetz

Jan Hillebrand als Konzernchef abgelöst hatte. 1994 erfolgte die Ernennung zum Leiter von Südeuropa. Am 1. Januar 2001 änderte die Gruppe ihre Unternehmensführung, und Desbois übernahm die Position des Vorstandsvorsitzenden der Gruppe, die er bis Oktober 2013 innehatte; Philippe Bruneau begann 1976 als Lehrling in der Firma und stieg bis zur Position des Verkaufsleiters für Frankreich auf (1992). Er wurde 2001 Geschäftsführer für Frankreich, Teilhaber ab 1999 und später erhielt er die zusätzliche Verantwortung als Area Manager South Europe, einschließlich Spanien, Portugal, Italien und Frankreich. Im Jahr 2013 wurde Bruneau Präsident von Hillebrand Frankreich. Im März 2016 verließ er das Unternehmen.

auf. Pläne für den Bau eines Hauptquartiers wurden geschmiedet, nachdem die alten Lagerhallen am Rheinufer der Stadtsanierung und Rheinufergestaltung weichen mussten. Im Jahr 1974 erfolgte schließlich der Umzug in große Lager- und Büroräume in das Gewerbegebiet des Mainzer Stadtteils Hechtsheim.

Hillebrand hat sich an die Spitze der Wein- und Spirituosenpediteure emporgearbeitet und unterhält mittlerweile „Stützpunkte“ in 93 Ländern. Weltweit überwachen und steuern ca. 3.000 Mitarbeiter, davon 100 in Mainz, Ladungen, Frachten, Transporte, Lagerstätten, Waren und Kundendienst⁷. Das Unternehmen beherrscht heute ca. 75 % Prozent des deutschen Weinspeditionsmarkts in Übersee und hat in Frankreich einen Marktanteil von 50 % errungen. Jährlich schickt Hillebrand 650.000 Container auf Reisen rund um den Globus.

4. Zwischen Krieg, Wiederaufbau und Verständigung: Das Leben des Jan Wilhelm Hillebrand

4.1. Kindheitserinnerungen (1925- ca. 1937)

Jan Wilhelm Hillebrand wurde in eine Familie geboren, die sich durch ihre liberale Gesinnung und ihren weltoffenen Lebensstil auszeichnete. In einer Zeit, in der Deutschland zunehmend von nationalsozialistischen Ideen durchdrungen wurde, hielt die Familie Hillebrand an ihren internationalen Freundschaften fest. Bekannte Persönlichkeiten wie der Schriftsteller Carl Zuckmayer und jüdische Familien aus der Weinbranche waren regelmäßige Gäste im Hause Hillebrand. Diese kosmopolitische Atmosphäre stand im starken Kontrast zur wachsenden Isolation und Radikalisierung der deutschen Gesellschaft.

Die politischen Umwälzungen der Zeit hatten direkte Auswirkungen auf die Familie. 1934 musste Jan Wilhelms Großonkel Wilhelm, der jüngere Bruder seines Großvaters, aufgrund seiner politischen Einstellung Deutschland verlassen. Diese Flucht vor dem Regime war nur eine von vielen, die Familien mit oppositionellen Ansichten damals vollziehen mussten. Im Jahr 1936 besuchte Jan Wilhelm gemeinsam mit seinen Eltern und seinem älteren Bruder den Großonkel in den USA. Während dieses Aufenthalts

7 Vgl. Bundesanzeiger, Jahres- und Konzernabschluss der Firma J.F. Hillebrand Group AG Mainz zum Geschäftsjahr vom 01.01.2021 bis zum 31.12.2021.

erlernten die Jungen fließend Englisch, eine Fähigkeit, die in den kommenden Jahren von großem Nutzen sein sollte.

Jan Wilhelms Zeit in der Hitler-Jugend war geprägt von innerem Widerstand. Die freiheitsliebende Natur, die ihm durch seine Familie vermittelt wurde, stand in scharfem Gegensatz zur Indoktrination und den rigiden Strukturen der Jugendorganisation der Nationalsozialisten. Für ihn war diese Zeit weniger eine Gelegenheit zur Gemeinschaft und Disziplin, sondern vielmehr eine Qual, die im Widerspruch zu seinen inneren Überzeugungen stand.

4.2. Jugend (1942–1947)

Mit 17 Jahren, im Jahr 1942, legte Jan Wilhelm Hillebrand sein „Kriegsabitur“⁸ an der Hermann-Göring-Schule, dem heutigen Schloss-Gymnasium in Mainz, ab. Er wurde direkt nach dem Abitur eingezogen, und trotz der Ungewissheit über seine genaue Einheit ist bekannt, dass ihm die Offizierslaufbahn angeboten wurde. Diese lehnte er jedoch ab, im Gegensatz zu seinem älteren Bruder Karl-Werner, der sich dafür entschied.

