

club! Frühling 2018

# club!

DAS MAGAZIN DES BUSINESS CLUB HAMBURG



Chefredakteur, Buchautor, Medienmanager: Klaus Brinkbäumer.

## HAMBURG SCHREIBT SO SIEHT DIE ZUKUNFT DER MEDIEN AUS

Interview **SPIEGEL-CHEFREDAKTEUR KLAUS BRINKBÄUMER: WARUM JOURNALISTEN GERADE JETZT SO WICHTIG SIND** Mentoring **DURCH ERFAHRUNG GUT** Partnerclub **Luxemburg HOUSE17 International** **DIE NEUE ROLLE EUROPAS** Genuss **KULINARISCHER KLASSIKER FISCHBRÖTCHEN**

ICH FOLG' NICHT  
JEDER STRÖMUNG.  
ICH HALT' KURS.



www.holsten.de

BIER  
BEWUSST  
GENIEßEN.  
DES DEUTSCHEN BRAUERS.

ECKEN. KANTEN. HOLSTEN.

**IMPRESSUM****Herausgeber:**

BCH Business Club  
Hamburg GmbH  
Villa im Heine-Park  
Elbchaussee 43  
22765 Hamburg  
Geschäftsführer:  
Peter Richard Stoffel  
Telefon: +49 40 4 21 07 01-0  
Telefax: +49 40 4 21 07 01-70  
E-Mail: post@bch.de  
Internet: www.bch.de

**Konzept und Realisation:**

AEMEDIA –  
Presse, Print Concept, Promotion  
Hammerbrookstraße 93  
20097 Hamburg  
Telefon: +49 40 25 33 58 05  
Telefax: +49 40 25 33 58 16  
E-Mail: info@ae-media.de  
Internet: www.ae-media.de

**Chefredaktion:**

Andreas Eckhoff, Achim Schneider

**Art Direction:**

Stephan Kuhlmann

**Redaktion und Autoren:**

Sonja Álvarez-Sobreviela, Peter Barber, Detlef Gürtler, Jörg Marwedel, Alexandra Maschewski, Uwe Prieser, Gisela Reiners, Fiona Sangster, Norbert Scheid, Alexander Siebert, Nina Schwarz, Dr. Martin Tschechne

**Fotos Business Club Hamburg:**

Martina van Kann

**Lektorat:**

Dr. Sigrid Schambach

**Lithografie:**

Alphabeta GmbH  
Hammerbrookstraße 93  
20097 Hamburg  
Internet: www.alphabeta.de

**Druck:**

Von Stern'sche Druckerei  
GmbH & Co. KG  
Zeppelinstraße 24  
21337 Lüneburg  
Internet: vonsternsdruckerei.de

**Technische Umsetzung iPad:**

PressMatrix GmbH  
Friedensstraße 91  
10249 Berlin  
www.pressmatrix.de

**Auflage:**

11.000 Exemplare



Das Team des Business Club Hamburg.  
Wir freuen uns auf Sie!

## Schwarz auf weiß

„Jetzt haben wir es schwarz auf weiß“, so sagt man, wenn etwas erfolgreich unterschrieben ist. Was man schwarz auf weiß hat, wusste schon der Schüler in Johann Wolfgang von Goethes Faust, „kann man getrost nach Hause tragen“. Die Redewendung, entstanden zu Zeiten der Erfindung des Buchdruckes, ist heute trotz fortschreitender Digitalisierung so aktuell wie früher.

Es gilt das geschriebene Wort. Das ist die Erkenntnis aus zahlreichen Gesprächen, die club!-Autoren zum Titelthema „Hamburg schreibt“ geführt haben. Nicht nur, aber auch auf Papier. Nicht nur, aber auch im Netz. Beides schadet sich nicht, im Gegenteil. Im Zusammenspiel von Print und Web entfaltet das Wort „eine ungeheure Wucht“, wie Spiegel-Chefredakteur Klaus Brinkbäumer im Gespräch mit club!-Autor Andreas Eckhoff feststellt.

Alles geht. Brinkbäumer schreibt in Notizbücher, aber liest Zeitung auf dem iPad, die Schriftstellerin Tina Uebel schreibt Bücher und betreibt einen Blog im Internet, Verlage stehen zu ihren Print-Titeln und versuchen gleichzeitig Neues im Netz. Der Medienstandort Hamburg lebt. Ein Glück.

Im Namen des gesamten Teams wünsche ich Ihnen eine spannende Lektüre.

Peter Richard Stoffel



Genusstörn mit der Barkasse: Gisela Reiners, Hubert Neubacher, Achim Schneider, Martina van Kann und Nils-Kim Porru (v. l.).



Gesprächstermin beim Spiegel-Chef: Klaus Brinkbäumer, Til Wagner, Andreas Eckhoff, Ivo von Renner (v. l.).



Hamburg ist das Zentrum der Medien. Hier sitzen die Verlage, die relevanten Journalismus machen.

# INHALT

## 03 ..... EDITORIAL

Schwarz auf weiß.

## 06 ..... IVETA APKALNA PLANT IHREN FRÜHLING

Die Titularorganistin der Elbphilharmonie hat im Frühjahr ein volles Programm. Sie spielt in Seoul und Europa, urlaubt am Gardasee und renoviert eine Wohnung für ihre Mutter.

## Look & Feel

### 08 ..... IM CLUB UND UNTERWEGS

Blick hinter die Kulissen des Erfolgsmusicals Aladdin. Cognac-Verkostung mit Dean Martin-Klassikern. Business-Frühstück zum Thema „Künstliche Intelligenz“.

### 10 ..... GOLF MATCHPLAY-SERIE

Interview mit dem ehemaligen Tennisprofi Carl-Uwe Steeb, der die Porsche European Open 2018 in Green Eagle organisiert.

### 12 ..... TALK IM CLUB

Was tun!-Initiator Matthias Wolk spricht mit Rocko Schamoni und Prof. Dr. Carlo Strenger über die Werte der Freiheit.

## Titelthema

### 14 ..... HAMBURG SCHREIBT

Es gilt das geschriebene Wort. Das hat Autor Martin Tschechne bei seinen Recherchen für die Titelgeschichte festgestellt.

### 22 ..... INTERVIEW

Spiegel-Chefredakteur Klaus Brinkbäumer spricht im Interview über Medienkonzerne im digitalen Wandel, das Zusammenwachsen von Print und Online, Football Leaks und ein Treffen mit Barack Obama.

### 28 ..... MEINUNG

Clubmitglieder zum Thema „Hamburg schreibt“.

### 30 ..... GÜRTLERS GRÜTZE

Detlef Gürtler philosophiert in seiner Kolumne über das lukrativste Buch, das je herausgebracht wurde.



## TITEL

Im Foyer des Spiegel-Hauses in der HafenCity inszenierte Fotograf Ivo von Renner Spiegel-Chefredakteur Klaus Brinkbäumer für das club!-Titelfoto. In dem Gebäude des dänischen Architekten Henning Larsen befinden sich seit 2012 die Büros von Spiegel, Spiegel online und Spiegel TV.



## Prickelnd 44

Schon Napoleon wusste den Geschmack des Champagners von Moët & Chandon zu genießen.



## Klassisch 60

Wenn ein Steiermärker Fischbrötchen macht, dann kann nur etwas Leckeres dabei herauskommen.

### Unternehmer für Hamburg

#### 32 ..... SENIOREN HELFEN KINDERN

Besuch in einer Schule, in der ehrenamtliche Mitarbeiterinnen dafür sorgen, dass die Schüler gut in den Tag starten.

#### Wissen

#### 36 ..... VON ERFAHRUNG PROFITIEREN

Immer häufiger wünschen sich jüngere Mitarbeiter, bei einem Mentoring-Programm mitzumachen. Davon haben sowohl die Beteiligten als auch die Unternehmen etwas.

#### 42 MEINUNG

Clubmitglieder zum Thema „Mentoring“.

#### Special

#### 44 ..... NAPOLEONS TROST UND LEIDENSCHAFT

Der Champagner von Moët & Chandon ist schon seit 1743 Synonym für Stil und Geschmack, Eleganz und Lebensfreude.

#### club!-Member

#### 46 ..... MENSCHEN UND IHRE GESCHICHTEN

Wasser-Aufbereitungsexperte Markus Beckmann, Arbeitsrechtlerin Patrizia Chwalisz, Lotto-Glücksfee Petra von Strombeck, Stuhlexperte René Sitter.

#### Special

#### 58 ..... DESIGN SORGT FÜR ERFOLG

Wie zwei junge Produktdesigner mit ihrer Agentur Thinkers erfolgreich Marken und Produkte erfinden.

### Gourmet & Genuss

#### 60 ..... KLASSIKER MIT PFIFF

Chefkoch Nils-Kim Porru und Hubert Neubacher, Chef von Barkassen Meyer, zauberten auf der Elbe kultige Snacks.

#### 64 ..... MAIK STOEVBHASE BITTET ZU TISCH

Warum der Geschäftsführer von SAM Electronics am Schreibtisch kein Sakko trägt, erzählt er in club!.

### English Lounge

#### 68 ..... 15 QUESTIONS FOR DAMIAN RODGETT

In a regular series, we ask executives about success, the challenges of the future and what Hamburg means for them.

#### 70 TRADER TOM

Tom Hougaard, a day trader with 20 years' experience, talks about risk management and why he loves the DAX.

#### 72 ..... INTERNATIONAL BUSINESS

The Belgian Ambassador to Germany talks about European culture and Germany's role after Brexit.

#### 78 ..... PARTNER CLUBS

A lot like Luxembourg itself, House17 unites tradition and modernity in very stylish settings.

### Service

#### 03 ..... IMPRESSUM

#### 54 ..... ALLES WISSENSWERTE ZUM CLUB

#### 56 DIE PARTNER DES CLUBS

## IVETA APKALNA PLANT IHREN FRÜHLING

*In jeder Ausgabe des club!-Magazins stellen wir eine bekannte Persönlichkeit der Stadt vor, die im Strandkorb des **BUSINESS CLUB HAMBURG** Platz nimmt. Dort werden dann kleine und große, private und berufliche Pläne für die nahende Zukunft besprochen.*



Ihr Leben verläuft ebenso im Takt wie ihre Musik. Die Musikerin Iveta Apkalna muss ihre vielen Verpflichtungen genau timen, um für sich und ihre Familie etwas Freiraum schaffen zu können. Deshalb ist es für sie wichtig, immer einen Plan zu haben.

**„Der Familienurlaub zu Ostern am Gardasee hat schon Tradition. Diese Woche ist mir heilig.“**

**Iveta Apkalna, 41, ist Titularorganistin in der Elbphilharmonie. Die geborene Lettin studierte in Riga, London und Stuttgart Klavier und Orgel. Sie ist die erste Organistin, die mit dem Echo Klassik-Preis als beste Instrumentalistin ausgezeichnet wurde. Neben dem Engagement an der Elbphilharmonie spielt Apkalna in den großen Konzertsälen der Welt. Sie ist verheiratet, hat zwei Kinder und lebt in Berlin und Riga.**

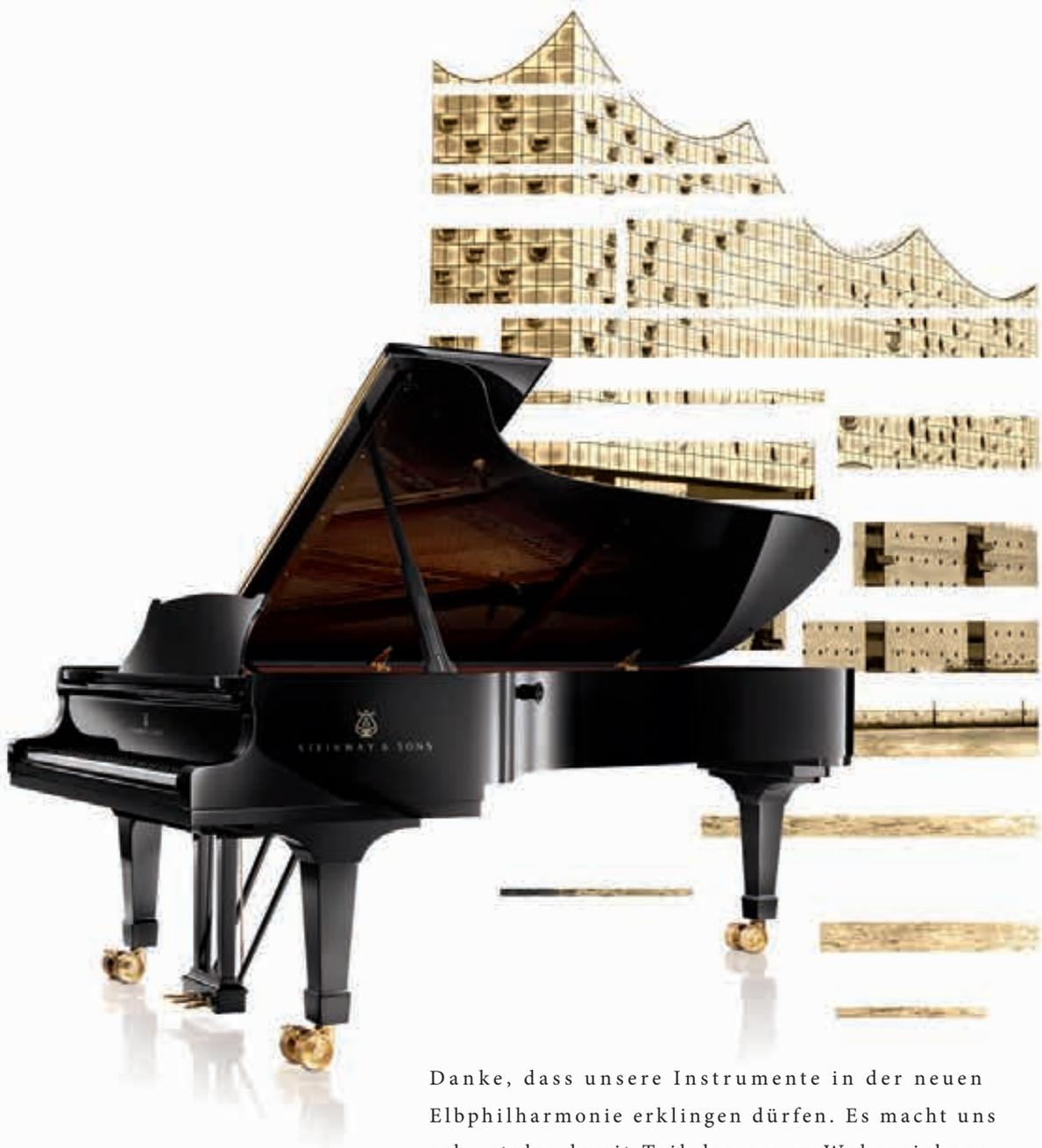
Für mich vergehen drei Monate wie für andere Menschen vermutlich drei Wochen. Deswegen muss alles perfekt im Voraus geplant werden. Ich freue mich schon sehr auf das Frühjahr. Ende März bin ich zum ersten Mal in Südkorea, um im Konzertsaal des Lotte World Tower in Seoul zu spielen. Ich bin sehr gespannt, wie ich dort zurechtkomme, denn ich spreche ja kein Koreanisch. Im April werde ich dann in sechs verschiedenen Ländern Europas Konzerte geben – in Frankreich, Spanien, Italien, Kroatien, Dänemark und natürlich auch in Deutschland.

Doch bevor die Tour in Europa losgeht, mache ich mit meiner Familie eine Woche Urlaub am Gardasee. Es ist seit einigen Jahren Tradition, dass wir zu Ostern nach Riva del Garda fahren, um ein paar Tage gemeinsam zu entspannen. Mein Mann und die beiden Kinder werden von Berlin aus hinfahren und ich fliege direkt von Seoul an den Gardasee. Das wird ein richtiger Familienspaß. Diese Woche ist mir absolut heilig!

Im Frühjahr werde ich häufiger in meiner Heimat Riga sein. Zum einen, weil ich für den Latvian Music Award als Musician of the Year nominiert wurde und in der Nationaloper in Riga spielen werde. Den Preis habe ich vor 13 Jahren bereits einmal erhalten und ich hoffe, dass es dieses Jahr wieder klappt.

Außerdem zieht meine Mutter um, ich will ihr bei der Renovierung und Einrichtung ihrer neuen Wohnung zur Seite stehen. Das wird eine Weile dauern. Der Plan ist, dass sie im Herbst einziehen kann.

# DREAMTEAM



Danke, dass unsere Instrumente in der neuen Elbphilharmonie erklingen dürfen. Es macht uns sehr stolz, damit Teil des neuen Wahrzeichens der Stadt Hamburg zu sein. Wir wünschen der Elbphilharmonie den Erfolg, den sie verdient.



STEINWAY & SONS

Rondenbarg 10 · 22525 Hamburg  
EU.STEINWAY.COM



Seit 2015 ist das Theater Neue Flora die Heimat für das Disney-Musical „Aladdin“. Die Liebesgeschichte wurde 2016 zur Show des Jahres gewählt.



01

## BACKSTAGE BEI 1001 NACHT

Am New Yorker Broadway zählt Aladdin zu den Tophits. Seit der Premiere in Hamburg ist das Musical auch hier ein großer Erfolg. Clubmitglied A. Vincent Schmidt (Eventleiter Stage Entertainment) lud die Mitglieder zu einer Besichtigung hinter die Kulissen des Theaters ein. Nachdem die Gäste mit Besucherausweisen ausgestattet waren, führte Schmidt sie an Stellen, deren Zugang üblicherweise nicht gestattet ist. Zwischen

Bühnenaufbauten und Requisiteuren erfuhr die Gruppe interessante Geschichten zur Produktion. Im Anschluss an die Führung wurde bei Snacks und Getränken über den teuersten Musicalschmuck (Millionen von Swarovski-Kristallen), die über 80 Spezialeffekte sowie die märchenhafte Kulisse diskutiert. Rechtzeitig zu Beginn der Vorstellung waren dann alle auf ihren Plätzen – diese Show wollte keiner verpassen.

**01** Charmanter Gastgeber und Erzähler: A. Vincent Schmidt von der Stage Entertainment GmbH

**02** Lars Nadermann (Signal Iduna Gruppe) und Bernadette Nadermann

**03** Ein großartiges Ensemble: die Mitglieder und Gäste auf der Bühne des Stage Theaters



02



03



## EDLE DRINKS UND COOLER SWING

Dieser Abend hätte Dean Martin und seinen Kumpanen, bekannt als Rat Pack, bestimmt gefallen. Auf Einladung von Jens Gardthausen (Geschäftsführer Moët Hennessy Deutschland) konnten die Clubmitglieder bei live gespielten Dean Martin-Songs von „The Grande Banditos“ elegante Cognacs im Business Club verkosten und dazu kulinarische Köstlichkeiten von Küchenchef Nils-Kim Porru genießen.

**01 The Grande Banditos:** Martin Bergmeier, Kai Stemmler, Nikolay Urumov, Kay Franzen (v. l.)

**02 Peter Richard Stoffel, Thomas Zilm, Jens Gardthausen**

**03 Edler Tropfen:** Hennessy Cognac

## DIE SEHNSUCHT NACH DEM WELTALL

Astronautin konnte sie nicht werden, dafür ist sie eine der erfolgreichsten Frauen in der Raumfahrtindustrie. Beim Ladies Dinner Talk sprach Claudia Kessler (Geschäftsführerin HE Space Deutschland) über die Chancen von Frauen, ins Weltall zu fliegen. Nach dem Vortrag und einem ausgewählten Menü ergab sich eine lebhafte Diskussion darüber, welche Herausforderungen qualifizierte Frauen haben, in Führungspositionen zu gelangen.



**01 Claudia Kessler (HE Space Operations Deutschland)**

**02 Die Ladies nach dem Dinner auf der Club-Terrasse**

## DIGITALISIERUNG MIT HILFE KÜNSTLICHER INTELLIGENZ

Das Thema Digitalisierung ist in aller Munde. Komplexe Geschäftsprozesse verlangen nach passenden technologischen Lösungen. Damit es nicht nur bei Schlagworten bleibt, gaben die Experten Ulf Ziegler und Olaf Erichsen einen Einblick über den derzeitigen Wissensstand zur Forschung und deren Anwendung. Ihnen kommt zugute, dass sie schon viele Unternehmen bei der Umsetzung der Digitalisierung begleitet und unterstützt haben. Eine wichtige Rolle spielt dabei heute künstliche Intelligenz.



**Die Referenten beim Business Frühstück: Ulf Ziegler (Ziegler Company GmbH) und Olaf Erichsen (Heldenkombinat GmbH)**

**EVENT  
TIPP**

Der Business Club Hamburg bietet seinen Mitgliedern mehr als 100 hochkarätige Veranstaltungen im Jahr. Hier einige Highlights der kommenden Wochen.

**Dienstag, 3. April, 19 Uhr**  
**Deutschland neu denken –**  
**Szenarien für unsere Zukunft 2030**

Beate Schult-Montag ist Foresight-Expertin und Geschäftsführerin der Initiative D2030. Im Club spricht sie über das zukünftige Miteinander-Leben- und Arbeiten unserer Gesellschaft.



**Montag, 16. April, 19 Uhr**  
**Vom kleinen Unternehmer**  
**zum Global Player**

Walter Mennekes ist Geschäftsführer eines mittelständischen Unternehmens. Im Club spricht der Bundesverdienstkreuzträger darüber, wie aus einer kleinen Elektrowerkstatt ein weltweites Unternehmen in 90 Ländern wurde.

**Dienstag, 15. Mai, 9 Uhr**  
**Immobilien-Frühstück mit Hamburgs**  
**Oberbaudirektor**

Franz-Josef Höing leitet seit 2017 die Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen in Hamburg. Im Business Club gibt er Einblick in seine Pläne und Schwerpunkte für die Hansestadt.



**Mittwoch, 23. Mai, 19 Uhr**  
**Ladies Dinner Talk mit der**  
**Verlegerin Katarzyna Mol-Wolf**

Die erfolgreiche Verlegerin und Unternehmerin erzählt beim Dinner Talk über ihre beruflichen Erfahrungen und will dazu motivieren, nach den eigenen Talenten und Stärken zu forschen.

Das Inselgrün der 9. Spielbahn (C-Kurs) im Golf & Land Club Gut Kaden – im Hintergrund das Herrenhaus. Die Golfanlage bietet 27 Löcher der Extraklasse.



# „DEN GANZEN TAG IN DER NATUR“

*Bei den Porsche European Open ist Ex-Tennisprofi **CARL-UWE STEEB** einer der Organisatoren. Im Interview sagt er, warum Golf besonders attraktiv ist.*

Gespräch: **Andreas Eckhoff**

**Matchplay-Serie, Schnuppergolf und ein Besuch bei den Porsche European Open, dem Profiturnier in Green Eagle, Winsen. Der Business Club Hamburg setzt auch 2018 auf Golf. club! sprach mit Carl-Uwe Steeb, der die Besucher des BCH persönlich hinter die Kulissen des Profiturniers führen wird.**

**club!:** Herr Steeb, als früherer Tennisprofi und heutiger Mit-Organisator der

**Porsche European Open kennen Sie sich in beiden Sportarten aus. Welche ist die schwierigere?**

Carl-Uwe Steeb: Das Gute am Golf ist, dass Spieler mit unterschiedlichem Leistungsniveau gemeinsam auf die Runde gehen und Spaß haben können. Beim Tennis ist das nicht so leicht. Das merke ich, wenn ich selbst spielen will und einen Spielpartner auf ähnlichem Niveau finden muss. Nicht so einfach.



### Wie oft spielen Sie denn selbst – Tennis wie Golf?

Tennis zweimal im Monat, Golf im Sommer einmal in der Woche. Ich bin gern draußen in der Natur und genieße es, mir auf einer Runde Zeit lassen zu können.

### Nutzen Sie eine Golfrunde auch fürs Business? Oder halten Sie diese Annahme auch für eine Mär?

Ich habe noch nie auf einer Runde Business-Entscheidungen getroffen, schließlich muss man sich aufs Spiel konzentrieren. Ich will ja ordentlich spielen. Aber wenn man vier bis fünf Stunden zusammen unterwegs ist, lernt

man sich schon ganz gut kennen. Das kann dann die Basis fürs Geschäftliche nach der Runde sein.

### Welchen Stellenwert hat ein Profi-Golfturnier wie die European Porsche Open in der Vermarktung?

Natürlich steht der Fußball über allem. Dahinter gibt es mit Golf, Tennis, Segeln, Reiten und Motorsport fünf Sportarten, die in der Vermarktung etwa den gleichen Stellenwert haben. Mit den Porsche European Open sind wir im TV weltweit vertreten und erreichen eine interessante Zielgruppe. Das Turnier ist deshalb besonders attraktiv für große Brands.

**CARL-UWE STEEB, 50**, war einer der erfolgreichsten deutschen Tennisprofis. Er gewann den Davis Cup (1988) und schaffte es in der Weltrangliste bis auf Platz 14. Von 2007 bis 2009 war er Turnierdirektor des ATP-Tennisturniers am Rothenbaum. Steeb ist Senior Vice President & Head of Sale der 4Sports&Entertainment AG im schweizerischen Zug. Dort lebt der Vater von zwei Kindern auch.



#### EVENT TIPP

### PORSCHE EUROPEAN OPEN INSIDE

Blicken Sie zusammen mit dem Business Club Hamburg einen Tag lang hinter die Kulissen des Profi-Golfturniers in Green Eagle Winsen. Der ehemalige Tennisprofis und Co-Organisator Carl-Uwe Steeb führt Sie persönlich „inside the ropes“ – näher kann man den Top-Profis nicht kommen.

