

club!

DAS MAGAZIN DES BUSINESS CLUB HAMBURG



Spektakuläre Gebäude für die Hansestadt: Architekt Hadi Teherani

HAMBURG BAUT WER ALLES VOM WACHSTUM PROFITIERT

Querdenker **HADI TEHERANI** ÜBER RIESENRÄDER, BÜROSTÜHLE UND AKKU-FAHRRÄDER **Clowns**
und Helden **DER MANN, DER DEM ZIRKUS HILFT** Wissen **SOMMELIER HENDRIK THOMA** ÜBER
WEIN ALS GELDANLAGE Strategie **WIE UNTERNEHMEN DEN RICHTIGEN NACHFOLGER FINDEN**

QUALITÄT DURCH INNOVATION UND ERFAHRUNG

Wir, die Allg. Baugesellschaft Buck mbH, erfüllen die Anforderungen unserer Kunden qualitätsgerecht und sind als Komplettanbieter im Bauwesen in der Lage kompetent und flexibel auf sämtliche Wünsche einzugehen. Es ist unser Bestreben, dem Bauherrn/Architekten als Partner zur Seite zu stehen und ein vertrauensvolles und bedürfnisorientiertes Verhältnis zu pflegen.

Der offene Austausch ist Motor, um jeden möglichen Bauherrenwunsch kompetent erfüllen zu können. Mit einem gut orientierten Team von qualifizierten und motivierten Mitarbeitern erreichen wir unser Ziel mühelos.



Allg. Baugesellschaft Buck mbH

Tel: 040 / 660923

Fax: 040/660490

info@abb-hamburg.de

www.abb-hamburg.de



Thorsten
Buck

Stefanie
Hofmeister

Sven
Buck



Allg. Beschichtungs- & Fassadentechnik GmbH



Bestens platziert



Peter Richard Oppermann, Peer-Arne Böttcher

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

der Business Club Hamburg gehört zu den attraktivsten Clubs in Deutschland. Das haben wir natürlich immer schon geahnt, aber dieser Tage wurde es uns schwarz auf weiß bestätigt. In der neuen deutschen Rangliste des Internetportals „Geschäftsreise Top 10“ belegt der Business Club Hamburg den vierten Platz – als bester Vertreter der Hansestadt. Bemerkenswert an dem Ergebnis ist auch, dass mit dem Airport Club Frankfurt, dem Wirtschaftsclub Düsseldorf, dem Rotonda Business Club in Köln, der Havanna Lounge Bremen und dem Club International Leipzig gleich fünf unserer Partnerclubs vertreten sind, bei denen unsere Mitglieder ebenfalls herzlich willkommen sind. Der Club in Leipzig ist übrigens ein neuer Kooperationspartner, dessen spannende Erfolgsstory wir von Seite 38 an erzählen.

Erfolgreichen Menschen begegnen Sie in dieser Ausgabe des club!-Magazins häufiger. Beispielsweise dem Architekten Hadi Teherani, dessen „Tanzende Türme“ an der Reeperbahn gerade bezogen werden, und der im Interview ein städtebauliches Zukunftsszenario für Hamburg entwirft. Oder dem Weinexperten Hendrik Thoma, einem von nur drei Master Sommeliers in ganz Deutschland, von dem Sie sowohl erfahren, wie man Wein genießt, als auch, wie man damit Geld verdienen kann. Wenn die Lektüre der Gespräche Ihnen Lust macht auf mehr, ist die Gelegenheit dafür übrigens günstig: Die beiden Herren sind demnächst jeweils Hauptdarsteller einer Club-Veranstaltung.

Viel Vergnügen beim Lesen

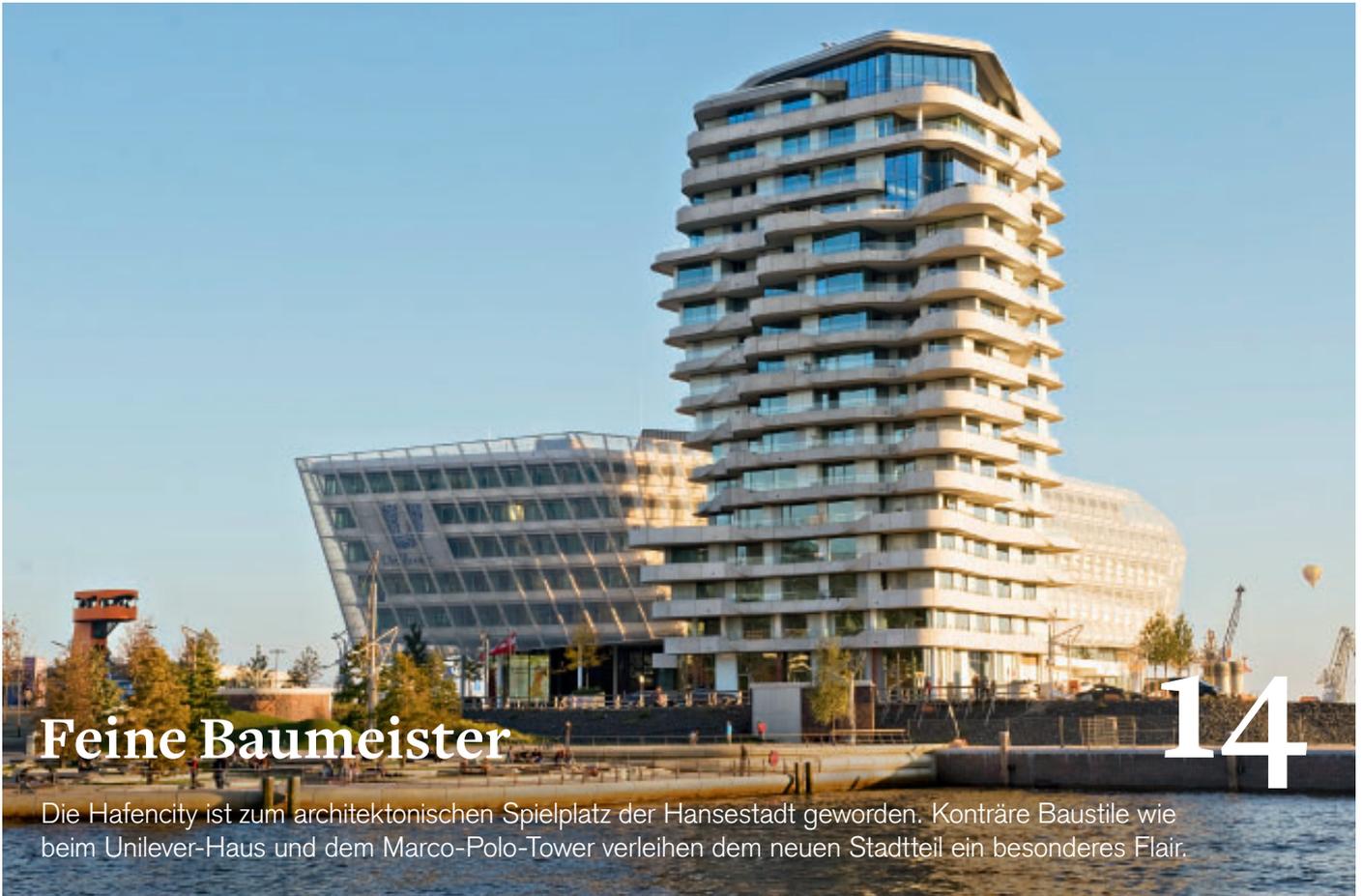
Peter Richard Oppermann

Peer-Arne Böttcher



PERFEKTER BAU.

Architekt Teherani mit dem club!-Team auf einer Baustelle am Elbufer: (v. l.) Grafikerin Jasmin Nesch, Fotograf Ivo von Renner, Domenic Herder und Hadi Teherani.



Feine Baumeister

14

Die Hafencity ist zum architektonischen Spielplatz der Hansestadt geworden. Konträre Baustile wie beim Unilever-Haus und dem Marco-Polo-Tower verleihen dem neuen Stadtteil ein besonderes Flair.

INHALT

03 EDITORIAL

Bestens platziert.

06 THORSTEN FINK PLANT SEINEN SOMMER

Der Trainer des HSV über seine Pläne.

Look & Feel

08 KLIMAFORSCHER UND MOTORRADFAHRER

Events im Club: Diskussion mit Klima-Papst Professor Dr. Mojib Latif, Vortrag von brand eins-Chefredakteurin Gabriele Fischer, Biker-Frühstück in der Villa im Heine-Park.

Titelthema

14 HAMBURG BAUT AUF STIL

Das ambitionierteste Bauprojekt der Hansestadt, die Hafencity, ist noch nicht abgeschlossen. Doch die Planungen für das nächste Vorhaben – eine Anbindung von Harburg und Wilhelmsburg an die City – sind in vollem Gang. Ein weiterer Schritt für ein erfolgreiches Wachstum in der Stadt.

22 MEINUNG

Clubmitglieder zum Thema „Hamburg baut“.

Interview

24 HADI TEHERANI

Der Stararchitekt spricht im club!-Magazin über die Entwicklung der Stadt, architektonische Highlights sowie seine Ideen für ein attraktives Hamburg.

66 ZEHN MINUTEN MIT ...

Clubmitglied Sönke Wagener

28 GÜRTLERS GRÜTZE

club!-Kolumnist Detlef Gürtler über Vorsilben in Stilfragen.



TITELTHEMA

Der Wahlhamburger Hadi Teherani hat mit seiner Architektur bauliche Glanzpunkte in der Hansestadt gesetzt. Sein neuester Coup sind die Tanzenden Türme, die zukünftig als moderner Blickfang das „Eingangportal“ zur traditionsreichen Reeperbahn bilden.



Feine Adresse 38

Der neue Partner Club International Leipzig residiert in einem stilvoll restaurierten „mediterranen Palazzo“.



Feine Weine 62

Hendrik Thoma, der renommierteste Weinkenner Deutschlands, über entspannten Genuss.

Wissen

30 NACHFOLGER GESUCHT

Viele Mittelständler suchen für ihr Unternehmen nach einem geeigneten Nachfolger an der Spitze. Doch das ist in den meisten Fällen gar nicht so einfach.

34 MEINUNG

Clubmitglieder zum Thema „Nachfolger gesucht“.

Die gute Tat

36 DER ANWALT DER CLOWNS

Günter Erdmann, von Beruf Rechtsanwalt, hilft Zirkusleuten bei juristischen Problemen – gratis.

Club & Partner

38 LEIPZIGER LEBENSART

Der Club International in Leipzig ist neuer Partner des Business Club Hamburg.

Kunst & Kultur

42 CLUBMITGLIEDER IM GESPRÄCH

Zwei Modewelten an einem Tisch: Doris Janning verkauft edle Textilien in einer exklusiven Boutique, Stefan Puriss Lifestyle-Look im schnellen Internet. Beide haben eines gemein: die Liebe zur Mode.

Neu im Club

46 MENSCHEN UND IHRE GESCHICHTE

Investor Dr. Kai Kunze, Tee-Produzentin Esin Rager, Medienmanager Wolfgang Raike, Immobilien-Unternehmerin Nicole Jaeschke

Gourmet & Genuss

58 IN VINO VERITAS

Hamburg ist die Wein-Hauptstadt Deutschlands. In der Hansestadt sitzt der größte Weinhandel Europas, lebt der experimentierfreudigste Händler und bloggt der beste Sommelier des Landes.

62 „DER TEUERSTE ESSIG ALLER ZEITEN“

Weinexperte Hendrik Thoma über reiche Menschen, teure Weine und gekippte Schätze.

64 WEIN-KOLUMNE

Club-Sommelière Anico Koch stellt in jeder Ausgabe ihre persönlichen Favoriten im Glas vor. Dieses Mal empfiehlt sie einen frischen Rosé für warme Sommertage.

Service

52 CLUB!-MAGAZIN GOES IPAD

54 SO PROFITIEREN SIE VOM BUSINESS CLUB

57 MEMBERS FOR MEMBERS

66 IMPRESSUM

THORSTEN FINK PLANT SEINEN SOMMER



„So einem Hund geht es nicht anders als uns Menschen.“

Thorsten Fink, 44, ist seit Oktober 2011 Trainer des HSV. Der Dortmunder spielte als Profi für Bayern München, mit denen er viermal Meister, dreimal Pokalsieger und einmal Champions League-Sieger wurde. Als Trainer begann er 2007 als Assistent der Legende Giovanni Trapattoni in Salzburg. Mit dem FC Basel wurde er 2010 Schweizer Meister, ehe er zum HSV wechselte.

„Sommerzeit ist Urlaubszeit, aber für mich gibt es gar keinen klassischen Urlaub, in dem ich vier Wochen mit der Familie wegfahren würde. Das Wichtigste ist, dass ich für meine Frau und die Kinder Zeit habe, ihnen meine volle Aufmerksamkeit schenke, was sonst immer etwas zu kurz kommt. Ansonsten brauche ich nicht viel: Eine Woche geht es nach Mallorca, wo wir ein kleines Häuschen haben. Dann ziehe ich meine ältesten Jeans an, T-Shirt, Flip Flops – fertig.

Ich wünsche mir auch, in diesem Sommer die Stadt Hamburg besser kennenzulernen. Die vergangenen sechs Monate waren ja eher turbulent, da bin ich nicht dazu gekommen. Es ist wichtig, sich seinen Lebensort zu erobern. Ich brauche keine In-Restaurants, Boutiquen oder

Hotspots. Mir reicht es, wenn ich mit meinem Hund durch die Straßen spazieren kann. So einem Hund geht es ja nicht anders als uns Menschen. Auch der musste sich nach dem Umzug von Basel nach Hamburg erst einmal an die neue Umgebung gewöhnen.

Zwei Bücher werde ich diesen Sommer lesen: Einmal Luca di Fulvio's „Der Junge, der Träume schenkte“ über eine Italienerin, die mit ihrem Sohn mit dem Traum von einem besseren Leben nach New York auswandert. Zum anderen „Gehirnflüsterer“ von Kevin Dutton über die Kunst, das Denken und Handeln von Menschen zu beeinflussen. Mal sehen, vielleicht kann ich daraus etwas ziehen, das mir auch in meinem Job hilft.

Ich mag gern Musicals, und zwar deshalb, weil meine Kinder daran auch Spaß haben. So wird es ein Familienergebnis. Im „König der Löwen“ waren wir schon, jetzt soll „Tarzan“ folgen.

Und das Allerwichtigste: Ich wünsche mir, dass wir über die Sommermonate eine schlagkräftige Mannschaft für den HSV aufbauen. Ich bin sicher, dass wir nicht noch einmal gegen den Abstieg spielen.“

PROMIS VERRATEN IHRE PLÄNE

In jeder Ausgabe des club!-Magazins stellen wir eine prominente Persönlichkeit vor. Die Damen und Herren machen es sich im Strandkorb auf der Terrasse des Business Club Hamburg bequem und schmieden Pläne für die nahe Zukunft, kleine und große, private und berufliche.

MOIN, MOIN.

WOLFF & MÜLLER IN HAMBURG

2011 sind wir mit unserer neuen Geschäftsstelle an der Alster vor Anker gegangen, um unsere Kunden und Baupartner im Norden zukünftig direkt vor Ort zu betreuen. Unsere erfahrene Mannschaft bringt die Expertise, die Begeisterung und die gewachsene Kultur der Kundennähe von WOLFF & MÜLLER mit. Wir freuen uns auf spannende Projekte im Norden.



WOLFF & MÜLLER in HAMBURG
Heidenkampsweg 77
20097 Hamburg
Ansprechpartner Karsten Gibs
Tel.: 040 7902517-10
E-Mail: Karsten.Gibs@wolff-mueller.de

Das Geheimnis des Erfolgs gelüftet

Offenheit und gute Laune sind Ausdrucksformen des Erfolgs. Gabriele Fischer, Gründerin und Chefredakteurin des Wirtschaftsmagazins brand eins versprühte beides bei ihrem Auftritt vor 80 Mitgliedern im Business Club Hamburg. Ihre Erfolgsformel: eine originelle Idee, eine engagierte Redaktion und geduldige Investoren. „Wer ein Konzept hat, das die Leser überzeugt, kann es schaffen.“ Wie brand eins, das mit einer Auflage von monatlich über 100 000 Exemplaren ausgesprochen erfolgreich ist.

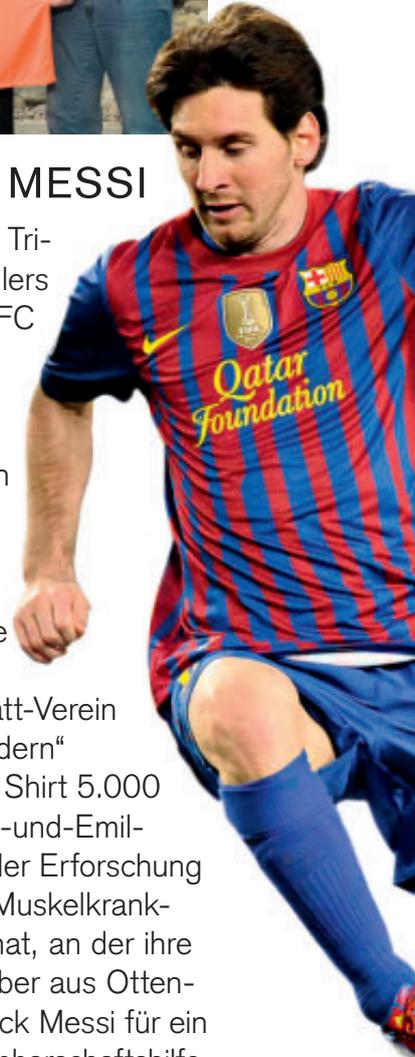


Gut gelaunt im Club: 01 Gabriele Fischer, 02 Sylvia Ostermann, Edgar Wilkening, 03 Oliver Bayer (l.) mit Carolin Cords und Bernhard Pelzer, 04 Ulf von der Heydt (links) und Erik Engelbrecht, 05 Gianni Sommer (l.) mit Julia Bastian und David Friedemann.



EIN STÜCK MESSI

Ein handsigniertes Trikot des Weltfußballers Lionel Messi vom FC Barcelona ist ein Traum. Und weil Hoffnung mit das Beste ist, was man aus einem Traum machen kann, brachte es sein Besitzer Peer-Arne Böttcher zur Auktion. Der Abendblatt-Verein „Kinder helfen Kindern“ erzielte für Messis Shirt 5.000 Euro für die Henry-und-Emil-Stiftung, die sich der Erforschung jener unheilbaren Muskelkrankheit verschrieben hat, an der ihre jungen Namensgeber aus Otten- sen leiden. Ein Stück Messi für ein Stück gelebte Nachbarschaftshilfe.