Während seiner Dienstzeit als Soldat an der Ostfront wurde Jan Wilhelm verwundet, was zu seiner Verlegung an die Westfront führte. Seine Verletzung am linken Arm führte zu einer lebenslangen teilweisen Lähmung seiner Hand. Die Gräueltaten des Krieges prägten ihn tief. Die blinde Befolgung der Befehle durch einige Offiziere stand im krassen Gegensatz zu den Bemühungen anderer, ihre Männer zu schützen. Ein besonders traumatisches Erlebnis war der Verlust eines Freundes, dessen Gesicht im Gefecht schwer verletzt worden war. 1945 wurde Jan Wilhelm die Verantwortung für eine Gruppe von fünf Soldaten übertragen. Die SS zwang seine Gruppe in ein Gefecht, doch außerhalb ihrer Sichtweite ergaben sie sich den Amerikanern. Ausgehungert und erschöpft, half er bei der Aushebung von Kriegsgräbern, um zusätzliche Nahrungsrationen zu erhalten. Diese ständige Konfrontation mit dem Tod hatte tiefgreifende Auswirkungen auf ihn.

Nach dem Ende des Krieges und der Kriegsgefangenschaft wurde Jan Wilhelm aufgrund seiner guten Englischkenntnisse zum Assistenten eines amerikanischen Offiziers ernannt. Er diente als Übersetzer bei Anhörun-

8 Der Begriff „Kriegsabitur“ bezieht sich auf die während des Zweiten Weltkriegs beschleunigten Prüfungsverfahren, die es den Schülern ermöglichten, vorzeitig in den Kriegsdienst einzutreten.

gen von Offizieren, die verdächtigt wurden, Kriegsverbrechen begangen zu haben. Diese Aufgabe führte ihm das opportunistische Verhalten vieler ehemaliger Nazi-Offiziere vor Augen, die nun ihre Taten leugneten. Diese Erfahrung hinterließ bei ihm eine tiefe Enttäuschung über die Nachkriegsgesellschaft, da er beobachten musste, wie viele dieser Personen später wieder in führende Positionen in der Wirtschaft und in Institutionen gelangten.

Die Zeit nach dem Krieg war geprägt von einer intensiven Auseinandersetzung mit Literatur, Philosophie und Kunst. Jan Wilhelm suchte Zuflucht in klassischen Werken, die ihm halfen, die traumatischen Erlebnisse zu verarbeiten. In den Aufzeichnungen seines Onkels Klaus Hillebrand wird beschrieben, wie er stundenlang auf Bäumen saß und las – eine bildhafte Darstellung seiner Suche nach geistiger Freiheit und innerem Frieden.

Dank seiner Kontakte zu dem amerikanischen Offizier konnte Jan Wilhelm Waren für den Schwarzhandel in Mainz beschaffen, was zur Versorgung seiner Familie bis 1948 beitrug. Diese Zeit markierte den Beginn einer neuen Lebensphase, in der seine sprachlichen und kulturellen Fähigkeiten ihm halfen, sich in der Nachkriegsgesellschaft zu behaupten.

4.3. Der junge Erwachsene (1949–1951)

Nach dem Krieg fand Jan Wilhelm Hillebrand 1949 eine Anstellung bei einer niederländischen Spedition. Innerhalb eines Jahres erwarb er fließende Niederländischkenntnisse, was ihn auch Jahre später bei Verhandlungen mit niederländischen Schifffahrtslinien als Muttersprachler erscheinen ließ. Diese Sprachbegabung erwies sich als wertvolle Ressource in seiner beruflichen Laufbahn und half ihm, internationale Geschäftsbeziehungen aufzubauen und zu pflegen.

1950 begann er bei einer englischen Spedition in London zu arbeiten, wo er auch seine spätere Ehefrau kennenlernte. Im darauffolgenden Jahr kehrte Jan Wilhelm nach Mainz zurück, um die Leitung der Mainzer Lagerhaus Gesellschaft, einer Tochtergesellschaft der JF Hillebrand GmbH, zu übernehmen. In dieser Rolle legte er den Grundstein für die zukünftige Entwicklung des Unternehmens und trug maßgeblich zum wirtschaftlichen Erfolg der Firma in den folgenden Jahrzehnten bei.

4.4. Die „Wirtschaftswunder-Zeit“ und die frühen 1970er (1953 bis 1972)

Die Nachkriegszeit war in Deutschland von einem beispiellosen wirtschaftlichen Aufschwung geprägt, bekannt als das „Wirtschaftswunder“. In dieser Zeit gelang es Jan Wilhelm Hillebrand, die JF Hillebrand GmbH erfolgreich durch die Herausforderungen einer sich schnell verändernden Wirtschaft zu führen.