**Freitag, 27. Juli 2018, ab 9 Uhr**  
**Green Eagle Golf Courses**  
**Radbrucher Straße 200**  
**22765 Hamburg, 21423 Winsen**  
**Anmeldung: [www.bch.de](http://www.bch.de)**

#### EVENT TIPP

### GOLF MATCHPLAY-SERIE 2018 – JETZT ANMELDEN!

**Kick-off-Party der Matchplay-Serie: 20. 3.**  
**im Business Club Hamburg**

#### Gruppenspiele 21.3. – 7.5.

Golf & Land Club Gut Kaden  
 Golfclub Am Sachsenwald  
 Green Eagle Golf Courses

#### Achtelfinale: 8.5. – 8.6.

Golf & Country Club Gut Bissenmoor

#### Viertelfinale: 9.6. bis 15.7.

Hamburger Golfclub Falkenstein

#### Halbfinale/Finale: 23. – 25. 8.

Golf & Land Club Gut Kaden

#### Scramble-Abschlussturnier mit anschließender Charity Gala im BCH: 31. 8.

Golf & Land Club Gut Kaden

#### Leistungen:

Im Startgeld von 200,- Euro sind folgende Leistungen enthalten:

- Kick-off-Party inkl. aller Speisen und Getränke
- Greenfees für mindestens drei Runden Golf
- Für die Sieger der Gruppenspiele Greenfees für alle weiteren Spiele
- Für die Halbfinalisten eine Einladung mit Begleitung für drei Tage in den Golf & Land Club Gut Kaden inklusive Übernachtung, Frühstück, Abendmenü und zwei Greenfee-Gutscheinen pro Person.
- Clubturnier mit Abendgala im Business Club Hamburg



# ABENTEUER FREIHEIT

*Jeder hat die Möglichkeit, das Recht, aber auch die Pflicht, sein Leben bewusst zu gestalten. Matthias Wolk von der Stiftung **WAS TUN!** diskutierte mit Dr. Carlo Strenger und dem Künstler Rocko Schamoni über die Werte der Freiheit.*



Entspannte, aber engagierte Talkrunde: Rocko Schamoni, Sänger, Autor und Schauspieler, Moderator und Was tun!-Vorstand Matthias Wolk sowie Dr. Carlo Strenger, Psychologe und Philosoph. Der Schauspieler Jan Josef Liefers (auf dem großen Bildschirm im Hintergrund), konnte wegen einer Verletzung nicht nach Hamburg kommen, war aber per Skype zugeschaltet.

## DAS SAGEN DIE CLUBGÄSTE



### FRANK BÖTTCHER

Wettermoderator

„Ich nehme viel mit von diesem Abend. Vor allem, dass wir achtsamer und sensibler auf die Gefahren reagieren müssen. Unsere Freiheiten werden ja meist in kleinen Schritten beschnitten. Das wird uns nicht bewusst. Wenn doch, wird uns klar, dass wir damals etwas hätten tun müssen. Ich habe hier begriffen: Das Damals ist jetzt.“



### ANDREAS BOTHE

Rechtsanwalt und Notar

„Ja, ich tue etwas zur Verteidigung unserer Werte. Ich bin Mitglied im Deutschen Anwaltsverein. Wir haben mit Mitstreitern in Berlin gegen den Test der Gesichtserkennung mit Überwachungskameras protestiert. Es geht den Staat einfach nichts an, wo ich hingehe und wo ich mich aufhalte. Dagegen werden wir weiter angehen.“

Text: **Norbert Scheid** Fotos: **Martina van Kann**

**Peter Richard Stoffel, der Geschäftsführer des Business Club, muss laut werden an diesem Diskussionsabend. Er fungiert bei der Veranstaltung auch als Platzanweiser: „Auf der linken Seiten sind noch drei Plätze frei.“**

„Abenteuer Freiheit! Anregung zur Verteidigung unserer Werte“. Das Thema hat für Überfüllung gesorgt. Dazu haben auch die Gäste beigetragen, die Moderator Matthias Wolk vorstellt, der als Vorstand der Stiftung „Was tun!“ auch Gastgeber des Abends ist. Zu seiner Linken Dr. Carlo Strenger, Professor an der Universität in Tel Aviv und Autor eines leidenschaftlichen „Wegweisers für unsere Zeit“, der unter dem Titel „Abenteuer Freiheit“ veröffentlicht ist. Zur Rechten des Moderators Rocko Schamoni, Sänger, Schauspieler und Autor, der als Punk viele persönliche Freiheiten ausgekostet hat.

Zu seinem dritten Gast muss Moderator Matthias Wolk aufschauen. Über Skype von einem großen Bildschirm und mit kaputtem Knie auf dem Sofa zu Hause, lächelt Jan Josef Liefers in die Runde. Über ihn ist noch einmal zu sehen, was unvergessen bleibt. Der 19. November 1989, über eine halbe Million Menschen auf dem Alexanderplatz in Ostberlin. Am Mikrofon dieser dünne junge Mann, der den Noch-Machthabern der DDR entgegenschleuderte: „Wir wollen unser Leben und unser Schicksal in eine neue Bahn lenken.“ Für seinen mutigen Auftritt sei er damals auch kritisiert worden, sagt Jan Josef Liefers: „Weil ich ja ein völlig unbekannter Schauspieler, ein Niemand in der DDR war. Aber das ist die wichtigste Lehre meines Lebens: Wenn du den Mund nicht aufmachst, wenn du es dir nicht leisten kannst, wirst du ihn auch nicht aufmachen, wenn du es dir leisten kannst.“

Die Botschaft kommt an. Das zeigt der Beifall, der im Club aufbraust und lange anhält. „Dagegen hat die Jugend von heute doch überhaupt nichts mehr, für das sie kämpfen müsste“, wirft Rocko Schamoni ein.

„Das aber ist doch die größte Leistung unserer westlichen Demokratien, dass sie jedem die Freiheit lassen, sein Leben selbst zu gestalten“, entgegnet Professor Strenger. „Es wächst bereits die vierte Generation heran, für die Freiheit nur noch ein Konsumgut ist, das jedem zusteht. Dafür haben schon die Eltern, vor allem aber auch der Staat zu sorgen. Für so eine Selbstverständlichkeit muss man doch nicht kämpfen.“

Es ist ein Abend, eine Diskussion, die bei den Gästen in den vollbesetzten Stuhldreihen deutlichen Widerhall findet. Da ist viel

Nachdenklichkeit in den Gesichtern. Jeder spürt doch, in unserer Welt läuft vieles aus dem Ruder. Glückseligkeit ist sozusagen ein einklagbares Gut. Und jeder nimmt sich, was er will, und jeder glaubt, alles sei machbar. Am Ende aber wird diese Welt für unsere Kinder und Enkel nicht mehr lebenswert sein.

„Deshalb ist doch die entscheidende Frage“, sagt Rocko Schamoni, „was sind wir bereit, für unsere Freiheit aufzugeben, was für unsere hochgepreisenen Werte wirklich zu opfern?“

Professor Carlo Strenger wird noch einmal eindringlich: „Wir glauben, ein Grundrecht auf Glück und individuelle Freiheit zu haben. Aber das ist eine Illusion. Deshalb stecken wir voller Ängste. Wir müssen unsere Kinder wieder dazu erziehen, dass Freiheit keine Selbstverständlichkeit und kein Luxus ist. Jede Generation muss sich dieses wundervolle Abenteuer neu erkämpfen.“

Die Mitglieder der Stiftung Was tun!, die Gastgeber des lebhaften Diskussionsabends im Business Club, setzen sich daher für eine „gerechte demokratische Gesellschaft und nachhaltige Lebensweise“ ein.

#### AUKTION FÜR EINEN GUTEN ZWECK

Es wurde nicht nur diskutiert bei dieser zweiten Was tun!-Veranstaltung. Es gab auch eine Auktion, bei der unter anderem eine Statistenrolle im „Goldenen Handschuh“, dem Erfolgsstück im Schauspielhaus mit Charly Hübner und Rocko Schamoni sowie ein Austernfrühstück auf Sylt mit Zwei-Sterne-Koch Johannes King versteigert wurden. Insgesamt kamen mehr als 10 000 Euro für zwei Projekte in die Stiftungskasse.

Das Pilotprojekt „Naturzeit“ organisiert und bezahlt für Grundschüler aus einkommensschwachen Familien in Altona Ausflüge und Lernspiele in nahe Stadtwälder. Die Umweltpädagogin Christine Zarske macht die Kinder mit der Natur vertraut und will so ihre Neugier für die Umwelt wecken. Mit dem Projekt „Stadtgemüse“, will die Stiftung Was tun! die Integration von Flüchtlingen und die Stärkung von Nachbarschaften verbinden. Dabei sollen die Migranten Gemüse in Hochbeten auf einem citynahen Gelände anbauen. Zum Pflanzen und Ernten sind auch die Nachbarn eingeladen. Ein Projekt, das sicher zur Stärkung der Gemeinschaft beiträgt.



**ANUSCHKA LICHTENHAHN-PENSE**  
Vorstand „Was tun!“

„Wir dürfen Freiheit nicht für selbstverständlich halten. Das ist heute Abend doch sehr deutlich geworden. Und wir dürfen sie vor allem nicht dazu missbrauchen, dass sich jeder einfach nimmt, was er will. Wir müssen unseren Kindern eine Welt überlassen, in der es sich gut miteinander leben lässt.“



**VERENA VON NOTTBECK**  
Organisationsberatung

„Freiheit ist eine Haltung, die uns von den Eltern mitgegeben wurde. Wir durften sie ja auch mit Hosiana begrüßen, als die DDR zusammenbrach. Für die heranwachsende Generation ist politische Freiheit eher ein abstrakter Begriff. Für die ist das größere Risiko die drohende Totalüberwachung im Internet. Das hat mit bei der Diskussion gefehlt.“

Ein Leben für das geschriebene Wort. Professor Dr. Rainer Moritz ist in seiner Schreibstube unter dem Dach im Literaturhaus von Büchern umgeben. Er ist seit 2005 Leiter des Literaturhauses am Schwanenwik.



# Es gilt das geschriebene Wort

*Hinschreiben genügt nicht. Wer etwas mitzuteilen hat, sollte es in schönen, schlanken Sätzen tun. Wie Hamburg zu einem **ZENTRUM DER MEDIEN** wurde. Und wie die Stadt sich auf den Weg in die mediale Zukunft macht.*

Text: **Martin Tschechne** Fotos: **Martina van Kann**

Die Spiegel-Affäre, die Panama-Papers und der tiefe Fall des Dieter Wedel. Die Hitler-Tagebücher, die Entdeckung der Currywurst und die Apotheose der Isestraße zum Boulevard eines Lebensgefühls. Schöner wohnen. Das letzte Interview mit Romy Schneider im Stern. Die Kinder vom Bahnhof Zoo, die Abtreibungs-Debatte, der tote Ministerpräsident in der Badewanne: Manchmal finden die Dinge erst durch das Schreiben einen Sinn. Der Taumel der Wende, die globalisierte Gleichzeitigkeit, die Willkommenskultur und die Heimkehr ins Alte Land: Aufbruch und Rückzug in ständigem Wechsel. Lebensentwürfe bekommen eine Richtung, ganze Weltbilder nehmen Gestalt an. Manchmal auch stürzen sie in sich zusammen. Dann tritt einer vor und verkündet, die Geschichtsbücher müssten neu geschrieben werden. Der berühmt-leichtfertige Satz mag genau im falschen Moment zum falschen Anlass rausgehauen worden sein – aber am Ende gilt auch für die Geschichtsbücher: Sie werden geschrieben. Irgendjemand arbeitet an ihren Formulierungen.

Schreiben sei eine kondensierte Form des Denkens, sagt einer, der junge Journalisten in der Kunst der Wörter und Gedanken unterweist, als wäre sie ein Handwerk wie die Möbeltischlerei oder das Haarschneiden. Schreiben brauche Fleiß und Bildung, bisweilen auch so etwas wie Chuzpe, vor allem aber eine aufrechte, aufgeklärte Haltung, sagt ein anderer, in dessen Haus diese Haltung gehütet wird wie die geheime Rezeptur von Coca Cola. Und Hamburg, so sagt ein Dritter, sei zwar vielleicht nicht das Zentrum der schönen Literatur in Deutschland. Aber ohne Hamburg könnte der Literaturbetrieb, erstens, einpacken und wäre, zweitens, von einer seiner wichtigsten Quellen abgeschnitten. Von der Zunft derer nämlich, die rausgehen, hinschauen und beobachten, Zusammenhänge aufdecken, Hintergründe ausleuchten und Entwicklungen analysieren. Und die dann der Wirklichkeit genau jene Erzählform geben, in der sie sich erst begreifen lässt, erleben, kontrollieren und gestalten. Hamburg schreibt.

Ehrbar, sagt Michael Jürgs und beugt sich vor, um dem Wort noch einmal Nachdruck zu verleihen: Journalismus ist ein ehrbarer Beruf. Wie der des ehrbaren Kaufmanns. Und er erzählt aus seinen Zeiten beim Stern, in denen ein Zirkusdirektor namens Henri Nannen seine immer hungrigen Reporter von der Außenalster weg und aus dem Stand auf jede Barrikade und in jeden Dschungel zwischen, sagen wir: Borneo und dem Bundeskanzleramt schickte, um mit eigenen Augen zu sehen, um Fragen zu stellen und zu recherchieren. Um Aufklärung ging es, darum, den Mächtigen auf die Finger zu sehen. Notfalls draufzuhauen. Wir haben gekämpft. Heroische Zeiten!

## Manchmal kommt es vor, dass die Dinge erst durch das Schreiben ihren Sinn finden.

Wer schreiben will, muss neugierig sein, erläutert Jürgs, der ein paar wilde Jahre als schreibender Legionär dabei war und später ein paar vermutlich noch wildere als Chefredakteur. Da war nämlich die Pleite mit den gefälschten Hitler-Tagebüchern schon passiert, ein ganzes Gewerbe musste um seine Glaubwürdigkeit kämpfen. Fake news? Sensationsgeile Hasardeure? Der Reporter aus Leidenschaft hatte keinen leichten Job. Aber auch, wenn das jetzt nicht wirklich eine Überraschung ist: Der kleine Hinweis auf die journalistische Basistugend der Neugier öffnet den Blick in die Redaktionsräume des Stern, der Zeit oder des Spiegel, vielleicht schon gleich nach dem Krieg, als die britischen Besatzer ein paar hellwachen, unverdächtigen jungen Leuten die Lizenz zum Schreiben anvertraut hatten: Nun seht mal zu, wie ihr euch bewährt als vierte Macht in eurer noch zarten Demokratie. Beschützt sie und sichert ihr Fundament!



### Die Verlage bestimmen das Klima der Stadt

Und sie ergriffen ihre Chance und nutzten sie. Nannen und sein wackerer Sidekick Günter Dahl, der immerhin eine Schreibmaschine mitbrachte, als alle anderen gar nichts hatten, Gerd Bucenius und Marion Gräfin Dönhoff, Rudolf Augstein und Axel Springer: Sie bauten etwas auf, was bald Imperien werden sollten. Spiegel, Stern und Zeit. Die Morgenpost, das Abendblatt, die Bild-Zeitung. In der sachlichen, kaufmännischen Tradition der Hansestadt fanden sie einen guten Nährboden, in der pubertierenden Bundesrepublik und ihren Verbindungen zur

Welt nie versiegendes Material. Was sie darauf in die Höhe zogen, bestimmt bis heute das Klima der Stadt, trug kraftvoll zu ihrem Wohlstand bei und definierte ihre Position in der großen Politik, in Wirtschaft und

Kultur. Wer in diesem unserem Lande etwas werden und auch bleiben wollte, der musste vor den wachsamen und kritischen Augen der Hamburger Presse bestehen. Oder konnte gehen.

In der Vergangenheitsform? Der Geist der Gräfin ist auf unseren Fluren noch zu spüren, sagt Rainer Esser und schmunzelt. Der Geschäftsführer der Zeit ist sich der kleinen Ironie wohl bewusst – oft genug haben Kollegen aus anderen Häusern, von Spiegel bis Springer, über die eiserne Adlige aus Ostpreußen gelächelt, die jedem journalistischen Scoop erst einmal misstraute. Jeder Meinung in ihrer Redaktion stellte sie eine andere entgegen. Und nie wich sie einen Zentimeter von ihrer Überzeugung ab, dass so etwas wie Demokratie überhaupt nur atmen kann, wo aufgeklärte und gut informierte Menschen sich auf einen Diskurs einlassen. Notfalls über große ideologische Distanzen. Die Leser mussten das eben lernen. →



Der Geschäftsführer des Zeitverlags, Rainer Esser, sorgt dafür, dass die geschriebenen Worte der Redakteure möglichst viele Leser finden.

Es hat geklappt, zumindest in geschäftlicher Hinsicht. Ein halbes Menschenleben lang hing die Zeit am Tropf, wurde querfinanziert vom Stern, an dem der andere Gründer, Gerd Bucerius, bedeutende Anteile hielt. Heute weiß der Verlagsmanager Esser die ausdauernde Disziplin zu schätzen: Über eine halbe Million Exemplare beträgt die Auflage, hart verkauft und unabhängig gezählt. Und während alle anderen, Stern und Spiegel, der Focus und die Welt in Berlin ankämpfen müssen gegen eine anscheinend – oder nur scheinbar? – unaufhaltsame Erosion nicht nur der Verkaufszahlen und Anzeigenerlöse, sondern auch ihrer politischen und gesellschaftlichen Bedeutung: Bei der Zeit geht es bergauf.

Vor fast 30 Jahren zog der Verlag Gruner + Jahr mit Stern und Geo, Brigitte, Art und Schöner Wohnen von der Alster an den Hafen. Ein größeres Gebäude, mehr Personal, bessere Ausstattung, na klar, aber das neue Verlagshaus mit seinen Relings und Brücken war auch eine architektonische Geste: Aufbruch und Eroberung, Vortrieb auf breiter Front und ein Horizont von ozeanischer Weite – ein publizistisches Dickschiff eben. Demnächst zieht das Unternehmen in die HafenCity, deutlich kleiner, weniger pompös. Die Zeiten für das schreibende und druckende Gewerbe haben sich geändert.



### Der Print-Markt überlebt in kleinen Nischen

Warum dann an der Journalistenschule des Hauses, die den Namen ihres Erfinders Henri Nannen trägt und von der Handschrift ihres als Sprachpapst gerühmten ersten Leiters Wolf Schneider geprägt ist – warum in seinem Hause immer noch und zuallererst das Schreiben gelehrt wird? Da muss Andreas Wolfers, der Nachfolger Schneiders in vierter Generation, nicht lange überlegen: weil es genau darauf ankommt. Die ganze Welt in eine Linie aus Buchstaben zwingen, aus der sich beim Lesen diese Welt wieder entfaltet. Oder zitierfähig: Wer gut schreiben kann, der kann auch gut denken.

Mehr als 700 Absolventen der Eliteschule praktizieren das, was sie gelernt haben, in Redaktionen von der Washington Post bis zur Süddeutschen Zeitung. Aber den großen, breit angelegten General interest-Magazinen, so räumt der Lehrer ein, gehe es schlecht und immer schlechter. Das Internet kann es besser, schneller, lebendiger. Und die Anzeigenkunden sind fasziniert davon, den Zielen ihrer Werbung in den online-Medien praktisch in die Augen schauen zu können.

Die Verlage antworten mit Formaten wie Dogs für Hundefreunde und Beef! mit Ausrufezeichen für die kernigen Kerle am Cockpit ihres Gartengrills. Im Jahreszeiten Verlag gibt es Magazine für gebildetes Reisen und Kulinariik, in der Funke Media Group klassisches Fernsehprogramm, bei Axel Springer Auto und Computer und bei Bauer Mode, Klatsch und Unterhaltung: Special interest für spezielle Leser. Typen zwar statt individueller Profile, aber gar so individuell sind wir vielleicht gar nicht. Die Geo-Reportage mit opulenter Optik auf 130-Gramm gestrichenem Papier brauche auch in Zukunft das Taschentelefon nicht als Konkurrenz zu fürchten, versichert Wolfers. Und tatsächlich musste das Magazin Gesund Leben bei Gruner + Jahr sogar nachgedruckt werden. So groß war die Nachfrage nach den Tipps des freundlichen Fernsehartztes Eckart von Hirschhausen. Von wegen also: Print ist tot. Der Markt überlebt in lauter kleinen Nischen. Bringt sogar neue Blüten hervor.

Schön, Spiegel online ist fetziger. Das erkennt auch Wolfers an. Schneller, flexibler, multimedial. Im Auftritt vielleicht eher auf den Boulevard eingepfeilt – aber wer wollte sich beschweren über ein bisschen urbanes Aufmerksamkeits-Management? Der Lesesessel steht doch längst auf dem Sperrmüll. Außerdem gibt es auch bei Zeit online ein super eingespieltes, augenblicks-aktuelles Programm aus Nachrichten, Analysen, Video-Schnipseln und Infografik für den tragbaren Wisch-und-her-damit-Bildschirm. Kommt dort ein Spürchen gesetzter daher, eher dem Tempera-



Michael Jürgs war Chefredakteur des Stern und von Tempo. Heute ist er ein erfolgreicher Buchautor. Seine Texte schreibt er am liebsten im Café Funk-Eck.



Die renommierten Verlagshäuser bestimmen nicht nur das Gesicht der Stadt, sie haben Hamburg auch zum Medienzentrum Deutschlands gemacht.

ment und den Gewohnheiten einer gutbürgerlichen Bildungselite angepasst. Aber bitte, das bleibt Geschmackssache. In jedem Fall wird es belohnt werden, sagt der Schreib- und Denk-Lehrer Wolfers, wenn auch Newsportale sich nicht aufs Hinschreiben beschränken.



#### Der Rowohlt Verlag zieht wieder nach Hamburg

Und wieder sind es Leitmedien, die sich in Hamburg etabliert haben – nein: die nur aus der publizistischen Tradition einer solchen Stadt hervorgehen konnten. Wieder sind es die, an denen andere sich orientieren. Hamburg schreibt. In Medienagenturen und Kreativbüros, in Anzeigenmedien und Online-Portalen, in Rundfunk und Fernsehen sowieso, öffentlich-rechtlich und privat, in Marketing, Werbung und PR, im Recherche-Pool, in Kleinverlagen, Großverlagen, Publizistik- und Multimedia-Akademien, Start-ups und in einer mächtig angewachsenen Game-Industrie. Axel Springer, Gruner + Jahr, die Zeit – wenn man sich die digitale Transformation der gesamten Wirtschaft anschaut, sagt der Manager Rainer Esser, dann stehen die Verlage in Hamburg schon wieder an der Spitze. Benchmark auch für ganz andere Wirtschaftszweige!

Ganz oben im Literaturhaus am Schwanenwik sitzt Rainer Moritz in einem Zimmerchen, das langsam zuwächst. Toller Blick über die Alster, aber Bücher in Regalen, auf dem Fußboden, auf Tischen und Stühlen, auf dem Fensterbrett, Bücher überall. Na schön, beim Direktor eines Zentrums zur Pflege und Verbreitung von Literatur ist kaum anderes zu erwarten. Zwei oder drei Lesungen die Woche, immer volles Haus, berühmte Gäste, Symposien, Diskussionsabende, Preisverleihungen, dazu Beteiligung an Festivals wie Harbour Front oder Ham.Lit, Poetry Slams und Workshops, Förderung von jungen Autoren und immer mal wieder ein Anruf beim Abendblatt, ob es nicht viel-

leicht doch eine gute Idee wäre, den aktuellen Kandidaten für den Literatur-Nobelpreis im Interview vorzustellen; die Gelegenheit wäre gerade günstig ...

Ich täte mich jetzt schwer, sagt Moritz dennoch, Hamburg als Stadt der Literatur zu bezeichnen. Er ist zugezogen aus Schwaben und Realist, irgendwie. Heine, Claudius und Klopstock, zählt er auf, Siegfried Lenz natürlich, dann Peter Rühmkorf, Hans-Henny Jahn, Wolfgang Borchert und Hubert Fichte – die Geschichte der Literatur in Hamburg reicht für viele interessante Abende. In der Gegenwart noch Ulla Hahn, Brigitte Kronauer oder Karen Köhler, schön, aber die Liste ist endlich. Und Literatur als Lebenselixier derer, die schreiben, und der anderen, die darin aufgehen wollen – dafür seien die Hamburger dann wohl doch zu pragmatisch. Daran ändert für den Vermittler, der in seinen Büchern selber Bücher zum Überleben empfiehlt, auch

ein Traditionsverlag wie Hoffmann & Campe nicht allzu viel. Nicht grundsätzlich jedenfalls. Die gute Nachricht: Im Herbst zieht Rowohlt wieder nach Hamburg. Die neue Adresse: Heidi-

## Die Geschichte der Literatur in Hamburg reicht für viele interessante Abende.

Kabel-Platz 1, gleich am Hauptbahnhof über dem Ohnsorg-Theater. Hamburgischer geht's nicht!



#### Bei Unterhaltungsliteratur ist Hamburg Spitze

Bei den Kinderbüchern ist alles anders. Da steht Hamburg unangefochten auf Platz eins. Harry Potter kam wie ein warmer Regen, aber auch ohne den Super-Mega-Jahrhundert-Bestseller, der ganze Generationen junger Leser auf die Existenz von Büchern hingewiesen hat, stünde der Carlsen-Verlag mit Pixi und Conni und der Lesemaus ganz oben – neben der Verlagsgruppe Oetinger mit Pippi Langstrumpf und dem Fliegenden Klassenzimmer, mit Bestseller-Autorinnen wie Cornelia Funke und Kirsten Boie. →

Und auch in der lustigen, zeitgeistigen, nicht allzu gravitatisch daherkommenden Unterhaltungsliteratur ist die Stadt Spitze. Tina Uebel zum Beispiel, die mit der Bahn von Hamburg nach Shanghai gefahren ist, als alleinreisende Frau durchs wilde Kurdistan: hinreiend zu lesen. Hin-rei-end! Sie ist übrigens freie Journalistin. Oder Dörte Hansen, die ihren Job beim NDR Hörfunk gekündigt hat, um einen Heimatroman zu schreiben – und dann mit Altes Land aber so voll ins Schwarze traf, dass eine ganze literarische Epoche danach benannt werden könnte. Oder, noch eine Journalistin, Absolventin der Henri Nannen-Schule: Ildiko von Kurthy, die ihre Grostadtfrauen-Romane ganz locker als Trash bezeichnet, als Schrott, aber für ihre Dramen um Orangenhaut und flüchtige Liebhaber Millionen Leserinnen findet und das Literaturhaus mit einem Lächeln bis auf den aller-, aller-, allerletzten Platz füllt.