EVENT TIPP

FÜNF TOP- VERANSTALTUNGEN

Event-Highlights im Business Club Hamburg, die Sie nicht verpassen sollten.

- 13. Juni:** Besichtigung der Holsten Brauerei
- 22. bis 24. Juni:** Wochenend-Schnup- persegeln in Glücksburg an der Ostsee
- 22. Juni:** Musikabend „Romantik, Tango, Jazz“ mit Leon Gurvitch und Marc Bouchkov
- 31. August:** Besuch der Yachtwerft Robbe & Berking Classics in Flensburg
- 7. bis 9. September:** 3. Baltic Busi- ness Meeting in Rostock

DER KLIMA-PAPST GAB SICH DIE EHRE

Wir wissen, was wir tun müssen – und wir könnten es tun. Doch wir tun es nicht. Und die Zeit drängt. Quintessenzen im Vortrag eines der weltweit renommiertesten Klimaforscher und Mitglied des Business Clubs, Prof. Mojib Latif. Die Abhängigkeit der Temperatur auf der Erde vom CO₂-Gehalt der Luft ist seit über 100 Jahren bekannt. Seine Forderung: Eine CO₂-freie Wirtschaft innerhalb der nächsten 50 Jahre. „Das ist zu schaffen.“ Allerdings nicht durch die Politik, sondern durch das Engagement der (deutschen) Bürger.



Bikes & Breakfast

Diesen Sound hatten die alten Bäume im Heine-Park noch nicht erlebt: Zum ersten Mal trafen sich motorradbegeisterte Clubmitglieder in der Villa zum Frühstück. Andreas Päper, Inhaber von „Q-Bike-Technik“ hatte die Initiative gestartet, Norbert Wüpper das Treffen organisiert. Anschließend ging es zum Mittagessen nach Hollenstedt – per Bike natürlich.



SCHÖNE AUSSICHTEN

Die gelben Gummistiefel und der weiße Bauhelm waren auf der Baustelle der Elbphilharmonie Pflicht für die 20 Clubmitglieder. Es gab genug davon, denn seit langer Zeit war hier kein Bauarbeiter mehr zu sehen gewesen. Von den oben gelegenen Apartmentwohnungen ging der Blick über Hamburg und in die Ferne, aus der eines Tages die Klänge von Hamburgs großem Komponisten Johannes Brahms an dieser Stelle zu hören sein sollen. Gesa Huget, stellvertretende Geschäftsführerin der Stiftung Elbphilharmonie, referierte über das Konzerthaus.



Einzigartiger Blick:
Die Villa im Heine-Park aus der Vogelperspektive.

| PLATZ | CLUBS IN DEUTSCHLAND |
|-------|----------------------------|
| 1 | China Club Berlin |
| 2 | Berlin Capital Club |
| 3 | Airport Club Frankfurt |
| 4 | Business Club Hamburg |
| 5 | Hanse Lounge Hamburg |
| 6 | Wirtschaftsclub Düsseldorf |
| 7 | Rotonda Club Köln |
| 8 | International Club Berlin |
| 9 | Havana Lounge Bremen |
| 10 | Club International Leipzig |

Einer der besten in Deutschland

Die Nachricht sorgte für Freude im Club. In der neuen Bestenliste der exklusivsten Business Clubs Deutschlands des Internetportals „Geschäftsreise Top 10“ belegt der Business Club Hamburg mit seinem großen Angebot und den zahlreichen Serviceleistungen den vierten Platz. Zu den weiteren Topclubs in der Rangliste gehören die Partner aus Frankfurt, Düsseldorf, Köln, Bremen und Leipzig.

IMPRESSIONEN VOM CONTAINERTERMINAL

Die 20 Plätze für den Besuch im Containerterminal „Eurogate“ waren im Nu vergeben. Die Führung von Geschäftsführer Gunther Bonz stieß auf großes Interesse. Kein Wunder, wann bekommt man schon einmal Zahlen und Informationen zum größten Containerterminal? Und das aus erster Hand? Vom Betriebsgebäude aus ging es mit dem Shuttlebus übers Gelände zu den Terminals. Mit lockeren Kommentaren erklärte Gunther Bonz die technischen und logistischen Abläufe beim Be- und Entladen der Containerschiffe. Zum Abschluss gab es für die Besucher Snacks und Drinks auf der Dachterrasse von Eurogate.



PUBLIC VIEWING IM „CLUB-STADION“

Sie haben ein Business-Meeting im Club und wollen nicht auf die Spiele der Fußball-EM verzichten? In der Villa im Heine-Park können Sie EM-Spiele live auf einem Großbildschirm verfolgen. Zur Stärkung in den Halbzeitpausen bereitet Küchenchef Nils-Kim Porru jeweils ein Büfett mit feinen Leckereien vom Grill vor. Los geht's im Anschluss an die Besichtigung der Holsten-Brauerei mit der Übertragung des Klassikers Deutschland gegen Holland am Mittwoch, 13. Juni, ab 20.30 Uhr. Wenn das Team von Jogi Löw erfolgreich spielt, sind auch die Halbfinals (27. und 28. Juni) sowie das Endspiel (1. Juli) im Club zu sehen.



Flexible Arbeitsplatzlösungen für Ihren Unternehmens-Erfolg!

bis zu
4 Freimonate!*



Regus
Work your way

Ob für eine Person oder eine ganze Abteilung – wir bieten eine Reihe kostengünstiger, flexibler Bürolösungen, die für Ihr Unternehmen maßgeschneidert werden und zu jedem Budget passen.

- Komplett ausgestattete Büros und attraktive Geschäftsadressen
- Konferenzräume und Business Lounges
- Mehr als 40 Standorte in Deutschland, 7 in Hamburg

Neueröffnung:
**Millerntor
St. Pauli**

Für weitere Informationen zu unseren flexiblen Lösungen ...

 www.regus.de

 **0800/5222 5333**

*in ausgewählten Centern



VOLL
AUSGESTATTETE
BÜROS



VIRTUELLE
BÜROS



KONFERENZ-
RÄUME



VIDEO-
KOMMUNIKATION



BUSINESS
LOUNGES



BUSINESSWORLD

1200 Standorte | 550 Städte | 95 Länder



Party am Airport

Air Hamburg-Chef Floris Helmers hatte zur Party im Café Himmelschreiber am Hamburg Airport geladen. Die Clubmitglieder werden den Abend so schnell nicht vergessen. Unter den Gästen wurden acht Rundflüge verlost. Die glücklichen Gewinner durften bei herrlichem Sonnenschein einen einstündigen Flug über die Stadt genießen. Beim Barbecue mit Rib-Eye-Steaks, Büfett und kalten Getränken wurde bis spät in den Abend geplaudert und gefeiert.

PROFIKÖCHIN IM DESIGNSTUDIO

16 Jahre hat Jan Köntopf, Clubmitglied und Inhaber von Küche & Design, gewartet, bis er sich zu einer Kochveranstaltung in seinen Räumen an der Elbchaussee entschied. Jetzt lud er zum Show-Cooking ein. Profiköchin Gesa Marsch (Bild unten) zauberte unter den Augen der anwesenden Gäste ein feines Menü mit grünem Spargel und Wachteleiern, Lachsforelle, Rhabarber-Tiramisù und Schoko-Muffins an Erdbeerschaum. Ein kulinarisches Erlebnis und ein vergnüglicher Abend!



Debatte: So coachen sich die Besten

Die 80 Sitzplätze waren allesamt besetzt. Clubmitglied und Buchautorin Marion Klimmer hatte zur Podiumsdiskussion einen kleinen, aber feinen Kreis mit hochkarätigen Teilnehmern in den Business Club eingeladen. Das Thema der Gesprächsrunde lautete: „So coachen sich die Besten – persönliche Höchstleistungen erzielen.“ Unter der Leitung von Moderatorin Carla Eggen entstand eine spannende Diskussion darüber, was Höchstleistung ist und wie man sie für sich selbst definiert.



Talk im Club: (v.l.) Rainer Heydenreich (UBS Deutschland), Marion Klimmer (Buchautorin), Carla Eggen (Moderatorin), Martina Eberl (Golfprofi), Prof. Björn Bloching (Roland Berger).

RAINER HEYDENREICH
Vice Chairman UBS Deutschland

„Wenn Firmen sich mehr Gedanken um ihre Mitarbeiter machen, könnten sie mehr Höchstleistungen erzielen.“

SEO IST KEIN VOODOO! SONDERN PURES HANDWERK.

SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG



GANZ OBEN DABEI: Wenn Sie Ihre Produkte im Internet anbieten, müssen Sie auf der ersten Google-Seite sichtbar sein. Nur so bleiben Sie heute geschäftlich erfolgreich. Suchmaschinenoptimierung (SEO) bringt Sie dorthin. Dahinter steht keine schwarze Magie. Sondern reine Handarbeit, bestehend aus drei Komponenten:

PERFEKTE PROGRAMMIERUNG: Unser Team analysiert Ihr Webangebot, Ihre Serverstrukturen, die interne Verlinkung und passt die Technik im Hintergrund an.

HOCHWERTIGE TEXTE: Ihr Produkt ist einzigartig. Auch die Texte, die es beschreiben, sollten es sein. Unsere Redaktion schreibt sie maßgeschneidert. Informativ für Ihre Kunden – und optimiert für Google, Social Networks & Co.

STARKE EMPFEHLUNGSLINKS: Kern der Suchmaschinenoptimierung. Je mehr themenrelevante Links auf Ihr Angebot verweisen, desto besser stehen Sie bei den Suchtreffern da. Wir sorgen hier für mehr Sichtbarkeit.

GANZ OHNE PRIESTER, NADELN UND PUPPE.

Erfahren Sie mehr unter:

www.testroom.de/novoodoo

Oder rufen Sie uns gleich an:

040-600 800 680





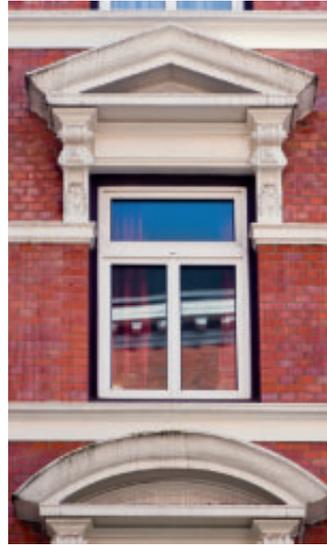
Ein bisschen Flair
von Manhattan an
der Reeperbahn:
Die beiden Tanzen-
den Türme, die der
Architekt Hadi Teher-
ani entworfen hat.

HAMBURG BAUT AUF STIL

*Marco-Polo-Tower, Chilehaus, Elbphilharmonie – die Stadt und ihre **ARCHITEKTUR** haben einiges zu bieten. Und an Ideen für neue Projekte mangelt es nicht.*

Gegensätze ziehen sich an: Der Marco-Polo-Tower mit seinen weichen Kurven neben den scharfen Kanten des Unilever-Hauses.





Das Chilehaus, eines der ersten Hochhäuser der Stadt, wurde 1924 erbaut (links). Auf dem Gelände der „Fahrzeugwerkstätten Falkenried“ entstand eine fein restaurierte Wohnanlage.

Text: **Dr. Gisela Schütte** Fotos: **Cornelius Kalk**

Die Turmsilhouette der Hauptkirchen in der Innenstadt ist seit Jahrhunderten das Wahrzeichen Hamburgs. Sie soll auch in Zukunft nicht durch Hochhäuser gestört werden. Dennoch haben die Türme, vor allem seit der Jahrtausendwende, Konkurrenz bekommen: Kräne bestimmen neben den Gotteshäusern das Bild. Hamburg baut, Hamburg verändert sein Profil und den Charakter seines Stadtbildes. Ob zum Vor- oder Nachteil – darüber wird ebenso trefflich gestritten wie über die Frage, was Schönheit ist. Fest steht: Die Kräne über der Stadt sind Symbole der florierenden Wirtschaft.

Hamburg baut vor allem an der Hafencity. Und an der Elbphilharmonie. Sie stehen für den Fortschrittswillen der Hanseaten, die architektonisch endlich einmal etwas wagen wollten – und für die Tatsache, dass der Wille allein keine Steine versetzt: Es ist schon eine Ironie der Geschichte, dass ausgerechnet das Bauvorhaben, mit dem die Hansestadt den Ruf der betulichen Pfeffersackmentalität abstreifen wollte, nun besonders großen Ärger verursacht. Und das ausgerechnet bei den Kosten.

Aber zunächst einmal muss festgehalten werden: Die Bürgerstadt Hamburg kann mit höfischem Prunk nicht aufwarten. Was hier über die Jahrhunderte gebaut wurde, war zu einem hohen Prozentsatz grundsolide und zweckmäßig. Die Kirchen – schön, aber nicht prächtig, die Palais der reichen Bürger – elegant; immerhin die Kontorhäuser, in denen der Kommerz florierte, die wurden schon zur Kaiserzeit mit Bedacht zukunftssträchtig und wirtschaftlich geplant, mit Dampfpaternoster und Zentralheizung.

Alles in allem: Kein Neuschwanstein an der Elbe, keine Türme in Rekordhöhe, kein Fürstensitz mit Alsterblick. Dafür aber der nachhaltige Ruf der „Freien und Abrissstadt Hamburg“, ein Etikett, das der Kunsthistoriker Alfred Lichtwark Hamburg verpasste, weil die Metropole stets bereit war, ihr Stadtbild zu Gunsten des Fortschritts von Grund auf umzukrempeln: Als sie nach dem Großen Brand von 1842 die Innenstadt großzügig neu strukturierte, als sie ein barockes Wohnquartier für die Speicherstadt abbrach, als sie die gesamte Altstadt für das Kontorhausviertel niederlegte und als sie selbst nach schwersten Verwüstungen

der Bombennächte noch historische Kontorhäuser wie den Dovenhof und städtebauliche Dominanten wie den markanten Kaiserkaispeicher auf der Kehrwiederspitze für neue Nutzungen unter die Bagger fallen ließ.

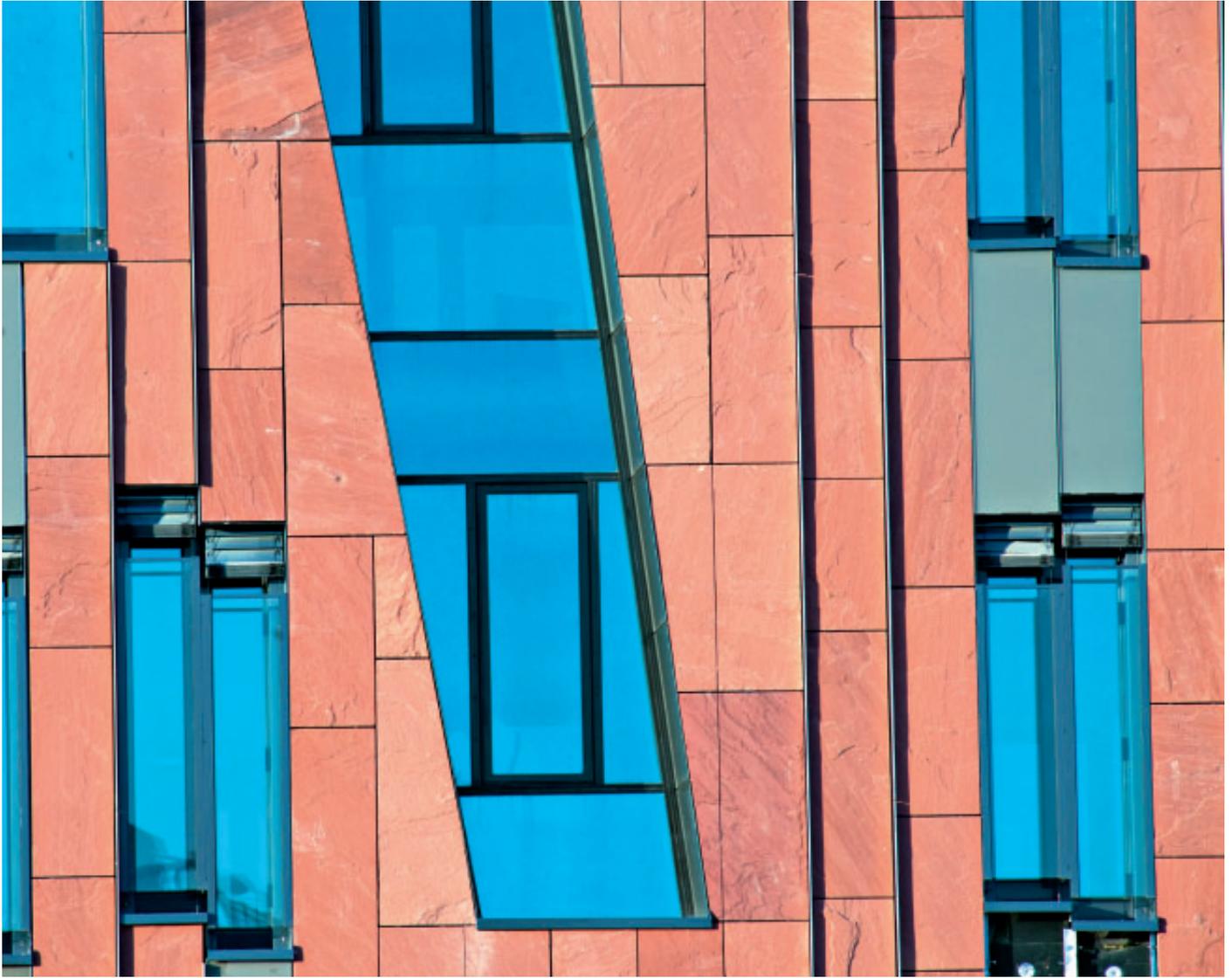
Dennoch: Was blieb, ist, was Hamburgs großer Oberbaudirektor Fritz Schumacher „das Kunstwerk Hamburg“ nannte, das Ensemble aus Rathaus, Rathausmarkt, kleiner Alster und Binnenalster, aber auch die harmonischen gründerzeitlichen Wohnquartiere westlich der Alster und die Klinkerstadtviertel der 20er und 30er Jahre, die unter Fritz Schumachers Ägide wuchsen. Die bedeutendsten Bauleistungen der Hanseaten entstanden eben nicht für Fürsten, sondern für die Allgemeinheit. Vielleicht ist das ja typisch Hamburg. Nur ein einziges exzentrisches Gebäudeprojekt passierte die Schreibtische der Genehmigungsbehörden: Fritz Högers Chilehaus. Die Baubeamten nannten es grauenhaft, die Touristen aus aller Welt finden es göttlich, das einzige Hamburger Gebäude,

Die Baubeamten fanden das Chilehaus grauenhaft – für die Touristen ist es einfach göttlich.

das es mit seinem Klinkerbug in die internationale Architekturgeschichte schaffte.