Trotz des allgemeinen wirtschaftlichen Aufschwungs stellte sich die Situation für mittelständische Speditionen wie die JF Hillebrand GmbH in den späten 1960er und frühen 1970er Jahren jedoch als zunehmend herausfordernd dar. Große Konzerne wie Schenker und Kühne & Nagel dominierten den Markt, und viele Unternehmen kämpften ums Überleben. In Mainz gab es zahlreiche Speditionen, die um die wenigen lukrativen Aufträge wetteiferten.

Angesichts dieser Konkurrenz entschied sich das Unternehmen, sich auf den Transport von Wein, Bier und Spirituosen zu spezialisieren. Die aufkommende Containerisierung des Transports bot eine neue Chance, die Jan Wilhelm frühzeitig erkannte. 1972 wurde der Landverkehr an Armbruster/Schenker verkauft, um sich auf das Überseegeschäft zu konzentrieren. Dieser Fokus auf die internationale Wein- und Spirituosenindustrie legte den Grundstein für das zukünftige Wachstum des Unternehmens.



Das 1994 anlässlich des 150-jährigen Jubiläums der Firma J.F. Hillebrand aufgenommene Mehrgenerationenfoto zeigt Jan W. Hillebrand (rechts) und seinen Sohn Christof (links), umgeben von Porträts der früheren Inhaber – ein Symbol für 150 Jahre Familientradition. © Familie Hillebrand

Der Erfolg im Überseegeschäft führte zur Expansion ins Ausland. Auf Bitten zufriedener Kunden aus Übersee entschied sich das Unternehmen, auch aus Frankreich zu verladen. Die Zusammenarbeit mit französischen Partnern gestaltete sich jedoch schwierig, weshalb eigene Niederlassungen in Beaune (1974) und Bordeaux (1976) gegründet wurden. Diese Entscheidung erwies sich als richtungsweisend und trug maßgeblich zur Etablierung der JF Hillebrand GmbH als international führendes Unternehmen im Wein- und Spirituosenhandel bei.

5. Unternehmerisches Handeln als Brücke zur deutsch-französischen Verständigung

Das Frankreich-Geschäft entwickelte sich in einer Zeit, in der die kulturellen Unterschiede zwischen Deutschland und Frankreich noch sehr ausgeprägt waren. Die Kriegsgeneration auf beiden Seiten war noch stark von den Erlebnissen des Zweiten Weltkriegs geprägt, was zu einer gewissen Zurückhaltung führte. Um in diesem Umfeld erfolgreich zu sein, war es notwendig, dass Hillebrand in Frankreich auf Französisch agierte und gleichzeitig den hohen Service-Standard, den die Kunden gewohnt waren, beibehielt.

Im Sommer 1973 stand Hillebrand vor einer entscheidenden Wahl: Die Frage, mit welchen Partnern und an welchem Standort in Burgund eine Niederlassung eröffnet werden sollte, beschäftigte das Unternehmen⁹. Zur Auswahl standen die Städte Dijon, Beaune und Chalon-sur-Saône. Letztendlich fiel die Entscheidung auf Beaune, da diese Stadt als die Weinhauptstadt Burgunds angesehen wurde und die geplante Errichtung eines Autobahnkreuzes die Transportwege zwischen Beaune und den Häfen von Le Havre und Marseille erheblich verkürzen würde, was sich bis heute als vorteilhaft erwiesen hat. In den frühen 1980er Jahren unternahm Hillebrand erhebliche Anstrengungen, um sich als französisches Unternehmen zu etablieren. Er selbst zeigte ein großes Interesse an der französischen Lebensart und brachte sich autodidaktisch Französisch bei, was von den Franzosen sehr geschätzt wurde. Seine Liebe zur französischen Literatur, Kulinarik und insbesondere zu den Weinen hielt bis zu seinem Lebensende an. Außerdem spielte für die Spedition eine wegweisende Rolle, dass sie 1981 als erstes Unternehmen eine Concorde charterte, um den Transport des Beaujolais Nouveau nach Amerika zu arrangieren. Dadurch erlangte Hillebrand endgültig den Ruf als Spezialist für den Transport von Wein ins Ausland. Es wurden weitere Niederlassungen in Bordeaux und Le Havre gegründet sowie Partnerschaften mit Firmen in der Champagne und in Cognac eingegangen. Jan Hillebrand knüpfte Kontakte zu zahlreichen amerikanischen Importeuren deutscher Weine und vermittelte diese an viele französische Winzer. Dadurch steigerte sich die Akzeptanz der Firma in Frankreich erheblich. Im Jahr 1983 wurde jedoch ein Transportvolumen

9 Hillebrand war bereits vor dieser Entscheidung in Frankreich präsent. Die Aufträge erhielt das Unternehmen zunächst über amerikanische, englische und kanadische Kunden. Über einen belgischen Agenten der Firma „Wirtz Shipping“ aus Antwerpen wurde der Kontakt zu französischen Speditionen hergestellt.