Geht doch, sagt Rainer Moritz, und es ist ihm neidlose Freude anzumerken: Wenn es gut geschrieben ist, dann lesen die Leute auch. Dass sein Haus ein echtes Zentrum der Schreibearbeit ist, immer voll gespannter und dankbarer Besucher, selbst wenn nur ein Mensch mit einem Buch und einem Glas Wasser auf dem Podium sitzt – das dankt Moritz der ortsansässigen Presse also gleich in mehrfacher Hinsicht. Nicht nur finden Verlage hier unverzickte, grammatikfeste Autoren mit einem professionellen Gespür für Plots und Spannungsbögen – auch kommen Gäste immer wieder gerne nach Hamburg, sogar weltberühmte wie Paul Auster oder Jonathan Franzen. Weil immer auch ein Rezensent vom Spiegel oder von der Zeit im Publikum sitzt, weil sich immer auch über die Lesung oder die Podiumsdiskussion hinaus eine Begegnung ergibt, ein Termin für ein Interview in einem der großen Medien oder auch ein ganz neues, unerhörtes Thema.

Im November 1989 fiel in Berlin die Mauer, im Januar 1990 stürzte Michael Jürgs als Chefredakteur des Stern. Sollen die Zonnis bleiben, wo sie sind?, hatte er als Titel über eine Kolumne geschrieben, mit Fragezeichen, wohl gemerkt! Einfach, um mal eine

andere Wirklichkeit zur Debatte zu stellen als die überall sonst lauthals verkündete, dass nun endlich zusammenwache ... – und so weiter. Seine Verleger waren nicht reif für den grundlegenden Zweifel und die sanfte Ironie, die in der Frage steckten. Noch nicht oder nicht mehr. Jürgs bekam die Kündigung, sofort. Trotzdem erzählt er die Geschichte gern. Die Niederlage legte das Fundament für seinen Aufstieg.



#### Das neu erworbene Wissen mit dem Leser teilen

Seither schreibt er Bücher, genau so, wie er früher seine Reportagen angegangen ist: mit Leidenschaft und Neugier und dem Versprechen, das neu erworbene Wissen redlich mit dem Leser zu teilen. Es funktioniert. Sein Buch über Alzheimer vermittelt intensivere Kenntnis über die Krankheit, als irgendein Fachbuch eines Forschers es könnte, der ein Leben lang durch sein Mikroskop geschaut hat. Kaum anders die Bücher über Romy Schneider, Günter Grass und Axel Springer, die Abwickler der Treuhand-Gesellschaft, den Operettenenor Richard Tauber, das Bundeskriminalamt, den Sklavenmarkt Europa und, im Moment, über die Verwahrlosung der Gesellschaft. Hundert

Tage gibt Michael Jürgs sich zum Schreiben – Recherchen, Reisen, Archivarbeit und Gespräche vorher nicht mitgerechnet. 8000 Zeichen jeden Tag, der erste Satz muss morgens um zehn fertig auf dem Bild-

schirm stehen. Und fast jedes der so entstandenen Bücher besaß bislang Federkraft genug, sofort nach Erscheinen auf die Bestsellerliste des Spiegel zu springen.

Wenn jemand ihn als Autor bezeichnet oder gar als Schriftsteller, korrigiert Jürgs sofort. Nein, nein, sagt er dann: Ich bin Journalist.

## Wenn etwas gut geschrieben ist, dann wird es auch von den Leuten gelesen.

**Dr. Martin Tschechne ist Journalist und Psychologe in Hamburg. Seit er die Biografie zu William Stern schrieb, dem Erfinder des IQ, interessiert den Absolventen der Henri-Nannen-Schule alles, was mit Intelligenz zu tun hat – vor allem die Planung einer lebenswerten Zukunft.**



Sorgt für Nachwuchs: Andreas Wolfers, Leiter der Henri Nannen Schule.



Tina Uebel schreibt, wo es passt. Hier auf einem Segler in der Antarktis.

UNICEF unterstützt keine Marken oder Produkte. Ein Teil der Einnahmen aus der „Montblanc for UNICEF Collection“ wird an UNICEF und ihre Alfabetsierungsprojekte gespendet. Montblanc garantiert eine Mindestpendensumme von 1,5 Millionen US-Dollar.

*Schreiben eröffnet  
uns die Welt.  
Teilen wir dieses  
wertvolle Geschenk.*

**MONT  
BLANC** 



## Hugh Jackman und die Montblanc for UNICEF Collection

Montblanc supports  
**unicef** 

Gemeinsam mit UNICEF wollen wir dieses wertvolle Geschenk teilen und für bessere Lernbedingungen, qualitatives Schulmaterial und besseren Unterricht für mehr als 5 Millionen Kinder sorgen. Entdecken Sie die Montblanc for UNICEF Collection unter [montblanc.com/unicef](http://montblanc.com/unicef)

Crafted for New Heights.



**Was ist wahr? Was ist nicht wahr?**  
Spiegel-Chefredakteur Brinkbäumer In  
seinem Büro im 12. Stock des Spiegel-  
Hauses an der Ericusspitze 1.



# „Dann sind wir in Hochform“

*Spiegel-Chefredakteur **KLAUS BRINKBÄUMER** über Medienkonzerne im Zeitalter des digitalen Wandels, die Verschmelzung von Print und Online, Football Leaks und Cristiano Ronaldo, Mainstream Media und Erlebnisse mit dem ehemaligen US-Präsidenten Obama.*





Gespräch: **Andreas Eckhoff** Fotos: **Ivo von Renner**

**club!:** Herr Brinkbäumer, was haben Sie an einem Arbeitstag schon gelesen, wenn Sie morgens ins Büro kommen?

Klaus Brinkbäumer: Beim Kaffee am Morgen lese ich zuerst die New York Times und das Hamburger Abendblatt, danach die Magazine: montags den New Yorker, donnerstags Zeit und Stern, freitags den Economist. Immer schon am Abend vorher die Süddeutsche und Frankfurter Allgemeine. Dann gucke ich kurz über die sozialen Medien, wo ich über diverse Ordner deutschen und internationalen Quellen folge, und wenn ich noch Zeit habe, lese ich Guardian und Washington Post. Alles auf dem iPad.

**Vor uns liegt der gedruckte Spiegel. Lesen Sie auch noch auf Papier?**

Ja, klar. Während der Woche suche ich Nachrichten und Themen und will verstehen, wo andere ihre Schwerpunkte setzen. Das ist professionelles Lesen und geht digital am schnellsten. Am Wochenende lese ich in Ruhe. Dann geht es ums Vergnügen, dazu gehört für mich Papier.

**Zeitungen verlieren Auflage und Anzeigen, Verlage bauen Stellen in Redaktionen ab, Journalisten müssen sich als Lügenpresse beschimpfen lassen. Aber Sie haben kürzlich gesagt, es gäbe keine bessere Zeit für Journalismus als jetzt. Warum?**

Weil die Wirklichkeit so kompliziert ist, dass sie erklärt werden muss, und weil Demokratie ernsthaft gefährdet ist. Die politische Situation ist so hitzig und zugleich so fragil, dass Journalisten die enorm wichtige Aufgabe haben, aufklärend, hinterfragend, nicht hysterisch zu wirken. Was beispielsweise in den USA gerade passiert, ist auf eine Weise gefährlich, die in Europa noch gar nicht angekommen ist. Und da haben die Medien eine zentrale Rolle. Wir Journalisten müssen herausfinden: Was ist wahr? Was ist nicht wahr?

**„Der Spiegel heute ist präziser, vielseitiger, origineller erzählt.“**

**Viele Leser scheinen den Glauben an die Medien verloren zu haben. Wie schafft man es, in der aktuellen politischen Situation wieder als glaubwürdig wahrgenommen zu werden?**

Indem es uns gelingt, herausragende Nachrichten zu beschaffen wie im vergangenen Jahr die Football Leaks, die zur Anklage gegen den Fußballprofi Cristiano Ronaldo führten, oder die Hintergründe zum deutschen Autokartell, dem mutmaßlich illegalen Zusammenspiel der Autokonzerne in der Dieselfläre. So etwas wollen die Leute wissen, daran gibt es ein echtes Interesse. Das ist der eine Weg. Der andere führt über herausragenden Magazinjournalismus, bei dem die Leute sagen: Diesen Text musst du lesen. Genau das ist unser Ziel: Jede Woche Geschichten zu haben, über die geredet wird, weil sie relevant und aufregend sind. Und wenn wir wirklich gut sind, verbinden wir beide Dinge: herausragende Nachrichten und große Erzählung. Dann sind wir in Hochform.

**Unter der Überschrift „Die Wut der klugen Köpfe“ hat der Spiegel unlängst über die Entfremdung der Medien von ihren Lesern berichtet. Sind Sie in Sorge?**

In der Diskussion über die deutschen Medien ist eines zentral, das ist die Unabhängigkeit der einzelnen Häuser. Ich sage das immer wieder: Wir sind völlig unabhängig von Anzeigenkunden, Parteien, dem Kanzleramt und schauen auf die Dinge so kritisch, wie es erforderlich ist. Ich habe noch nie einen Anruf aus dem Kanzleramt mit irgendeiner Forderung bekommen. Manche Leser unterstellen uns das ja: Die Kanzlerin sagt euch doch, was ihr schreiben sollt. Wenn es so wäre, würde ich den Hörer auflegen. Die Süddeutsche Zeitung, die Frankfurter Allgemeine, der Spiegel – wir arbeiten alle unabhängig. Es gibt keine Mainstream Media in Deutschland.

**Ein Vorwurf lautet: Die deutschen Qualitätsmedien schreiben an der Wirklichkeit vorbei. Wieviel Wahrheit steckt darin?**

Lesen Sie bitte einmal Spiegel-Hefte von vor zwanzig Jahren und ver-

gleichen Sie diese mit den Heften von heute. Der Spiegel vor zwanzig Jahren war holzschnittartiger und platter, auch im Festlegen von Gut und Böse. So war die Welt schon damals nicht. Der Spiegel von heute ist präziser, die Texte sind besser, vielseitiger und origineller erzählt. Dennoch passieren manchmal Fehler, aber anders als in früheren Zeiten gestehen wir diese Fehler ein, erklären, wie sie passieren konnten. So bleibt man glaubwürdig.

### Ist Journalismus besser oder schlechter geworden?

Viel besser. Junge Journalisten sind handwerklich weiter, als ich das vor dreißig Jahren war, die Journalistenschulen sind besser, viel mehr Redaktionen arbeiten investigativ. Dagegen steht, dass viele Verlage sparsamer sind, regionale Zeitungen haben Stellen abgebaut und das stärkt den Journalismus nicht. Größere Medien stellen Korrespondentennetzwerke ein, das stärkt ihn auch nicht. Trotzdem würde ich bei der Aussage bleiben, er ist viel besser geworden.

### Medienunternehmen werden in Zeiten der Digitalisierung auch zu Technologiekonzernen. Ist das Fluch oder Segen?

Beides. Ich war immer ein Papiertyp. Ich schreibe in Notizbücher, drucke Texte aus und lese Bücher gedruckt. Aber ich habe eben auch längst verstanden, welche Möglichkeiten es durch das Zusammenspiel von Wort, Bild und Audio gibt, welche Wucht Journalismus damit entfalten kann. Der Spiegel ist durch das Digitale so viel reichhaltiger geworden. Investigativer Journalismus ist auf eine ganz andere Weise möglich als früher.

### Der Spiegel ist vergangenes Jahr 70 geworden. Wird er in der Form, wie wir ihn hier auf dem Tisch vor uns liegen haben, auch 100?

Ja klar. Das Titelbild wird vielleicht anders sein, es wird auch andere Schrifttypen geben, aber wenn Ihre Frage ist, ob es den Spiegel als gedrucktes Produkt auch in dreißig Jahren noch gibt, gehe ich schwer davon aus. Die gedruckte Auflage wird niedriger sein als heute, das steht wohl außer Frage. Ich hoffe, dass die digitale Auflage dann entsprechend gewachsen sein wird und die Abonnenten entsprechende Zahlungsbereitschaft für Inhalte haben.

### Die Verschmelzung von Print und Online ist nirgendwo einfach, beim Spiegel wohl erst recht nicht. Die Kollegen der Printausgabe benötigen manchmal zu Recht Monate für eine Geschichte, der Online-Redakteur kann eine Stunde später schon zu spät sein. Wie kriegen Sie die Verzahnung dennoch hin?

Indem wir viel positiver rangehen. Wenn man sich anguckt, was die New York Times macht, die sehr schnell Print und Online verzahnt, ein vitales Bezahlangebot erarbeitet und immer wieder erneuert hat und inzwischen bei drei Millionen Bezahlabonnenten ist, dann sehe ich da ein Vorbild. Ich sage nicht, dass der Spiegel irgendwann drei Millionen Digitalabos haben könne, denn die New York Times ist eine Weltmarke und wird auf Englisch publiziert. Aber warum sol-

#### EVENT TIPP

### INSIDE „DER SPIEGEL“ – SO FUNKTIONIERT DEUTSCHLANDS WICHTIGSTES MAGAZIN

Mit Klaus Brinkbäumer ist einer der profiliertesten Journalisten im Business Club. In seinem Vortrag führt er hinter die Kulissen des „Spiegel“, spricht über die Herausforderungen für Medien in Zeiten von Fake News und berichtet über Gespräche mit Barack Obama und Donald Trump.

Montag, 14. Mai, 19 Uhr  
Business Club Hamburg  
Elbchaussee 43, 22765 Hamburg  
Anmeldung unter [www.bch.de](http://www.bch.de)

len wir nicht die deutsche New York Times sein? Das liegt in unseren Möglichkeiten, man muss es nur schlau machen.

### Schlau heißt genau was?

Stärken zu erhalten. Die Leute, die viele Wochen für eine exzellente Geschichte brauchen, genau das auch künftig machen zu lassen. Die Leute, die Spezialisten für Datenjournalismus, schnelle Berichterstattung oder Social Media sind, genau das machen zu lassen. Und trotzdem eine Redaktion zu formen, die wirklich zusammenspielt.

### Und das geht?

Das geht. Die Kollegen der New York Times oder der Washington Post lachen sich halbtot, wenn sie hören, dass wir in Deutschland immer noch Print und Online in getrennten Redaktionen machen. Beim Weltwirtschaftsgipfel in Davos fragte mich ein amerikanischer Chefredakteurs-Kollege: „Are you still doing Print and Online?“, und kicherte schon, während er die Frage stellte.

### Dennoch fällt diese Verschmelzung vielen schwer. Hat Amerika eine andere Kultur für sowas?

Ich glaube ja. Aber auch Spiegel und Spiegel Online wissen mittlerweile, dass gemeinsames Handeln für alle Beteiligten klug ist. Wir sind ja längst so weit, dass wir wichtige Projekte, wie im vergangenen Jahr die Story über den SPD-Kanzlerkandidaten Martin Schulz, auch digital inszenieren. Vor fünf Jahren hätte das Stück im Magazin gestanden und nur da. Jetzt konnte man die Geschichte online kaufen, wir haben sie über Social Media und Bewegtbild inszeniert. Das alles ist hier mittlerweile gelernt. Das Selbstverständnis ist heute ein ganz anderes. Hier sagt keiner mehr „Wir vom Heft und die von Online“ oder umgekehrt. Vor fünf Jahren war das so.

### Die neue Form des Web-Journalismus führt aber auch immer wieder zu eher unreflektierten Ergebnissen?

Das Tempo im Journalismus hat angezogen. Ich mag das übrigens ganz gern. Ja, Digitaljournalismus führt hin und wieder zu Fehlern und zu →



Titelblätter zu den jüngsten großen Spiegelthemen: 70 Jahre Spiegel, US-Präsident Trump, Dieselaffäre, die Martin-Schulz-Story und nochmal Trump.

Oberflächlichkeit. Auch die Hauptstadt Berlin ist hektischer und unseriöser geworden. Manche Dinge werden hinausgepusht, ehe sie wirklich verifiziert werden können. Politiker sind gehetzt, fühlen den Druck, sich jeden Tag äußern zu müssen, auch wenn sie noch nicht wirklich eine Haltung entwickelt haben und Hintergründe noch gar nicht kennen. Das ist Teil der Wirklichkeit. Und das kann man als Schattenseite sehen, aber man kann auch sagen: Wie aufregend ist das denn, welche Chancen bietet seriöser Online-Journalismus! Ich neige zu Letzterem.

#### Wie wird die Spiegel-Redaktion in zehn Jahren aussehen?

Eine Redaktion, ein Haus, das Spezialisten für die unterschiedlichsten Themen und Arbeitsweisen hat. Im Alltag machen wir das schon, strukturell noch nicht.

#### Ist der Eindruck richtig, dass sich Journalismus grundsätzlich weg vom Einzelkämpfertum hin zur manchmal sogar grenzüberschreitenden Teamarbeit entwickelt?

Ja, das tut er. Denn Redaktionen brauchen heute andere Spezialisten, Leute beispielsweise, die überhaupt verstehen, wie man mit Millionen von Dokumenten umgeht. Die Paradise Papers der Süddeutschen Zeitung waren Dokumente aus mehreren Kanzleien und nicht sortiert. Wie sortierst du die überhaupt? Wie verstehst du, was sich darin verbirgt? Wie findest du die Geschichte? Da braucht es dann nicht mehr den klassischen Reportertypen, der einsam seine Geschichte sucht, sondern ein Team aus Fachleuten.

#### War das für Ihre Redaktion eine Umstellung?

Ja. Für den Spiegel war diese Art Teamspiel nicht so gelernt, weil wir Quellen immer sehr geschützt und Informationen nicht ausgetauscht haben. Das war sogar innerhalb des Hauses so; wenn jemand im Wirtschaftsressort etwas für sich exklusiv hatte, hieß das nicht, dass er es seinen Kollegen im Hauptstadtbüro erzählt hätte. Aber eine Geschichte wird besser, wenn man es tut, weil vielleicht in Berlin jemand ist, der noch etwas beisteuern kann. Diese Mentalität hat sich komplett verändert.

#### Mittlerweile teilen nicht nur Sie Ihre Informationen sogar mit Partnern aus der ganzen Welt. Bei Football Leaks sollen 50 Personen mitgearbeitet haben.

Ja, das wäre früher undenkbar gewesen. Dass wir Recherchematerial wie die Grundlagen zu Football Leaks mit Partnern geteilt hätten, hätte es nie gegeben, bevor wir dieses Recherchenetzwerk EIC gegründet haben. Das hätte es vor zehn Jahren schon deshalb nicht gegeben, weil man solch riesige Datensätze gar nicht hätte bearbeiten können, auch nicht sicher hätte austauschen können, und jetzt machen wir es. Die Süddeutsche macht es mit Panama Papers genauso, sie macht es gut und auch das macht den Journalismus übrigens besser.

#### Nun haben die US-Medien im vergangenen Jahr nicht gerade versagt, aber die Lage falsch eingeschätzt, indem sie davon ausgingen, dass Trump keine Chance hat, und es kam anders. Sind Journalisten zu sehr in dem Dampfkessel der Politik?

Ich glaube schon, dass die amerikanischen Medien vor der Wahl versagt haben, und das gilt leider auch für die von mir bewunderten New York Times und Washington Post. Die amerikanischen Medien haben bei der Inszenierung Trumps zu lange mitgespielt. Der Mann war aufregend, er war ein Entertainer, der für Quoten und Auflage gesorgt

hat. Und dann wurde er größer und größer. Die Medien staunten über ihn wie über ein seltenes Tier im Zoo.

#### Das immer gefährlicher wurde und am Ende nicht zu bändigen war.

Die Menschen, auch die Presse, standen fasziniert da und fragten sich: Gibt es das wirklich? Sagt der wirklich diese Sachen? Trump hat einmal behauptet, er könne in der Mitte der Fifth Avenue stehen und jemanden erschießen und ihm würde nichts passieren. Das also sagte der Kandidat der Republikaner. Und alle haben erstaunt über ihn berichtet, bis er so groß war, dass er sich tatsächlich alles leisten konnte. Erst dann haben die investigativen Recherchen begonnen: über seine Russlandverbindungen, über die Verstrickungen seines Konzerns, über seine Steuervermeidung. Da war es zu spät.

#### Ein Fehler der Medien.

Ja. Als Trump endlich hinterfragt wurde, konnte er seine Leute um sich sammeln, dieses Abwehrbollwerk aufbauen und die Medien ungestraft als ‚enemy of the people‘ bezeichnen. Ein fataler Fehler war auch, dass die E-Mail-Affäre von Hillary Clinton immer wieder aufs Neue überdimensional erzählt wurde. Natürlich darf eine Außenministerin nicht geheime Mails auf ihren privaten Server hinüberziehen, aber mehr war es eben auch nicht. Trump wurde verharmlost, Clinton wurde dämonisiert. Das Ergebnis haben wir jetzt.

#### Was hat Amerika gelernt aus dem Fall Trump?

Sicherlich, wie schnell Dinge passieren können, die wir noch vor zwei Jahren für Tabus gehalten hätten. Dass man nicht Gesellschaften als stabil und für alle Zeiten unzerstörbar einschätzen sollte – weil sie nämlich ins Rutschen kommen können. Und dass ein Präsident in aggressiven Zeiten mit Lügen durchkommt. In seinem ersten Amtsjahr sind 2000 Lügen Donald Trumps dokumentiert worden. Ich hätte es noch vor fünf Jahren für undenkbar gehalten, dass ein US-Präsident damit im Amt bleiben könne.

#### Sie haben vor einiger Zeit zusammen mit der ZDF-Kollegin Sonia Mikich den damaligen US-Präsidenten Barack Obama interviewt. Wie war das?

Es ist natürlich ein Ereignis, das wahnsinnige Freude macht, weil man viel lernt. Obama hatte etwas Raumgreifendes, er ist unfassbar souverän, strahlt Sicherheit und Humor aus. Alles in allem war es eine beeindruckende Erfahrung. Hinterher habe ich gedacht, ich war zu brav, ich hätte Obama mehr unterbrechen müssen, wie ich andere Interviewpartner ja auch unterbreche, wenn sie anfangen zu labern. Labern ist ein gemeines Wort (lacht), sagen wir: Er hat sich elaboriert geäußert und manche Dinge endlos lang erklärt.

#### Ist nicht bei einem solchen Treffen alles vorher abgesprochen?

Nein, aber es kam ein Stressmoment dazu. Wir hatten Ohrhörer und die White-House-Leute funkten dauernd dazwischen. Sie wollten schon nach 15 Minuten, dass wir das Gespräch beenden. Sie riefen ‚Cut it now, you gotta get out now‘, und wir hatten erst drei Fragen gestellt. Am Ende wurden sie richtig laut in meinem Ohr und da habe ich noch die eine Frage nach Snowden gestellt: ‚Begnadigen Sie Edward Snowden?‘. Es war das einzige Mal, dass Obama aus der Balance geriet, weil er die Frage nicht beantworten konnte. Eine sehr spezielle Situation: die White-House-Leute im Ohr und Obama in Not. Es war mein kleiner Triumph.



**ES IST DAS BESONDERE,  
DAS WELLEN SCHLÄGT.**



**HAWESKO**.DE  
HANSEATISCHES WEIN UND SEKT KONTOR

**ALS OFFIZIELLER WEINPARTNER DER ELBPILHARMONIE  
BEGRÜSSEN WIR HAMBURGS NEUES WAHRZEICHEN FÜR KULTUR.**

# „Gedruckte Inhalte sind dauerhaft wirkend“

Clubmitglieder zum Thema „Hamburg schreibt“



## DR. NIKOLAUS FÖRSTER

Herausgeber und Geschäftsführender Gesellschafter Impulse Medien GmbH

Einst umgab große Zeitungs- und Magazinhäuser eine Aura: Sie speiste sich aus der Macht, Öffentlichkeit herzustellen, Missstände aufzudecken und Wahlen zu entscheiden. Und so war Hamburg – mit Spiegel, Stern und Zeit – stolz darauf, ein „Medienstandort“ zu sein. Doch seit die Digitalisierung sämtliche Lebensbereiche durchdringt, seit nicht mehr Stahl und Beton, sondern Ideen und Leidenschaft über Reichweite und Einfluss entscheiden, verliert die räumliche Nähe an Bedeutung. Hauptsache: Netzzugang. Eine schlechte Nachricht für Hamburg? Nicht unbedingt. Es lebt sich gut in der Hansestadt. Das zieht kreative Köpfe an, beflügelt Ideen. Und schafft Neues.

## STEFAN KOSLOWSKI

Inhaber  
Autorenbüro Stefan Koslowski

Ich bin der Überzeugung, dass Print- und elektronische Medien sich gegenseitig gut ergänzen. Bei Print stehen überwiegend Recherche und Hintergrundberichte im Mittelpunkt. Ein Aspekt, der vielen Menschen wichtig ist, gerade bei der heutigen Informationsflut und der Verunsicherung, was man glauben kann und was nicht. Demgegenüber sind die elektronischen Medien unschlagbar, was Aktualität betrifft, zudem können sie ein immenser Multiplikator von Informationen sein. Beim Schreiben kann ich weder das eine noch das andere Medium entbehren – ganz im Gegenteil, ich bin glücklich, dass es beide gibt. Für mich stellen sie eine perfekte Kombination dar, um die Botschaften meiner Kunden an die richtige Zielgruppe zu adressieren.



## ANDREAS JÖRSS

Geschäftsführer  
von Stern'sche Druckerei GmbH & Co KG

Vor 20 Jahren wurde Johannes Gutenberg, der Erfinder des Druckens mit beweglichen Lettern, zum Mann des Jahrtausends (Time Life Magazine) gewählt, weil er mit seiner Erfindung die Entwicklung der Menschheit nachhaltig beeinflusst hat. Heute immer noch nachvollziehbar vor dem Hintergrund, dass es ohne das gedruckte und so vervielfältigte Wort wohl kaum möglich gewesen wäre, der gesamten Menschheit Information und Wissen zu vermitteln. Auch, wenn das Internet als designierter Nachfolger Gutenbergs gelten mag, halte ich gedruckte Inhalte für dauerhaft



wirkend und damit für im wahren Sinne des Wortes bedeutend. Hamburg schreibt, wir drucken. Seit 404 Jahren. Eine wunderbare Parallelwelt.