In den 90er Jahren tat sich dann etwas in der Hansestadt. Die Planer fanden, dass Hamburg nicht nur eine attraktive Wasserseite mit der Alster hat, sondern dass sich auch aus dem Elbufer etwas machen lassen würde. Wie andere Hafenstädte zwischen San Francisco, London, Barcelona und Helsinki entdeckte auch Hamburg den ruppigen Charme seiner alten Hafengebiete.

Der damalige Oberbaudirektor Egbert Kossak propagierte eine Perlenkette aus anspruchsvoller Architektur zwischen Neumühlen und dem Deichtorplatz. Bauforen fanden statt, internationale Architekten diskutierten plötzlich an der Elbe über die Zukunft →



Drei Baustile, drei Hingucker: Das „Sumatra-Haus“ (oben) und das „Baufeld 10“ (unten rechts) in der Hafencity sowie das „Dockland“ nahe dem Fischereihafen (unten links), das wie ein Schiffsbug in die Elbe hineinragt.

der Hamburger Architektur. Und jetzt? Ausgehend vom Touristenziel Fischmarkt sind jenseits der liebevoll revitalisierten Fischauktionshalle (die auch einmal abgebrochen werden sollte) in alten Speichern, in verjüngten Speichern und auf Freiflächen neue Wohnungen und Kontore entstanden und drumherum ein lebendiges Ensemble aus Fischwirtschaft mit der Lizenz zum Schlemmen: In eine einstige Mälzerei zog das Stilwerk ein, der Niederländer Kees Christiaanse baute zwei Backstein-Kontorhäuser, die mit mächtigen Hallen Durchblicke erlauben, der Hamburger Carsten Roth stellte mit den Columbia Twins ein kupferglänzendes Gebäudedoppel auf den Polder über der Elbe, der mit einer zentralen Freitreppe den Blick aufs Wasser öffnet – eine große Geste. Und buchstäblich in vorderster Front ist hier der Wahlhamburger Hadi Teherani vertreten, der in Kooperation mit seinen damaligen Partnern Jens Bothe und Kai Richter (Bothe, Richter Teherani, BRT) am Altonaer Hafenrand gleich dreimal punktete: Bereits in den 90er Jahren mit dem Kontorhaus am Elbberg 1, das einmal mehr mit dem hanseatischen Motiv des gebauten Schiffsbugs spielt, mit dem Elbberg Campus gleich daneben und mit dem heutigen Touristenziel Dockland, dem gläsernen Salmi, den BRT wie eine Yacht ins Wasser setzten, den Bug elbabwärts, klar zum Ablegen.

Der Altonaer Hafenrand (der noch nicht vollendet ist) war gleichermaßen das Abschlustraining für den großen Coup: die Hafencity. 1997 wurde das Projekt präsentiert und danach mit Akribie entwickelt – nichts sollte dem Zufall überlassen werden, nicht die Vergabe der Grundstücke, nicht die Parzellierungen, natürlich nicht die Preise für die Grundstücke und die Architektur schon

Ganz Hamburg war von der Idee für die Elbphilharmonie hingerissen.

gar nicht. Und so begann das größte Stadtentwicklungsprojekt Europas mit einer Fläche von 157 Hektar in kleinen Schritten am Sandtorkai, zögerlich, mit gleichförmigen Gebäudekörpern, einige im Detail durchaus bemerkenswert, aber im Ensemble wie ein ängstliches Rudel, das sich vor der großen Fläche zwischen Innenstadt und Elbbrücken fürchtet.

Und dann kam die Elbphilharmonie. Ursprünglich war am Standort Kaispeicher A ein Bürohochhaus mit Knick geplant gewesen. Doch weil damals die Leerstandrate für Kontore zunahm, zog der Hamburger Alexander Gérard eine Ideenskizze der Schweizer Architekten Herzog & de Meuron aus der Tasche und ganz Hamburg war hingerissen. Genau dieses hoch aufragende, gläserne Schiff, die Moderne über altem Backstein, den Musentempel neben den Speichern der Pfeffersäcke, den wollten alle haben. Der Senat, die Architekten, die Behördenplaner und viele Bürger auch. So viele, dass große und kleine Mäzene die kapitale Summe von rund 70 Millionen Euro auf den Tisch legten.

Und so wurde dann dieses eine, einzige Mal in der Stadt Merkurs schneller geplant und gebaut als gerechnet, sodass aus →



Ihr Fundament für gutes Gelingen

Als hamburger Traditionsunternehmen betreuen wir unsere Kunden zuverlässig seit 1880. Unsere Leistungen:

- Wärmedämmverbundsysteme
- Wohnungsumbauten • Trockenbau
- einfache Stahlbauarbeiten • Klärung von Fachfragen • Regie • Planung
- Feuchtemessung • Baubetreuung
- Bauabwicklung • Fassaden- und Balkonanierung



Dipl.-Bauingenieur
Stefan Müller,
Geschäftsführer

Rufen Sie uns an für ein kostenfreies Beratungsgespräch oder Angebot.

Telefon: 040 / 220 16 03

www.bauunternehmung-hamburg.de

EVENT
TIPP**FÜHRUNG DURCH DIE
ELBPHILHARMONIE**

Werfen Sie bei einem Rundgang einen spannenden Blick hinter die Kulissen des neuen Hamburger Wahrzeichens.

**Samstag 25. August 2012, 17 Uhr,
Elbphilharmonie-Infopavillon,
Magellan-Terrassen. Die Veranstaltung ist
exklusiv für Clubmitglieder und kostet 15 Euro
pro Person.**

dem gläsernen Traum ein Albtraum der sparsamen Hausväter und ein Fall für die Gerichte wurde.

Die Elbphilharmonie – eine Fehlentscheidung? Nur wenn sie wirklich zu einer Bauruine würde. Und das können sich Hansestadt und Architekten kaum leisten. Es wird also noch ein wenig gestritten werden zwischen der Stadt, dem Baukonzern Hochtief und den Architekten, alle drei Parteien werden beleidigt sein – Hochtief, weil man dem Unternehmen Preistreiberei vorwirft, die Stadt, weil sie sich genasführt fühlt und weil man ihr Planungsmanagement als stümperhaft kritisiert und die Architekten, weil sie sich in ihrer Genialität nicht gewürdigt sehen.

Am Ende, hoffen wir es einmal, wird es ausgehen wie die Sache mit der Sydney Oper. Auch dort gab es Krach um die Kosten fürs Dach, und der Architekt Jörn Utzon hat den Bettel hingeschmissen. Dennoch ist der Bau weltweit Symbol der Stadt und für den kreativen Dänen der größte Erfolg. Allerdings hat der Neubau 14 Jahre gedauert. Wann war noch mal der Baubeginn der Elbphilharmonie? 2007?

Dreh- und Angelpunkt im Hamburger Baugeschehen bleibt also bis auf Weiteres die Hafencity, und das bei aller Kritik auch jenseits des Konzerthauses mit ein paar sehr ansprechenden Bauten: Da sind das bis auf die Grundmauern grüne Unilever-Gebäude der Stuttgarter Behnisch Architekten am Strandkai und der Marco-Polo-Tower daneben, ein spannungsreiches Duo. Zum bislang Besten zählt auch das zickige Sumatra-Kontor an der Überseeallee, das der Niederländer Erick van Egeraat entwarf, und das in einer Art Neo-Neogotik sein Profil aus Ecken, Kanten und Spitzen gewinnt und gegen jeden rechten Winkel opponiert.

Und hoffentlich wird nach dem Finanzschrecken mit der Elbphilharmonie das Projekt des Niederländers Rem Koolhaas realisiert, der im Süden des Überseequartiers ein Science-Center projektierte, ein Museum wie ein Riesenrad. Museum hin oder her – das Riesenrad wäre ein toller Akzent am Magdeburger Hafen. Bewohnt, zum Arbeiten, für Kreative – egal. Nur gebaut soll es werden.

Doch es gibt auch mahnende Stimmen zum Baugeschehen. „Es geht mir nicht nur darum was, sondern vor allem wie gebaut wird“, sagt Stefan Müller, Diplom-Bauingenieur vom Baugeschäft C. Helmut Müller. „Und dabei habe ich örtlich Angst um das Stadtbild und die Identität der Hansestadt. Beispiel Hafencity: Dort muss man an manchen Orten überlegen, ob man gerade in Hamburg, London oder Kopenhagen ist. Da ist mir manches zu beliebig“, sagt der Bauunternehmer. Den Akzent mit dem runden Turm am Kaiserkai und das Zusammenspiel aus der neuen Unilever-Zentrale und dem Marco-Polo-Tower findet er sehr gelungen. „Das sind Projekte mit hohem Wiedererkennungswert.“

Im Fahrwasser der Hafencity formierte sich schließlich das Konzept Sprung über die Elbe, die Verbindung mit dem Süden der



Hamburgs umstrittenstes Bauobjekt: Die Elbphilharmonie entsteht auf dem ehemaligen Kaispeicher A an der Spitze des Sandtorhafens.

Stadt, eine Liebesheirat nach Jahrhunderten der uninteressierten Nachbarschaft am Wasser. Als Katalysator fungiert die Internationale Bauausstellung IBA, die 2013 an den Start gehen und für den Süden der Stadt überregional werben soll – für die Elbinsel Wilhelmsburg, eine Mischung aus Bauernland, Industrie und Multikulti und jetzt Hort des ökologischen Bauens, des Energiesparens und der Integration.

Schlussstein der IBA ist pikanterweise das Gebiet am Harburger Binnenhafen, eine Art Harburger Hafencity, in der Investoren seit den 90er Jahren alte Speicher revitalisierten und neue Kontorhäuser bauten. Ein spannungsreiches Idyll, das in früheren Jahren als potenzielle Konkurrenz zur großen Hafencity offiziell in der Politik kaum eine Rolle spielen durfte. Vergessen. Harburg ist jetzt zum Ausstellungsstück geworden.

Und was genau macht denn nun das moderne Hamburg aus? Was ist typisch hamburgische Bauweise? Auch darüber wird diskutiert. „Alle Welt stürzt sich auf Projekte wie die Elbphilharmonie, die Tanzenden Türme an der Reeperbahn oder den Elbkristall am Altonaer Hafenrand. Dies sind aus meiner Sicht Solitärprojekte“, sagt Bernd Pauls, Diplomingenieur und Store-Leiter bei Perfektum in der Hafencity. „Ich persönlich finde es wesentlich interessanter, wenn Viertel oder Stadtteile in ihrem Stil erhalten werden. Dazu gehören für mich das Schanzenviertel, die Elbchaussee und die Erhaltung alter Gebäude bei heutigen Energiestandards. Die Villa im Heine-Park ist für mich wie andere Projekte an der Elbchaussee vorzeigbar. Katastrophal finde ich, wenn man sehr moderne Gebäude in alt eingewachsene Strukturen einbaut wie am Kupferdamm. Eine gut gelungene Kombination zwischen modern und alt ist dagegen das vor einigen Jahren errichtete East Hotel.“

Dr. Gisela Schütte ist Autorin bei der Welt-Gruppe Hamburg.

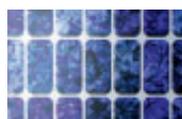
Von: Stephan Ott
An: E.ON Vertrieb
Betreff: Sonne

Ich möchte eine Photovoltaikanlage mit Top-Qualität. Und das zu einem richtig guten Preis.

Hallo Herr Ott, da haben wir was: E.ON Solar bietet Profi-Qualität zum Top-Preis.

Mit **E.ON Solar** profitieren Sie von unserem Know-how und werden selbst zum Stromproduzenten. Unsere ausgewählten Profi Partner sind Handwerksbetriebe aus Ihrer Region, die auch die komplette Installation Ihrer Solaranlage übernehmen. Mehr Informationen gibt's unter **0800-74 72 63 7** oder **eon.de/solar**

E.ON Profi-Qualität. Jetzt auf eon.de/solar gehen, Handwerks-partner finden und beraten lassen.



e-on

„Schöne Gebäude müssen auch schöne Räume schaffen“

Clubmitglieder zum Thema „Hamburg baut“



SVEN BUCK

ABB Allgemeine Baugesellschaft Buck mbH
Geschäftsführer

Neue, spektakuläre Bauten, alte, historische Baustile – das alles gehört zu Hamburg. Wie auf allen Gebieten kommt es auf die gesunde Mischung an. Eines aber muss die Voraussetzung sein: Können und Qualität. Kreative Köpfe bei der Planung und handwerkliche Meisterschaft bei der Durchführung. Wenn unsere Mitarbeiter die denkmalgeschützte Fassade des Deutschen Schauspielhauses wiederherstellen, Gesimse und Figuren rekonstruieren, schaut uns ganz Hamburg bei der Arbeit zu. Da kann man sich keinen Pfusch leisten. Neu bauen oder restaurieren – „Made in Hamburg“ muss immer für Top-Qualität stehen.

CHRISTIANE OSWALD

Dr. Hars Real Estate
Geschäftsführerin

Hamburg ist mit seinen einzigartigen Ensembles und Solitärprojekten eine große Herausforderung, der wir uns mit Freude stellen. Als typisch Hanseatisches fällt uns im Stadtbild nicht die Gleichförmigkeit, sondern die teils gewollte, teils zufällige Unregelmäßigkeit von Details auf. Das Chilehaus zum Beispiel verdankt seine Oberflächenstruktur der Tatsache, dass der gelieferte Klinker nicht der Bestellnorm entsprach und Fehlfarben und Unregelmäßigkeiten in der Oberfläche aufwies. Architekt Fritz Höger und Baumeister Heinrich Sauerland erkannten darin die Chance, eine optisch ganz besondere Fassade zu gestalten und setzten diese auch um. Das Ergebnis spricht noch heute für sich!



THOMAS WODKE

Kayenburg Erfolgreich Einrichten GmbH & Co. KG
Mitinhaber und Geschäftsführer

Hamburg ist eine wunderschöne Stadt voller Spannung. Diese wird aber nicht nur durch Architektur erzeugt, vielmehr sind es die Hamburger und ihre Besucher, die das Stadtbild prägen. Alleine die Diskussion um das Stadtbild, also die architektonische Erscheinung, zeigt doch, dass die Offenheit und der Umgang mit der grünsten Großstadt Europas von Menschen geprägt wird, und nicht nur von Gebäuden. Wir als Inneneinrichter haben oft das Gefühl, dass der Drang nach eindrucksvollen Gebäuden, besonders vor der Kulisse Hamburgs, nicht



STEFAN WULFF

Geschäftsführer der Otto Wulff
Bauunternehmung GmbH

6000 neue Wohnungen pro Jahr – Hamburg will wachsen und das ist auch gut so. Neuer und bezahlbarer Wohnraum wird im gesamten Stadtgebiet benötigt. Als Bauunternehmung freuen wir uns natürlich über die zahlreichen anstehenden Projekte und die versprochene Verkürzung der Entscheidungswege. Ebenso wichtig wie die Quantität ist aber die Qualität: Ressourcenschonendes Bauen energieeffizienter Gebäude gehört für uns bereits zum Standard. Als eines der größten Bauunternehmen Norddeutschlands wollen wir es dabei aber nicht belassen. Wir entwickeln – wie beispielsweise mit dem Algenhaus BIQ – immer neue Wege des zukunftsfähigen Wohnens. Nachhaltigkeit ist dabei nicht nur ökologische Verpflichtung, sondern vor allem ökonomische Notwendigkeit.

immer mit den späteren Nutzern abgestimmt ist. Wir sehen die Gebäude immer von innen heraus, denn aus diesem Blickwinkel ergibt sich das wahre Hamburg, das ist der Blickwinkel der Hamburger und nicht der Architektur-Touristen oder Kritiker.

Schöne Gebäude müssen schöne Räume schaffen, Räume, in denen man sich wohlfühlt, in denen man leben und arbeiten kann und möchte. Dieser Ansatz ist ganzheitlich, er beginnt mit Strukturen, Raumgrößen und endet mit Licht- und Akustikverhältnissen.





**ERFAHREN.
PARTNERSCHAFTLICH.
PROFESSIONELL.**

Wir freuen uns auf Sie:
jobs in time Hamburg GmbH
Großer Burstah 23
20457 Hamburg
Tel.: 040/22 60 61-0
www.jobsintime.de/hamburg

jobs.
IN TIME

Zeitarbeit
Jobvermittlung
Outsourcing

„Wir brauchen mehr Akzente, die rocken!“

Er hat in den vergangenen zwei Jahrzehnten das Bild der Hansestadt mit spektakulären Bauten geprägt: Das club!-Magazin sprach mit dem Architekten und Designer HADI TEHERANI über Projekte, Pläne, das Bauen in Hamburg und das Gesicht der Stadt.

Text: **Dr. Gisela Schütte** Fotos: **Martina van Kann**

club!: Herr Teherani, Hamburg baut, Kräne bestimmen die Stadtsilhouette. Welches ist das bedeutendste Projekt für die Metropole?

Hadi Teherani: Ohne Zweifel die Hafencity und die Elbphilharmonie, wenn sie denn einmal fertig wird. Dieses Projekt hat immense Bedeutung. Es ist die allergrößte Chance der Hamburger, sich mit Architektur auf dem internationalen Parkett zu profilieren. Auf dieser Bühne war die Stadt bislang zu wenig präsent.

club!: Und wo sehen Sie bislang die planerisch verpassten Chancen?

Teherani: In dem Lighthouse, dem Hochhaus, das wir für die Hafencity vorgeschlagen haben, und in der Living Bridge zwischen Hafencity und Kleinem Grasbrook. Ganz besonders in der Living Bridge. Denn sie ist ein Beispiel für einen neuen Gebäudetyp, der international auf Interesse stößt, und es passt für Hamburg, das durch Brücken geprägt ist und wo die Menschen am Wasser leben. Das wäre ein starker Akzent, so stark wie die Elbphilharmonie, ein Projekt, auf das die Welt wartet.

club!: Das aber in den Schubladen der Behörden verstaubt?

Teherani: Ich hoffe, dass wir das Projekt noch realisieren können. Tatsächlich ist es nicht nur ein spektakuläres Bauvorhaben, sondern auch die einmalige Chance, die Hafencity mit der Elbinsel Wilhelmsburg zu verbinden und damit den Sprung über die Elbe in Architektur umzusetzen – und zudem noch neuen Wohnraum zu schaffen, und das in spektakulärer Lage. Laut aktueller Planung benötigen wir Jahr für Jahr 6000 bis 8000 neue Wohnungen in Hamburg, mit der Brücke würden wir 1000 Einheiten bauen.

club!: Was glauben Sie, weshalb sind die Planungen versandet – hat die Hamburger in Sachen Architektur einmal mehr der Mut verlassen?