erreicht, das die Kapazitäten überstieg, und es wurde festgestellt, dass qualifiziertes Personal fehlte. Daher wurde sein Sohn Christof damit beauftragt, sich diesem Problem anzunehmen. Zu Beginn sprach er – wie bereits sein Vater – kein Französisch. Um diese Hürde zu überwinden, belegte er einen Sommersprachkurs in Dijon, um die Kommunikation mit den französischen Kollegen zu verbessern und die Zusammenarbeit effektiver zu gestalten. Christof Hillebrand stellte fest, dass es in Frankreich keine spezifische Ausbildung zum Speditionskaufmann gab und dass auch an den Universitäten der Bereich Transport und Logistik nicht gelehrt wurde. Um diese Herausforderung anzugehen, wurden mehrere Maßnahmen ergriffen: Französische Mitarbeiter wurden nach Mainz geschickt, um an Schulungen teilzunehmen und entweder in Pensionen oder bei deutschen Kollegen untergebracht. Aus der Zentrale in Mainz kamen dabei Vorgaben, wie Aufträge abgewickelt werden sollten, jedoch argumentierten die französischen Mitarbeiter, dass sie solche Abläufe aus ihrem Heimatland anders gewohnt waren. Christof blieb jedoch hartnäckig und betonte: „Wir haben die Erfahrung und brauchen hier die gleiche Qualität“. Spannungen entstanden, da die Franzosen unzufrieden waren, deutsche Vorschriften zu erhalten. Um das gegenseitige Verständnis zu fördern, wurden zahlreiche Gespräche geführt und ein Dialog zwischen beiden Seiten angestrebt. So wurden beispielsweise französische Praktikanten aus Beaune nach Mainz geschickt, um das deutsche System kennenzulernen und das Verständnis für beide Seiten zu stärken. Alle verfolgten schließlich das gleiche Ziel, so Hillebrand. Ein weiterer wichtiger Schritt erfolgte in den 1980er Jahren, als ein gemeinsames Computersystem entwickelt werden sollte. In Frankreich gab es ein innovativeres IT-Unternehmen, das besser auf die spezifischen französischen Anforderungen eingehen konnte, und effizientere Lösungen vorschlug, als sie in Deutschland verfügbar waren. Daher übernahm Frankreich die Leitung des IT-Developments. Außerdem wurden deutsche Schulungsmaterialien zur Ausbildung von Speditionskaufleuten für die französischen Mitarbeiter aufbereitet. Zusätzlich wurde für einen Zeitraum von zwei Jahren eine amerikanische Französisch-Lehrerin in Beaune angestellt, um die Englischkenntnisse der Mitarbeiter zu verbessern. Zu dieser Zeit wurde beschlossen, dass Englisch als Unternehmenssprache verwendet werden sollte. Darüber hinaus gehörte es zu Christof Hillebrands Aufgaben, die Spannungen zwischen den deutschen und französischen Kollegen zu verringern und eine bessere Zusammenarbeit zu fördern. Hierzu wurden Sportwochenenden organisiert, bei denen Fußball, Handball und Volleyball gespielt wurden. Diese Veranstaltungen wechselten jährlich zwischen Beau-

ne und Mainz, wodurch eine hervorragende Kommunikation und sogar freundschaftliche Bindungen entstanden, die teilweise bis heute Bestand haben.

Mit der *Maison de Rhénanie-Palatinat* in Dijon entstand eine enge Kooperation und man unterstützte sich gegenseitig über Jahre bei verschiedenen Aktivitäten. Einmal im Jahr wurde ein Straßenfest organisiert, das das deutsch-französische Verhältnis feierte, wobei Transporte von Wein und Verpflegung gesponsort wurden und Ausstellungen sowie diverse Sponsor-Aktivitäten stattfanden. Zum Städtegeburtsfest Ende der 90er Jahre wurde eine Oldtimer-Tour von Mainz nach Dijon veranstaltet. Darüber hinaus umfasste die Zusammenarbeit auch die Vergabe von Praktika und die Anstellung französischer Praktikanten. Hillebrand Beaune gehört heute zum größten Arbeitgeber in der Region, und gilt als führendes Mitglied in der französischen Weinexport Community.

Die erfolgreiche Expansion nach Frankreich und die Pflege von internationalen Beziehungen auf persönlicher und geschäftlicher Ebene sind ein eindrucksvolles Beispiel dafür, wie es Jan Hillebrand gelang, kulturelle Barrieren zu überwinden und sein Geschäft in einem schwierigen Umfeld nachhaltig zu entwickeln. Diese Leistung trug wesentlich zur langfristigen Stabilität und zum Erfolg des Unternehmens bei.