## PEER-ARNE BÖTTCHER

Autor und Geschäftsführer  
AIRY Green Tech GmbH

Bevor der kanadische Geisteswissenschaftler Marshall McLuhan seinen Satz „The medium is the message“ postulierte, war das Wort „Medium“ im Volksmund nur bei der Anrufung von Verstorbenen gebräuchlich. Heute, ein halbes Jahrhundert später, könnte man ähnliches vermuten. Denn inzwischen hat das, was wir als klassische Medienbranche kennen, den Geruch einer sterbenden Gattung. Als Erstes mit den Folgen der Digitalisierung konfrontiert, muss sich die Zunft mit einem enormen Bedeutungsverlust und höchst dynamischen Wandel auseinandersetzen. Heute liegen die Mittel zur Medienproduktion nicht nur in den Händen weniger Verleger; vielmehr sind sie in Form des Smartphones milliardenfach vorhanden. Karl Marx würde es freuen.



## Gira X1 – das Smart Home im Griff.





# BLEIBENDE WERTE

Text: **Detlef Gürtler**

„Wer schreibt, der bleibt“, ist eine äußerst lukrative Weisheit – für Buchverlage. Das Bedürfnis, der Um- und Nachwelt gleichermaßen einen bleibenden Wert zwischen zwei Deckeln zu hinterlassen, ist häufig so groß, dass der Erstlings-Autor nicht nur auf Honorar verzichtet, sondern umgekehrt den Verlag für die Publikation honoriert; und manchmal auch noch einen Ghostwriter. Wenn Ihnen also die gedruckten Lebenserinnerungen eines Gefäßchirurgen begegnen, die Wirtschaftsphilosophie eines Versicherungsvorstands oder die Reiseberichte eines Ingenieurs, haben Sie nicht so sehr ein Buch vor sich als vielmehr ein in Papier gehauenes Denkmal.

Mit einer Ausnahme. Denn ausgerechnet die Reiseerinnerungen eines Ingenieurs sollten sich zum lukrativsten Buch aller Zeiten entwickeln. Es hieß „La Transcaucasie et la Péninsule d'Apchéron. Souvenirs de voyage“, erschien 1890, und der Autor war ein gewisser Calouste Gulbenkian. Dieser Reisebericht des 21-jährigen Absolventen eines Ingenieurstudiums in London beschrieb die Ölindustrie im Raum Baku – und die Lektüre brachte den Finanzminister des Osmanischen Reiches auf die Idee, ebenfalls ins Ölgeschäft einzusteigen. Er engagierte Gulbenkian als Berater für die anstehenden Öl- und Pipeline-Geschäfte. Und der fand schnell eine einfache Lösung: Für jede Förderkonzession und jede Pipeline wurde eine eigenständige Gesellschaft gegründet, in der die betreffende Ölfirma die unternehmerische Führung und die Anteilsmehrheit bekam – und Gulbenkian fünf Prozent der Unternehmensanteile als Vermittlungshonorar. Mehrere Fusionen und Transformationen später war aus dem jungen Sachbuchautor ein bedeutender Anteilseigner von Royal Dutch Shell und der BP-Vorläuferfirma Anglo-Persian Oil Company geworden.

Wenn man nur die direkten Erlöse aus dem Buchverkauf gelten lässt, ist es kein Ingenieur, der den größten Erfolg erzielte,

sondern eine Lehrerin. Die Englischlehrerin Joanne Rowling nämlich, die die bislang einzige Person ist, die durch den Verkauf ihrer Bücher (okay, und der Filmrechte dazu) zur Milliardärin wurde. Wobei am Anfang auch bei ihr keine Rede davon sein konnte, dass hier bleibende Werte geschaffen werden könnten. Die frisch geschiedene arbeitslose Alleinerziehende Rowling lebte 1994/95 in Edinburgh von Sozialhilfe und schrieb in Cafés ein Kinderbuch – immer so lange, wie ihre kleine Tochter schlief. Die ersten zwölf Verlage, an die Rowling das fertige Manuskript von „Harry Potter und der Stein der Weisen“ schickte, lehnten es ab. Verlag Nummer 13, Bloomsbury, gab Rowling schließlich einen Vertrag. Den Ausschlag dafür hatte das begeisterte Urteil der achtjährigen Tochter des Lektors gegeben. Die englische Startauflage des ersten Harry-Potter-Bandes lag 1997 bei 500 Stück. Die Startauflage des vierten Bandes im Jahr 2000 betrug etwa fünf Millionen.

Genau umgekehrt verlief gut ein Jahrhundert zuvor die Auflagenentwicklung einer anderen berühmten Publikationsserie: Friedrich Nietzsches „Also sprach Zarathustra“. Die Startauflage des ersten Teils lag 1883 bei 1000 Stück – von denen allerdings nicht einmal 100 tatsächlich verkauft wurden. Den Druck des vierten Teils schließlich wollte Nietzsches Verleger nicht mehr übernehmen; und auch kein anderer Verlag. Also ließ der später große, damals aber noch praktisch unbekannt Philosoph diesen Teil 1885 privat und in nur 40 Exemplaren auf eigene Kosten drucken. Sowohl den späteren Welterfolg als auch den absoluten Flop zu Beginn hatte Nietzsche dabei schon im Untertitel des Zarathustra vorweggenommen: „Ein Buch für Alle und Keinen“.

**Detlef Gürtler ist Wirtschaftsjournalist und Buchautor. Er lebt in Berlin und im spanischen Marbella.**

WIRD AM BESTEN  
ZU ÜBERRASCHUNGEN  
SERVIERT.



BE  
PREPARED



Veuve Clicquot *Let life surprise you*



# Start frei in den Tag!

*Den vielen **EHRENAMTLICHEN MITARBEITERN** und dem Verein brotZeit ist es zu verdanken, dass alle Kinder an derzeit 30 Hamburger Schulen die Chance auf einen guten Start - in den Tag und in ein selbstbestimmtes Leben haben.*

Text: **Achim Schneider** Fotos: **Martina van Kann**

Es ist 6.30 Uhr – am Morgen! Während der Autor dieser Zeilen noch mit der Schwerkraft der Augenlider kämpft, herrscht im Aufenthaltsraum der Schule Mendelstraße reges Treiben. Die Schule im Stadtteil Lohbrügge gehört zu den 30 Brennpunktschulen, in denen der Verein brotZeit e.V. Schüler und Schülerinnen mit Früh-

stück vor dem Unterricht versorgt und Kindern mit anderer Muttersprache am Nachmittag beim Lernen der deutschen Sprache hilft. Die Business Club-Initiative „Unternehmer für Hamburg“ finanziert über Patenschaften der Christoph Metzelder Stiftung bereits an fünf Hamburger Schulen vollständig die Arbeit von



brotZeit in den kommenden drei Jahren, fünf weitere Schulen sollen hinzukommen.

Die drei ehrenamtlichen Helferinnen Anneliese Adnane, Gisela Watterodt und Doris Weißbrod sind schon auf Betriebstemperatur. Bei Gute-Laune-Musik aus dem Kofferradio machen sie das, was sie hier seit zwei Jahren regelmäßig tun: Sie bereiten das Frühstück für „ihre“ Kinder vor. Die Projektleiterin von brotZeit in Hamburg ist ebenfalls da. Esther Marquardt, verantwortlich für Koordination, Kontakt zu den Schulen und die Auswahl der Seniorinnen und Seniorinnen, besucht die 30 Schulen regelmäßig, um zu schauen, ob alles läuft oder ob es Probleme gibt, die gelöst werden müssen. Das geschieht stets in Absprache mit der Schule. „Jede Schule trägt die Verantwortung für die Umsetzung des Projekts und die freiwilligen Frühstückshelferinnen und -helfer sind in der Schule verortet“, erklärt Marquardt. Sie ist beim Personaldienstleister DIS-AG als Angestellte beschäftigt. Seit 2012 ist Marquardt jedoch von ihrem eigentlichen Job freigestellt und kümmert sich ausschließlich um das Projekt brotZeit.

Der zum Frühstücksraum umfunktionierte Aufenthaltsraum ist mit einer Küchenzeile, einem eigenen „brotZeit“-Kühlschrank, einer professionellen Spülmaschine, einer Spielecke sowie mit drei Tischen, an denen 20 Kinder Platz nehmen können, ausgestattet. Für Gemütlichkeit sorgen die drei Seniorinnen persönlich. „Wir machen die Tischdeko und stellen frische Blumen auf den Tisch, damit sich die Kinder wohlfühlen“, sagt Anneliese Adnane. Währenddessen stellt sie kleine Glasschälchen mit geschnittenen Äpfeln auf die Tische. Gesundes Essen ist hier oberstes Gebot.

Als um kurz vor sieben Uhr die ersten Kinder den Raum betreten, sind die Vorbereitungen fast abgeschlossen. Jakob ist der erste, der sich zielstrebig aufs Büfett stürzt. Die Auswahl ist lecker und vielfältig: Cornflakes und Fruchtemüsli, Joghurt mit verschiedenen Früchten, Naturjoghurt, Mettwurst, Käse, Fleischwurst, rote und gelbe Marmelade, Honig, Gurken, Kirschtomaten, literweise Milch für Kakao und unterschiedliche Brotsorten. Die Firma Lidl liefert alle zwei Wochen frische Lebensmittel, damit es den Kinder an nichts fehlt. „Die Kinder →

ihr Brot und Müsli selbst machen. Das sollen sie hier auch lernen“, sagt Esther Marquardt.

Doch ein wenig verwöhnt werden sie von Doris Weißbrod, Gisela Watterodt und Anneliese Adnane natürlich schon. Die drei haben inzwischen Teller mit Schwarzbrotsschnittchen mit Frischkäse und Gurkenscheiben sowie Graubrotvierecke mit Orangen- und Erdbeermarmelade angerichtet. Doris Weißbrod geht an die mittlerweile gut besetzten Tische und bietet die Schnittchen an. Doch nicht alle Kids greifen sofort zu. Das ist kein Problem für die frühere Altenpflegerin. Mit Gelassenheit und in ruhigem Ton spricht sie mit den Kindern und überzeugt den einen oder anderen, etwas von den Tellern zu nehmen.

Natürlich haben die Kinder ganz andere Vorlieben. Cornflakes und Milch haben sich einige in die Schälchen gefüllt. Mettwurst und Käse gehen auch ganz gut. Aber der absolute Renner ist die Fleischwurst. Ruckzuck sind die gefühlte 100 Scheiben vom Büfett verschwunden und weggeputzt. „Was, ist die schon wieder alle?“, fragt Anneliese Adnane, befreit eine neue Wurst von der Pelle und schneidet sie in Scheiben. Vor allem die Jungen schlagen ordentlich zu. Ihre Teller sehen im Allgemeinen so aus: eine Scheibe Brot ohne Aufstrich. Dazu eine Portion Fleischwurst, die das Brot unter sich verschwinden lässt. Dann werden die Scheiben nach und nach heruntergefingert und übrig bleibt das Brot, das dann pur gegessen wird. „Fleischwurst ist meine Lieblingswurst. Magst du die auch?“, fragt mich Jakob. Als ich die Frage mit Ja beantworte, reicht er mir lässig eine Scheibe herüber und lächelt zufrieden.

Zwischen sieben und acht Uhr ist hier Primetime. Um einen Überblick darüber zu haben, wie viele Jungen und Mädchen am Frühstück teilnehmen, haben sich die Verantwortlichen einen Trick ausgedacht. Anstatt bei dem Gewusel und dem Rein- und Rausgehen der Kinder ständig an der Tür zu stehen und zu überprüfen, wer neu kommt oder wer nur wiederkommt, haben sie im Raum zwei Körbchen platziert. In einem sind bunte Wäscheklammern, der andere ist leer. Jedes Kind, das in den Raum kommt, nimmt sich eine Klammer und legt diese in das andere Körbchen. „In der Regel haben wir jeden Tag um die 30 bis 40 Kinder, die zum Frühstück kommen“, sagt Projektleiterin Esther Marquardt. Heute sind es genau 30. Die Seniorinnen kennen alle mit Namen, obwohl das nicht immer ganz einfach ist. „Ich habe

mir zuerst drei gemerkt und als ich die kannte, habe ich mir die nächsten drei vorgenommen“, verrät Doris Weißbrod.

In der Frühstücksrunde herrscht eine familiäre Atmosphäre. Die meisten Kinder umarmen die Betreuerinnen zur Begrüßung, sie sind freundlich im Ton, sagen Bitte und Danke und gehen verständnisvoll miteinander um. Das ist nicht unbedingt üblich. Viele haben die Umgangsformen hier gelernt. „Manche Kinder sind richtig anhänglich und haben gleich das Bedürfnis, etwas zu erzählen – von zu Hause, vom Urlaub, von Geschenken. Andere setzen sich still an den Tisch. Mit der Zeit bekommt man ein Gespür dafür, wie die Kinder morgens drauf sind“, sagt Gisela Watterodt. Sie ist selbst Mutter und war viele Jahre im Büro beschäftigt. Watterodt wollte sich nicht einfach ins Rentnerleben zurückziehen, sondern der Gesellschaft etwas zurückgeben.

Genauso ging es Doris Weißbrod und Anneliese Adnane. „Ich war 25 Jahre als Altenpflegerin tätig“, so Weißbrod. „Da kann man nicht einfach von einem auf den anderen Tag nichts mehr tun. Und das frühe Aufstehen stört mich nicht. Als ich noch gearbeitet habe, musste ich um vier Uhr aufstehen, jetzt erst um fünf“, sagt sie lächelnd. Anneliese Adnane arbeitete als Sekretärin bei Philips. Als sie mit 63 Jahren in Rente ging, war ihr klar: „Ich wollte unbedingt etwas tun.“

Alle drei wurden über eine Anzeige im Wochenblatt auf das Projekt aufmerksam. „Die Anzeigen sind unser erfolgreichstes Akquisemittel“, sagt Esther Marquardt. Wenn die Seniorinnen und Senio-

ren sich bewerben, werden sie von der Projektleiterin zu einem Gespräch eingeladen. Sie erklärt ihnen, worauf es bei der Arbeit ankommt, und stellt einige Fragen. Wenn alles passt, schlägt Marquardt die Ehrenamtlichen den Verantwortlichen in den Schulen vor und die wählen aus, wer mitmachen darf.

Anneliese Adnane, Gisela Watterodt und Doris Weißbrod sind glücklich, den Kindern helfen zu können. „Ich habe noch keinen Tag bereut“, sagt Weißbrod und ihre Kolleginnen nicken zustimmend. Als besondere Belohnung für ihr Engagement bezeichnen sie das jährliche Treffen, zu dem BrotZeit-Initiatorin Uschi Glas alle Ehrenamtlichen einlädt. „Das ist wirklich schön, weil man so eine tolle Anerkennung erhält“, sagt Watterodt stolz.

Es ist 7.55 Uhr. „Leute, in fünf Minuten beginnt der Unterricht“, ruft Doris Weißbrod in den Raum, damit ja niemand zu spät in die Klasse kommt. „Morgen früh sehen wir uns wieder.“



Die glücklichen Kinder sind bereit für den Unterricht und die ehrenamtlichen Helferinnen für den Feierabend.



Doris Weißbrod, Anneliese Adnane und Gisela Watterodt nach getaner Arbeit.

#### SO KÖNNEN SIE HELFEN

Für Ihre Patenschaft stehen für Sie Commitment Cards zum Download bereit unter <http://www.bch.de/club/brotzeit>. Spenden für das Projekt bitte direkt an die Christoph Metzelder Stiftung auf das Konto bei der Sparkasse Essen (IBAN: DE49 3605 0105 0000 4754 75/ BIC SPESDE-3EXXX) mit dem Verwendungszweck „brotZeit – Unternehmer für Hamburg“. Ziel der Initiative „Unternehmer für Hamburg“ ist, wie die Behörde für Schule und Berufsbildung in Hamburg, eine nachhaltige Hilfestellung für Kinder an zehn Hamburger Schulen zu bieten.





# WIR SCHAFFEN WERTE

## INDIVIDUELLE HÄUSER – HÖCHSTE QUALITÄT

**JEDES MOLLWITZ-HAUS IST EIN UNIKAT** und wird sehr fein auf Ihre individuellen Wünsche und die Besonderheiten des Grundstücks abgestimmt. Für jedes Bauvorhaben wird ein erfahrenes Kompetenzteam zusammengestellt, das Sie von Beginn an persönlich und hochqualifiziert berät und die intensive Betreuung Ihres Bauvorhabens sicherstellt.

Aus der Synergie eines innovativen Architekturbüros und der strukturierten Arbeitsweise eines Bauträgers ergibt sich für Sie der Mehrwert aus hochwertiger Architektur, exzellenter Qualität von Materialien und handwerklicher Ausführung sowie Termin- und Kostensicherheit.

### **SIE MÖCHTEN IHR GRUNDSTÜCK VERKAUFEN?**

Wir kaufen Ihr Grundstück oder vermitteln es direkt und provisionsfrei an suchende Bauherren.

---

Mollwitz Massivbau GmbH  
Schleusenredder 17a · 22397 Hamburg  
T: 040 645 395 - 0 · [www.mollwitz.de](http://www.mollwitz.de)



# Mentoring – durch Erfahrung gut

*Immer häufiger wünschen sich Führungskräfte von Unternehmen die Teilnahme an **MENTORING-PROGRAMMEN**. Sie wollen von den erfahrenen Mitarbeitern profitieren und ihre berufliche und persönliche Entwicklung voranbringen.*

Text: **Sonja Álvarez** Illustration: **Stephan Kuhlmann**

An die Schmerzen kann sich Tim Karge noch gut erinnern. Er war kurz zuvor den Hamburger Marathon gelaufen, 42,5 Kilometer in vier Stunden und fünf Minuten – und jetzt stand schon wieder der nächste Dauerlauf an. Kein sportlicher, sondern ein mentaler: sein Mentoring-Programm. Ein Jahr lang sollte Karge, heute 51 und Bezirksdirektor bei der Provinzial Nord, alle vier bis sechs Wochen seinen Mentor treffen, um sich auf seinen nächsten Karriereschritt vorzubereiten. Ganz bewusst hatte er sich mit Christian Alpert, 51 und Direktor bei der HSH Nordbank, jemanden dafür ausgesucht, der nicht in den eigenen Unternehmenskosmos und die dortige Hierarchiestruktur eingebunden war – und der genau wie er über ausreichend Puste verfügte.

Wie Karge wünschen sich immer mehr Führungskräfte, an Mentoring-Programmen teilzunehmen – doch offensichtlich erkennt ein Großteil der Unternehmen weiterhin nicht, wie entscheidend ein solches Angebot für die Karriereförderung und Mitarbeiterbindung ist. So zeigt eine aktuelle Untersuchung der Personalberatung Robert Walters, für die mehr als 130 Arbeitgeber und Professionals in Deutschland und der Schweiz zum Thema Schulungs- und Mentoring-Angebote befragt wurden, dass Schulungs- und Mentoring-Programme für 84 Prozent der Beschäftigten wichtig für die individuelle Karriereentwicklung sind. Trotz dieser hohen Nachfrage nach Weiterbildung und Begleitung durch Mentorinnen und Mentoren würden aktuell jedoch nur 38

Prozent der Unternehmen solche Programme für ihre Arbeitskräfte anbieten, um damit einerseits Toptalente im Unternehmen zu halten und gleichzeitig um neue Talente zu werben.

Laut Distatis (Statistisches Bundesamt) ist der Umfang des Weiterbildungsangebots dabei abhängig von der Mitarbeiteranzahl. 95 Prozent der Unternehmen mit mehr als 250 Festangestellten bieten größere Weiterbildungsangebote an, wobei die umfangreichsten Programme Unternehmen aus der Finanz- und Versicherungsbranche sowie Unternehmen der Energie- und Wasserversorgung offerieren.

„Nicht zuletzt durch die anhaltenden Diskussionen zu den Themen Fachkräftemangel oder Gender Diversity sind Unternehmen im Zugzwang, die eigenen Talentmanagementstrategien zu hinterfragen und anzupassen. Dies bedeutet vor allen Dingen auch, Toptalente zu überzeugen und High Potentials im Unternehmen zu halten“, erklärt Nick Dunnnett, Geschäftsführer von Robert Walters für Deutschland und die Schweiz. Ein möglicher Ansatz bestehe eben darin, das Angebot von Weiterbildungs- und Mentoring-Programmen im eigenen Unternehmen auszubauen. Zumal laut Studie 57 Prozent der Befragten eine/n Mentor/in auf Senior Level als entscheidenden Faktor für den Karrierefortschritt sehen. Insbesondere Senior Professionals würden das Angebot von Mentoring als essenziellen Antrieb für die eigene Karriere bewerten. →

Welche Bedeutung Mentoring hat, zeigt schon die jahrtausendealte Geschichte – denn der Begriff „Mentoring“ geht zurück auf die erste geschichtlich überlieferte Mentoring-Beziehung aus Homers „Odyssee“ aus dem achten Jahrhundert vor Christus: Odysseus bat darin seinen Freund Mentor, die Erziehung seines Sohnes Telemachos zu übernehmen, als er seine Heimat Ithaka für den Feldzug der Griechen gegen Troja verlassen musste. Die Beschreibung Mentors als Erzieher, väterlicher Freund, kluger Ratgeber und aufmerksamer Beschützer spiegelt sich noch heute in der Definition von Mentoring wider. Beispielsweise wird häufig eine persönliche und hierarchische Beziehung betont, die auf die Förderung des Lernens, der Entwicklung und das Vorankommen des Mentees durch den Mentor ausgerichtet ist, heißt es in einer Studie zur Effektivität von Mentoring von Heidrun Stöger und Albert Ziegler.

Aber ist ein Mentor damit am Ende nicht genau das gleiche wie ein Coach? Nein, denn während der Coach in der Regel für seine Tätigkeit ausgebildet ist und für das Coaching bezahlt wird, verfügt der Mentor „lediglich“ über einen Erfahrungs- und/oder Wissensvorsprung und übernimmt diese Aufgabe in der Regel ehrenamtlich. Diese Weitergabe von Wissen durch eine Person (Mentor/in) an eine unerfahrenere Person (Mentee) wird als Mentoring bezeichnet mit dem Ziel, den Mentee bei seiner persönlichen oder beruflichen Entwicklung zu unterstützen.

Und das bringt aus Sicht von Gabriele Hoffmeister-Schönfelder, Geschäftsführerin der auf Mentoring spezialisierten Hamburger Personalentwicklung Kontor5 und Autorin des Standardwerks „Mentoring – im Tandem zum Erfolg“, gleich einen „doppelten Gewinn“: „Durch ihre Teilnahme am Mentoring-Programm lernen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus den Erfahrungen anderer. Sie gehen persönlich gestärkt aus dem Programm hervor – und können in der Folge individuellen Anforderungen besser gerecht werden.“ Mitarbeiter wie Unternehmen würden also gleichermaßen profitieren. Weiter fördert Mentoring den Austausch vorhandenen Wissens innerhalb des Unternehmens, es bricht „Barrieren auf und verbessert das Verständnis für andere Arbeits-

## „Mitarbeiter gehen persönlich gestärkt aus dem Mentoring-Programm.“

Gabriele Hoffmeister-Schönfelder, Kontor5



bereiche, es erweitert die Kompetenzen und stärkt das Selbstvertrauen“. Es sei eine „ausgezeichnete Chance, die eigene Situation aus der Sicht der Mentorin oder des Mentors zu betrachten. So ein Perspektivenwechsel bringt Themen an die Oberfläche, gibt Denkanstöße und sorgt für eine persönliche Weiterentwicklung.“

Und dabei profitiere am Ende nicht nur der Mentee und sein Unternehmen, sondern auch der Mentor selbst. „Sie sind stolz darauf, fachliche und persönliche Erfahrungen weitergeben zu können und dadurch aktiv an den Fortschritten und der Entwicklung der Mentees beteiligt zu sein. Gleichzeitig bietet ihnen das Programm die Möglichkeit, Sichtweisen zu verändern und den eigenen Horizont zu erweitern“, betont Hoffmeister-Schönfelder, die mit Kontor5 schon mehr als 4200 Tandems betreut hat. →

## 10 TIPPS FÜR EINE ERFOLGREICHE MENTORING-BEZIEHUNG:

### 1. OFFEN SEIN

Die Chemie zwischen Mentee und Mentor muss stimmen – das bedeutet aber nicht, dass beide keine unterschiedlichen Ansichten haben dürfen. Für solche Unterschiede muss das Tandem offen sein, um voranzukommen.

### 2. DIALOGBEREITSCHAFT

Der Mentee ist im Mittelpunkt, er soll sich entwickeln – das bedeutet aber nicht, dass er immer im Vordergrund steht. Er muss vielmehr genauso gut zuhören und sich zurücknehmen können wie der Mentor selbst. Nur dann kann der Lernprozess funktionieren.

### 3. PÜNKTLICHKEIT UND ZUVERLÄSSIGKEIT

Mentor wie Mentee bereiten sich intensiv auf die Treffen vor. Beide sollten die Termine so ernst nehmen wie einen Geschäftstermin, Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit sind selbstverständlich.

### 4. WER IST HIER DER BOSS?

Die Hauptarbeit muss der Mentee leisten, er bestimmt, wie die Mentoring-Zeit gestaltet wird und welche Themen jeweils auf der Agenda stehen. Trotzdem ist es Aufgabe des Mentors, seinen Mentee aus der Komfortzone zu schubsen.

### 5. KONSTRUKTIVE KRITIK

Nach jedem Treffen sollte es ein kurzes Feedbackgespräch geben, um das Programm korrigieren zu können, falls es sich in die falsche Richtung bewegt. Der Mentee sollte die Gespräche stets protokollieren, das hilft, die erreichten Schritte zu vergegenwärtigen. Gerade wenn längere Pausen zwischen den Treffen liegen.

### 6. KEINE BLAUPAUSE

Was dem Mentor auf seinem Karriereweg geholfen hat, muss nicht zwangsläufig auch für seinen Mentee funktionieren. Statt lange Vorträge über die eigenen Erfolge zu halten, sollte der Mentor seinen Mentee deshalb mit Fragen voranbringen.