Teherani: Darüber kann man nur spekulieren. Bei den Koalitionsvereinbarungen der letzten Rathausregierungen war die Brücke noch ein Thema. Vielleicht sind es die Schwierigkeiten mit der Elbphilharmonie, die die Verantwortlichen jetzt vor einer Entscheidung zurückschrecken lassen.

club!: Wo liegen die nächsten Herausforderungen und Chancen in der Hafencity?

Teherani: Eindeutig am Grasbrookhafen. Hier besteht noch einmal die Chance, Akzente zu setzen.

club!: Und wo sehen Sie gegenwärtig städtebaulich die größten Defizite in der Hansestadt?

Teherani: An den Einfahrtstraßen. Repräsentativ ist etwas anderes. Die einzige repräsentative Einfahrtstraße ist die Elbchaussee. Ich hatte vor einigen Jahren ein Angebot für ein sehr schönes Grundstück in Bergedorf – das ich abgelehnt habe, weil mir die Vorstellung, jeden Tag über die B5 in die Stadt fahren zu müssen, nicht gefiel. Auf dem Weg von Süden in die Stadt haben am Heidenkampsweg wenigstens die Bauten Akzente gesetzt, die der Investor Dieter Becken in Auftrag gegeben hat.

club!: Also muss auch hier noch nachgebessert werden?

Teherani: Unbedingt. Gleichzeitig liegt aber auch hier östlich des Heidenkampswegs für Hamburg ein immenses Potenzial. Und da sind wir wieder beim Wohnungsbau. Hier in Hammerbrook und Hamm-Süd haben wir hervorragende Wasserlagen, die sich nicht nur, wie bislang realisiert, als Standorte für den Backoffice-Bereich eignen, sondern auch für den Wohnungsbau. Es gibt hier bereits eine hervorragende Infrastruktur, die Innenstadt liegt in unmittelbarer Nähe, näher noch als zu Altona, wo ja groß gebaut werden soll, zur Hafencity ist es ebenfalls nicht weit, es gibt die Kanäle und einen großen See – ein Superort also.

club!: Und wie sieht es mit der Diagnose für die Innenstadt aus?

Teherani: Die City-Hochhäuser sind ein ganz wichtiges Thema. Die Stadt versucht ja gerade, das Grundstück zu verkaufen und einen Investor dafür zu finden. Nach bisherigen Vorstellungen soll dort ein Backsteinensemble entstehen, im Anklang an das Kontorhausviertel. Und auch hier ist eine Mischung aus Wohnen und Büros geplant.

club!: Moderne Konkurrenz für Schumacher, Höger & Co.?

Teherani: Eine vertane Chance! Genau hier an dieser Adresse liegt ein Dreh- und Angelpunkt, aus dem die Innenstadt neuen Schwung gewinnen könnte. Hier ist der Übergang zur Speicherstadt und zur Hafencity. Hier müsste eine spektakuläre Architektur entstehen, ein Projekt von Spitzenarchitekten wie beispielsweise Rem Koolhaas. Auch die Nutzungspläne finde ich übrigens zu banal für diesen Standort. Hier an der sogenannten Kunstmeile zwischen Kunsthalle und Münzplatzviertel sollte etwas mit Kunst entstehen, eine Nutzung mit Kunst und Kommerz, eine Adresse, die für Hamburger und Touristen spannend ist.

Architekt und Visionär:
Der Wahlhamburger
Hadi Teherani hat einige
der spektakulärsten
Bauten der Hansestadt
entworfen. Weitere sind
in Planung.





club!: Ein Leuchtturmprojekt...

Teherani: ...aber auch die Chance, die gesamte Umgebung in Ordnung zu bringen, die Fläche vor dem Chilehaus und ebenso die Umgebung der Deichtorhallen. Die Freifläche hier ist doch kein wirklicher Platz. Hier müssen weitere Nutzungen dazu kommen, Gastronomie, Kunst, Kommerz, hier muss ein Bootsanleger her, an dem die Besucher das Schiff zur Elbphilharmonie hinüber nehmen können.

club!: Und was fehlt in der Hafencity?

Teherani: Radwege und ein richtiger Boulevard.

club!: Aber dieser Boulevard entsteht doch jetzt im Überseequartier.

Teherani: Das ist viel zu weit weg von der Innenstadt. Wir brauchen einen Boulevard an der Elbphilharmonie. Hier werden die Besucher flanieren. Der jetzige Kaiserkai ist zu eng. Stellen Sie sich vor, wenn Veranstaltungen in dem Konzerthaus stattfin-

den. Dann fahren und gehen da die Menschen entlang. Das Profil der Straße ist dafür viel zu schmal. Die Argumentation, das Projekt Elbphilharmonie sei erst nach dem Masterplan entstanden, kann ich nicht gelten lassen. Dann hätte man umplanen müssen, Platz schaffen für einen so spektakulären Bau. Die Parkplatzsituation ist auch völlig unzureichend. Die Leute wollen einfach nicht so weit laufen bis zum Überseequartier. Und dann hätte es breiter Bürgersteige bedurft, einer Großzügigkeit, die zu dem Projekt passt. Aber damit haben die Hamburger Verkehrsplaner immer ein Problem, auch die Plätze sind am Ende immer nur Knotenpunkte mit abgegrenzten Straßen. Auch der Domplatz. Das ist doch kein Platz. Andere Metropolen schaffen es doch auch, an städtebaulich bedeutenden Orten die Straßenräume einfach durchzupflastern und so optische Einheiten zu schaffen. Nur hier in Hamburg heißt es immer, das ginge nicht.

HADI TEHERANI, 58, stammt aus Teheran. Mit seiner Familie kam er 1960 nach Hamburg. Er begann wie seine Brüder in der Modebranche und wandte sich der Architektur zu, weil er nicht so gern im Laden auf Kundschaft warten mochte. Teherani studierte in Braunschweig bei Professor Meinhard von Gerkan und hatte in Aachen einen Lehrauftrag für Professor Volkwin Marg. Nach Abschluss der Ausbildung machte er sich selbstständig. 1991 gründete er das Architekturbüro BRT, seit 2012 verkörpert er allein die Marke Hadi Teherani.

club!: Sie haben bereits in der Hafencity gebaut ...

Teherani: Zwei Projekte, das Gebäude für China Shipping am Sandtorkai und ein Wohnhaus am Kaiserkai. Viel zu wenig für einen so prominenten Standort.

club!: Höchste Zeit für die Living Bridge, die bewohnte Brücke?

Teherani: Unbedingt.

club!: Und wie stehen die Chancen für das Lighthouse, das Hochhaus, das Sie entworfen haben?

Teherani: Hamburg hat einfach Angst vor der Höhe. Dabei hätte genau dieser Akzent der Hafencity gut getan.

club!: Und was sollte unbedingt noch in der Hafencity realisiert werden?

Teherani: Das Projekt Science Center von Rem Koolhaas im Süden des Überseequartiers am Magdeburger Hafen. Das wäre ein starker Akzent für die gesamte Hafencity. Dabei ist es ganz gleichgültig, welche Nutzung dort einzieht, das könnten auch spektakuläre Wohnungen oder zukunftsorientierte Firmen sein. Der Umriss, dieses architektonische Riesenrad an dieser Stelle, das wäre ein Signal.

club!: Also ist mehr Mut gefragt?

Teherani: Ja. Wir müssen uns auch trauen, einmal ein Projekt zuzulassen, das wir vielleicht in 50 Jahren nicht mehr sehen wollen. Wir müssen daran denken, was die Besucher unserer Stadt empfinden. Sie kommen aus Spanien, Großbritannien und Übersee und sagen: Die Alster – schön. Die gründerzeitlichen Wohnquartiere – sehr nett. Die Wasserlagen – auch hübsch. Die Elbphilharmonie – wow. Und was noch? An diesem ‚Was noch?‘ müssen wir arbeiten. Wir brauchen mehr Akzente, die rocken.

club!: Wie die „Tanzenden Türme“?

Teherani: Ja, wie die „Tanzenden Türme“ an der Reeperbahn. Ich bin sehr froh, dass es uns geglückt ist, dieses Projekt zu realisieren. Und dass die Leute solche Archi-

tektur-Bekenntnisse mögen, sieht man daran, dass der Bau schon vor der Fertigstellung fester Bestandteil der Stadtrundfahrten ist. Darauf sind wir stolz.

club!: Sie haben sich nach zwei erfolgreichen Jahrzehnten mit dem Büro Bothe Richter Teherani neu aufgestellt. Warum?

Teherani: In den letzten Jahren hatte es wirtschaftliche Schwierigkeiten mit Projekten im Ausland gegeben. Wir mussten Mitarbeiter entlassen. Das war die eine Seite. Die andere: Ich wollte noch einmal etwas Neues wagen, die Marke Hadi Teherani ausbauen.

club!: Wie sind Sie jetzt an den Start gegangen?

Teherani: In Zukunft werden unter der Marke Hadi Teherani die Arbeitsfelder neu geordnet. Der Bereich Hadi Teherani Architects ist für das Bauen zuständig, Hadi Teherani Interior kümmert sich um die Innenausstattung. Die Hadi Teherani Design AG gestaltet alles, was man unter Lifestyle versteht. Mit zwei Partnern, Thilo Knöchel und Jürgen Wilhelm, bietet die Hadi Teherani Consulting als Dienstleister Bauleitung für Auftraggeber.

club!: Weshalb bieten Sie jetzt Dienstleistungen für andere Projekte an?

Teherani: Weil man den Architekten immer mehr Aufgaben wegnimmt. Manche Bauherren hätten am liebsten nur den Entwurf und wollen, dass der Generalunternehmer alles regelt. Früher begleiteten die Architekten in der Regel ihre Projekte von der ersten Skizze bis zur Schlüsselübergabe. Damit wir unsere versierten Baubetreuer auf Dauer halten können, brauchen wir diese zusätzlichen Aufträge.

EVENT
TIPP

STARARCHITEKT IM CLUB

Unser Interviewpartner Hadi Teherani kommt zu Besuch in den Business Club, um mit Ihnen über faszinierende Bauten und einzigartige Designs zu sprechen.

**Dienstag 11. September 2012, 19 Uhr,
Business Club Hamburg, Elbchaussee 43.
Kostenbeitrag pro Person von 20 Euro für BCH-Mitglieder bzw. 30 Euro für Nicht-Mitglieder
(inklusive kulinarischem Ausklang).**

club!: In Sachen Design feiern Sie im nächsten Jahr schon zehnjähriges Bestehen...

Teherani: Weil ich ein Perfektionist bin. Ich möchte, dass alle Dinge genau so aussehen, wie ich sie mir vorstelle. Deshalb habe ich als erstes mein Auto – darf ich sagen, dass es ein Mini war? – im Innern neu gestaltet. Dann fand ich für meine Bauten nicht die richtigen Türklinken. Und dann ist es so weitergegangen mit Bürostühlen, Lampen, Services, Akku-Fahrrädern ...

... sagt er und gießt dem Gast, der auf dem weißen Ledersessel Marke Teherani sitzt, den Tee aus der Thermoskanne im Teherani-Design in die passende Tasse. Keine Frage – das Büro mit Elbblick am Elbberg 1 liegt natürlich in einem Teherani-Bau.

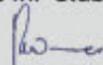



® Alles klar!
Wir verleihen Ihrer Feier Glanz
★★★★★

Vom Candlelight Dinner bis zum Kundenevent,
für den privaten oder geschäftlichen Anlass . . .
bei uns mieten Sie Produkte namhafter Hersteller
in Top-Qualität zu bezahlbaren Preisen.

Sprechen Sie mit mir!

Herzlichst Ihr Club-Mitglied


Reinhold Wanner
Geschäftsführer

Alles klar!
Veranstaltungs-Service
GmbH Hamburg
Kressenweg 18-22
22549 Hamburg
Tel: 040/840 568-0
Fax: 040/840 568-20
www.allesklar-verleih.com



VON NEO- UND POST-, UN- UND VOR-STILEN

Von **Detlef Gürtler**

Achten Sie mal auf die Vorsilben. In Stilfragen, insbesondere Baustilfragen, tauchen sie regelmäßig auf, um das, was da gerade kommt, in irgendeine Beziehung zu dem zu setzen, was irgendwann schon einmal war – von Spätgotik über Neobarock bis Postmoderne. Und die Wahl der Vorsilbe sagt mehr über den Zustand aus, in dem sich eine Gesellschaft befindet, als diese selbst wahrhaben will.

Da gibt es die Großfamilie des Neuen, mit ihren drei Hauptstämmen: dem altsprachlichen Neo-, dem weltsprachlichen New (oder, vor 100 Jahren: Nouveau) und dem eigensprachlichen Neu-. Eines haben alle Familienmitglieder gemeinsam: eine positive Einstellung zur Zukunft. Das Neue soll mehr oder weniger anders, aber vor allem wird es besser werden als das Alte. Eine derzeit, und zwar ziemlich genau seit dem 11. September 2001 im Abendland nicht mehr allzu verbreitete Vorstellung, aber davor doch immer wieder in optimistischen Epochen anzutreffen.

Unter dieser Gemeinsamkeit treten dann aber die großen Unterschiede der drei Stämme zutage. Neo- wie in -klassizistisch oder -konservativ, wie in -liberal oder -barock, badet durch die Latinisierung in der Historie, behauptet von sich selbst, sich auf die Schultern von Riesen zu stellen, gibt aber durch die Blume zu verstehen, dass es der Zukunft doch eigentlich gut stehen würde, so auszusehen wie die Vergangenheit.

Globalistisch und genialisch hingegen gibt sich die Anlehnung an die jeweils gerade hippe Weltsprache, von New Age bis New Economy, oder eben einst jene Art Nouveau, die sich in Deutschland Jugendstil nennen durfte. Alles irgendwie ganz neu, wie genau ist egal, Hauptsache irgendwie ganz anders. Viel mehr als ein Rülps der Kulturgeschichte ist dabei bisher allerdings noch selten herausgekommen.

Gründlicher wird beim „Neuen“ gearbeitet, wie in der „Neuen Sachlichkeit“, dem „Neuen Bauen“ oder der „Neuen Fotografie“. Da wird von Deutschland aus mit deutschem Adjektiv ein ganzer Begriff umgepflügt, um einem komplett umgedachten Sys-

tem Platz zu schaffen. Dem Rest der Welt ist das jedoch meist zu kompliziert – das „Neue“ bleibt in seiner regionalen Nische stecken.

Die bis vor kurzem vorherrschende Vorsilbenfamilie gruppierte sich hingegen um „post“, wie Postmaterialismus, -moderne oder -kommunistischen Parteien. Eigentlich ist es ja der Gipfel der Einfallslosigkeit, wenn man das Nächste einfach auf das Fundament (oder die Trümmer) des Bisherigen draufsetzt, und sich nicht einmal die Gedankenarbeit macht, dem neuen Kind einen neuen Namen zu geben, aber, nun ja, es muss ja auch Übergangszeiten geben.

Zuletzt war jedoch ein Stimmungswechsel von der Übergangszur Untergangszeit zu spüren. Er hört auf die Vorsilbe „un“, englisch ausgesprochen, wie in Undoing oder Unfollowing, Unbranding oder Unmarketing, Unstyle oder Unconference. Und dieses Un-ning bedeutet vor allem eines: Unsicherheit. Die alten Begriffe und Handlungsweisen haben in eine Sackgasse geführt, der vertraute Weg des „Weiter-so“ ist, wenn überhaupt, nicht mehr lange gangbar. Die Vergangenheit scheidet als positiver Bezugspunkt aus, die Zukunft sieht auch nicht danach aus und mit dem Gefühl, in einer kaum definierbaren Zwischenzeit zu leben, kann ein Montaigne grandiose Essays schreiben, aber keine Gesellschaft lange existieren.

Also definiert sich die Gesellschaft dann stärker über die Gegenwart, feiert im fiebrigen Gefühl des „Nach mir die Sintflut“ und wartet darauf, dass von irgendwoher neue Begriffe einfliegen, die endlich wieder ganz ohne Vorsilbe auskommen. So etwas wie „Blob“, nur besser. Damit die Zwischenzeit endlich zu Ende geht, und von der Nachwelt dann mit der Vorsilbe „vor“ versehen werden kann, wie in Vormoderne oder Vormärz- der Vorsilbe, die nur die Sieger vergeben.

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



Man mag denken, wir können nicht rechnen.
Dabei sind wir einfach anständig.