### 7. KRISE ZUR HALBZEIT

Mentoring-Programme sind oft auf ein Jahr angelegt – und häufig kommt genau zur Halbzeit die Krise. Dann, wenn der Mentee raus muss aus seiner Komfortzone. Das ist unbequem, muss aber ausgehalten werden, um den nächsten Schritt zu gehen.

### 8. SELBSTREFLEKTION

Der Mentee wird in seiner Selbstwahrnehmung und in seinem Selbstwertgefühl gestärkt, aber auch der Mentor profitiert, denn er wird in seiner Führungsfähigkeit durch seine Selbstreflektion und das Feedback des Mentees positiv beeinflusst.

### 9. FRÜHE FÜHRUNGSROLLE

Die frühe Übernahme von Verantwortung als Mentor beschleunigt die Entwicklung von Führungskompetenz. Deshalb sollten nicht nur „alte Hasen“ als Mentoren herangezogen werden, sondern gerade auch jüngere Führungskräfte, die damit effizient an ihren Kompetenzen arbeiten können.

### 10. DANKBARKEIT

Der Mentor investiert seine ohnehin knappe Zeit dafür, seinen Mentee zu unterstützen. Gleichzeitig ist der Mentee bereit, seine Schwächen zu zeigen und Kritik anzunehmen. Gegenseitige Dankbarkeit und Respekt stärken die Beziehung.



FACILITY MANAGEMENT

Gegenbauer machts:  
einfach, effizient, einwandfrei.



Unterschieden werden muss dabei im Wesentlichen zwischen drei Formen des Mentorings: Internes Mentoring, Cross-Mentoring und Generationen-Mentoring. „Beim internen Mentoring kommen Mentee und Mentorin oder Mentor aus dem gleichen Unternehmen, stehen aber in keinem hierarchischen Verhältnis zueinander“, erklärt Hoffmeister-Schönfelder. Interne Mentoring-Programme könnten vor allem genutzt werden, um vorhandenes Wissen innerhalb des Unternehmens zu verbreiten und die Kommunikation zwischen verschiedenen Ebenen, Abteilungen oder Standorten zu verbessern. „Durch den Austausch auf Augenhöhe mit einer erfahreneren Führungskraft können die Mentees ihr Wissen erweitern und die Karriere vorantreiben“, sagt Hoffmeister-Schönfelder.

Beim Generationen-Mentoring liege der Schwerpunkt darauf, den Wissenstransfer zwischen den Generationen anzuregen – und zwar nicht zwangsläufig nach dem „Alte-Hasen-Prinzip“, sondern in beide Richtungen, also auch „Jung hilft Alt“. Dieser Austausch kommt nach Ansicht von Hoffmeister-Schönfelder heutzutage oft zu kurz. „Dabei ist vor allem die Erfahrung älterer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eine wertvolle Ressource. Generationen-Mentoring spielt eine wichtige Rolle, wenn es darum geht, Wissen im Unternehmen zu halten, beispielsweise, wenn ältere Führungskräfte in den Ruhestand gehen“, erklärt sie. Dass jüngere Mitarbeiter die Mentoren-Rolle übernehmen, komme beispielsweise vor, wenn es um die Einführung in neue, vor allem digitale Techniken geht.

Besonders beliebt aber ist das Cross-Mentoring. Dabei werden Mentee und Mentorin oder Mentor aus unterschiedlichen Unternehmen und Branchen zusammengebracht. „Viele mittelständische Unternehmen schätzen das Prinzip des Cross-Mentorings, weil sie aufgrund ihrer Größe selbst kein internes Programm anbieten können. Und sowohl fachliche als auch persönliche Entwicklungsfragen lassen sich oft mit außenstehenden Gesprächspartnern besser erörtern“, erläutert Hoffmeister-Schönfelder. Auch für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus der Personalabteilung oder Revision und in exponierten und vorstandsnahen Tätigkeitsbereichen sei es ideal, ein Tandem mit einer externen Person zu bilden.

So wie bei Tim Karge und Christian Alpert, die als Tandem ebenfalls von Kontor5 zusammengebracht wurden. „Mir ging es darum, Fragen zu meiner beruflichen Weiterentwicklung mit jemandem zu diskutieren und daraus Schritte zu entwickeln, der eben nicht aus der eigenen Unternehmenshierarchie kommt“, erzählt Karge, der vor seiner Beförderung zum Leiter der Bezirksdirektion Abteilungsleiter war. Mit Alpert habe er den perfekten Tandem-Partner gefunden: „Herr Alpert ist nicht etwa mit einem Masterplan gekommen, den er mir einfach überstülpen wollte, sondern er hat meine Überlegungen vielmehr durch gezielte Fragen in die richtige Richtung geleitet.“ Aber nicht nur die Gespräche selbst, sondern auch die intensive Vor- und Nachbereitung seien hilfreich gewesen, um die richtige Entscheidung zu treffen.

Wie aber findet man das richtige Matching? Lebens- und Berufserfahrung würden jeweils eine Rolle spielen, empathisch müssten beide sein und zuhören können. „Am Ende ist es oft Bauchgefühl, ob Mentor und Mentee zusammen passen“, erklärt Hoffmeister-Schönfelder. „Bevor das jeweilige Mentoring-Programm startet, lerne ich die Mentees und den Mentoren/die Mentorin persönlich kennen. Aus dem Gespräch werden Profile erstellt

und diese dienen als Grundlage für das Matching. Lernt sich das Tandem kennen, muss geklärt werden ob, die Chemie stimmt. Dies erfragen wir telefonisch kurz nach dem Kennenlerntermin bei beiden Seiten. Das ist essentiell, denn schließlich muss der Mentee dem Mentor vertrauen, um sich ihm öffnen und über persönliche Fragen und vor allem auch Schwächen sprechen zu können.“ Dass der Mentee den Mentor wechsele, komme nur sehr selten vor – der Wunsch danach allerdings häufiger: „Mentoring ist nämlich nicht etwa ein netter Plausch, sondern richtig harte Arbeit

an sich selbst. Und nach etwa sechs Monaten kommt es oft vor, dass der Mentee seine Komfort-Zone verlassen und den nächsten Schritt gehen muss – und dann passiert es immer wieder, dass er sich einen Mentor wünscht, der ihn nicht so schubst“, erzählt Hoff-

meister-Schönfelder. Das sei nur eine allzu menschliche Reaktion – aber mit einem Telefonat und dem Tipp, genau das doch mal mit dem Mentor anzusprechen, sei das Problem oft schnell erledigt.

Er habe seinen Mentor zwar nie wechseln wollen, aber dennoch sei Mentoring ein anstrengender Prozess, sagt Karge. Mit Christian Alpert hat er dafür aber auch einen Profi an seiner Seite gehabt, bereits zum fünften Mal hat Alpert eine Mentoren-Rolle übernommen. „Ich gebe nicht nur gerne mein Wissen weiter, sondern schätze es, mich durch die Selbstreflexion auch selber weiterzuentwickeln“, betont er. Auch wenn es manchmal schwierig sei, sich zu bremsen, müsse jeder Mentor wissen, dass der eigene Lösungsweg nicht automatisch auch der beste für den Mentee ist. „Es geht eher um Hilfe zur Selbstreflexion als um konkrete Lösungsvorschläge“, betont er.

Nach einem Jahr ziehen sowohl Karge als auch Alpert eine positive Bilanz – und beide können sich in einer jeweils anderen Konstellation vorstellen, die Rollen zu tauschen. Ausdauer haben sie für eine neue Runde zumindest genug.

## „Die Firmen müssen ihre Strategien fürs Talent-Management hinterfragen.“

Nick Dunnett, Robert Walters Deutschland



### MENTORING – VON ERFAHRENEN KOLLEGEN PROFITIEREN

Gabriele Hoffmeister-Schönfelder ist Geschäftsführerin der auf Mentoring spezialisierten Hamburger Personalentwicklung kontor5 und Autorin des Buches „Mentoring – im Tandem zum Erfolg“. Im Business Club spricht sie über die Vorteile, die das Mentoring sowohl den Mitarbeitern als auch den Unternehmen bietet.

**Mittwoch, 25. April 2018, 19 Uhr**  
**Business Club Hamburg**  
**Elbchaussee 43**  
**22765 Hamburg**  
**Anmeldung unter: [www.bch.de](http://www.bch.de)**



Sonja Álvarez schreibt für den Tagesspiegel in Berlin und das Handelsblatt in Düsseldorf – dank moderner Kommunikationstechnik ist der Standort der Redaktion aber kaum von Bedeutung.



www.usm.com

Was zählt sind

Komfort,  
Beweglichkeit  
und Sie.



**Stand up for your health!** USM Kitos M ist Ihr smarter Arbeitstisch: spielend leicht auf und ab – sekundenschnell und intuitiv mechanisch höhenverstellbar. Für komfortables Arbeiten im Sitzen oder Stehen.

**designfunktion**

Große Elbstraße 43, 22767 Hamburg  
Tel.: +49 40 480 662-0, hamburg@designfunktion.de

# „Mentoring muss Teil der Führungskultur sein“

Clubmitglieder zum Thema „Mentoring“



**MATTHIAS GERSTLAUER**

Marlière & Gerstlauer executive search  
Gründungspartner

Die hervorragende Wirtschaftslage und der Fachkräftemangel heizen den „war for talents“ weiter an und die Nachwuchs(führungs)kräfte können sich ihren Arbeitgeber aussuchen. Ausschlaggebendes Kriterium für „talents“ und „high potentials“ ist die Unternehmenskultur! Die wird am besten mittels praxisnaher Anleitung durch einen Mentor vermittelt, der die Eingliederung ins Unternehmen aktiv unterstützt und so die Nachhaltigkeit der Rekrutierung gewährleistet. Regelmäßige Reflektion in Bezug auf Stärken, Potenziale, Eigeninteressen versus Unternehmensbedarf, Sozialkompetenzen

oder einfach nur der „tap on the shoulder“. Mentoring kann sehr vielseitig sein, aber es muss Teil der Führungskultur sein und von oben nach unten konsequent gelebt werden.

**CARSTEN STAGGE**

Goldradt GmbH  
Geschäftsführender Gesellschafter

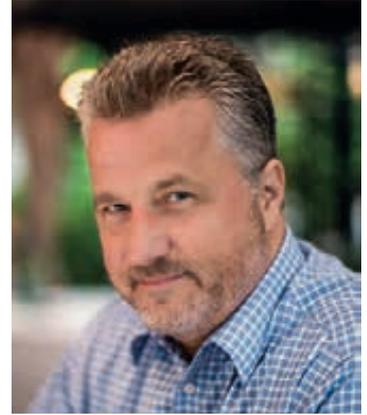
Statt alle Erfahrungen selbst zu machen, lernen wir besser von den Erfahrungen anderer. Miteinander reden, Konflikte lösen, verhandeln, verkaufen: All das lernen wir vor allem durch Nachahmen. Dieser zufällige Prozess wird beim Mentoring strukturiert und damit planbar. Ich hatte das Glück, einen für mich wichtigen Mentor zu haben, der mich seit meinem Studium begleitet. Mittlerweile bin ich seit vielen Jahren selbst Mentor und weiß: Nicht nur Mentees profitieren von gut gemachten Mentorenprogrammen – was häufig übersehen wird, ist die positive Wirkung auch für die Mentoren. Neben einem guten Gefühl gibt es dem Mentor auch die Gewissheit, gefragt zu sein, Bedeutung zu haben, und er erfährt eine implizite Wertschätzung seiner Erfahrung und seiner Person.



**HANS-JOCHEN WINKLER**

Transfer Unternehmensberatung SMBA  
Inhaber

Aufbau von Vertrauen im Unternehmen ist eine der Grundvoraussetzungen, um in unruhigen Zeiten rasch agieren zu können. Viele junge Führungskräfte sind in dem Seiltanz zwischen Forderung nach agilem Arbeiten und dem verlässlichen Abliefern von guten Ergebnissen im Kerngeschäft einer Vielzahl von Erwartungen ausgesetzt. Hier können Mentoren helfen, indem sie Führungskräfte unterstützen, solche Zielkonflikte inhaltlich und „innenpolitisch“ besser einzuordnen. Für mich ist daher ein wichtiges Plus von Mentorenprogrammen die Unterstützung beim Aufbau von mehr Verständnis, Respekt und Vertrauen innerhalb der Organisation. Gut ausgeführt helfen sie Silobildung abzubauen und erleichtern damit zeitgemäßes, flexibles Arbeiten in den Teams.



**MIKE REBBIN**

Nordakademiker e.V.  
1. Vorsitzender

Wir sind überzeugt davon, dass die Weitergabe von informellem Wissen und persönlichen Erfahrungen ebenso wichtig ist wie eine fundierte Ausbildung. Deshalb haben wir das Mentoring-Programm ins Leben gerufen. Als Orientierungshilfe, für die Karriereplanung oder um blinde Flecken zu entdecken: Ein Mentor setzt Impulse in innovative Richtungen und unterstützt mit persönlicher Erfahrung und fachlichem Know-how. Das Feedback unserer Mitglieder ist durchweg sehr positiv – als Schlüssel sehen wir die strukturierte Bewerbung sowie das aufwändige Matchen von Mentees und Mentoren.



# DS 7 CROSSBACK



DS AUTOMOBILES

SPIRIT OF  
AVANT-GARDE

*Entschlossenheit führt  
zu Exzellenz*



ab **299,- €<sup>1</sup>** mtl.  
inkl. Inzahlungnahmeprämie<sup>2</sup>

DS empfiehlt **TOTAL**

DSautomobiles.de

Abb. zeigt evtl. Sonderausstattung/höherwertige Ausstattung.

<sup>1</sup>Beim unverbindlichen Kilometer-Leasingangebot für Privatkunden der PSA Bank Deutschland GmbH, Siemensstraße 10, 63263 Neu-Isenburg, für den DS 7 CROSSBACK BlueHDi 180 Automatik Be Chic wurde die Inzahlungnahmeprämie<sup>2</sup> in voller Höhe auf die Leasingrate angerechnet, bei 8.559,-€ Anzahlung, 15.000 km/Jahr Laufleistung und 36 Monaten Laufzeit, zzgl. Zulassung, Privatkundenangebot gültig bis zum 31.03.2018. Widerrufsrecht gemäß Paragraph 495 BGB. Abb. zeigt evtl. Sonderausstattung/höherwertige Ausstattung. <sup>2</sup>Inzahlungnahmeprämie in Höhe von 1.989,50 € über DAT/Schwacke für Ihren Gebrauchten beim Leasing eines DS 7 CROSSBACK BlueHDi 180 Automatik Be Chic gültig bis zum 31.03.2018, nicht kombinierbar mit anderen Aktionsangeboten.

**Kraftstoffverbrauch innerorts 5,6 l/100 km, außerorts 4,4 l/100 km, kombiniert 4,9 l/100 km, CO<sub>2</sub>-Emissionen kombiniert 128 g/km. Nach vorgeschriebenem Messverfahren in der gegenwärtig geltenden Fassung. Effizienzklasse: A.**

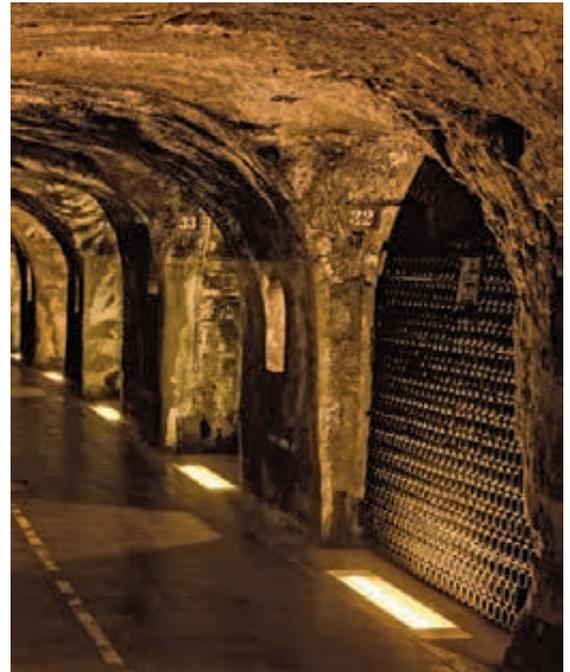
**DS Store Hamburg, Standort Lokstedt (H) / PSA Retail GmbH**

**Nedderfeld 55 • 22529 Hamburg • Tel.: 040 41 62 20 • [autohaus.dsautomobiles.com/DS-Store-Hamburg-Lokstedt](http://autohaus.dsautomobiles.com/DS-Store-Hamburg-Lokstedt)**



Firmensitz: PSA Retail GmbH  
Edmund-Rumpler-Straße 4, 51149 Köln

(H)=Vertragshändler, (A)=Vertragswerkstatt mit Neuwagenagentur, (V)=Verkaufsstelle



Unter der Residenz in Epernay, in der Richard Wagner und Napoleon zu Gast waren, befindet sich mit dem Kellerlabyrinth von Moët & Chandon das größte Weinlager der Region. Hier reifen die Weine ihrer Veredelung entgegen. 75 Prozent der Weinberge des Unternehmens gelten mit ihren fruchtbaren Kalkböden als Grand Cru und Premier Cru, die beiden höchsten Klassifikationen für den Weinanbau.

# NAPOEELONS TROST UND LEIDENSCHAFT

*Weltliche Macht, Wissenschaft und die Wonnen des Genusses gehören zur Geschichte des Champagners von **MOËT & CHANDON**. Ein Kapitel ist die wunderbare Freundschaft zwischen Napoleon und Jean-Remy Moët. Und der Aufstieg zur Unsterblichkeit.*

Text: **Uwe Prieser**

Jean-Remy Moët war noch ein junger Mann von 24 Jahren, als er 1782 vom Firmensitz in Epernay aufbrach, um von der Königlichen Militärschule in Brienne-le-Chateau Bestellungen einzuholen. Längst war der Champagner aus dem 1743 von seinem Großvater Claude gegründeten „Haus Moët“ am Hof in Versailles und in den Adelshäusern Europas zum Synonym für Stil und Geschmack, Eleganz und Lebensfreude geworden.

Für den 13 Jahre alten Kadetten aus Korsika, dem Jean-Remy Moët dort begegnete, war das eine ferne Welt, denn er war ein Stipendiat aus verarmtem Adel - Napoleon Bonaparte. Ihre Begegnung führte zu einer lebenslangen Freundschaft und zu Napoleons berühmtem Wort: „Champagner! Nach dem Sieg verdient man ihn. Nach der Niederlage braucht man ihn.“ Zehn Jahre später war Napoleon Oberstleutnant und längst ein regelmäßiger Gast bei seinem Freund in Epernay, wo er sich mit Champagner versorgte, den er später auf seine Feldzüge mitnahm.

Jean-Remy Moët übernahm 1792 die Leitung des Hauses Moët. Kaufte die ersten Weinberge und begann, die Techniken des Weinbaus und der Weinverarbeitung beständig zu optimieren. Ein Wissen über die „Technologie des Weins“ entstand, das seither von Generation zu Generation weitergegeben und erweitert wird. Im 19. Jahrhundert führte es zum ersten Weinforschungsinstitut, mit dem Raoul Chandon wesentlich zur erfolgreichen Bekämpfung der Reblaus beitrug.

Als weitgereister Mann, der vier Sprachen beherrschte, trat Jean-Remy Moët beim Ausbau der internationalen Geschäftsverbindungen ebenso wirkungsvoll auf wie in den Salons. Sein Lebensziel, „die Magie des Champagners mit der Welt zu teilen“, verfolgte er dabei so erfolgreich, dass der begnadete Diplomat Talleyrand, der als Staatsmann sämtliche Regimewechsel jener Epoche unbeschadet in hohen Ämtern überstand, ihm „Unsterblichkeit“ voraussagte – und wie immer recht behielt.

An Weitblick in bedrängter Lage stand ihm Jean-Remy Moët auf seinem eigenen Gebiet nicht nach. Nach Napoleons erster Verbannung im Frühjahr 1814 plünderte die Besatzungssoldateska aus Preußen und Russland seine Weinkeller. „Qui a bu, boira!“, tröstete er sich. Wer einmal trinkt, wird wieder trinken. „Die Soldaten, die mich heute ruinieren“, prophezeite er, „werden morgen den Ruf meines Hauses in ihre Heimatländer tragen.“

Als Jean-Remy Moët sich 1833 aus dem Geschäft zurückzog, hatte er das Fundament einer Weltmarke geschaffen. Den

Familienbesitz übergab er seinem Sohn Victor und Pierre-Gabriel Chandon, der seine Tochter Adelaide geheiratet hatte. Wie auch sonst hätte der Markenname „Moët & Chandon“ entstehen sollen, als aus Liebe und einem Ewigkeitsversprechen.

Heute erstrecken sich die Ländereien des Unternehmens mit den besten Weinbergen der Champagne über mehr als 1000 Hektar fruchtbaren Kalkbodens. Die Hälfte davon gelten als „Grand Cru“, 25 Prozent als „Premier Cru“ – die beiden höchsten Klassifikationen für den Weinanbau. Im Kellerlabyrinth von Epernay, dem größten Weinlager der Region, reifen die Weine ihrer Veredelung entgegen. Überwacht vom Chef de Cave, dem Kellermeister, weit über die gesetzlich vorgeschriebene Dauer von 15 Monaten hinaus.

Lange bevor Richard Wagner als Freund des Hauses in Epernay die Oper „Tristan und Isolde“ schrieb, hatte der Champagner bereits Eingang in die klassische Musik gefunden. 1802 komponierte Beethoven seine „Champagner-Sonate“ für Violine und Klavier. Im selben Jahr stiftete Napoleon den „Orden der Ehrenlegion“ für besondere Verdienste um Frankreich.

Zwölf Jahre später, im März 1814, heftete er Jean-Remy als letzten Freundschaftsdienst das „Kreuz der Ehrenlegion“ ans Revers und genoss mit ihm noch einmal seinen geliebten Champagner. Es war sein letzter Besuch in Epernay. Vier Wochen später war seine Kaiserzeit vorbei.

Als sie 1804 begonnen hatte, indem er sich selbst zum Kaiser krönte, zerriss Beethoven enttäuscht das Widmungsblatt seiner großen „Eroica“-Sinfonie, die er Napoleon zugehört hatte. Die Nachfolger von Jean-Remy Moët aber hielten ihn in Ehren und widmeten ihm 1869 zu seinem 100. Geburtstag ihre neueste Champagnerkreation, eine perfekte Symbiose aus den drei Rebsorten der besten Weinberge: „Moët & Chandon Brut Imperial“. Nach Napoleon benannt, ist er auch einhalb Jahrhunderte später noch das wohl bekannteste Produkt des Hauses. Der Ruhm der Welt, unvergänglich im Champagnerglas.



**Uwe Prieser lebt in Bremen. Er ist Schriftsteller und Journalist. Für seine Arbeit wurde er unter anderem mit dem renommierten Egon Erwin Kisch-Preis ausgezeichnet.**



Markus Beckmann hat viele Interessen – Fotografieren, Oldtimerfahren, Segelfliegen. Ganz besonders am Herzen liegt dem Familienvater allerdings eine saubere Umwelt. Dafür hat sein Unternehmen ein Reinigungsverfahren entwickelt, mit dem Schmutzwasser aufbereitet werden kann.

# VON WILHELMSBURG DIE WELT IM BLICK

*Das Unternehmen Rochem ist spezialisiert auf die Aufbereitung des Sickerwassers von Mülldeponien. Firmenchef **MARKUS BECKMANN** sieht in der Reinigung von extrem verschmutztem Wasser den Markt der Zukunft – nicht nur in Deutschland, sondern weltweit.*

Text: **Norbert Scheid** Foto: **Martina van Kann**

Augenblick mal. Wie war das noch? Ist das Segelfliegen oder die Freude an Oldtimern ein Erbe vom Vater? Oder ist es die Fotografie, in für die er sich auch begeistert? Man müsste eine Kartei anlegen, um im übervollen Leben von Markus Beckmann nicht den Überblick zu verlieren. „Es ist vor allem die Fotografie“, stellt der Geschäftsführer von Rochem, dem mittelständischen Unternehmen für Wassertechnologie, lachend richtig. „In seiner Dunkelkammer habe ich als Junge meine ersten Filme entwickelt.“ Dabei steht er vom Schreibtisch auf und blättert im speziellen Kalender an der Wand. Ein junges Mädchen – mit Sonnenbrille unterwegs, mit Wasserfontänen beim Baden im Haar, ausdrucksstarke Bilder auch in Schwarz-Weiß. „Giulia, meine Tochter“, sagt der stolze Vater. „Die ist jetzt 13.“

Starke Fotos bringt Markus Beckmann auch von den Einweihungen neuer Wasseraufbereitungsanlagen mit, die der mittelständische Spezialist aus Wilhelmsburg in der ganzen Welt installiert. Dazu eine grundsätzliche Frage: „Der Mann, der vor 2000 Jahren Wasser in Wein verwandelte, wird noch heute angeboten. Sind Menschen und Firmen, die aus Salzwasser Trinkwasser machen können, auf unserer immer wärmer und damit auch durstiger werdenden Erde nicht neue Heilsbringer?“

Der Chef des Unternehmens (die Firma Rochem betrieb zuerst Handel mit Chemikalien in Rotterdam) lächelt und überlegt: „Wir sind zwar damit groß geworden, dass wir mit Schiffen das Salz aus dem Meerwasser herausfiltern. Um damit die Welt zu retten, ist der Aufwand doch zu groß und die Mengen an Trinkwasser zu klein. Größeren Umsatz machen wir inzwischen mit der Aufbereitung des Sickerwassers von Mülldeponien. Extrem verschmutztes Wasser aufzubereiten, darin sehen wir den Markt der Zukunft.“

Erneut holt Markus Beckmann ein Foto aus einer Mappe. Zwei billige Plastikflaschen. Die eine ist gefüllt mit einer braunen Brühe, die selbst auf dem Papier Ekel erzeugt. „Das ist Sickerwasser einer riesigen Mülldeponie in Kiew“, erzählt der gelernte Schlosser und diplomierte Wirtschaftsingenieur. „Was herauskommt, wenn es durch unsere Anlage gelaufen ist, das ist rechts in der Flasche.“ Klares, völlig reines, also destilliertes Wasser.

Das Reinigungsverfahren ist im Prinzip einfach. Die mit vielen Chemikalien und Faulstoffen verdreckte Brühe wird mit hohem Druck durch Zylinder gepresst, die mit Membranfiltern gefüllt sind. Die Filter aus Italien (auch Rochem gehört zu einem italienischen Familienkonzern) bestehen aus speziell beschichte-

tem Papier. Die hochwertigsten Filter sind so fein, dass sie auch kleinste Mineralteilchen im Nanobereich zurückhalten.

Markus Beckmann setzt auf die Zukunft. „Durch den nachhaltigen Umgang mit Wasser tun sich für uns ganz neue Märkte auf. Das fängt bei Biogasanlagen in der Landwirtschaft an, geht über Molkereibetriebe bis hin zu Textilunternehmen, für uns beispielsweise in Äthiopien und Indien. In Shanghai bauen wir mit einem chinesischen Partner gerade ein neues Unternehmen auf“, sagt Beckmann.

Rochem, der Spezialist mit 28 Mitarbeitern, ist in einer kleinen Sackgasse in Wilhelmsburg zu Hause. Von hier aus aber haben Markus Beckmann und sein Team die ganze Welt im Fokus. „Viel unterwegs zu sein bringt wieder den Bezug zur Wirklichkeit“, sagt der Hobbysegelflieger, den in der Einsamkeit dort oben gelegentlich ein Bussard besucht. „Dieser Bezug geht uns in Deutschland ja verloren. Wir halten doch geradezu störrisch am Alten und lange Bewährten fest. Es geht uns Deutschen noch immer zu gut. Draußen in der Welt aber erkennt man, wie gefährlich das ist.“

Markus Beckmann selbst hat durch das Vorbild seines Vaters, auch ein Ingenieur und Praktiker, seinen Weg zum Erfolg gefunden. „Bei meiner Tochter achte ich deshalb besonders darauf, dass sie neugierig auf die Welt blickt und auf alles Fremde offen zugeht.“

Ein Mitarbeiter steckt den Kopf durch die Tür. „Wir warten auf Dich“, mahnt er. Schnell noch eine Frage: „Warum sind Sie neues Mitglied im Business Club?“ Die Antwort ist vielfältig, wie der ganze Mensch. „Mit Norbert Wüpper habe ich vor Jahren an einer Oldtimer-Rally teilgenommen“, sagt Markus Beckmann. „Seitdem kennen wir uns. Wir veranstalten regelmäßig Tagungen im Club. Die Atmosphäre im Club ist sehr offen und freundlich, das überträgt sich auf die Gespräche. Ich bin gerne dort.“

## KONTAKT

Rochem Water Treatment GmbH  
Seegelkenkehre 3  
21107 Hamburg  
Tel: 040 37 49 52 20  
info@rochem.de  
www.rochem.de

# ZEITLOS IM RECHT

Als erfolgreiche Anwältin hat **DR. PATRIZIA CHWALISZ** vor allem eins nicht mehr: Zeit. Die Fachanwältin für Arbeitsrecht ist Partnerin der Kanzlei Esche Schümann Commichau, Referentin und Buchautorin. Sie liebt ihren Beruf, den sie in einer TV-Serie entdeckte.

Text: **Alexander Siebert**

Auf die Frage nach ihrem Beruf lässt sich Dr. Patrizia Chwalisz zu einer Liebeserklärung hinreißen: „Ich liebe es, Anwältin zu sein“, sagt die promovierte Juristin. Es ist sicher selten, dass Rechtswissenschaften so große Emotionen auslösen. „Nur“, sagt sie dann, „ich habe keine Zeit mehr.“

Chwalisz ist zeitlos im Recht. Aber das ist weniger ein Problem als ein Qualitätsmerkmal. „Schlechte Anwälte klagen über viel Zeit und wenig Aufträge. Gute Anwälte haben keine Zeit, weil sie viele Aufträge haben“, erklärt Chwalisz. Der Erfolg gibt ihr recht. Schon vor acht Jahren ist sie in der Kanzlei Esche Schümann Commichau zu einer von mittlerweile 40 Partnern aufgestiegen. Insgesamt arbeiten etwa 100 Rechtsanwälte, Steuerberater und Wirtschaftsprüfer für die Sozietät. Dazu kommen noch einmal rund 130 Mitarbeiter. Damit ist Esche Schümann Commichau eine der großen Kanzleien in Deutschland.

Im zarten Alter von 190 Jahren ist die Sozietät 2012 in die HafenCity gezogen. Chwalisz ist seit 2007 in der Kanzlei tätig, aus

ihrem Bürofenster im fünften Stock hat sie nun einen herrlichen Blick über die Speicherstadt. In dieser Etage ist die Abteilung Arbeitsrecht zu Hause, zu der Fachanwältin Chwalisz gehört. Sie berät und vertritt die Arbeitgeberseiten, zu ihren Mandanten gehören Unternehmen und international tätige Unternehmensgruppen, überwiegend aus dem Mittelstand, und deren Organe. Ihre Robe hängt immer im Büroschrank, allzu häufig braucht sie diese aber nicht. „Wenn es der Wirtschaft gut geht, gibt es weniger Streitfälle“, erklärt die 41-Jährige. In dieser Zeit klären Chwalisz und ihre Kollegen die Mandanten zum Beispiel über Gesetzesänderungen auf oder helfen bei der Guthaltung arbeitsrechtlicher Prozesse. Darüber hinaus hält sie Vorträge für Arbeitgeber und Kollegen und ist Sprecherin der europäischen Arbeitsrecht-Gruppe European Employment Group by Lawyers Associated Worldwide. Außerdem hat sie drei Bücher veröffentlicht, jeweils zu Arbeitsrecht-Themen. Darunter auch ihre Doktorarbeit, Thema: Die Transformation des polnischen Arbeitsrechts und Gewerkschaften.

Traumberuf Anwältin also, dabei hätte auch alles ganz anders kommen können. Als Chwalisz im Alter von fünf Jahren mit ihren Eltern aus Polen nach Deutschland kam, ließ sich ihr Vater in der neuen Heimat als Tierarzt nieder. Ihre Liebe zu Tieren sei groß, sagt sie, „aber dafür haben mich die Naturwissenschaften zu wenig interessiert“, gesteht die Juristin. Also wurde sie Anwältin. Chwalisz habe gewusst, auf was sie sich einlasse, sagt sie über den Zeitaufwand ihres Jobs. Bleibt die Frage nach dem Warum. Die Antwort ist ihr etwas peinlich, aber sie gibt sie trotzdem: „Ich war Anfang der Neunziger Fan der US-Anwaltsserie L.A. Law.“ In dieser Zeit, genauer gesagt nach dem Abitur 1995, hat sie ihre Ausbildung begonnen und in Trier, London und Münster studiert.

Auf ihr Referendariat in Düsseldorf folgten drei Jahre in einer Wirtschaftskanzlei in Stuttgart. „Ich habe in vielen deutschen Großstädten gelebt“, sagt sie. Seit 2007 lebt Chwalisz in Hamburg, hier ist sie geblieben – und eine erfolgreiche Anwältin geworden. Eine mit wenig Zeit, aber dafür mit viel Leidenschaft.



Patrizia Chwalisz ist Rechtsanwältin und Fachanwältin für Arbeitsrecht.

## KONTAKT

Esche Schümann Commichau  
Am Sandtorkai 44  
20457 Hamburg  
Tel: 040 3 68 05-3 53  
p.chwalisz@esche.de  
www.esche.de



# „Work in Progress“

**Kommunikative Räume schaffen.**

**Showroom Hamburg**

Friesenweg 4 · Haus 12 · 22763 Hamburg  
Tel. 0800 2776266 · [info@assmann.de](mailto:info@assmann.de)  
[www.assmann.de](http://www.assmann.de)

**ASSMANN**  
**BÜROMÖBEL**  
GUTE ARBEIT.

# EIN ECHTER HAUPTGEWINN

Für größere Lottogewinner spielt **PETRA VON STROMBECK** gern schon einmal persönlich den Glückselgen. Sie ist seit 2012 Vorstandsvorsitzende der Lotto24 AG und hat den Internet-Lotto-Kiosk seitdem zu einem erfolgreichen Unternehmen entwickelt.

Text: **Alexandra Maschewski**

An die Euphorie des Studenten, der zum allerersten Mal in seinem Leben Lotto gespielt hatte und gleich 800 000 Euro gewann, kann sich Petra von Strombeck noch ziemlich gut erinnern. Auch an den Mann, der gerade eine schwere Operation überstanden hatte und den Anruf seines ganz persönlichen „Glückselgen“ als positiven Wink des Schicksals deutete. Glückselgen spielt die Vorstandsvorsitzende der Lotto24 AG bei größeren Gewinnen tatsächlich gern selbst. „Man erfährt viel über die Menschen und ihre Geschichte, egal ob sie auf der tiefsten schwäbischen Alb oder auf den friesischen Inseln leben.“ Was alle vereint, ist der Traum vom finanziellen Glück. Und dass dieser mit kleinem Einsatz und ganz unkompliziert per Mausclick wahr werden kann, ist Petra von Strombeck und ihrem Team zu verdanken.

Einer Chefin, die sich in hohem Maße begeistern kann für das, was sie tut – und trotzdem mit einem Lachen zugibt, vor ihrem Wechsel in die Glücksspielbranche noch nie einen Lottoschein ausgefüllt zu haben. „Wäre mir am Kiosk alles viel zu umständlich gewesen“, sagt die 48-Jährige. Was sie heute am „Internet-Lotto-Kiosk“ fasziniert, ist tatsächlich der Service, der den mittlerweile mehr als 1,5 Millionen registrierten Nutzern dank eines rein virtuellen Produktes geboten werden kann. „Die Lotteriebranche wächst nur noch im Online-Segment, ansonsten stagniert der Markt.“ Je nach Jackpot nutzen monatlich rund 400 000 Menschen über Lotto24.de die Angebote des Deutschen Lotto- und Totoblocks, wie etwa 6 aus 49 oder EuroJackpot. Seit es das Unternehmen gibt, wurden bereits stolze 180 Millionen Euro an Gewinnen ausgeschüttet.

Über diese Zahl freut sich Petra von Strombeck ebenso wie über die Marktkapitalisierung von 250 Millionen Euro, mit denen die Lotto24 AG aktuell bewertet wird. Dass sie eine der wenigen Frauen an der Spitze eines börsennotierten Unternehmens in Deutschland ist, ist für die gebürtige Schwarzwälderin kaum der Rede wert. Nicht aus Koketterie, sondern aus einer Mischung von Bodenständigkeit und Pragmatismus: „Wir sind mit 100 Mitarbeitern ja eher ein Start-up. Allerdings viel besser strukturiert.“ Die Vorbildfunktion, die sie für viele Frauen hat, begrüßt sie selbstverständlich. „Auch mit Familie ist es möglich, einen Vorstandsposten auszufüllen – wenn man das richtige Team um sich hat.“

Womit sie ihr familiäres Umfeld ebenso meint wie die Kollegen am Eppendorfer Straßenbahnring. „Die meisten sind jünger als ich und haben ebenfalls Kinder. Als Arbeitgeber schaffen wir alle Voraussetzungen, damit sogar Führungskräfte Job und Familie in Einklang bringen können. Das ist vollkommen alterna-

tivlos!“ Nicht verwunderlich also, dass die Lotto24-Mitarbeiter extrem zufrieden sind.

Petra von Strombeck mag Menschen. Und sie bevorzugt flache Hierarchien – eine Einzelkämpferin ist sie nicht. Als sie 2007 nach Stationen bei Danone, Premiere und Tchibo, wo sie zuletzt in Frankreich das Thema E-Commerce vorangetrieben hatte, zu Tipp24 wechselte, hatte sie selbst gerade ihr zweites Kind bekommen. „Es hat mich unglaublich gereizt, in ein kleineres Unternehmen einzutreten, in dem man gestalten und etwas bewegen kann.“ Beim neuen Arbeitgeber galt es, in einem sehr tradierten Markt das Lottospiel der nächsten Generation zu etablieren. Ein holpriger Weg zunächst: Tipp24, damals digitaler Marktführer, musste nach einem staatlichen Komplettverbot ins Ausland abwandern. Aus dem Spin-off von Tipp24 entstand 2012 die Lotto24 AG. „Heute kommt unsere größte Konkurrenz tatsächlich aus dem Ausland, wo mit Kopien der Lottoprodukte um deutsche Kunden geworben wird, obwohl dies eigentlich verboten ist.“ Eine große Herausforderung für die Zukunft – wie auch das Thema Sicherheit. „Wir haben sehr hohe Standards. Der Kunde soll sich ebenso sicher fühlen können wie beim Online-Banking, schließlich vertraut er ja darauf, bei uns Millionen zu gewinnen.“

Petra von Strombeck ist ein großer Fan des Hamburger Firmenstandortes. Sie hat in internationalen Metropolen gelebt und liebt die Stadt. Privat hat es sie jedoch nach Altengamme gezogen, wo sie beim Joggen am Deich oder beim Gärtnern ihre Batterien auflädt. Genau das ist ihre eigene Definition von Glück: ein stabiles Privatleben und ein Job, in dem man etwas bewirken kann. Dass Glück in erster Linie etwas mit Geld zu tun hat, glaubt auch die Lotto-Chefin nicht. „Allerdings kann Geld einem mehr Wahlmöglichkeiten und damit mehr Freiheit ermöglichen.“ Was sie selbst mit einem größeren Gewinn anstellen würde? Den Kindern einen Pool in den Garten bauen vielleicht. „Wahrscheinlich würde ich aber auch weitere Anteile der Firma kaufen ... Lotto24 ist ‚mein Baby‘.“

## KONTAKT

LOTTO24 AG  
Straßenbahnring 11  
20251 Hamburg  
Tel: 040 82 22 39-0  
pvs@lotto24.de  
www.lotto24.de



Petra von Strombeck sieht noch viel Potenzial für ein Wachstum in der Online-Lotteriebranche. Die Lotto-Chefin geht davon aus, dass mittel- bis langfristig ein Anteil von 50 Prozent des Lottospiels über das Internet abgewickelt wird.

# SITZEN IST EINE PERSÖNLICHE SACHE

*Zu Beginn seiner beruflichen Laufbahn hat **RENÉ SITTER** Flughäfen und Airlines beraten. Seitdem er für die Geschäftsentwicklung bei Flokk in Deutschland verantwortlich ist, hat er ein ganz besonderes Bewusstsein für das Sitzen auf einem Bürostuhl entwickelt.*

Text: **Achim Schneider**

„Einen Stuhl muss man erleben. Das ist eine sehr persönliche Sache.“ Wenn René Sitter über Stühle, insbesondere Bürostühle spricht, nimmt man ihm ab, dass er die Philosophie des Unternehmens, für das er arbeitet, verinnerlicht hat. Seit vier Jahren ist Sitter als Geschäftsführer beim Bürostuhlhersteller Flokk tätig. Die deutsche Tochter des in Norwegen gegründeten Unternehmens hat ihren Firmensitz in Düsseldorf, von wo aus René Sitter und seine Mitarbeiter rund 450 Händler mit den stylischen nordischen Sitzgelegenheiten beliefern.

Dabei hatte der 43-Jährige nach seinem Betriebswirtschaftsstudium eine andere berufliche Richtung eingeschlagen. Er landete in der Luftfahrtbranche. „Ich habe Airlines und Flughäfen zu allen Geschäftsthemen beraten“, erzählt er. Später zog es ihn zu thyssenkrupp. Für den Großkonzern leitete der Betriebswirt Gesellschaften in den Niederlanden und Deutschland im Bereich Aufzüge. 2014 bot sich die Gelegenheit, als Geschäftsführer von Flokk das Geschäft mit den Bürostühlen in Deutschland zu entwickeln. „So bin ich zu den Stühlen gekommen“, sagt Sitter.

Die Firma Flokk bestand ursprünglich aus drei nordischen Bürostuhlproduzenten: HAG aus Norwegen, RH aus Schweden und RBM aus Dänemark. Inzwischen wurde Flokk von einem Investor übernommen und befindet sich auf Expansionskurs. Insgesamt gibt es jetzt sieben eigenständige Marken unter dem Dach von Flokk. Zuletzt wurden erstmals Produzenten aus dem nichtskandinavischen Bereich in Holland und der Schweiz mit ins Boot geholt, um die Angebotspalette zu erweitern. Das Unternehmen hat zwei Standorte in Deutschland (Düsseldorf, Krefeld) und seit 2017 auch einen Showroom in der Friesenstraße in Hamburg.

Der Fokus des Unternehmens, das bis 2016 unter dem Namen Scandinavian Business Seating firmierte, ist auf das Thema „Sitzen im Büro“ gerichtet. „Wir kümmern uns um jegliche Form des Sitzens an Arbeitsplätzen, in Konferenzbereichen, an Kassenstellen, in Lounges oder in 24-Stunden-Bereichen, wie zum Beispiel Leitstellen der Polizei und Feuerwehr.“ Im vergangenen Jahr konnten Sitter und seine Team die komplette Hauptverwaltung von Otto in Hamburg mit neuen Stühlen beliefern. „Da haben wir 1200 Arbeitsplätze ausgestattet“, sagt Sitter.

Wenn er nicht arbeitet, dann pflegt Sitter seine Hobbys – das Laufen und Reisen, vornehmlich in asiatische Länder. Seine große Leidenschaft ist das Kochen: „Am Wochenende mit meiner Frau hochwertige Lebensmittel auf dem Markt einzukaufen, finde ich entspannend.“ Ein Lieblingsgericht gibt es nicht. Sitter ex-



Sitzen im Wohlfühlmodus: René Sitter auf dem Bürostuhl HAG Capisco.

perimentiert gern, liebt die französische Bistrotküche. „Ich mag es, frische und regionale Sachen aus der Saison kreativ zu verarbeiten.“ Das macht er dann ausnahmsweise im Stehen.

## KONTAKT

Flokk  
Kaistraße 6  
40221 Düsseldorf  
Tel: 0211 31 06 10-0  
Rene.Sitter@flokk.com  
www.flokk.com



# Weil die Gesundheit Ihrer Mitarbeiter das Wichtigste ist.

Privatpatientenkomfort ab 5 Euro im Monat.



- Einbett- oder Zweibettzimmer\*
  - Wahlarzt-/ Chefarztbehandlung\*
  - Facharzt-Terminservice
  - Medizinische Zweitmeinung
  - Keine Gesundheitsprüfung
  - Altersunabhängig
  - Branchenunabhängig
  - Aufnahmegarantie
  - Sonderkonditionen bei über 200 Partnern
  - Absicherung der gesamten Familie möglich
- \*je nach Tarif

## Die PlusCard

Alles spricht dafür – sprechen Sie uns an!

+49 30 688 32 94-51

service@wir-fuer-gesundheit.de

[www.wir-fuer-gesundheit.de](http://www.wir-fuer-gesundheit.de)



## PROGRAMM

Über 100 Veranstaltungen im Jahr für Inspiration, Austausch, Information und Gespräche

- Business-Frühstück
- Unternehmens-Exkursion: „Der Blick hinter die Kulissen“
- Talk im Club: Innovation, Trends, Start-up
- Unternehmer im Gespräch
- Golf Matchplay-Serie & Charity Poker

Weitere Informationen unter [www.bch.de](http://www.bch.de)

## RAUMANGEBOT

- Zehn Konferenzräume
- Moderne Tagungstechnik
- Kostenfreie Nutzung der kleinen Logen
- Attraktive Tagungspauschale
- Dinner für bis zu 120 Personen
- Empfänge für bis zu 180 Personen

## PARTNERCLUBS

- Bangkok (Thailand)
- Basel (Schweiz)
- Bremen
- Chicago (USA)
- Dubai (U.A.E.)
- Düsseldorf
- Edinburgh (Schottland)
- Frankfurt



# BUSINESS CLUB

## HAMBURG

### PARTNERCLUBS

- Lagos (Nigeria)
- Leipzig
- London (England)
- Luxemburg
- Manama (Bahrain)
- Nairobi (Kenia)
- Prag (Tschechien)
- Stuttgart
- Zürich (Schweiz)

### GASTRONOMIE

- Clubeigene Küche durchgehend von 9 - 22 Uhr
- Individuelle Arrangements Planung & Organisation von Tagungen und Firmen-Events, Business Dining, Neujahrsempfang, Weihnachtsfeier, Jubiläum

### WOCHENENDE

Der Business Club ist am Samstag und Sonntag geschlossen. Dann ist die Villa im Heine-Park für alle Gäste geöffnet.

- Sonntags „Frühstück mit Elbblick“
- Hochzeiten, Konfirmationen, Taufen, Geburtstage, Goldene und Silberne Hochzeiten planen wir individuell für Sie.

Weitere Informationen und Online-Buchungen unter [www.villa-im-heine-park.de](http://www.villa-im-heine-park.de)

# KOOPERATIONSPARTNER

**GEMEINSAM ERFOLGREICH!** *Der Business Club Hamburg bedankt sich bei seinen treuen Mitgliedern, leistungsstarken Lieferanten und erstklassigen Partnern für ihr wertvolles und verlässliches Engagement.*

## PREMIUMPARTNER



[www.hl-cruises.de](http://www.hl-cruises.de)



[www.holsten-pilsener.de](http://www.holsten-pilsener.de)



[www.moet-hennessy.de](http://www.moet-hennessy.de)



[www.hawesko.de](http://www.hawesko.de)



[www.gira.de](http://www.gira.de)

## GOLDPARTNER

AMERICAN EXPRESS • GEGENBAUER SERVICES • GUT KADEN GOLF UND LAND CLUB • KREUZFAHRTBERATER

## PARTNER DES CLUBS

ABB Allgemeine Baugesellschaft Buck  
AEMEDIA  
agentur artprolog  
Agiles Informationssysteme  
Airy Green Tech  
Alles klar! Veranstaltungsservice  
Angermann Real Estate Advisory  
ARTEKO LED-Lighting  
Audi Zentrum Hamburg  
Axel Springer SE  
BoConcept  
BlockGruppe  
Christian von Bismarck Architekt  
Clavis International  
Copynet Innovationsgesellschaft  
Daily Systemgastronomie  
Degussa Goldhandel  
Delphi-HR Consulting  
designfunktion  
Dicide  
Die SprachINGENIEURIN  
Engel & Völkers  
FC St. Pauli  
Flokk  
Hamburg@work

HANSA PARTNER Wirtschaftsprüfung  
Hanseatische Real Estate Finanz Holding  
Hebewerk Consulting  
Hofer Nachrichtentechnik  
HSV Fußball  
IFB Ingenieurbüro für Bautechnik  
ICME Healthcare  
Ingenieurbüro Zammit  
InterGest Worldwide  
IS Intelligent Solution  
Ivo von Renner Fotografie  
Labor Lademannbogen  
Living Bytes  
Lore Gellersen Innenarchitektur  
Magellan Travel Services  
Mail Boxes Etc. Hamburg Altona  
MarConsult  
Martina van Kann Fotografie  
mesonic software  
moduleo Design Floors  
Montblanc  
news aktuell  
Nord Event  
Nord-Ostsee Automobile  
Pianohaus Trübger

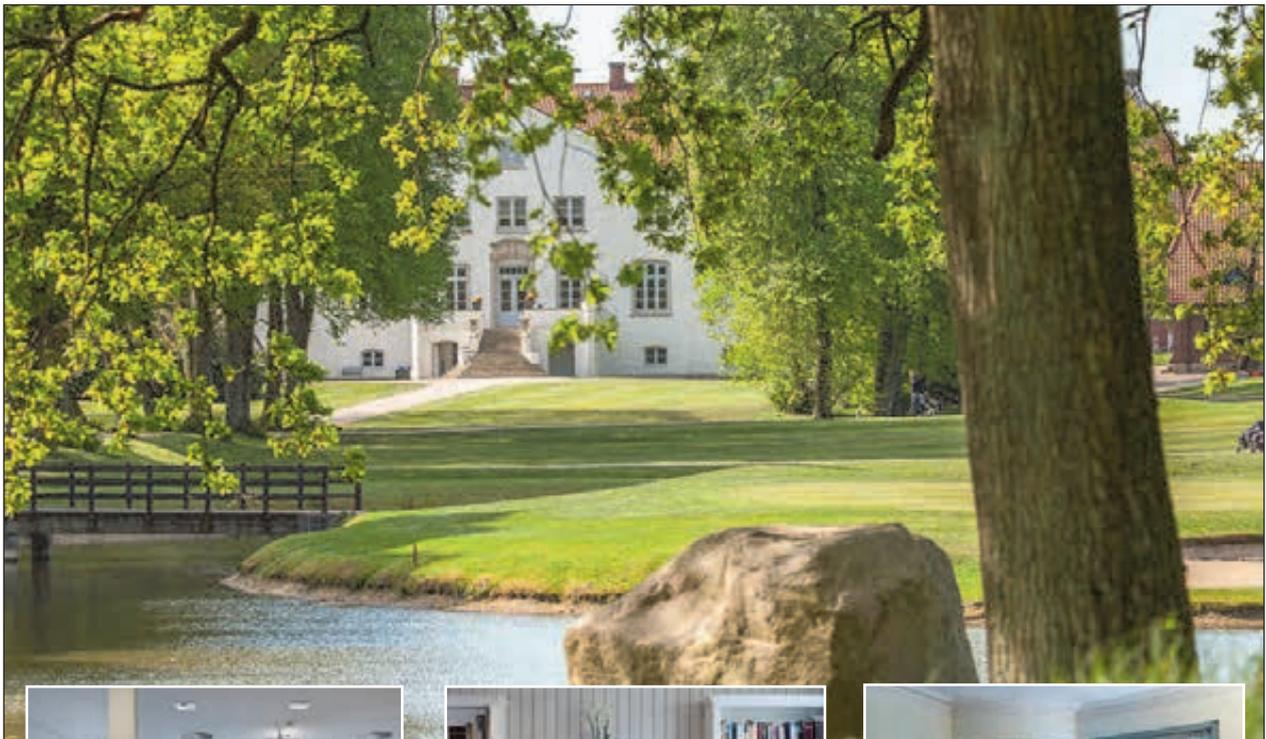
pop-interactive  
PricewaterhouseCoopers  
Radiopark  
ray facility management  
Regnauer Fertigungsbau  
Satis&Fy  
SCHLARMANN von GEYSO  
Shell PrivatEnergie  
Silpion IT-Solutions  
SMEA IT  
Stageled  
STARCAR  
TAVAGROUP  
Uptime IT  
Utz  
Verkehrsrecht Rocke Winter Bachmor  
Villa im Heinpark  
VIRTUAL X  
W4Ilett  
Weimar & Weimar Kreativ GbR  
Wellnuss Premium Snacks  
Wir für Gesundheit  
WISAG Gebäudetechnik Nord  
Wunderkontor Zaubertheater  
ZIBS - Zürich International Business School



## TAGEN MIT CHARME

DIE GELASSENHEIT DER LÄNDLICHEN UMGEBUNG DES GUTES KADEN LIEGT NUR WENIGE KILOMETER VOM GESCHÄFTIGEN TREIBEN DER METROPOLE HAMBURG ENTFERNT.