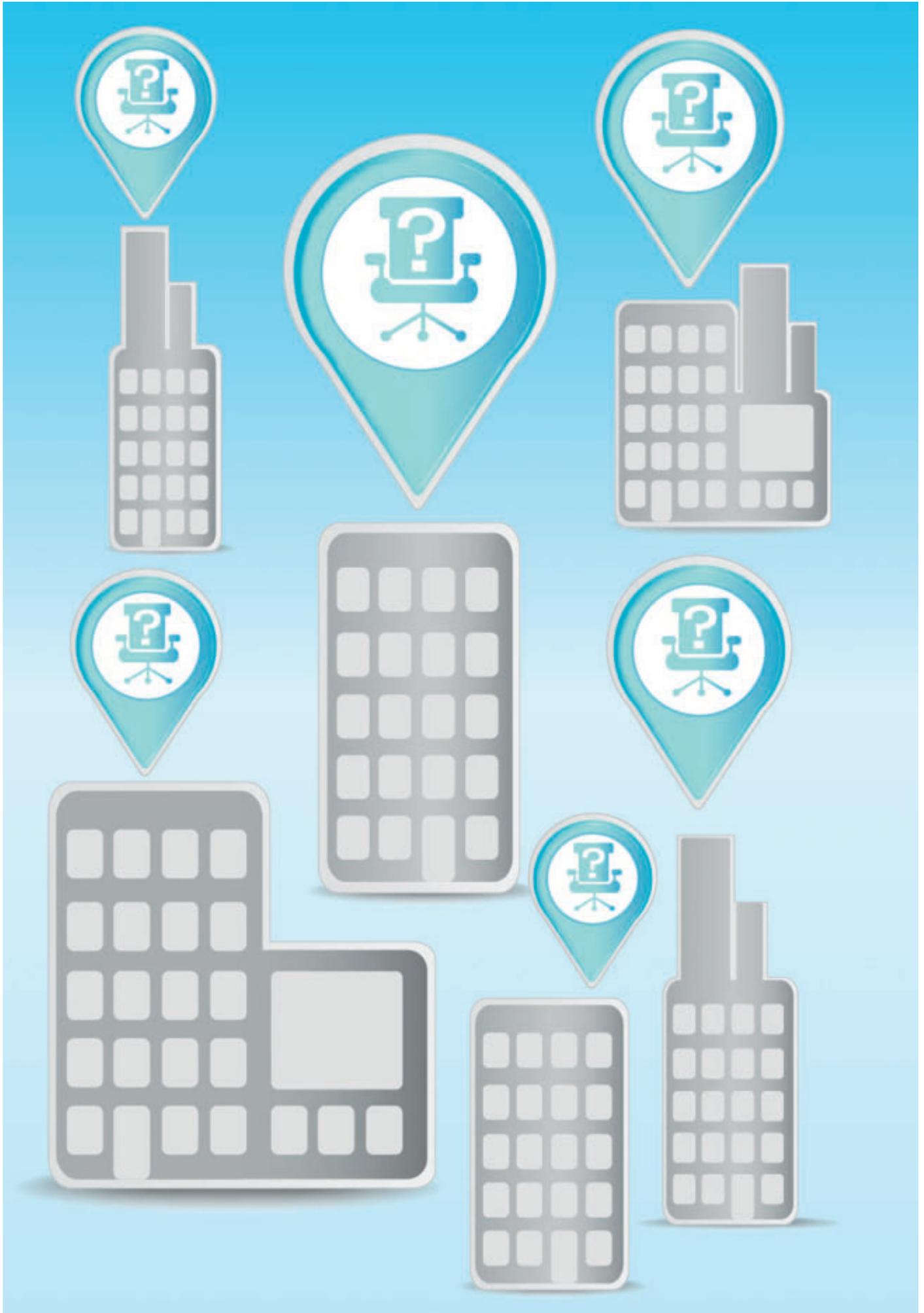
Tagen und feiern im Grand Elysée: beste Konditionen inklusive mehr Service, mehr Vielfalt und mehr Ambiente – mitten in Hamburger Bestlage. Das Grand Elysée bietet Ihnen den passenden Rahmen für Ihre Tagung oder Ihren Event mit bis zu 1.200 Personen. Alle Veranstaltungsräume sind ausgestattet mit modernster Technik und verschaffen Ihnen eine hervorragende Plattform für eine erfolgreiche Veranstaltung.

Ihr Kontakt zu Hamburgs erster Adresse für anspruchsvolle Events:
Telefon 040/41 41 2-888 oder bankett-reservierung@grand-elysee.com.



GRAND ELYSEE
HAMBURG

Elysée Hotel AG Hamburg · Rothenbaumchaussee 10 · 20148 Hamburg
Tel.: +49 (0)40/41 41 2-0 · Fax: +49 (0)40/41 41 2-733 · www.grand-elysee.com · info@grand-elysee.com



NACHFOLGER GESUCHT

Sie sind in den besten Jahren, gesund und leistungsstark. Und doch will sie keiner haben. Zahllose deutsche Mittelständler suchen derzeit vergeblich nach einem geeigneten Nachfolger an der Unternehmensspitze. Warum der Stabwechsel so schwierig ist – und wie er dennoch gelingen kann.

Text: **Catrin Gesellensetter** Illustration: **Tom Leifer Design**

Das Rückgrat der deutschen Wirtschaft ist in die Jahre gekommen. Zwar ist der deutsche Mittelstand noch immer der wichtigste Arbeitgeber der Republik, Garant für Wohlstand und Wachstum und nicht zuletzt Inhaber ungezählter Patente. Und doch hat er ein gewaltiges Problem. Vor allem an der Spitze.

Tausende Unternehmen, aufgebaut und geführt von Unternehmerpersönlichkeiten des alten Schlages, suchen derzeit händeringend einen Nachfolger für die Chefetage. Allein in Hamburg stehen nach Schätzungen der Industrie- und Handelskammer bis zum Jahr 2014 etwa 3500 Übernahmen an. Doch längst nicht alle werden gelingen. „Die Gefahr, dass ein prosperierender Betrieb geschlossen werden muss, weil der Nachfolger an der Spitze fehlt, ist groß“, warnt Brigitte C. Strunck, Geschäftsführerin der In-puncto Personalleitung GmbH aus Hamburg.

Schuld ist, wie so oft, der demografische Wandel. Bereits im Laufe dieses Jahrzehnts wird die Gruppe der Erwerbstätigen um etwa vier Prozent schrumpfen. Unternehmerischer Nachwuchs wird so zur Mangelware. „Die Suche würde vielen Unternehmern sicher besser gelingen, wenn Firmenchefs frühzeitig begännen, ihren eigenen Ausstieg zu planen“, sagt Expertin Strunck. „Und das ist leider eher die Ausnahme denn die Regel.“

Nachschub aus den eigenen Reihen

Selbst wer sich mit der Kandidatensuche nicht aufhalten muss, etwa weil er die eigenen Kinder von Anfang an zum Firmenchef erzogen hat, hat noch genügend Probleme. Zum einen müssen zahllose rechtliche, steuerliche und buchhalterische Fragen geklärt werden, Gesellschafts- und Poolverträge angepasst, Testamente errichtet sowie Erb- und Eheverträge abgeschlossen werden. Schon das würde genügen, um einen gestandenen Geschäftsmann erst einmal auszulasten. Und doch: Die größten Schwierigkeiten liegen meist anderswo.

„Wenn es um Zahlen, juristische Winkelzüge oder Finanzierungsfragen des Stabwechsels geht, legen die meisten Firmenchefs größte Akribie an den Tag“, sagt Strunck. Die Tatsache hingegen, dass man mit der Person, der man sein Lebenswerk anvertrauen will, auch menschlich zurechtkommen sollte, wird eher vernachlässigt.

Die Folgen sind oft verheerend. „Selbst wenn ein Unternehmer einen fachlich geeigneten Interessenten für die Übernahme gefunden hat und alle rechtlichen und finanziellen Fragen geklärt sind, liegen die Chancen, dass der Stabwechsel klappt, bei gerade einmal 20 Prozent“, so die Erfahrung der Beraterin. „Vor allem wenn

„Nur rund 20 Prozent aller Stabwechsel gelingen.“

die Ideen des Neuen von den bewährten Traditionen des Patriarchen abweichen, ist Streit oft programmiert.“

Das gilt auch und gerade in Familienunternehmen, die von einem engagierten Gründer aufgebaut und groß gemacht wurden. „Hier kommt es immer wieder vor, dass der Seniorchef erst mit 60 Jahren – oder gar noch später – damit beginnt, über seine eigene Nachfolge nachzudenken“, sagt Meike Siemen, mit ihrem Unternehmen Brückenbogen Wirtschaftsmediatorin und Konfliktberaterin bei Unternehmensnachfolgen.

Eine schwierige Ausgangsposition. Selbst wenn es Söhne und Töchter gibt, die bereits in den Startlöchern stehen: Eine gut organisierte Übergabe braucht in der Regel fünf bis zehn Jahre Vorbereitung. Eine Zeit, in der der Seniorchef unter anderem lernen muss, Verantwortung abzugeben und loszulassen. Das aller- →



Zwei, die sich verstehen: Wolfram und Christoph Birkel im Büro im hit-Technopark. In dem einzigen Technologiepark Hamburgs residieren rund 100 Firmen.

CHRISTOPH BIRKEL

Geschäftsführer hit-Technopark, Hamburg

„Seit 5 Generationen wird unsere Firma in der Familie weitergegeben – warum sollten mein Vater und ich eine Ausnahme machen?“

dings fällt mit zunehmendem Alter nicht unbedingt leichter – insbesondere, wenn der scheidende Geschäftsführer bislang fast ausschließlich für das Unternehmen gelebt und seinen Beruf als sein schönstes Hobby betrachtet hat.

Reden ist Gold

„Wer Zeit seines Lebens an vorderster Front gekämpft hat, für den ist es natürlich besonders schwer, zurückzustecken und einem Jüngeren das Feld zu überlassen“, so Siemen. Mitunter allerdings lässt sich aus der Not auch eine Tugend machen. „Gerade bei einer Übergabe innerhalb der Familie gibt es Fälle, bei denen auch eine Doppelspitze funktioniert“, so die Expertin. Voraussetzung: Die Beteiligten haben die Kompetenzen klar verteilt und der Tag des Ausstiegs steht.

Im Wesentlichen haben sich zwei Gestaltungsvarianten bewährt. Entweder der Senior zieht sich zu einem bestimmten Stichtag endgültig und unwiderruflich aus dem operativen Geschäft zurück oder er gibt zumindest formell seine Ämter auf, bleibt dem Junior aber noch eine Weile als Berater erhalten. „Welcher Weg für ein Unternehmen der richtige ist, hängt maßgeblich davon ab, wie die generationsübergreifende Zusammenarbeit klappt, welche

Charaktere aufeinandertreffen – und wie die Beteiligten miteinander kommunizieren“, sagt Siemen. Der letzte Punkt, die Kommunikation, macht aber oft Probleme. „Gerade bei familieninternen Nachfolgemodellen fehlt häufig die gebotene Neutralität bei der Einschätzung der gegenseitigen Fähigkeiten und Defizite“, sagt Beraterin Strunck. Oft gingen die Beteiligten zu Unrecht davon aus, zwischen Vater und Sohn müsse eine Art Seelenverwandtschaft bestehen, die auch die unternehmerischen Fragen umfasse. „Stellt man dann fest, dass dem nicht so ist, sind die ersten Fehlentscheidungen meist schon getroffen und die Enttäuschung groß.“

Andererseits gilt: Wenn Vater und Sohn tatsächlich eine gemeinsame Werteskala besitzen und ein paar elementare Verhaltensregeln einhalten, können beide durch die Übernahme profitieren. Eines der schönsten Beispiele dafür ist der Fall der Hamburger Unternehmerfamilie Birkel. Sohn Christoph hat die Geschäftsführung im Jahr 2007 von seinem Vater Wolfram übernommen. Ein ganz natürlicher Vorgang, sei das gewesen, erzählt er. „Seit fünf Generationen wird unser Unternehmen innerhalb der Familie weitergegeben – warum hätten mein Vater und ich da eine Ausnahme machen sollen?“ Grabenkämpfe um Macht oder die richtige Unternehmensstrategie habe es nie gegeben. Im Gegenteil. „Allen Beteiligten war von Anfang an klar, dass ich nach meinen Lehr- und Wanderjahren zurückkommen und die Firma übernehmen würde“, erzählt Birkel. Genau so ist es dann auch passiert. Langsam aber stetig übertrug der Senior immer mehr Verantwortung auf den Sohn. „Ich habe das gar nicht richtig gemerkt – bis mein Vater dann plötzlich im Ruhestand war und mir bewusst wurde, dass ich das Unternehmen nun wirklich alleine leite.“

Wo gehobelt wird, fallen Späne

Völlig ohne Reibungsverluste allerdings läuft selbst die harmnischste Übergabe nicht ab. Vor allem in der Übergangszeit, in der alter und neuer Chef als echte Doppelspitze auftreten, bleiben kleine Hakeleien nicht aus. „Der eine oder andere Mitarbeiter musste in dieser Zeit doppelte Wege gehen: Gelegentlich gab es auch einmal widersprüchliche Anweisungen“, räumt Birkel ein.



EVENT
TIPP

BUSINESS-FRÜHSTÜCK MIT BRIGITTE C. STRUNCK

Die Geschäftsführerin der „Inpuncto Personalleitung GmbH“ wird im Rahmen eines Business-Frühstücks einen Impulsvortrag zum Thema „Unternehmensnachfolge“ halten.

**28. August 2012, 9 - 11 Uhr,
Business Club Hamburg, Elbchaussee 43.
Kostenbeitrag für Clubmitglieder 18 Euro pro Person. Nichtmitglieder zahlen 28 Euro pro Person.**

„Das war für die Belegschaft mitunter schon nervig.“ Inzwischen allerdings sind die Fronten klar. Jeder in der Firma weiß: Der Sohn hat das Sagen, der Senior ist Privatmann. Und das mit jeder Menge Spaß: „Reisen, Segeln, Technik – mein Vater war schon immer ein vielseitig interessierter Mensch“, sagt der junge Unternehmenschef. „Langweilig wird ihm ohne die Firma sicher nicht.“ Und wenn es doch einmal anders kommen sollte? „Auch gut“, lacht Birkel junior. „Wenn mein Vater irgendwann einmal zurückkommen möchte, kann er das jederzeit gerne tun.“

So viel Zusammenhalt nötigt selbst erfahrenen Experten einigen Respekt ab – denn in der Praxis sind solche Glücksfälle eher die Ausnahme. „Selbst wenn Altchef und Nachfolger sich blendend verstehen – der Rest der Familie ist auch noch da“, weiß Expertin Strunck. „Und der kann massive Probleme machen.“

Der Klassiker: eine unliebsame Ehefrau, aufmüpfige Geschwister, die ihre Geschäftsanteile versilbern wollen – oder ein entfernter Neffe, der zwar ein großes Ego, leider aber keinerlei unternehmerischen Sachverstand besitzt. Strunck: „In solchen Konstellationen verhärten sich die Fronten oft. Spätestens dann sollten die Betroffenen einen erfahrenen Mediator oder externen Coach hinzuziehen. Mit dessen Unterstützung lassen sich oft doch noch interessengerechte Ergebnisse erzielen.“

Das weiß auch Unternehmer Birkel. Und er ist dabei, es zu minimieren. Zwar sind seine drei Kinder noch ziemlich klein. Irgendwann allerdings wird sich auch ihnen die Frage stellen, ob sie, wenn überhaupt, in die Fußstapfen des Vaters treten wollen. Um für diesen Fall vorbereitet zu sein, tüftelt Birkel schon heute an Verträgen, die sowohl der Familie als auch dem Unternehmen ein gutes Auskommen sichern. Wie das geht, hat er von seinem Vater gelernt.

FÜNF FALLEN – UND WIE MAN SIE UMGEHT

- Rechtzeitig beginnen.**
Egal, ob der eigene Nachwuchs oder ein externer Kandidat die Firma übernehmen soll – um einen erfolgreichen Stabwechsel vorzubereiten, bedarf es einer akribischen, meist mehrjährigen Vorbereitung. Je früher sich der Seniorchef damit auseinandersetzt, dass er nicht ewig arbeiten kann, desto besser. Dies gilt vor allem für die große Gruppe derer, denen es schwer fällt „loszulassen“.
- Miteinander sprechen.**
Wer die Zukunft des eigenen Unternehmens im inneren Monolog plant, tut sich keinen Gefallen. Das Thema Unternehmensnachfolge ist zu wichtig, um es zur Geheimsache zu erklären. Wer frühzeitig offen kommuniziert, kann rechtzeitig auf Kritik, zum Beispiel aus den Reihen der Familie, reagieren.
- Richtig testieren.**
Bei der Übergabe eines Unternehmens geht es um erhebliche Vermögenswerte. Deshalb sollte das Testament des Seniorchefs klug gestaltet sein. Gerade wenn eines der Kinder außen vor bleibt, ergeben sich – etwa aufgrund erbrechtlicher Pflichtteilsansprüche – oft erhebliche Probleme, die es zu lösen gilt.
- Steuern sparen.**
Vielfach erfolgt die Übergabe eines Unternehmens im Rahmen einer Erbschaft. Gerade im Mittelstand kann die dadurch entstehende Steuerbelastung existenzvernichtend sein. Wer seinen Kindern Ärger mit dem Fiskus ersparen will, sollte daher, wenn klar ist, dass der Nachwuchs irgendwann das Ruder übernimmt, möglichst früh damit beginnen, Vermögenswerte auf die nachrückende Generation zu übertragen. Das darf jedoch nicht zur Steuervermeidung „um jeden Preis“ führen: Der vorgezogene Transfer macht nur Sinn, wenn Senior und designierter Juniorchef sich blind vertrauen.
- Verträge anpassen.**
Auch das beste Nachfolgekonzept ist zum Scheitern verdammt, wenn es nicht mit dem Gesellschaftsvertrag vereinbar ist. Wer hier frühzeitig einen Experten zurate zieht, erspart sich und seiner Firma viel Ungemach.

Dr. Catrin Gesellensetter arbeitet als freie Wirtschaftsjournalistin in München. Die gelernte Juristin hat eine ausgeprägte Vorliebe für Karrierethemen und alles, was Recht ist. Sie schreibt unter anderem für *Capital*, das Handelsblatt und die *Süddeutsche Zeitung*.

„Ein Nachfolger braucht das volle Vertrauen“

Clubmitglieder zum Thema „Die Schwierigkeiten bei der Unternehmensnachfolge“



DIETRICH VON HOLTEN

Geschäftsführer Von Holten Consult

Meine wichtigste Erkenntnis aus der aktiven Begleitung von Übergaben: 100 Prozent Vertrauen in den Nachfolger. 100 Prozent Vertrauen sowohl vom Inhaber als auch von den Mitarbeitern. Vertrauen in die persönliche und fachliche Kompetenz. Vor allem in den Ehrgeiz, sich voll und ganz für das Unternehmen einzusetzen. Auch und gerade dann zu vertrauen, wenn der Nachfolger einen anderen Stil entwickelt, seine eigenen Visionen und Ziele verwirklichen und das Unternehmen mit seiner Persönlichkeit prägen will. Es erfordert viel Mut, die Geschicke des Unternehmens nicht in die Hände einer „Kopie“ des bisherigen Inhabers zu legen, sondern die Zukunft des eigenen Unternehmens einem „Original“ anzuvertrauen.



JÖRN FUHRKEN

Fachanwalt für Arbeitsrecht
Kanzlei Jörn Fuhrken

Achtung, das Gespenst Betriebsübergang geht um! Wenn Sie im Rahmen einer Unternehmensnachfolge unliebsame Mitarbeiter loswerden wollen, bedenken Sie bitte, dass der Gesetzgeber genau das verhindern will. Prüfen Sie unbedingt vorher, ob die Übernahme Ihrer Leistungs- und Know-how-Träger nicht dazu führt, dass auch die Leistungsschwachen und Unwilligen weiterbeschäftigt werden müssen – mit allen bisherigen Rechten und Pflichten. Die Weiterbeschäftigung lässt sich oftmals durch wenige strategisch richtige Entscheidungen verhindern.

IMME KIND

Geschäftsführerin
aview Consulting GmbH

Mit dem Generationenwechsel in Firmen hat das Business Club-Magazin ein wirklich aktuelles Thema aufgegriffen. Und für den Mittelstand mit Inhaber-geführten Unternehmen ist es von unbedingter Wichtigkeit. Es stellt sich auch die Frage, wie zukünftig Unternehmen in einer globalen, international vernetzten Welt geführt werden sollten. Dies kann sich wesentlich von den derzeitigen Führungskonzepten unterscheiden. Es bedingt innovatives Denken und Vorgehen. Eine besondere Herausforderung für traditionell geführte Unternehmen.



DR. CHRISTOPH ACHENBACH

Gründer der BfUN GmbH mit Sitz in Köln

Insbesondere familieninterne Nachfolgeregelungen – immerhin mit weitem Abstand die meistgewünschte Übergabeform im Mittelstand – bergen viele Fallstricke. Von hoher Bedeutung sind die Fähigkeiten und der Wille aller Akteure: Kann und will der Senior loslassen? Und hat der Junior die fachliche Qualifikation und auch den echten Willen zum Unternehmertum? Ein Beirat kann hier als neutraler und objektiver Sparringspartner unterstützen.



**JETZT 6 MONATE TESTEN
UND 150 € SPAREN!**

URLAUBSFEELING

MIT DER 6-MONATS-TESTMITGLIEDSCHAFT
UND NUR 50 € AUFNAHMEGEBÜHR

WANDSBEK • CITY • EPPENDORF • ALSTERTAL

☎ 65 89 0 • www.meridianspa.de



MERIDIAN SPA
Fitness. Wellness. Bodycare.

Der Anwalt der Clowns

*Eigentlich wollte **GÜNTER ERDMANN** ein Star in der Zirkusmanege werden. Stattdessen ist seine Bühne der Gerichtssaal. Doch für seine Jugendliebe hat der Rechtsanwalt immer noch ein großes Herz.*



Günter Erdmann, Geschäftsführer in der Anwaltskanzlei SCHLARMANNvonGEYSO, unterstützt Zirkusunternehmen bei juristischen Problemen.

Text: **Uwe Prieser** Foto: **Martina van Kann**

Kinderträume, die erst im Erwachsenenalter erwachen, haben oft eine Kraft, dass sie das Leben verändern oder beeinflussen können. Der Rechtsanwalt Günter Erdmann hatte einen solchen Kindertraum mitten in seinem Jura-Studium. „Wenn ich nicht Rechtsanwalt geworden wäre“, sagte er dreißig Jahre später, „dann wäre ich wahrscheinlich Clown geworden. Oder Zirkusdirektor.“

Das freie Artistenleben beim Zirkus war für ihn eine faszinierende Gegenwelt zur strengen Norm der Paragraphen, die er als Student täglich zu verinnerlichen hatte. In einer Pantomimenausbildung, die er neben dem Studium absolvierte, konnte er sein anderes Ich erleben, das im Hörsaal nicht angesprochen wurde.

In einer Phase des Selbstzweifels trieb es den jungen Jura-Studenten, gefangen zwischen den Folianten von Wirtschaftsrecht, Verwaltungsrecht, Öffentliches Recht auf das Heiligengeistfeld, wo gerade ein Zirkus gastierte. Dort wollte er Antworten auf seine Fragen nach einer sinnvollen Existenz finden. „Ich musste unbedingt den Clown sprechen!“

Von dem Clown erfuhr er, dass der Zirkustraum nur von außen wie ein Traum aussähe. Anderentags erfuhr er es am eigenen Leibe, als sich sein später Kindertraum erfüllte: Er wurde Clown. Für einen Vormittag. Der professionelle Zirkus-Clown hatte ihn als Clown geschminkt. „Und jetzt gehst du so, wie du bist, in den Hauptbahnhof“, sagte er. „Es war eine einschlägige Erfahrung“, erzählt Erdmann: Der Clown wurde im Zirkus geliebt – im öffentlichen Leben jedoch wurde er nur als Außenseiter, mitunter störender Außenseiter, wahrgenommen.

Rund 25 Jahre später trafen beide Welten in Erdmanns Leben zusammen. Er wollte seinen 50. Geburtstag unter dem Himmel eines Zirkuszeltens feiern „mit Zirkusmusik und Darbietungen aus dem Zirkusprogramm“. Als er „seinen Zirkus“ suchte, wurde er ein zweites Mal jäh mit der Realität seiner Traumwelt konfrontiert.

Ein Zirkusdirektor hatte für viel Geld ein schönes neues Zelt gekauft und aufgebaut. Dann erschien das Gewerbeaufsichtsamt und fragte nach der „Zeltstatik“. Hatte er nicht. Hatte er noch nie gehört. Musste er aber haben, und zwar ausgestellt von einem anerkannten Statiker.

„Er war völlig aufgelöst“, erzählt Günter Erdmann, „denn die wollten ihm den Zirkus schließen. Wir haben dann auf die Schnelle eine Statik besorgt und ich habe mit den Behörden verhandelt und es schließlich hingekriegt, dass der Zirkus spielen konnte.“ Von diesem Tag an war und blieb das Leben des Rechtsanwalts mit der Zirkuswelt verbunden.

Er nahm Kontakt mit dem Schaustellerverband auf und hinterlegte dort seine Bereitschaft, Zirkusunternehmen in rechtlichen

Fragen jederzeit zur Verfügung zu stehen. „Pro honore“ – ohne Honorar. „Die Zirkusbetriebe sind doch Selbstaufopferungsbetriebe“, sagt er. „Meistens Familienbetriebe, die oft am Existenzminimum hängen und in unserer Gesellschaft ein Schattendasein führen. Dabei nehmen sie doch eine schöne und wichtige Aufgabe wahr; nicht nur für unsere Kinder.“

In der Zirkuswelt hat sich das längst herumgesprochen. Wenn es wieder einmal Schwierigkeiten mit den Behörden gibt um Genehmigungen, mit der Einhaltung von Grenzabständen, um Sicherheitsauflagen und dass das Flutterband an der richtigen Stelle hängt, dann heißt es: Erdmann fragen. Der löst das Problem!

„Unsere Welt ist so kompliziert geworden“, sagt er, „das ist aber nicht die Welt, in der Zirkusleute sich auskennen. Da muss man helfen.“ Wenn die Artisten uns schon ohne Netz und doppelten Boden in ihre Traumwelt entführen, sollen sie wenigstens rechtlich auf sicherem Boden stehen. Und eines Tages erfüllte sich für Günter Erdmann dabei auch noch sein zweiter verspäteter Kindertraum: Er wurde Zirkusdirektor!

„Das war ein kleiner Familienzirkus“, erzählt er. „Eltern, Kinder – jeder hatte in der Vorstellung seine Nummer. Doch der Vater war krank geworden und konnte nicht als Direktor auftreten. Der Sohn konnte es auch nicht machen, weil er sich um die Tiere kümmern musste. Und da bin ich eingesprungen. Ich habe Frack und Zylinder angezogen und durfte als Direktor den Zirkus präsentieren.“

„Hereinspaziert!“

Ganz unvorbereitet für die Erfüllung dieses alten Traums war der Rechtsanwalt Erdmann freilich nicht. „Denn es gehört ja auch zu unserem Beruf als Rechtsanwalt, dass man gewisse schauspielerische Fähigkeiten haben muss, wenn man vor Gericht auftritt und alle Saiten des Instruments spielen muss, was Theatralik, Sprachlichkeit und Gestik angeht.“ Das hatte er zum ersten Mal als Clown an einem Vormittag im Hamburger Hauptbahnhof trainiert.

Uwe Prieser ist Schriftsteller und Journalist. Für seine Arbeit wurde er unter anderem mit dem Egon Erwin Kisch-Preis ausgezeichnet.

Leipziger Lebensart

Wie wird aus einem verschlafenen Häufchen der relevanteste Club der Region? Mit einer klaren Philosophie! Jetzt ist der neue Partner Club International Zentrum für Menschen, die global vernetzt denken.





Text: **Sebastian Leber**

Vielleicht macht genau das heute einen ambitionierten Club aus: das Knarren der Holzdielen und die frechen Ölbilder an der Wand. Die Gleichzeitigkeit von Tradition und Moderne. Wer im blauen Zimmer auf dem Barhocker an der Theke sitzt, blickt auf tätowierte und nasengepiercte Frauen. Sie sind nur gemalt zwar, aber sehr präsent. Exakt hier endet für Detlef Bischoff ein perfekter Clubabend, mit einem Glas Wein in der Hand, mit ein, zwei Bekannten ins Gespräch vertieft, während drüben aus der Bibliothek Zigarrenduft herüberweht. Hat Bischoff Glück, spielt der Mann am Piano dann gerade Ravel oder Chopin.

Seit zwölf Jahren ist Detlef Bischoff Mitglied im Leipziger Club International, seit einem Jahr Präsident, und wenige konnten so genau verfolgen wie er, wie dieser Club gewachsen und geworden ist. Wie er regelrecht aufbrach. „Wir haben uns zusammengesetzt“, sagt Bischoff. „Wir wussten, dass es ein wenig vor sich hindümpelte. Und wir fragten uns: Wollen wir dieses kleine Häufchen bleiben, ein bisschen langweilig vielleicht, oder lieber der relevanteste Club der Region?“ Es hat sie viel Herzblut gekostet, sagt er. Aber es lohnte sich.

Über vier Räume verfügt das Erdgeschoss der Villa, erbaut 1885 im Stil eines mediterranen Palazzo. Jedes Zimmer ist in einem anderen Farbton gehalten. In der grün gestrichenen Bibliothek trifft man sich zu Lounge-Abenden, versinkt in dunklen Ledersofas, gönnt sich eine Cohiba. Die längste im Sortiment misst 23 Zentimeter, für die braucht man anderthalb Stunden. Doch darum geht es ja auch: um

Entschleunigung, um verdienten Ausgleich zum stressigen Alltag. In der Lounge gibt es bewusst kein Programm, höchstens einmal eine kleine Whiskyprobe oder eine Schokoladenverkostung.

Seit 2010 hat sich die Zahl der Mitglieder verdoppelt, 150 sind es nun, und sie werden weitere aufnehmen. Natürlich nur solche, die passen, die sich wirklich einbringen möchten. Viele Unternehmer engagieren sich im Club International. Der Präsident, Detlef Bischoff, ist geschäftsführender Gesellschafter einer hiesigen Steuerberatungsgesellschaft. Ja, es trifft zu, was bereits Oscar Wilde befand: Geschäftsleute sind privat höchst angenehme und neugierige Gesprächspartner. Sie wollen selten über Geld reden, denn das machen sie schließlich schon beruflich, sagt Bischoff. Deals werden hier keine abgeschlossen. Doch wer sich im intimen Umfeld des Clubs kennenlernt, wird sich draußen womöglich eher vertrauen, wenn er beruflich miteinander zu tun bekommt.

Sie wollen weit mehr sein als bloß ein Businessnetzwerk. Professoren der Universitätsklinik und der Economic School sind Mitglied, dazu einzelne Künstler, wenn auch deutlich zu wenige, erklärt der Präsident. Das soll sich rasch ändern. „Hier möchte niemand in seinem eigenen Saft schmoren, im ewig eigenen Tunnelblick verharren.“ Gerade der Austausch zwischen den Disziplinen solle fruchten. Und nicht bloß die Mitglieder bereichern, sondern langfristig auch der Stadt helfen.

Vor zehn Jahren haben sie das Anwesen in der Käthe-Kollwitz-Straße bezogen, →

Verdienter Ausgleich zum stressigen Alltag: In der Bibliothek des Club International versinkt man in dunklem Ledermobiliar zu entschleunigenden Lounge-Abenden.

am westlichen Rand der Innenstadt, unweit des Johannaparks mit direktem Blick auf die Pleiße und ihre Kanuten. Nach der Wende hatte die Villa erst lange leer gestanden, die Eigentumsverhältnisse waren umstritten. Das Gebäude befand sich an der Grenze zur Baufälligkeit, sagt Bischoff. „Man kann sagen: kurz vor Einsturzgefahr.“ Bei der Restaurierung machte das Denkmalamt strenge Vorgaben, denn die Geschichte des berühmten Hauses sollte wieder zum Vorschein kommen. Es gehörte einst dem Leipziger Verleger Herrmann Julius Meyer, dem Herausgeber der gleichnamigen Lexika. Im schmalen Bücherregal in der Ecke stehen heute acht dicke Bände, von „A - Bossuet“ bis „Teuber - Z“.

Auch sein Sohn hinterließ Spuren: Hans Meyer, Geograph und 1889 einer der Erstbesteiger des Kilimandscharo. Impressionen seiner Forschungsreisen dienten als Vorlage für die feinen Wand- und Deckenmalereien, welche die Eingangshalle mit Kamin schmückten und die nun zum großen Teil wieder freigelegt sind. An anderen Stellen des Hauses sind die Gemälde noch mit schlichter Farbe überdeckt. Zur DDR-Zeit residierte hier der Leipziger Kulturbund, womöglich wirkten die Verzierungen damals zu pompös.

Neben den fünf Meter hohen Decken und dem Stuck sind es vor allem die liebevollen Details, die dem Gast heute ins Auge springen. Die Orchideen auf der Fensterbank, die filigranen Verzierungen der Beistelltische. Der Lichtschalter für den Kronleuchter, der beim Umlegen kaum hörbar klackt. Dass Mobiltelefone hier stumm geschaltet werden, versteht sich von selbst. Klingelt eines trotzdem mal,

wird niemand mit den Augen rollen. Es herrscht auch kein Krawattenzwang, zumindest tagsüber trifft man Gäste mit offenem Hemdknopf, sogar in Blue Jeans.

Einen Raum weiter im Spiegelsaal versammeln sich die Mitglieder regelmäßig zu Vortragsabenden. Im „außenpolitischen Salon“ berichten geladene Experten. Der neue Generalkonsul der USA erklärte anschaulich, wie die Immobilienkrise ihren Lauf nahm und warum er heute trotzdem an die Zukunft seines Landes glaubt. Rayan Abdullah, Leipziger Typografieprofessor und Vizepräsident des Clubs, schilderte, wie er vergangenes Jahr in Kairo auf dem Tahrir-Platz demonstrierte. Ein anderes Mal wollte der neue libysche Botschafter aus Berlin anreisen und über die Umbrüche Nordafrikas dozieren. Die Veranstaltung musste kurzfristig abgesagt werden, der Mann war wenige Tage vorher plötzlich verschwunden. Inzwischen ist der Botschafter wieder aufgetaucht, die Veranstaltung soll nachgeholt werden.

Am Rednerpult im Spiegelsaal klebt eine Plakette mit dem Logo des Clubs, die fünf olympischen Ringe, zu einem bunten Globus vereint. Vizepräsident Abdullah hat es entworfen – der Mann, der vor Jahren in Berlin dem Bundesadler eine neue, zeitgemäßere Gestalt gab. Die Ringe symbolisieren, was der Club International sein möchte: Kommunikationsplattform und Anlaufstelle für alle, die international vernetzt denken und handeln.

Sebastian Leber ist Redakteur des Berliner Tagesspiegels, Slam Poet und Buchautor. Er lebt in Berlin.



Im Roten Salon, dem ehemaligen Musikzimmer, begegnen sich Vergangenheit und Gegenwart.

Der Club International Leipzig ist neuer Kooperationspartner des Business Club Hamburg.

Der Club International Leipzig bietet Mitgliedern des Business Club Hamburg zahlreiche Services. Alle Räumlichkeiten (mit WLAN-Anschluss) stehen den BCH-Mitgliedern und ihren Gästen von Montag bis Freitag von 8.00 bis 18.00 zur Verfügung, auf Wunsch auch länger oder am Wochenende. Die Räume können darüber hinaus für private Veranstaltungen gemietet werden, auch mit Catering. BCH-Mitglieder erhalten über den Club International in verschiedenen Leipziger Hotels (Steigenberger, Westin) und im Golfpark Leipzig (18-Loch-Platz) attraktive Sonderkonditionen. Ansprechpartner im Club International sind Tina Jahr und Oliver Krämer. Bitte legen Sie eine Legitimation des Business Club Hamburg vor.

Club International e.V.
Käthe-Kollwitz-Straße 115
04109 Leipzig
E-Mail: geschaeftsstelle@club-international.de
www.club-international.de

PARTNER DES CLUBS

Um seinen Mitgliedern den Aufenthalt in anderen Städten und Ländern angenehm zu gestalten, erweitert der Business Club Hamburg ständig sein Kooperations-Netzwerk. Diese Clubs können von Mitgliedern genutzt werden:

Havanna Lounge Bremen
www.havannalounge.de
Wirtschaftsclub Düsseldorf
www.wirtschaftsclubduesseldorf.de
Airport Club Frankfurt
www.airportclub.de
Rotonda Club Köln
www.rotonda.de
National Liberal Club London
www.nlc.org.uk
Haute Zürich
www.haute.ch

DAS RASEN
ÜBERNIMMT
IHR HERZ.

Mercedes SLK
96,- pro Tag
100km frei



STARCAR
Autovermietung



Den neuen SLK günstig mieten:

0180/55 44 555

(0,14 Euro pro Minute aus dem Festnetz; maximal 0,42 Euro pro Minute aus den Mobilfunknetzen)

7 x in Hamburg

„Für Mode muss man richtig brennen“

Zwei Modewelten im Gespräch. **DORIS JANNING** von der exquisiten Boutique am Neuen Jungfernstieg und **STEFAN PURISS** vom Onlineshop für Lifestyle-Looks. Die Liebe zur Mode verbindet Gegensätze.

Elegant in Schwarz und Weiß. Doris Janning ist Geschäftsführerin bei Rena Lange: „Es gibt einen Weltgeschmack.“



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

Wir haben uns für ein Gespräch mit zwei Mitgliedern im Business Club verabredet. Sie kommen beide aus der Modebranche. Aber, so könnte man sagen, aus gegensätzlichen Richtungen. Doris Janning, Store-Managerin der Rena Lange-Boutique am Neuen Jungfernstieg, kommt sozusagen aus dem Olymp der Luxusmode. Sie vertritt in Hamburg mit leidenschaftlicher Begeisterung die luxuriösen Prêt-à-porter-Kollektionen von Deutschlands traditionsreichstem Modehaus. Stefan Puriss ist geschäftsführender Gesellschafter von frontlineshop.com, bringt also Lifestyle- und Streetwear-Mode über das Internet an die überwiegend junge Kundschaft.

club!: Zuerst, Frau Janning, würden wir gerne wissen: Tragen Sie etwas von Rena Lange?

Doris Janning: Ja, selbstverständlich! Ich trage jeden Tag etwas von dem Label und bin seit vielen Jahren große Liebhaberin der Marke.

club!: Gehört das für Sie sozusagen zum Job dazu?