DIE HISTORISCHE PRÄGUNG DES GUTES, VIER FUNKTIONAL AUSGERÜSTETE TAGUNGSRÄUME FÜR 8 BIS 50 PERSONEN, 40 GÄSTEZIMMER, SOWIE DIE KULINARISCHEN MOMENTE IM HERRENHAUS VERLEIHEN AUCH IHRER VERANSTALTUNG EINE BESONDERE ATMOSPHÄRE.



### KULINARISCH

Kreative Regionalküche oder internationale Spezialitäten? Ein leichter Pausensnack, eine kleine Zwischenmahlzeit oder ein festliches Abschlussmenü? Unser Küchenchef, Herr Alt, berät Sie gern.

### LÄNDLICH ELEGANT

Unsere mit viel Liebe zum Detail eingerichteten Gästezimmer, jeweils 30 qm groß, stehen für Entspannung und Erholung. Die Fitness-, Sauna- und Ruhebereiche bieten den angemessene Ausgleich zu den Anstrengungen des Tages.

### SPORTLICH

Sollte der zeitlicher Rahmen es zulassen: Ein Schnupperkurs für alle Seminarteilnehmer, ein Putt-Wettbewerb oder auch eine kleine Runde auf unserer 27-Loch Golfanlage bieten eine stilvolle Abwechslung.



Aus dem Norden nach Schwaben – und zurück: Lennart Rieper (l.) aus Rendsburg und Florian Goecke aus Kiel haben sich im Studium in Schwäbisch Gmünd kennengelernt. Der Gymnastikball „STRYVE Ball“, die Armbanduhr „STRYVE Watch“ und das Handtuch „Towell+“ sind drei Produkte ihrer Marke.

FOTOS: MARTINA VAN KANN, THINKS

# DESIGN VERKAUFT

Mit ihrer Agentur **THINKS** vereinen Florian Goecke und Lennart Rieper Design mit Wirtschaftlichkeit. Die Gründer kreieren Marken und Produkte. Das Prinzip: Probleme suchen, Lösungen finden – für ihre Kunden und für ihre eigene Marke.

Text: **Alexander Siebert**

Ideen für Produkte hatten Florian Goecke und Lennart Rieper viele. Nur wie sollten die beiden Designer, gerade erst mit dem Studium fertig, diese umsetzen? „Für uns war klar, dass wir uns in Hamburg selbstständig machen“, sagt Goecke. Gesagt, getan. 2015 gründeten die Studienfreunde eine eigene Produktdesign-Agentur. Ihre Idee: „Um mit einem Produkt am Markt erfolgreich zu sein, muss man einen Bedarf decken. Also haben wir ein Problem gesucht“, sagt Rieper. Fündig wurden sie im Fitnessstudio. „Das Handtuch rutscht vom Gerät, das Handy fällt aus der Tasche. Das nervt die Leute.“

Ihre Lösung heißt „Towell+“ und ist ein Handtuch, das gleich sechs Probleme löst: ein Magnet, mit dem es am Gerät befestigt werden kann, eine Lasche zum Aufhängen, eine Tasche für Wertsachen und ein Handyfach. Darüber hinaus hat es eine Körper- und eine Geräteseite: zum Ablegen auf dem Gerät, inklusive Rutschschutz, und zum Abtrocknen von Schweiß. Das „Towell+“ ist das erste und gleichzeitig erfolgreichste Produkt der jungen Designer. Mehr als 700 000 Handtücher wurden in anderthalb Jahren verkauft – unter anderem durch ihren Auftritt in der TV-Show „Die Höhle der Löwen“. Darüber hinaus steht es exemplarisch für ihren Ansatz: „Wir betrachten den Markt aus Kundensicht, suchen Probleme und lösen sie mit unseren Produkten“, erklärt Goecke. Diese Botschaft versteckt sich schon im Namen der Agentur: THINKS, ein Wortspiel aus den englischen Begriffen für Dinge und Denken. „Wir entwickeln schlaue Dinge“, sagt Goecke, „Produktdesign, das ist unsere Expertise.“

Diese Expertise nutzen die zwei Gründer aber nicht nur für das eigene Geschäft, sondern bieten sie ihren Kunden auch als Dienstleistung an. Das Angebot geht allerdings über das Produktdesign hinaus, auch die Entwicklung und Weiterentwicklung von Marken und das dazugehörige Branding gehören zum Portfolio. Überall spielt das Design eine wichtige Rolle, ohne Design ist alles nichts. „Und wir beweisen, dass Design verkauft“, sagt Rieper. Das klingt theoretisch, doch Goecke liefert ein Beispiel: die Verpackung. „Ich habe das beste Produkt, aber keine gute Verpackung – und schon ist das Produkt nicht mehr attraktiv“, erklärt er. Das könne im schlimmsten Fall dazu führen, dass niemand das Produkt kauft. Die Firmen sparen an dieser Stelle das Geld für die Gestalter und verkaufen sich und ihre Produkte dadurch häufig unter Wert, sagt Goecke: „Das sind Opportunitätskosten; Gewinne, die ich nicht mache, weil ich mir das Geld für Gestalter spare.“ Dort setzt THINKS an. „Wir betrachten das komplette

Produkt samt Verpackung und schaffen eine ganzheitliche Lösung“, sagt er. Design verkauft.

Damit Design erfolgreich verkauft, spielt nicht nur Aussehen, sondern auch Funktionalität eine wichtige Rolle. „Design ist nicht rund und bunt, sondern vor allem funktionell“, sagt Rieper. Gründerkollege Goecke pflichtet ihm bei und erzählt, wie sie das Produkt eines Hamburger Produzenten verbessert haben. „Das hat dazu geführt, dass dessen Kunde, also der Monteur, das Produkt viel schneller montieren konnte und somit Zeit sparte“, sagt er. Dies macht es zum bevorzugten Produkt im Zwischenhandel. Design verkauft.

Aussehen und Funktionalität, das trifft auch auf die Produkte der eigenen Marke STRYVE zu. Das Label haben Goecke und Rieper zum einen dazu gegründet, die eigenen Produkte zu verkaufen, zum anderen aber auch, um Schlüsse zu ziehen, die ihre Dienstleistungen verbessern. Wie immer gilt es, Lösungen zu finden für Probleme der Kunden. Auch das Handtuch „Towell+“ ist ein Produkt dieser Marke. „Es war geplant, das mit ein, zwei Produkten zu machen“, sagt Rieper – doch das Sortiment ist gewachsen: zum Beispiel um die Armbanduhr „STRYVE Watch“, das Schlüsseletui „STRYVE Keychain“ oder der Gymnastikball „STRYVE Ball“.

Die ersten sechs Produkte hatten die Gründer bereits verkauft, ohne sie überhaupt produziert zu haben. Per Crowdfunding. Erst bezahlten die Kunden, die Ware gab es später. Dadurch verfügten die Freunde, die sich beim Studieren in Schwäbisch Gmünd kennenlernt und schon damals Designpreise von Audi und Mercedes gewonnen hatten, über genug Startkapital, um eine größere Charge produzieren zu lassen. Die junge Firma war so von Beginn an rentabel. Eher ungewöhnlich für ein Start-up, aber es beschreibt erneut den Ansatz der 29-Jährigen – sie sind kreativ und kaufmännisch zugleich und verbinden Design mit Wirtschaftlichkeit. Für die eigenen Produkte und für die Dienstleistungen gilt eben: Design verkauft.



## KONTAKT

THINKS Design GmbH  
Zippelhaus 5a  
20457 Hamburg  
Tel: 040 18 29 05 48  
info@thinks.com  
www.thinks.com

# Klassiker für Kenner

*Frischer Fisch, knackige Brötchen, exotische Zutaten – Nils Kim Porru und Hubert Neubacher, Geschäftsführer des Traditionsunternehmens **BARKASSEN MEYER**, zauberten bei einer Elbtour leckere Snacks.*



Mehr Hamburg geht nicht: Hubert Neubacher, Geschäftsführer von Barkassen Meyer, und Chefkoch Nils-Kim Porru präsentieren ihre Fischbrötchen vor der Elbphilharmonie.



Text: **Gisela Reiners** Fotos: **Martina van Kann**

Es war ein goldener Tag, an dem sich Nils-Kim Porru aufs Wasser begab: Eine fast schon frühlinghafte Sonne zauberte glitzernde Reflexe auf die Elbe, in Südkorea gewann Johannes Rydzek Gold in der Nordischen Kombination und zusammen mit Barkassen Meyer-Chef Hubertus Neubacher krönte der Küchenchef des Business Clubs ein Krabbenbrötchen mit purem Blattgold: „Das sind wir Olympia doch schuldig“, strahlte der frühere Basketballspieler.

Das Treffen fand auf schwankendem Boden statt. Porru musste alle seine feinen Zutaten an die Landungsbrücken schleppen, wo sich wegen der schneidenden Kälte trotz Sonne der Touristenandrang noch in Grenzen hielt. Er erntete neugierige Blicke, weil in seinem Kasten solche Leckereien lagerten wie Krabben, Salat und frische Brötchen. „Ich glaube, ich hätte ein gutes Geschäft gemacht“, sagt Porru hoffnungsvoll, denn sein Thema heute heißt Fischbrötchen. Die würde er auf dem Ponton sicher sofort los werden, denn wenn man nicht hier in so etwas hineinbeißen möchte – ja, wo denn dann?

Hubert Neubacher erwartet seine Gäste bei der Brücke 2 am Bord der Komfortbarkasse „Hanseat“. Wie sein Familienname schon vermuten lässt: Neubacher ist keiner, jedenfalls nicht im geografischen Sinne. Er ist ein Steiermärker, ein Berge-Liebhaber, der im Fünf-Sterne-Hotel „Post“ in Lech eine Ausbildung zum

Kellner gemacht hat, „mit großer Freude“, wie er bekennt. Wie das Leben so spielt – es hat den Skiläufer, der mit Erlaubnis des Arbeitgebers mit Gästekindern sporteln durfte, dann nach Norderney verschlagen, wo er für die Eltern der Kinder im „Haus am Meer“ arbeitet. Aber er will in die Stadt, weg vom Saisonbetrieb. Also ab nach Bremen, später nach Hamburg. Die Sehnsucht nach Lech bleibt: „Ich will seit 30 Jahren mal wieder hin, schaffe es aber nie.“

Inzwischen hat Porru ausgepackt: Duftende Brioche-Brötchen, die hat er morgens noch selbst gebacken, Körnercroissants und Kartoffelbrötchen aus der Bäckerei. Zwei Köpfe beugen sich über die Zutaten: selbstgemachten Eiersalat, in aromatisiertem Öl confierten Hering, Räucheraal und natürlich frische Krabben und Krabbensalat, Ringe von roten Zwiebeln. Inzwischen brummt der Diesel, die „Hanseat“ zieht vorbei an Blohm + Voss und den Musical-Häusern am Südufer, während die Sonne die Farben der grünen „Rickmer Rickmers“ und der rot-weißen „Cap San Diego“ zum Leuchten bringt. Die Tanzenden Türme zeigen ihren Knick, der Michel schimmert und die Elbphilharmonie ragt auf am Nordufer. Ein Bild wie auf einer Postkarte. Wohl jeder der kleinen Truppe an Bord fragt sich, wann er das letzte Mal eine Hafensrundfahrt gemacht hat.

Neubacher streicht Butter auf die Hälften, Porru ordnet Wasabi-Sesam, grünen Salat, roten Radicchio, hütet das Blattgold für den großen Auftritt auf dem Krabbenbrötchen. Alles wird sorg-



**Feinste Zutaten: Krabben, Heringe, Räucheraal und Brötchen. Salat und Blattgold zur Deko.**



**Teamarbeit:** Während die Barkasse auf der Elbe schipperte, bereiteten Hubert Neubacher (links) und Nils-Kim Porru die edlen Fischbrötchen zu.



Großer Fan von Krabbenbrötchen: Barkassen-Chef Neubacher.

### Hubert Neubacher

Der Mann aus der Steiermark ist mittlerweile fest verankert in der Hansestadt. Mit seinen innovativen Ideen hat er das Unternehmen Barkassen Meyer zu einem der erfolgreichsten Touristikunternehmen in der Stadt gemacht. So hat er zum Beispiel seine Barkassen Gerda, Sanna und Lütte Deern mit kunstvoller Bemalung äußerst attraktiv aufgehübscht. Für seine internationalen Gäste hat Barkassen Meyer eine Sightseeing App für Smartphones entwickelt, bei der die Informationen zu den Hafenerundfahrten in Deutsch und Englisch zu bekommen sind. Demnächst soll es Barkassenfahrten mit englischsprachigen Führern geben. Für Neubacher ein weiterer Schritt in die Zukunft.



Außergewöhnlich und lecker: Nils-Kim Porrus Fischbrötchen-Kreationen.

sam in die Backwaren geschichtet. Hubert Neubacher sieht die Blicke nach draußen auf die sonnenbeschienene Stadt und sagt: „Ja, da geht einem das Herz auf.“ Seins hat er längst an die große Stadt verloren.

In Hamburg findet „Hubi“, so steht es in Druckbuchstaben in seiner schneeweißen Mütze, einen Job im „Renaissance“-Hotel. Das wiederum beliefert die Schiffe von Barkassen Meyer mit Essen und Trinken bei Charterfahrten für Gäste, die an Bord feiern. So kommt er das erste Mal an Bord. Später arbeitet er im Einkauf für das Hotel, will sich verändern, hört von der Suche bei Barkassen Meyer nach jemandem, der den Laden schmeißt.

Die Inhaber, ein älteres Ehepaar, stellen den 19-Jährigen ein, vergeben den schönen Titel Assistent der Geschäftsleitung. Er macht alles, der blonde Ösi, der aus den Bergen kommt, kein Platt spricht und nichts mit der christlichen Seefahrt zu tun hat, wie die alten Seebären, die als Fremdenführer die Barkassen durch den Hafen schippern.

Damals nahmen sie es mit der Wahrheit nicht so genau, erzählten den Touristen schräge Geschichten, fingen sich den Namen „He lücht“ ein, „er lügt“. Das geht heute gar nicht! Da wird Neubacher sehr entschieden. „Die Fakten müssen stimmen“, sagt er mit unmissverständlichem Ernst. „Döntjes dürfen sein, aber wir bleiben bei der Wahrheit. Sonst gibt's Ärger.“ Den gibt es fast auch noch mit der Wasserschutzpolizei. Ein Boot rauscht heran, weil die „Hanseat“ Kringel auf der Elbe fährt, damit die Fotografin die Sonne von der richtigen Seite bekommt. Die Polizisten werden von Marcel, dem Kapitän, beruhigt und dampfen wieder ab.

Früh ist klar, dass Neubacher die alteingesessene Firma übernehmen soll. „Wenn du 30 bist ...“ 2013 ist es so weit. Der Österreicher, den die Kollegen nicht einmal mit du ansprechen wollten – „man weiß ja nicht, wie lange das hier dauert“ – übernimmt das Traditionsunternehmen. Das ist unter Neubachers Ägide von sechs auf neun Schiffe gewachsen, von 30 auf 50 Mitarbeiter. „Wir haben Sieben-Tage-Wochen, fahren abends Extratouren.“

An Personal mangelt es nicht. Unternehmer Neubacher beschäftigt sechs Azubis, darunter zwei Frauen. Zwei schließen dieses Jahr ihre dreijährige Ausbildung ab. Für die frei werdenden Stellen hat er sage und schreibe zehn Bewerbungen. Er könnte auch ans Steuer, hat sein Hafenschiffer-Patent seit 2002, aber er sagt: „Schuster, bleib bei deinen Leisten!“ Demnächst kommt ein zehntes Schiff. „Dann wird die Firma 100 Jahre alt und ich bin 25 Jahre dabei.“

„Mein Ziel ist es, jünger und hochwertiger zu werden. Der Stellenwert der Rund- und Sonderfahrten soll steigen im Mix der Angebote für Touristen.“ Er will nicht der Größte, eher der Beste sein, auf jeden Fall aber bekannt. Der 45-Jährige ist ein Kontaktgenie, kennt viele aus Wirtschaft und Politik, aber auch aus der Kunstszene. So hat er sich mittlerweile drei Barkassen von Künstlern bemalen lassen, arbeitet mit der Galerie Affenfaust zusammen, veranstaltet Lesungen und Vorträge auf den Schiffen. Ein guter Teil der Einnahmen geht an karitative Projekte, an denen er sich seit Jahren beteiligt (Viva con Agua, NCL-Stiftung, Aids-Hilfe).

Inzwischen sind die Fischbrötchen fertig, sehen absolut zum Anbeißen aus. Der Duft der Zwiebelringe lockt. Und auf dem „Fischbrötchen de Luxe“, wie Küchenchef Porru es nennt, schimmert verführerisch das Blattgold. „Dafür könnte man sicher 24 Euro nehmen“, sagt Neubacher und grinst. Porru grinst auch, zieht es aber vor, in seine Küche im Business Club zurückzukehren.

Gisela Reiners war früher Politik-Chefin bei der Tageszeitung „Die Welt“. Sie schreibt heute als freie Autorin über ihre Leidenschaften Stil, Design und Kulinarik.



Maik Stoevhas

## ... BITTET ZU TISCH

Ein Schreibtisch verrät viel über seinen Besitzer. In jeder Ausgabe blicken wir auf einen – diesmal auf den von **MAIK STOEVHASE**.

Mit Jacke oder ohne? Diese Frage möchte Maik Stoevhas vor dem Fotoshooting an seinem Arbeitsplatz gerne geklärt wissen. Die Antwort gibt er selbst. „Meistens sitze ich ohne Sakko am Schreibtisch“, sagt der Geschäftsführer der Wärtsilä SAM Electronics GmbH, die Schiffe, von der Yacht bis zum Kreuzfahrtschiff, mit Elektronik ausstattet. Also: ohne Jacke.

Der legere Dresscode ist Teil der Unternehmenskultur – und der Chef lebt sie vor. „Ich gebe meinen Mitarbeitern Orientierung“ steht passend dazu auf einem quaderförmigen Aufsteller auf Stoevhas' Schreibtisch. „Das ist unsere Führungsleitlinie“, sagt der Geschäftsführer. Der Blick dorthin ruft sie ihm immer wieder in Erinnerung. Geht sein Blick etwas weiter nach links, sieht er seine Frau und die fünf Kinder. Auf dem Foto ist die ganze Familie zusammen.

„Ein Moment, der selten geworden ist, seit die ältesten Kinder ausgezogen sind“, sagt Stoevhas. Ein lautes Tuten unterbricht ihn. Es kommt aus einem Lautsprecher, der neben diesem Foto steht. „Das ist eine Sprachbox, mit der ich weltweit telefoniere“, sagt er und nimmt einen Schluck aus seiner Tasse mit der schwarz-weiß-blauen Raute drauf. Seit 1977 besitzt der leidgeprüfte HSV-Fan eine Dauerkarte für den Volkspark, die Meisterschaft 1979 hat er als 12-Jähriger im Stadion miterlebt. Zur aktuellen Lage will er sich aber lieber nicht äußern. Mit einem Lachen beendet er das Thema.

Maik Stoevhas, 50, ist in Hamburg geboren, hat aber sein halbes Berufsleben im Ausland verbracht. Zuletzt war er für die ABB Group in Singapur. Seit 2014 ist er Geschäftsführer der SAM Electronics GmbH – und endgültig zurück in Hamburg. Ein Jahr später wurde die Firma vom Wärtsilä-Konzern übernommen.



## ENDLOSE SEE. WEITER BLICK. FREIE SEELE. UND DAZU EIN HAUS AM MEER.

Ein wunderschönes Hotel an einem einzigartigen Ort. Von Licht durchflutet und mit Panoramen, die unsere Gäste dazu einladen, den Alltag einfach mit dem frischen Seewind fortzuschicken. Denn je entspannter die Tage an der See, desto freier der Kopf.

Auf der schmalen Halbinsel Fischland-Darß-Zingst, direkt am Wasser und eingebettet zwischen Ostsee und Bodden, liegt das THE GRAND Ahrenshoop. Der Blick auf die Ostsee auf der einen Seite und den Saaler Bodden auf der anderen Seite sowie die unberührte Natur lassen den Aufenthalt im THE GRAND zu einem Naturerlebnis der ganz besonderen Art werden.

THE GRAND Ahrenshoop interpretiert Komfort und Eleganz eines Grand Hotels zeitgemäß für sich. Mit moderner Architektur, klarem Design, mit entspannter, herzlicher Gastfreundschaft und den Ausichten auf Dünen und Meer.

Das großzügige Ambiente mit Zimmern von 32 bis 150 m<sup>2</sup> schafft Raum für die individuelle Erholung zwischen urbanem Lebensgefühl und einer unendlich weiten Natur. Zum Zurückziehen, zum Ausschweifen, zum Relaxen – und dabei stets die grandiose Aussicht genießen. Mit 150 m<sup>2</sup> und einer exklusiven 200 m<sup>2</sup> großen Dachterrasse bietet THE GRAND Loft Raum für unzählig

schöne Urlaubserinnerungen. Der preisgekrönte MAKANI SPA bietet auf 3.000 m<sup>2</sup> luxuriöse Wellness- und Beautyerlebnisse.

### **Köstlich speisen mit Blick auf die Ostsee**

Kulinarisch verwöhnt werden unsere Gäste im Restaurant BOGISLAV mit Seeterasse. Freuen Sie sich im WEITBLICK auf eine Gourmetküche in entspannter Atmosphäre über den Dächern von Ahrenshoop. Genießen Sie frischen Fisch aus der Umgebung und regionale Produkte von hoher Qualität. Oder Sie lassen sich im CAFÉ & Conceptstore mit Süßem aus der hauseigenen Patisserie verwöhnen.

### **Golf lounge Ahrenshoop**

Ganzjähriges Golfvergnügen in HD-Qualität – egal bei welchem Wetter. Das ist einzigartig an der Ostsee. THE GRAND bietet den Golfsport-Gästen eine voll ausgestattete Golf lounge. Mit einem eigenen TrackMan Pro und einem Simulator in HD-Qualität. Die Golf lounge ist Teil unseres Taylormade Performance Centers und kann gerne auch mitsamt einem erfahrenen Golf Professional gebucht werden. In jedem Fall garantiert sie eines: nämlich jede Menge Golfspaß auf den berühmtesten Plätzen der Welt, mit guten Freunden und kühlen Getränken, die stets nur eine Armlänge entfernt sind.



PRESIDENTS SUMMIT

# LEADING WITH PURPOSE

Join 3000 European Business Leaders  
in Copenhagen - April 17, 2018



**CEES 'T HART**  
CEO & President  
Carlsberg Group



**MARIA EITEL**  
Founder & Co-Chair  
Nike Foundation



**COSTAS MARKIDES**  
Professor  
London Business School



**SAHAR HASHEMI**  
Innovation Expert & Founder  
Coffee Republic

Learn more about the  
program and other speakers at:

[presidents.eu/summit](http://presidents.eu/summit)

Ticket-Gutschein über  
**EUR 100,-**  
für club! Leser  
bei Buchung auf  
[www.bch.de/programm](http://www.bch.de/programm)

# English Lounge

What happens in English ... is reported in English.



## GETTING THE MESSAGE ACROSS

*The managing director of pilot Screentime GmbH, **DAMIAN RODGETT**, answers our 15 questions and shares his favourite places in Hamburg.*



**HISTORIC SETTINGS, LIVELY NEW STYLE: HOUSE17 IN LUXEMBOURG**



**“THERE ARE NO EASY SOLUTIONS WHEN IT COMES TO EUROPE”**

# “Creating something from nothing”

For British-born **DAMIAN RODGETT**, Managing Director of digital signage experts pilot Screentime, all signs point to Hamburg as a hotbed of talent – and a great place for cake.

**How was 2017 for your company and what do you expect for 2018 and the future? Is there one main objective you want to reach with your team in 2018/2019?**

We were exceptionally creative and innovative in 2017 and that continues to be our moto in 2018. Investment in creativity and innovation always pays out in the long run!



**Which market changes and challenges have the company faced and overcome in the past five years, and which challenges do you anticipate for the**

**next few years?**

Clients have changed their demands on agencies over the last five years and require more specialist vendors who are exceptional in their field. Pilot Screentime sees itself as a global specialist with exceptional skills and talent.

**Are there any technological developments that will have a particular influence on your business development?**

“Digital transformation” is the one driving force that continues to dominate our strategic approach to delivering services and experience to clients who are looking to improve their efficiency and effectiveness.

**Which principals, management tools or methods have you found helpful for your work and your company?**

About one year ago, we introduced the Kanban board and a daily stand-up meeting to streamline project management. We’ve never looked back since!

**What do you appreciate in having Hamburg as the location for your company? What would make this appreciation even greater? Is there anything you would like to change?**



Hamburg has an exceptional pool of creative and talented professionals that are typically some of the best in Germany, if not in Europe. The worry is ensuring the next generation of talent remains available and affordable here in Hamburg.

**Which characteristic do you value most in your employees?**

Honesty!