Janning: Ich schwärme schon für diese Kollektionen, seit ich in der Modebranche beschäftigt bin, also seit mehr als zwei Jahrzehnten. Shop-Managerin bei Rena Lange am Neuen Jungfernstieg bin ich seit zwei Jahren.

club!: Sie sind sehr schick in Schwarz und Weiß gekleidet ...

Janning: ... und komplett in der Signature-Kollektion: Schwarz-Weiß mit dem typischen Bubikragen.

club!: Herr Puriss, was haben Sie heute für sich aus dem Angebot von frontlineshop.com ausgewählt?

Stefan Puriss: Die weißen Sneakers hier. Nur grundsätzlich, wir sind keine Bekleidungsmarke, wir handeln mit Marken. Ob Adidas, Carhartt, Drykorn oder Nike. Wir sind ein Multilabel-Versender. Aber rund 80 Prozent aus meinem Kleiderschrank sind Produkte aus meinem eigenen Geschäft. Inzwischen kauft übrigens auch mein Vater Sneakers bei uns und immer häufiger greift er auch bei Hemden zu.

club!: Welche Rolle spielt Mode überhaupt in Ihrer beider Leben?

Puriss: Mit Mode an sich habe ich in meinem Job relativ wenig zu tun. Wir jagen ja keinen Trends hinterher. Aber natürlich lieben wir Mode, sonst könnten wir unser Onlinegeschäft nicht erfolgreich führen.

club!: Ihre Mutter, so haben Sie erzählt, hatte in München eine Boutique. Machen Sie im Grunde heute nicht das Gleiche wie sie?

Puriss: Meine Mutter kannte ihre Kunden und sie hat Marken und Kollektionen eingekauft, die sie für ihre Kunden für relevant hielt. Genau das machen wir auch bei frontlineshop. Deshalb ist die Liebe für die Mode fundamental. Ohne die ginge das alles nicht.

Janning: Ich habe schon als Mädchen begonnen, mir eigene Kleider zu schneiden. So hat sich bei mir früh der Schöngest und das Gefühl für Stil entwickelt. Für mich war sozusagen zwingend, dass mich mein Beruf in die Mode geführt hat. Wissen Sie, Mode ist eine Leidenschaft, dafür muss man brennen.

club!: Sie sind Clubmitglieder, begegnen sich hier jedoch zum ersten Mal. Frau Janning, was möchten Sie spontan von Herrn Puriss wissen?

Janning: Herr Puriss, wenn Sie sich einen hochwertigen Anzug kaufen, würden Sie diesen auch online bestellen?

Puriss: Nein. Ich persönlich würde viele Dinge nicht über das Internet kaufen. Dabei bin ich aber überzeugt, dass man online alles kaufen und verkaufen kann. Bei einem Anzug aber habe ich den Anspruch zu sehen, zu fühlen, zu riechen.

Janning: Das finde ich sehr interessant.

Puriss: Spannender aber ist wohl die Frage, wie sich der stationäre Einzelhandel zum Onlinegeschäft entwickelt?

Janning: Wir haben sehr viele Stammkundinnen, die den persönlichen Kontakt im Store sehr zu schätzen wissen. Aber es gibt selbstverständlich auch Frauen, die viel unterwegs sind und die wissen, dass unsere Kleider perfekt geschnitten sind und die vertrauensvoll und unkompliziert die neuesten Modelle im Onlineshop ordern.

Puriss: Tatsache ist, dass ein 14- oder ein 18-Jähriger heute ein ganz anderes Konsumverhalten hat. Das Onlinegeschäft wird auf allen Ebenen weiter mächtig wachsen.

club!: Einwand. Ich denke dabei immer an den Hamburger SV. Als der in den 80er Jahren die großen Erfolge hatte, war das Stadion leer. Die vielen TV-Übertragungen seien schuld. Heute zeigt das Fernsehen viel mehr Fußball und die Stadien sind voll. Wird sich am Ende nicht zeigen, dass der Mensch doch das Gemeinschaftserlebnis sucht und braucht – auch beim Shoppen?

Puriss: Ich denke schon. Wir bekommen beispielsweise viele Sammelbestellungen, bei denen wir wissen, dass die Kunden mit Freunden oder Familie gemeinsam auswählen und bestellen.

club!: Frau Janning, Ihr Kontakt zu den Kundinnen ist sicher freundschaftlich eng. Deshalb die Frage, wann gehen Sie abends glücklich nach Hause?

Janning: Wenn ich eine Kundin so beraten konnte, dass sie sich in ihrem neuen Outfit perfekt gekleidet fühlt, beispielsweise zu einer anstehenden Hochzeit. Wenn wir uns verabschieden und ich sehe in ihrem Gesicht dieses ganz bestimmte Lächeln, dieses sprühende Glücksgefühl – das ist auch für mich immer aufs Neue ein wundervoller Augenblick. Jetzt möchte ich aber auch von Herrn Puriss wissen: Was macht Sie glücklich?

Puriss: Mein berufliches Glück ist etwas abstrakter. Wenn ich zum Beispiel Ideen relativ schnell in die Tat umsetzen kann, das sind für mich Glücksmomente.



„Mode lieben, aber keinem Trend hinterherjagen.“

Stefan Puriss, der geschäftsführende Gesellschafter von frontlineshop.com.

DORIS JANNING

Rena Lange Boutique

„Das traditionelle und das Onlinegeschäft ergänzen sich immer wieder wunderbar.“



So unterschiedlich die Einkaufswelten sind, in diesem Punkt herrscht Einigkeit im Dialog: Es zählt die Nähe zum Kunden.

club!: Wir dachten, für Ihr Glück sorgen die abendlichen Verkaufszahlen.

Puriss: Die kann ich ja in Realtime verfolgen. Natürlich schaue ich jeden Morgen als erstes danach, kontrolliere, wie viel zurückgesendet wurde, wie viele Kunden sich bei uns eingeklickt haben und wie viele dann bestellt haben. Das alles und noch viel mehr zeigen mir ja unsere Tagesreports.

Janning: Finden Sie es nicht auch spannend, Ihre Kunden persönlich kennenzulernen?

Puriss: Doch, Kundenverständnis ist essenziell. Wir hatten beispielsweise in Berlin einen physischen Store, einen Pop-up-Store, für eine Woche; waren sozusagen Onlinehändler zum Anfassen und das 24 Stunden am Tag.

Janning: Waren da speziell ausgewählte Kollektionen ausgestellt?

Puriss: Ja, aber nur zum Anschauen und Anfassen. Bestellen konnte man die Klamotten an speziellen Terminals.

Janning: Das ist doch die perfekte Mischung. Das erleben wir bei uns auch immer wieder, das traditionelle und das Onlinegeschäft ergänzen sich wunderbar!



MARIEN
KRANKENHAUS
Onkologisches Zentrum

GEMEINSAM UND KOMPETENT GEGEN DEN KREBS

Schwerpunkt Onkologie: Eine hochspezialisierte Diagnostik, die enge Vernetzung zwischen den Fachabteilungen und zu niedergelassenen Partnern sowie ein breites Leistungsspektrum ermöglichen die ganzheitliche Behandlung

komplexer Tumorerkrankungen. Unter dem Dach des Onkologischen Zentrums stehen vier Zertifizierte Organkrebszentren: **Brustzentrum, Darmzentrum, Gynäkologisches Krebszentrum, Prostatazentrum.**



1. HAMBURGER KREBSTAG

KREBS – EINE UNHEILBARE DIAGNOSE?

Unsere Experten für Ihre Fragen

Sonnabend, 16. Juni 2012, 11:00 – 15:00 Uhr

Agathe-Lasch-Hörsaal, (Hauptgebäude Universität Hamburg)
Edmund-Siemers-Allee 1, 20146 Hamburg, direkt am Bahnhof Dammtor

Anmeldung erbeten unter: **040 / 25 46 –12 62**

VORANKÜNDIGUNG

20. September 2012
Tag der offenen Tür des Onkologischen Zentrums im Marienkrankenhaus



club!: Nike und adidas sind Weltmarken, keine Frage. Auch Ihre Firma ist in 35 Ländern vertreten. Gibt es eine Mode für die ganze Welt, gibt es einen „Weltgeschmack“?

Janning: Auch wenn es sicherlich Tendenzen zu einem „Weltgeschmack“ gibt, so unterscheiden sich international doch einige Vorlieben – beispielsweise für bestimmte Farben oder Schnitte. Interessant ist aber, wie ich finde, dass trotz aller kulturellen Unterschiede unsere Kreationen wie der weiße Bubikragen, Tweedjacken und die goldenen Knöpfe, die wir für jede Kollektion neu interpretieren, weltweit beliebt sind.

Puriss: In unserem Bereich hat schon der Musiksender MTV mit seiner weltweiten Fernsehpräsenz dafür gesorgt, dass es eine gewisse Homogenität in der Mode gibt. Das Bedürfnis, sich dabei einer gewissen Gruppe anzupassen, ist überall vorhanden. Unsere Zielgruppe gibt es in China genau so wie in den USA, in Griechenland oder in Portugal. Natürlich haben einzelne Ländermärkte gewisse Spezifika.

club!: Und worin bestehen diese zum Beispiel?

Puriss: Die Engländerin trägt gerne Pink und kurze Röcke....

Janning (lachend): ... genau, das ist auch auf unserem Couture-Niveau nicht anders.

Puriss: Die Französin kauft rote Jeans. Weder Pink noch Rot würden Sie in Deutschland los.

club!: Und wie, Frau Janning, kleidet sich die Hamburgerin?

Janning: Die traditionelle Hamburgerin trägt gerne Marineblau. Schwarz wird sowieso getragen, gerne auch in der Kombination mit Weiß. Wichtig ist, in Hamburg kleidet man sich dezent – „understated“. Wenn der Schal aus Kaschmir ist, kippt man das Label nach innen. Die Juwelen zeigt man nur sehr zurückhaltend. Wichtig für die Hamburgerin ist der perfekte Schnitt, die hochwertigen Stoffe, der edle Look.

club!: Ein Tipp Herr Puriss, wenn Sie Frau Jannings hier bei einem Fest treffen, kann sie Ihnen zuflüstern, woher die Damen kommen. Wie haben Sie beide zum Business Club gefunden?

Puriss: Schauen Sie aus dem Fenster. Direkt hier unten im Kai-Speicher sind unsere Büros. Da habe ich immer hochgeschaut und mich gefragt, was ist da eigentlich oben in der schönen Villa los?

Janning: Ich kannte den Business Club schon früher. Da ich Freude daran habe, mit Menschen zusammenzukommen, bietet mir der Club eine ideale Plattform. Hier treffe ich interessante Persönlichkeiten, mit denen ich mich austauschen kann. Ich finde, der Business Club ist eine tolle, sehr inspirierende Idee.

Norbert Scheid ist freier Autor. Er war Reporter beim Hamburger Abendblatt und der Hörzu und schreibt heute für Zeitungen und Magazine.



Gesamtkonzepte für Gastronomie & Hotellerie



Beziehungen zwischen Mensch und Kapital

Zur Peter Möhrle Holding gehört unter anderem die Villa im Heine-Park, die Heimat des BCH. **DR. KAI KUNZE** führt die Firma auf ungewöhnliche Weise.



Ein Mann mit Visionen:
Dr. Kai Kunze fordert von
seinen Mitarbeitern nicht
nur fachliche Kompe-
tenz, sondern auch eine
Eigenschaft, die Head-
hunter gern vergessen:
Humor.

Text: **Jörg Marwedel** Foto: **Martina van Kann**

Im Büro der Familie Peter Möhrle mit fantastischem Blick auf die Binnenalster fallen neben den schweren Sesseln vor allem auf: viele Bilder von Schiffen sowie zwei Wimpel mit dem Logo „Max Bahr“. Beides ist naheliegend, hat doch die Seglerfamilie Möhrle eine große Affinität zur See. Die Flaggen wiederum symbolisieren den Ursprung und die Herkunft der heutigen Peter Möhrle Holding. Peter Möhrle, im April 80 Jahre alt geworden, übernahm 1956 die 1879 gegründete Holzhandlung Max Bahr und baute sie zu einer Baumarktkette mit mehr als 80 Filialen aus. 2007 hat er das Unternehmen an die Praktiker AG verkauft. Daraufhin hat Peter Möhrle zusammen mit seinen Kindern Sybill und Kai überlegt, wie sie das Kapital wieder sinnvoll investieren können. Herausgekommen ist vor vier Jahren ein sogenanntes Startup, eine neue Firma, die sich „offen, vertraulich, verbindlich – eben hanseatisch“ an Unternehmen beteiligt und in Immobilien investiert. So beschreibt es die Peter Möhrle Holding auf ihrer Internetseite. Möhrle hat sich somit vom Familienunternehmen zur Unternehmerfamilie gewandelt. Für den Aufbau und die Leitung des Geschäfts haben Möhrles als Partner Anfang 2008 einen jungen, offenen Hanseaten gefunden: Dr. Kai Kunze, inzwischen 42, ein gebürtiger Lübecker, der in Kiel und Harvard Betriebswirtschaft studiert hat und zuletzt beim sehr erfolgreichen hessischen Unternehmer Friedhelm Loh als Finanzchef lernte, worin sich Familienunternehmen von Börsenunternehmen unterscheiden.

Bei einem Familienunternehmen, sagt Kai Kunze, gäbe es „noch eine Beziehung zwischen Mensch und Kapital“. Es habe andere Werte als anonyme Börsenkonzerne. Da er auf dem Wasser bestenfalls als guter „Mit“-Segler taugt, jagt er lieber kleinen gelben Tennisbällen beim Großflottbeker THGC nach.

Kai Kunze ist froh über die „erfüllende partnerschaftliche Zusammenarbeit“ mit der Familie Möhrle, und so hat er inzwischen elf weitere hochqualifizierte Immobilien- und Investmentexperten für die Firma begeistern können. Mitarbeiter, die nicht für einen Fonds arbeiten wollen und „keine Lust auf kurzfristige Gewinnmaximierung“ haben, sondern darauf setzen, „langfristige Werte zu schaffen“.

Auch deshalb schließt man etwa eine Zusammenarbeit mit der Rüstungsindustrie, Glücksspiel-, Zigaretten- oder Alkohol-Unternehmen aus. „Wir freuen uns, mit kreativen mittelständischen Unternehm(e)r(n) ins Gespräch zu kommen, die sich mit unseren Fragen über die Wachstumsmöglichkeiten ihres Geschäfts auseinandersetzen möchten“, sagt Kai Kunze. „Als strategischer Sparringspartner sind wir bereit, mit Kapital ein gutes Management bei seinen Wachstumsplänen zu unterstützen. Der Denkansatz beim Kauf eines Unternehmens sei nicht die Überlegung: Wann könnten wir es wieder verkaufen, um dem Geldgeber schnellstmöglich den Profit zu verschaffen?, sondern: Wie kann das Unternehmen mit unserer Mitwirkung noch besser werden?“

Für die Immobilien gilt Ähnliches. Die Lage und das Potenzial, sagt Kai Kunze, sei wichtiger als eine hundertprozentige Vermietung. So hat die Peter Möhrle Holding in den vergangenen Jahren ein breites Portfolio von Wohn- und Geschäftsimmobiliën aufgebaut. Ein Beispiel ist der Stüllberg in Hamburg-Blankenese, Peter Möhrles Heimatort. Das traditionsreiche Haus mit dem

wunderbaren Elbblick, in dem die Hamburger gern essen oder Partys feiern, hat die Peter Möhrle Holding 2010 gekauft. Nun wurde das renovierte Bauwerk zusammen mit dem Pächter Karl-Heinz Hauser weiter verschönert. Zum Beispiel mit dem Restaurant „Deck 7“, in Anlehnung an die Seefahrt. Das 7. Stockwerk ist ein besonderes Deck auf Kreuzfahrtschiffen und so sollen sich auch die Gäste in besonderer Weise auf dem „Deck 7“ wohlfühlen. Der engagierte Hauser, der den Vertrag gerade um zehn Jahre verlängerte, ist ein prima Partner. Der Sternekoch hat viel Unternehmerblut in seinen Adern und „wir haben Freude an der Zusammenarbeit“, lobt Kai Kunze.

Eine weitere Immobilie ist nicht weniger eindrucksvoll. Die Villa am Heine-Park an der Elbchaussee. Das imposante Haus steht dort, wo einst der Bankier und Onkel des Dichters Heinrich Heine, Salomon Heine, sein Zuhause hatte. Nun ist es die Adresse des Business Club. Kai Kunze sagt über den Erwerb: „Die Villa im Heine-Park ist ein Paradebeispiel für hanseatische Baukunst des frühen 20. Jahrhunderts. In einmaliger Lage über dem Hafen schafft sie heute den perfekten Rahmen für das Zusammenkommen der Wirtschaft im Business Club Hamburg.“

Der Geschäftsführer weiß, was das Wichtigste ist für einen Unternehmer: „Brennen für eine Idee, hohes Engagement, Verbindlichkeit im Handeln und Nachhaltigkeit.“ Und wer ein hanseatischer Unternehmer ist, der ist auch ebenso zurückhaltend wie ein dezenter Diener seiner Stadt. Der frühere Handelskammer-Präsident Peter Möhrle hat in diesem Sinne zwei Stiftungen gegründet. Eine, „um soziale Projekte unserer Stadt zu unterstützen“. Unter anderem ermöglicht man talentierten jungen Menschen mit Stipendien das Studium an der Hafencity Universität. Eine andere Stiftung, um „hanseatische Tradition in Form ihrer Baudenkmäler“ zu erhalten. Mit dem Geld der Stiftung für Denkmalpflege wurde etwa der Stuhlmannbrunnen nahe dem Altonaer Bahnhof renoviert, ebenso das Fachwerk der Nienstedtner Kirche, die Orgel von St. Petri oder das Tor zum Jenischpark. Für die Elbphilharmonie hat Peter Möhrle die Orgel gespendet. Kai Kunze hat dem Möhrle-Unternehmen noch etwas geschenkt. Bei der Suche nach geeigneten Mitarbeitern hat er neben den gefragten fachlichen Qualitäten noch eine weitere hinzugefügt: Humor. Headhunter wollten diesen Zusatz immer wieder gern wegstreichen, doch Kunze beharrte darauf. Vielleicht ist ja die Tugend, auch einmal über sich selbst lachen zu können, ein kleines weiteres Erfolgsgeheimnis beim Umgang mit Kollegen und Partnern.

Jörg Marwedel ist Korrespondent der Süddeutschen Zeitung in Hamburg. Früher war er Chefredakteur der Welt am Sonntag in Hamburg und Autor bei dpa.