**Where do you consider home?**

Home is where the heart is... and my heart is here in Hamburg!

**What did you want to become when you were a child? How do you get into your current career path? What was the alternative to your actual line of work?**

As a child I always wanted to be a BBC cameraman. It seemed to be the perfect union of science and art. I’m still doing the same thing 30 years later by utilising technology and creativity in communicating for brands like the Hamburg-er Sparkasse and Panik City.



**What drives you? What gives you the motivation to keep on developing your business?**

I get my kicks out of creating something from nothing! If someone hasn’t done it before, then I get excited.



### DAMIAN RODGETT

Managing Partner, pilot Screentime GmbH and Panik City Betriebs GmbH. Nationality: British. Age: 46

Damian studied Film, Video and Photographic Art at the University of Westminster, London, and set off on a career in film but got side-tracked by the then fledgling multimedia business in 1993. He has developed interactive campaigns, games and communities with various multimedia companies including Terratools, Scholz and Friends and Pixelpark.

He joined pilot as a Managing Partner and Creative Director in 2000 and founded pilot Screentime in 2012 where he is Managing Director and Creative Director: a specialist agency developing content, advertising and technology for Digital Signage.



**You can choose anyone: who would you like to have dinner with? And why this person?**

I'd invite Elon Musk for dinner. The man is a true innovator! He

understands that simple language has an enormous affect on motivating the science and business community.

**Any recommendations for people embarking on a career while in their twenties?**

Following your intuition and passion. If you don't know what that is, try stuff out! It will find you.



**Did you have a mentor who helped you in your career? Have you been a mentor to other people? What benefits did having a mentor have for your personal development?**

My university professor Joost Hunninger was the biggest influence on me while I studied Film, Video and Photographic Art in London. He had passion, enthusiasm and generosity for a dozen people. All attributes I admire in people.

**What's your favourite spot and/or favourite restaurant in Hamburg?**

My favourite spot has to be Spielbudenplatz, as this is the home of Panik City – the Udo Lindenberg experience, our latest music, art and multimedia project that is truly unique in Germany.



**Apart from Hamburg, which are your three favourite cities worldwide?**

London and Berlin! I met my wife in London, my daughter was born in Berlin and my son was born in Hamburg.

**If you have friends visiting you in Hamburg: where do you like to take them?**

Walking on the Elbe between Ovelgönne and Blankenese, stopping off for Kaffee und Kuchen along the way at Café Engel.

# IT'S THE MINDSET THAT COUNTS

*The fast-paced world of trading can be a confusing place for the uninitiated, and the penalty for misjudging the markets is high. Luckily, there are experts like **TOM HOUGAARD**, who not only know the market, but are also committed to sharing their insight.*



Hougaard, who describes himself as a high-stake trader, has had “tremendously good times, heart-breakingly bad times”.

EVENT  
TIP

## TOM HOUGAARD

The internationally acclaimed broker and analyst will be shedding some light on the complex investment market, providing insight into trading strategies and sharing his thoughts on the current market.

Tuesday, May 16, 7pm  
Business Club Hamburg  
Elbchaussee 43  
22765 Hamburg  
Registration at: [www.bch.de](http://www.bch.de)

Text: **Fiona Sangster**

Trading superstar Tom Hougaard, a seasoned industry expert with over 20 years of experience under his belt, is the media's go-to man for financial insight and has been interviewed by most major outlets; he contributes to newspapers, tweets, blogs at [trdertom.com](http://trdertom.com), features on numerous YouTube videos and holds seminars on the psychology of trading. Hougaard, originally from Denmark, gained an MSc degree in finance and economics from the University of Birmingham, UK, was employed as a broker in London until the 2010 crash rendered him redundant, and then set up as a solo trader. In the years since, Hougaard – who describes himself as a high-stake trader – has by his own admission had “tremendously good times and heart-breakingly bad times”, but has always come out on top. So what's his secret? “A good trader can control their risk. It is the only thing that you can control: you can't control the markets or whether the DAX goes up or down, but you can control how much you are willing to risk on a particular bet.” Risk tolerance is largely determined by an individual's self-discipline, their ability to avoid irrational responses, to rein in their emotions. The psychology behind trading is one of Hougaard's main interests, and it is the core subject in many of his seminars. He is a firm believer in using behavioural economics to analyse the market, and thinks it is important to consider the impact of emotional, psychological and social factors on trading decisions. Technical analysis and recognising underlying patterns are crucial skills. But the emotional side of trading is equally important: “What drives bull markets and bear markets is not economic conditions, but people's response to them.”

Hougaard follows the global markets from four screens in his office, sometimes staying up day and night to trade around the globe, moving on to the next market when one closes down for the day. Crashes like the one at the beginning of February mean sleepless nights, as he trawls and trades on the world's markets: “Sometimes trading can be like trying to catch a falling knife, and you have to know when to step away.” Occasionally, a welcome break comes in the shape of his 18-month daughter, who walks in and demands to watch Teletubbies on one of the screens.

Hougaard started using the brokerage services of ETX Capital several years ago and has built up a close working relation-

ship with the firm. ETX Capital, located in the heart of the financial district in London, is one of the Top 3 brokers in the UK; it was originally founded in 1965 as Tradition Ltd. and has traded as ETX Capital since 2007. ETX is an acronym for the services the company offers: electronic trading, telephone trading and execution services, which in essence means spread trading and CFD trading on more than 5,500 different products (indices, FX, commodities, cryptocurrency, interest rates/bonds, stocks as CFD trading). The firm has developed a dynamic and rapidly-growing profile in recent years, and now has several international subsidiaries. ETX Capital has acquired an impressive reputation for providing clients with support services from its knowledgeable, multilingual staff. All brokerage services are backed by total confidentiality and a high level of account security; the company is authorized and regulated by the Financial Conduct Authority in the UK and registered with BaFin in Germany. At the heart of ETX Capital's services lies its sophisticated, triple-tier trading platform that is available in multiple formats, allowing clients to trade from their desks and switch to mobile access for trading on the move. The platforms are fully customisable, provide a heightened level of market access and instant execution.

Tom Hougaard is a fan. “This is the kind of software I was paying 500 pounds a month for when I first started out, and now it's free of charge. It really is the best in the industry.” Hougaard works closely with ETX Capital in Denmark, his native country, who fly him over

from London on average twice a month to hold presentations on trading techniques and teach introductory courses. Now, ETX Capital has arranged for Hougaard to visit Germany – the first time he has been here to speak publicly.

Business Club Hamburg is delighted to be welcoming Hougaard in May for an evening event at which he'll be sharing his unique take on trading, the market and providing insight into strategies and risk management. Hougaard will also be trading live with ETX Capital software, providing an unmissable opportunity to see the suite in action at the hands of a trading whizz. Does he know what he'll be trading? “My favourite trading vehicle is the German DAX, an incredibly volatile index, so I may very well take a closer look at it on the day.”

## ABOUT ETX CAPITAL:

**Founded:** 2004

**Head office:** One Broadgate, London

**Services:** Online trading, CFDs and spread trading

**Number of employees:** 170+

**Website:** [www.etxcapital.de](http://www.etxcapital.de)

**Trading platforms:** ETX TRADER PRO, ETX MT4

**Used by:** 51,000+ traders

**Minimum deposit:** from 100 EUR



Ghislain D'Hoop took up the post of Belgian ambassador in Berlin in October 2014. Prior to this he was a diplomatic advisor to the Head of State from 1997 to 2013, and chief foreign ministry spokesperson from 1992 to 1995.

# “In Europe we must treasure our culture, our history and our heritage anew”

Where is Europe heading? Will others follow the BREXIT lead? And what is Germany's role? The Belgian Ambassador, **H.E. GHISLAIN D'HOOP**, discusses these issues with the Chairman of the Board of the International Economic Council, Tino Barth

Interview: **Tino Barth** Photos: **Mohamed El-Sauaf**

**Excellency, the German daily newspaper “Handelsblatt” wrote a while ago: “Brussels – Europe’s Centre of Power”. Many things have happened since then. Does that statement still hold true today?**

I would say that Brussels is Europe's political centre, at least in the sense that it's the political centre of EU institutions. And Brussels is also a “centre of influence.” Of course we can debate the meaning of the word “power” for a long time. What is true power? Power is often carried out by the European Council, the body composed of EU heads of states, which meets four to six times in Brussels, depending on what crisis might be occurring. They are the ones who actually exert power. The European Commission and the EU Council, which have their headquarters in Brussels, are also important institutions. In addition, for the past ten to 15 years Brussels is now the location of the most important constitutive meetings of the EU presidential councils of the corresponding European states. Therefore it is fair to say that Brussels is Europe's political centre.

For Belgium, which functions as a sort of “host nation” it's important to foster these institutions. Apart from the Commission, the Council, and the European Parliament, there are also government committees, the European Economic and Social Committee (EWSA), hundreds of other committees, thousands of lobbyists, and just as many journalists – and that's only for the EU. Since 1966, the headquarters of NATO have been in Brussels after they were moved from Paris. Other international organisations and institutions that aren't part of the EU or NATO are also located here. So yes, Brussels is one of the three or four most important capital cities in the world. We are very

aware of this! That is why we're trying to do everything to ensure that our European friends, our allies, and our partners feel welcome and therefore can make the decisions that are important for the future of the EU.

## EVENT TIP

### DIPLOMACY & BUSINESS

Business Club is hosting an exclusive dinner event with His Excellency Ghislain D'hoop. Topics will include German-Belgian business relations, political challenges for Europe and trade between the European Union and their overseas partners.

**Tuesday, June 5th, 7pm**  
**Business Club Hamburg**  
**Elbchaussee 43**  
**22765 Hamburg**

**Considering the developments of the past three years, especially in Chancellor Angela Merkel's last legislative period, how has Germany's role in the EU changed or not changed?**

Germany plays a very important role in the EU. Together with France, in the last months the federal republic has contributed important suggestions and impulses for Europe's future development.

In the most recent past, I think that there have been three topics in which Germany has played a leading role. The first is the economic and currency crisis, which started in 2008 and presented a huge challenge for Europe. Germany's decision to stabilise and cooperate with the other 27 member states was defining and inspiring. As an ambassador of Belgium, I was quite impressed – along with my other colleagues – that Germany is defining and influencing the future of the EU. This is definitely the case. Although it's sometimes clear – and some of our German friends tell us this as well – that Germany is influencing the institutions in Brussels for the cohesion of the union.

This is totally in line with the goals of a country like Belgium. For a small member state like us – but also simultaneously being the founding country of the European Union – it's important that the EU helps our country as a multiplier of our diplomacy and our interests, both globally and within Europe. It is fundamental, not only for Belgium, that one of the →



Ambassador H.E. Ghislain D'hoop and his wife, Carine Nicole Freeman-Thomas.

EU's leading nations works together with EU institutions and with smaller partners to help them and mutually shape the future of the EU.

### In your opinion, what role will Germany take in the coming years?

I hope that Germany continues on its path and continues to inspire and take initiative, including in areas that haven't really been the focus of our attention. For example, Germany has made some suggestions to improve our external and internal security, and has brought up ideas to strengthen European unity and socioeconomic stability. Europe needs all of this, now more than ever! We would also like to see Germany re-inspire and promote European ideals.

### Do we have to completely re-think the topic of "Europe"?

It is certainly important for Europe to recognise and define its special role in a new, developing world. We have to know what we want. The world is changing rapidly, and therefore the "EU-27" should be aware of their role as protectors of human rights and democratic principles, but also as a trading block and an enforcer of regulations. We must once again appreciate our cultural traditions, heritages, and monuments in Europe. In the coming years, it will become more difficult to strengthen these principles.



**"It is important that the EU remains a community."**

### Are the issues of human rights and values, especially when considering Europe's unity, more current than ever? Should they be focused on more explicitly?

It has always been this way, but now more so than ever. The preamble of all European contracts – especially the new ones in Lisbon, Nice, Amsterdam, and Maastricht –, is a preamble of fundamental values. The German constitution and the German basic law, in its first 25 articles, talks about these fundamental values that are indispensable to societal order. From the very beginning, Europe was a community of values. Europe was always an attempt to answer the question of a new world order after the Second World War. There were different attempts to establish this order: first with coal and steel, then with a shared economy and currency. But from the very beginning it was always about values. The founding fathers of Europe – Jean Monnet, Robert Schumann, Walter Hallstein, just to name a few – were clearly inspired by values. Some of them were Christian values, such as Monnet's Personalism, but they were also humane and humanistic values: a lot of this came together and is reflected in the preamble of contracts in most of the constitutions of EU members. I find that totally normal.

### Great Britain doesn't want to be part of this European community anymore. How do you explain this?

I am certain that we have not lost Great Britain as a partner. After Great Britain's exit, the EU will still have to maintain a significant relationship with the country. Domestic policy sometimes causes that there are different opinions as to how a particular goal can be reached. There is also a particular popular opinion that must be respected. The world is changing so quickly, not only technologically, but also in the way that citizens outside of Europe act and who they vote for. This change causes new conditions regarding the interaction between people, solidarity, trade, digitalisation, and climate change. Europe and Great Britain are important actors in this new world. And we also have to determine how we're going to act towards each other and towards this brand new world.

### Are you worried that in the coming years, more EU partners will want to leave the community because they don't believe in the EU anymore?

That is an important question! My personal evaluation is the following: I believe that Great Brit-

ain feels more comfortable with a balanced relationship to international partners. They act "British" and don't see themselves as part of the European block in which the European Commission negotiates on issues such as TTIP or CETA. For some countries this can naturally be frustrating when certain negotiating points that are important for individual EU members are not included or not fully considered. This isn't currently the case, but the sentiment certainly exists among some member states. And I believe that the Brexiteers in London are saying regarding the EU: That they don't want their foreign trade to be determined by the Commission. So is this a sentiment that's shared by other member states? Probably not to that extent. Many recognise the various benefits that come out of this trade union. But I believe that the correct an- →

Park Hyatt Hamburg

Where Luxury is Personal



Genießen Sie maritimes Flair, modernste Ausstattung und elegantes Design direkt im Herzen von Hamburg.

Reservierung +49 40 3332 1234 oder [hamburg.park.hyatt.de](http://hamburg.park.hyatt.de)  
Bugenhagenstraße 8, 20095 Hamburg

---

PARK HYATT HAMBURG™

---

luxury is personal

swer is: Brexit made it clear that there's a demand for a Europe that operates at different speeds. Therefore it requires more flexibility on different levels. If I weren't speaking as a Belgian diplomat, I'd say: The future of the EU can't be that the EU becomes an umbrella organisation with 27 sub-organisations where everyone cherry-picks the things they happen to need at the moment. This isn't the purpose of a union. That's why the EU must remain a community. The contracts ensure that there is unity in certain aspects of cooperation. As an EU member state, there are three possibilities to react to business connections, formulated by the US sociologist Albert Hirschman: Loyalty, Voice, and Exit – which means to either support the contracts, adapt them, or leave the negotiations. To adapt and negotiate contracts is something that the “EU-27” needs the most, in my opinion.

**How can the EU improve? For many citizens, this seems like a difficult process.**

There are many voices in politics, diplomacy, and economics, as well as some journalists, that say that the EU is too far removed from the people, that it's too complex and that therefore not many people feel connected to the EU. What can be done? I am convinced that there are no easy solutions. Reasonable and forward-thinking solutions are always complex. Simple suggestions that perhaps perform well on social media or on TV aren't always the best answers to complex problems.



**“Europe needs more flexibility on different levels.”**

We need to do much more in order to establish direct contact with citizens and businesses. That's why here at the embassy I try to invite as many different groups as possible in order to talk with them. Even at this level it's important to speak to people about these issues. Nowadays results can't be achieved that easily. Efforts must be made and you have to be interested in what's happening in the world and why Europe even exists. The answer to this question can be found in the last 60 years. The next question concerns the future. How can we preserve issues of social justice, wealth, and peace in today's world?

**This question is of course closely related to the EU's foreign policy.**

Certainly. I was very impressed in January when Chancellor Merkel was awarded an honorary doctorate from the Universities of Ghent and Leuven and held an interesting speech which was mainly dedicated to Europe. In terms of European foreign policy, she indicated that there are great tensions and different beliefs at Europe's peripheries regarding how to organise a society. Therefore we as the EU have to organise ourselves in a way that allows us to have answers for issues such as terrorism, immigration, and other political regimes.

In general, we require a stronger presence in our foreign policy, since foreign policy begins at our borders, in our immediate neighbourhood. Many politicians are also aware of this sharpened profile. A strong example is the agreement with Iran, which involved the European Foreign Service and many other countries. This shows what can be done when everyone works together. Of course Europe also works in the shadows. We're one of the biggest humanitarian donors and work closely with UN organisations. Especially with regards to the demographic developments, digitalisation, research, and developments in world trade, it becomes obvious that Europe needs to work harder when it comes to its foreign policy.



Tino Barth, Chairman of the Board of Directors of the International Economic Association (r.) with Ambassador H.E. Ghislain D'hoop.

The interview was kindly provided by *Diplomatisches Magazin*, a Berlin-based monthly journal for the international diplomatic community.

**BELGIUM**

**Official name:** Kingdom of Belgium

**Capital:** Brussels

**Area:** 30,528 km<sup>2</sup>

**Population:** 11.32 million

**Population density:** 372 inhabitants per km<sup>2</sup>

**Official languages:** Dutch, French, German

**Government:** Parliamentary constitutional monarchy

**Monarch:** Philippe

**Head of government:** Prime Minister Charles Michel

**National anthem:** La Brabançonne

# MS EUROPA 2

DIE GROSSE FREIHEIT.

**500 GÄSTE,  
UNENDLICH VIEL  
FREIRAUM.**

Dieses Schiff ist ein Ort, an dem unsere Freiheit nicht nur in Quadratmetern gemessen wird. Sondern auch in Stunden, Entdeckungen, Ideen, Horizonten, Genüssen und unglaublichen Augenblicken.



HAPAG <sup>18</sup>/<sub>91</sub> LLOYD  
CRUISES



The restaurant unites modern design with period details and is a wonderful setting for fine dining.

# A STYLISH HAVEN OF HOSPITALITY

*Luxembourg is a financial and business powerhouse in a fairy-tale setting, complete with castles and battlements. Standing proud above the city is **HOUSE17**, a new private members club with a bold signature style.*

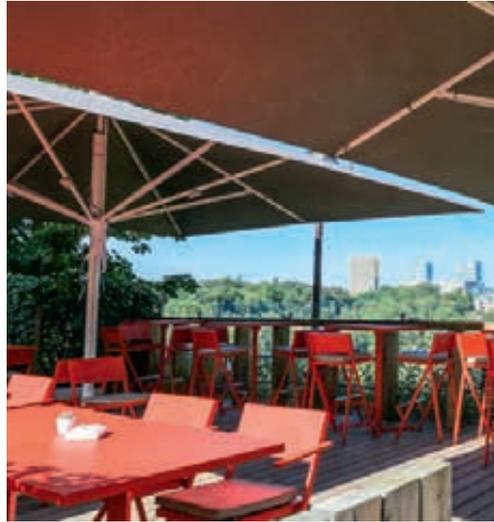
Text: **Fiona Sangster**

Imagine a club that has all the amenities you expect of a luxurious private members club, with gourmet dining, first-rate service and fine wines – but housed in thoroughly contemporary surroundings, with bold design statements, crisp, clear lines, and furnishings straight out of an interiors magazine. Welcome to House17 in Luxembourg, a comparatively new club situated in a listed building in the old centre and close to the city's cultural heart. The club opened at the beginning of 2014 in the old Justice du Paix building, which perches up on a hill close to the old fortifications and offers truly magnificent views across the city.

Inside, striped black-and-white wallpaper contrasts pleasingly with the rich glow of polished wooden floors; comfortable armchairs positioned for intimate meetings and inviting dining spaces speak of the club's contemporary spirit. The interiors were created by noted Italian designer Stefano Moreno, who restored the old friezes and original staircases while adding minimalist design touches. The furniture by Tom Dixon anchors the club firmly in the 21st century. As you step through the door, you may also feel a sudden surge of well-being thanks to a bespoke cotton-based scent that was designed specially for the club, and which creates an engaging, soothing feel.

"House17 is a business and social club that reflects the changing global way we do business and socialise in the cosmopolitan city of

Luxembourg", says Stéphanie Bröker, the club's Art and Membership Manager. It has certainly hit a nerve in the city, with membership currently numbering 1,000 residents and non-residents – including, so rumour has it, several members of the royal family. Members are predominantly from the international crowd, bankers, city professionals and creative executives.



The terrace offers a beautiful view over Luxembourg.

With its restaurant, two well-stocked bars and a choice of meeting rooms, the club aims to be "a place to think or to work, or ponder next moves with family, colleagues, friends", says Bröker. There are cosy corners with modern armchairs for quiet conversations, a library, a cigar lounge and a terrace that offers one of the best views across Luxembourg and is the perfect place for a sundowner in the summer or a glass of wine at the oyster bar in the winter.

The dining room has all the cachet of a hip eatery. Featuring quirky details and large-format photos, the contemporary luxury of the furnishings is mirrored in gourmet creations that meld classic brasserie-style food with season-

al classics. In a city with more Michelin stars per head than any other country in the world, the House17 restaurant has a reputation as one of the five best places to dine – as well as serving what some describe as the best steak tatar in the city. House17 restaurant seats up to 50 people, serving breakfast, snacks throughout the day, dinner in the evening and offering an extensive wine →



Have a seat and enjoy a drink in one of the club's well-stocked bars, where the old and new come together in stylish harmony.



**-10%**  
**AUF VIP TICKETS\***  
[www.europeanopen.com/tickets](http://www.europeanopen.com/tickets)  
 Gutschein Code: club! Leser

**PORSCHE**  
**EUROPEAN OPEN**

**25.-29. JULI 2018**  
**GREEN EAGLE GOLF COURSES**  
**HAMBURG | DEUTSCHLAND**



[WWW.EUROPEANOPEN.COM](http://WWW.EUROPEANOPEN.COM)

— TITLE SPONSOR — — PREMIUM PARTNER — — PROMOTER — — VENUE — — TOUR —



\*AKTION GÜLTIG BIS 01.05.2018 | PORSCHE EUROPEAN OPEN HOTLINE: +49 151 576 974 42 | 4SPORTS PRODUCTION GMBH, CHAMERSRTASSE 176, CH-6300 ZUG



The former Justice de Paix building is a listed gem in the old city.



The club's elegant library is fully stocked with books and newspapers.

list. If you happen to have found something that particularly tickles your palate, the club also has a take-away delicatessen service featuring signature platters and a wide range of delicacies made or personally hand-picked by the chef.

Throughout the year, House17 organises contemporary art exhibitions by artists from all around the world. An opening “vernissage” is held at the beginning of each exhibition, in the presence of the artist, and there are guided tours for members. Recent shows have included the city’s first exhibition of Australian Aborigine fine art.

Other regular events at the club include cigar nights, monthly Wine and Business Club dinners – always sure to attract a celebrity or two, master-classes on a range of topics including health and fitness, drink tastings, and theme nights in collaboration with corporate partners, making for a busy and attractive agenda. The club’s games room is a popular meeting place, with a pool table, games consoles, regular bridge events and DVD screenings.

The dress code is “strictly no dress code”; instead, a strictly relaxed look is preferred, in keeping with the club’s casual and youthful image. “We want the club to feel like a second home rather than a stiff environment, so we invite our guests to adopt a casual look as well as the more traditional dress code.” House17 has no bedrooms, but it does have an arrangement with the luxurious Hôtel Le Place d’Armes where members enjoy preferential rates.

There are reciprocal partnerships with clubs all over the world, including London, the United States, the Antilles – and, of course, Hamburg. Business Club Hamburg members are welcome to enjoy the amenities of House17 when in Luxembourg – and relax in one of the city’s most stylish havens.

#### House17

17 rue du Nord  
L-2229 Luxembourg  
Tel: 00352 20 10 17  
info@house17.lu  
www.house17.lu

### THE PARTNERS OF BUSINESS CLUB HAMBURG

Business Club Hamburg is proud to have reciprocal affiliations with clubs around the world where our members can enjoy the use of excellent facilities. The following clubs look forward to welcoming you:

**Pacific City Club Bangkok**  
www.pacificcityclub.com

**Wirtschaftsclub Düsseldorf**  
www.wirtschaftsclubduesseldorf.de

**House17**  
www.house17.lu

**Club de Bâle Basel**  
www.clubdebale.ch

**The Royal Scots Club Edinburgh**  
www.royalscotsclub.com

**Capital Club East Africa Nairobi**  
www.capitalclubea.com

**Havana Lounge Bremen**  
www.havannalounge.de

**Airport Club Frankfurt**  
www.airportclub.de

**Prague Business Club**  
www.businessclub.cz

**Capital Club Bahrain**  
www.capitalclubbahrain.com

**Capital Club Lagos**  
www.captialclublagos.com

**Business Club Schloss Solitude Stuttgart**  
www.businessclub-schloss-solitude.de

**Union League Club of Chicago**  
www.ulcc.org

**Club International Leipzig**  
www.club-international.de

**Haute Zürich**  
www.haute.ch

**Capital Club Dubai**  
www.capitalclubdubai.com

**National Liberal Club London**  
www.nlc.org.uk



Enjoy responsibly - www.massvoll-geniessen.de



FONDÉ  EN 1743  
**MOËT & CHANDON**  
CHAMPAGNE  
★

SUCCESS IS A MATTER OF STYLE

# MS EUROPA 2

DIE GROSSE FREIHEIT.

## DIE SCHÖNSTEN ORTE VERSTECKEN SICH OFT IN DEN ENTLEGENSTEN WINKELN DES OZEANS.

Auf Ihrer Reise mit dem laut Berlitz Cruise Guide 2018 besten Kreuzfahrtschiff der Welt kommen Sie dort an, wo andere nicht hinkommen. Erleben Sie kleine Buchten und einsame Inseln hautnah. Genießen Sie legeren Luxus und magische Augenblicke an exotischen Stränden. Fernweh geweckt? Besuchen Sie uns auf [hl-cruises.de/auszeit](http://hl-cruises.de/auszeit)



HAPAG <sup>18</sup>/<sub>91</sub> LLOYD  
CRUISES