KONTAKT

Peter Möhrle GmbH & Co. KG
Neuer Jungfernstieg 5
20354 Hamburg
Tel.: 040 6 05 63 16 - 66
mail@petermoehrle.de
www.petermoehrle.de

Team-Spirit im Teeglas

*Alles begann vor zehn Jahren mit dem Tanztee No.1 im Hotel Atlantic. Seitdem spielt Tee eine wichtige Rolle in **ESIN RAGERS** Leben. Sie kreiert feine neue Sorten, deren Namen so fantasievoll sind wie ihre Mischungen.*

Text: **Uwe Prieser** Foto: **Ivo von Renner**

High Darling! Wie wäre es mit Istanbul Nights? Maybe Baby.

Was wie ein etwas anzüglicher Dialog klingt, ist nur die Aufzählung exotisch klingender Teesorten bei der Auswahl, welchen Tee man am Ende mit nach Hause nehmen will. Die Wahl ist schwierig, was nicht allein an dem verwirrenden Aromagemisch in diesen Räumen in der Hafencity liegt. Denn hier gibt es 25 Teesorten, die nirgendwo sonst zu finden sind.

Dass sich ihre Namen zu einem Dialog zusammensetzen lassen, ist Zufall. Doch in diesem Zufall steckt eine Grundidee der Tee-Liebhaberin, Tee-Erfinderin, Tee-Produzentin Esin Rager: Kommunikation. „Tee bedeutet für mich auch Gemeinschaft, miteinander reden. Mit meinen Tees möchte ich die Kommunikation zwischen unterschiedlichsten Menschen fördern.“

Der russische Samowar ist dafür ein prädestiniertes Symbol. Nach ihm hat Esin Rager ihre Firma genannt: „Samova“. Zugleich ist in dem Namen ein Abschnitt ihrer Lebensgeschichte enthalten. Als Tochter eines türkischen Diplomaten und einer deutschen Erzieherin durchlebte sie das typische Diplomatenkinder-Dasein: Geboren in Washington, noch als Kleinkind nach Hamburg, von Hamburg nach Ankara, von Ankara nach Moskau – da war sie fünf! In Moskau eingeschult, vom siebten Lebensjahr an in Wien zur Schule gegangen...

Später studierte sie in Paris, kehrte nach Hamburg zurück, hat ihre Firma jetzt an der Hongkongstraße und lebt im Multikulti-Stadtteil Billstedt. Aus Überzeugung. Ihre beiden Söhne sollen in einem Mehrkulturen-Milieu aufwachsen.

Tee trinkt die 43-Jährige seit früher Jugend. Es war das Familiengenränk. Nachdem sie vor zwölf Jahren ihren ersten Sohn bekommen hatte, wurde sie das ständige Mineralwassertrinken und die Kräutertees, die sie vorzugsweise trank, leid. „Ich begann zu experimentieren und mischte Kräutertees einmal ganz anders.“ An einem Märztag des Jahres 2002 saß sie mit Freunden – alles Teetrinker natürlich – bei einem heiß aufgegossenen griechischen Bergkraut-Tee zusammen. Auf einmal war die Idee da: Mit hochwertigen Tees eine Salonkultur wiederbeleben.

Acht Monate später lud sie gemeinsam mit ihrem Geschäftspartner ins Hotel Atlantic ein – zum „Tanztee No. 1“. Mehr als 400 Gäste kamen. Aus dem Spaßprojekt, das es anfangs war, entwickelte sich eine neue Existenz. Zum ersten Mal hatte sie ihre selbsterfundenen Teesorten an einem Publikum ausprobiert. „Danach stand das Telefon nicht mehr still“, erzählt sie. „So viele wollten diese Tees kaufen. Und da haben wir einen Monat später diese Firma gegründet.“

Zehn Jahr später steigt der „Tanztee No. 10“ – am 2. September im Business Club in der Villa im Heinepark. Mit einer neuen Teekreation der besonderen Art: Ein Kräutertee mit den Zutaten Hopfen und Malz unter dem Namen „Peaceful Krauts“. „Krauts“, nannten die Amerikaner im 2. Weltkrieg ihre deutschen Kriegsgegner. Und das war keineswegs so freundschaftlich-derb gemeint

EVENT
TIPP

TANZTEE NO. 10 IM BCH

Das neue Clubmitglied Esin Rager, Gründerin des Teeshops Samova, veranstaltet im Business Club Hamburg ihren „Tanztee No. 10“.

Das Besondere an der Veranstaltung: Die Premiere ihrer allerneuesten Teekreation mit Namen „Peaceful Krauts!“.

2. September 2012, 14 Uhr

Business Club Hamburg, Elbchaussee 43.

Kostenbeitrag von 29 Euro pro Person (inkl. Tee & Tee-Cocktails) bzw. 39 Euro pro Person (inkl. Tee & Tee-Cocktails & Essen).

wie bei Hemingway, der seine Freundin Marlene Dietrich stets so anredete: „Hello Kraut!“

Esin Rager amüsiert sich über die eigene Idee. „Das deutsche Bier als friedlicher Teebotschafter. Schließlich sind wir jetzt ein Multikultiland.“ Der gute alte Darjeeling als königliches Getränk für britische Kolonialoffiziere ist im „Samova“ von Esin Rager zu einem Lifestylegetränk geworden. Manche Mischungen lassen sich auch kalt mit Limetten, Rohrzucker, Crushed Ice als Cocktail genießen. Kein Wunder, dass Hotelbars zu ihren Kunden gehören.

Inzwischen umfasst die Kartei der „Communita“ von Esin Rager 29 000 Adressen. Eine Fangemeinde, die die Gründerin von „Samova“ mit Vorschlägen und Ideen für neue Kreationen versorgt. „Aber die Namen denke ich mir alle selber aus“, sagt sie. „Manchmal ist schon ein Name da, bevor es den Tee dazu gibt.“

In ihren Räumen an der Hongkongstraße 1 lässt sich das alles sozusagen gaumennah erleben. In der Tea-Lounge von „Samova“ kann jeder ohne Kaufzwang Tees probieren, um auf einen vollkommen neuen Geschmack zu kommen.

Unangefochtener Verkaufsschlager unter den Teekreationen ist – ganz im Sinne der Erfinderin – der Team Spirit. Ein „Fußball-Tee“, 2006 zur Fußball-Weltmeisterschaft erfunden. „Da ist alles drin, was Fußballherzen höher schlagen lässt“, sagt die Erfinderin. „Lemon Gras für den grünen Rasen, grüner Tee für den richtigen Kick. Gingko für die Strategie.“ Und wenn das Spiel zu heiß gewesen ist, lässt sich Team Spirit nach dem Abpfiff mit einem Schuss brasilianischen Zuckerrohrschnaps auch kalt genießen. Bis sich alle wieder beruhigt haben und es Zeit ist für den Abschluss-Trunk: Total Reset.

KONTAKT

SAMOVA GmbH & Co. KG

Hongkongstraße 1

20457 Hamburg

Tel: 040 85 40 36 40

contact@samova.net

www.somava.net



Die Tee-Erfinderin:
Esin Rager traut
sich, verschiedenste
Aromen für ihre Tees
zusammenzumixen.

Helfer in schwierigen Fällen

WOLFGANG RAIKE *unterstützt Firmen bei der Krisenkommunikation. Zu seinen Kunden zählen Reeder, Werften und SchiffsfINANZIERER.*



Vor zwei Jahren hat Wolfgang Raïke ein Kontorhaus direkt am Fleet erworben – mit Blick auf den Michel, den Hafen und mit einem Bootsanleger. Wenn er wollte, könnte er mit dem Boot zu seinen wichtigen Kunden fahren. Denn die sind zu einem großen Teil aus der Schifffahrt. Reeder, SchiffsfINANZIERER und Werften – wie zum Beispiel Blohm + Voss. Die Agentur Raïke ist spezialisiert auf die Kommunikation in Krisensituationen, bei Schiffsunglücken oder Schiffspiraterie. Seine Firma hätte vielleicht auch den Besitzern der Costa Concordia helfen können, aber „da war bereits zu viel schiefgelaufen“. Weitere Bereiche, in denen Raïke tätig ist, sind Tourismus, Energie und Umwelt sowie Immo-

bilien. 30 Mitarbeiter arbeiten für Raïke im Kontorhaus. Dennoch ist genug Platz, um Räumlichkeiten an Freelancer, Startup-Unternehmen oder Büros auf Zeit zu vermieten. Kleines Bonbon für Gäste: Im Eingangsbereich befinden sich ein Bistro und Weinhandel mit Blick auf den Fleet. Clubmitglieder sind herzlich eingeladen.

KONTAKT

Raïke Kommunikation GmbH
Ludwig-Erhard-Straße 6
20459 Hamburg
Tel: 040 34 80 92-0
agentur@raïke.info
www.raïke.info

Jeden Tag anders und jeden Tag neu

NICOLE JAESCHKE *zog das Interesse an Menschen und an fremden Lebenswelten in die Immobilienbranche.*

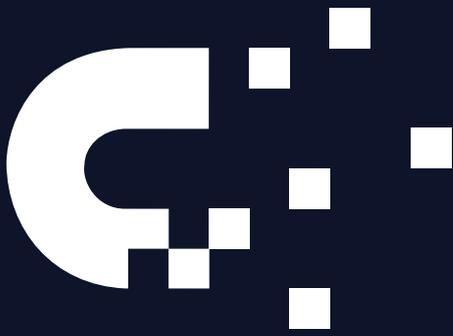
Bei der ersten Immobilie, die Nicole Jaeschke verkauft hat, war der Käufer interessanter als das Objekt. „Das war ein Fertighaus in Wohltorf und der Käufer war ein Schauspieler, der in dem Film ‚Das Boot‘ mitgespielt hat“, erinnert sie sich. Da hatte sie sich bei angesehenen Hamburger Maklerfirmen bereits als Immobilien-Kauffrau etabliert. Ulrike Töller, ihre heutige Teilhaberin, studierte damals noch Architektur. Am Anfang war es für Nicole Jaeschke ein Versuch: „Immobilien, das hat viel mit Menschen zu tun. Das sehe ich mir einmal an“, sagte sie sich nach dem Abitur und folgte ihrem Interesse an Menschen und fremden Lebenswelten. „Das Faszinierende ist, dass man Menschen, die man kennenlernt, die passende Immobilie sucht. Das ist jeden Tag anders und jeden Tag neu.“ Bei „Arnold Hertz & Co.“, wo sie Abteilungsleiterin wurde, lernte sie Ulrike Töller kennen, die inzwischen ihr Ingenieur-Diplom gemacht hatte. Nach dem

Prinzip „Never change a winning team“ gründeten beide im März 2011 ihre eigene Firma: „Nicole Jaeschke Immobilien“. Und erfuhren die Wahrheit eines anderen alten Prinzips: „Die Krise als Chance“. Die Aktienmärkte waren unsicher geworden, „aber bei einer Immobilie weiß man, was man hat, und dass das Kapital sicher angelegt ist“, meint Nicole Jaeschke. In den Business Club hat sie die Möglichkeit zu Kontakten im weiteren Sinne der Immobilienbranche gezogen. „Und außerdem können wir“, da spricht sie für ihre Teilhaberin mit, „uns damit identifizieren.“

KONTAKT

Nicole Jaeschke Immobilien
Feldbrunnenstraße 52
20148 Hamburg
Telefon: 040 41 49 63 62/63
info@nj-immobilien.de
www.nj-immobilien.de





Wir bringen Ideen zum Laufen!

- **Mit Coordinet läuft Ihre IT:** Störungsfrei. Sicher. Strukturiert. Und sehr viel effizienter als vorher. Das macht den Kopf frei für neue Ideen. Und auch die bringt Coordinet zum Laufen. Mit maßgeschneiderten Datenbanklösungen zum Beispiel. Die machen es Ihnen leicht, neue Geschäftsideen und -prozesse umzusetzen, weil der digitale Workflow Sie dabei optimal unterstützt.
- **Analyse und Beratung:** Wir optimieren, koordinieren und bauen Ihre Systemlandschaft.
- **System-Support:** Wir bieten „Erste Hilfe“ und mehr rund um Rechner, Peripherie und Programme (Windows, Mac, Linux).
- **IT-Komplettlösungen:** Wir kombinieren Hardware, Software und Serviceleistungen mit Köpfchen.
- **Kundenindividuelle Datenbanken:** Wir definieren mit individuellen Datenbanklösungen den digitalen Workflow neu.

Mit Datenbanklösungen von Coordinet werden Arbeitsabläufe transparent und optimal planbar. Kundenkontakte, Etatplanung, Produktionsabläufe, Lagerhaltung, Drucksteuerung, Lieferantenvergleich und vieles mehr – alles erscheint übersichtlich auf Ihrem Bildschirm, Tablet und Smartphone. Mehr Ideenfindung: www.coordinet.de



CLUB! GOES IPAD

Jetzt können Sie Ihr club!-Magazin zu jeder Zeit und an jedem Ort der Welt lesen. **IPAD UND IPHONE** machen es möglich. Wir zeigen Ihnen, wie Sie die vielfältigen Funktionen des E-Magazins nutzen.

Die Illustration zeigt das iPad mit einem aufgerufenen Artikel. Die Umsetzung der Tablet-Version hat Clubmitglied Jürgen Brand von pressmatrix durchgeführt.

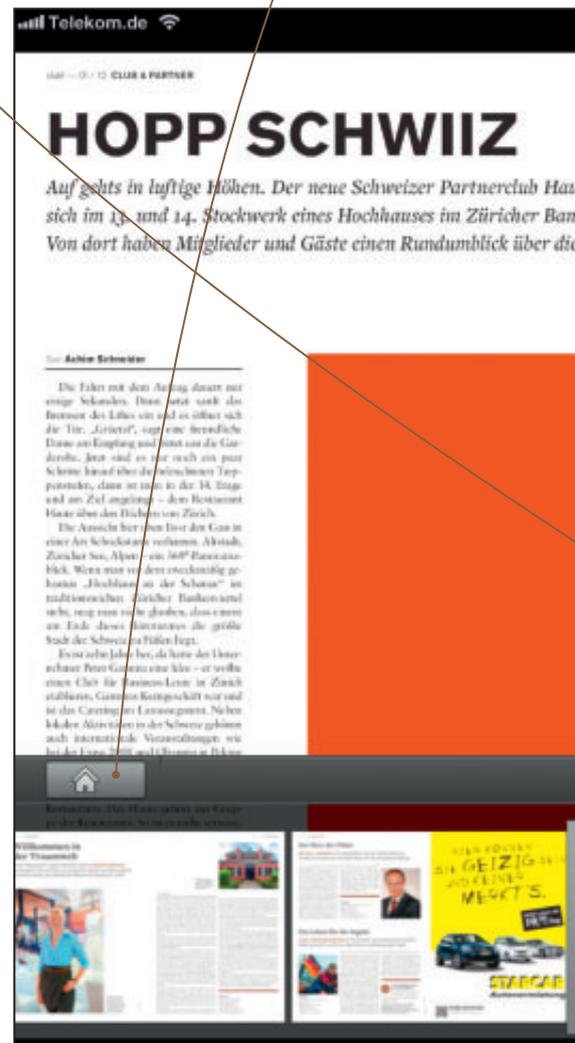
Text: **Achim Schneider**

Die Nachricht machte schnell die Runde: Ab sofort gibt es das club!-Magazin in mobiler Form – sowohl für iPad und iPhone als auch für alle anderen Android-Geräte. Bereits an den ersten Tagen verzeichnete der App-Store 300 Downloads – eine beeindruckende Größe. club! goes iPad! – Mitglieder und interessierte Leser können ihr club!-Magazin jetzt zu jeder Zeit an jedem Ort der Welt lesen, auch wenn sie die gedruckte Version nicht zur Hand haben. Um die E-Mag-Ausgaben auf das iPad zu bekommen, brauchen Sie nur in den App Store zu gehen und im Suchfeld „bch“ einzugeben. Dann erscheinen die Apps für das iPad, iPhone oder das Android-Gerät. Einfach die Apps kostenlos herunterladen und auf Installieren klicken. Nach einigen Augenblicken ist das App auf dem Gerät sichtbar und Sie können mit dem Download der club!-Ausgaben beginnen. Wenn Sie das bch-App anklicken, sehen Sie alle verfügbaren Ausgaben von club!-Magazin. Mit einem einfachen Touch laden Sie die gewünschte Ausgabe herunter. Wir zeigen Ihnen, was das digitale club!-Magazin bietet und wie Sie darin navigieren.



Lesezeichen

Mit Hilfe der Lesezeichen kann man Texte, Bilder oder Videos markieren, um sie später direkt aufzurufen. Wenn Sie den Finger länger auf den gewünschten Inhalt halten, erscheint das Kontextmenü. Zum Markieren berühren Sie mit dem Finger den Stern.



Kiosk

Mit dem Haus-Symbol können Sie jederzeit auf die Startseite von club! zurückspringen. Auf dieser Seite finden Sie alle heruntergeladenen Ausgaben, die von dort auch gestartet werden. Des Weiteren befindet sich am unteren Rand der Stern für die Lesezeichen, die Lupe für die Suche sowie der Hilfe-Button, mit dem Sie zur ausführlichen Bedienungsanleitung geführt werden.

Suchfunktion

Eine komfortable Möglichkeit, Artikel, Bilder oder Informationen in allen erschienenen Ausgaben zu finden, bietet die Suchfunktion. Tippen Sie auf die Lupe und es erscheint ein Feld, in dem Sie Ihren Suchbegriff eingeben. Es werden alle Ausgaben und Artikel angezeigt, in denen der gesuchte Begriff auftaucht. Ein kurzer Touch und der gewählte Artikel wird angezeigt.

Bildergalerie

In der Bildergalerie können Sie das gesamte Bildmaterial des Magazins durchstöbern. Nach einem Tippen auf das Symbol werden alle Fotos der Ausgabe angezeigt. Ein weiterer Fingertipp auf das ausgewählte Bild zeigt es größer. Wenn Sie den Button „Artikel“ antippen, landen Sie direkt bei dem dazugehörigen Artikel.

Toolbar schließen

Mit einem Tippen auf den nach unten zeigenden Pfeil haben Sie die Möglichkeit, die Toolbar schnell zu schließen.

Seitennavigation

Um die Toolbar einzublenden, ziehen Sie die „Lasche“ mit den drei Punkten am unteren Rand des Bildschirms nach oben. Sie sehen jetzt den gesamten Inhalt des Magazins und können mit einem Wischen über die Vorschauseiten zügig durch das Heft navigieren. Mit einem Fingertipp auf die ausgewählte Seite öffnen Sie den Artikel, den Sie lesen möchten.



SO PROFITIEREN SIE VOM BUSINESS CLUB HAMBURG

*Sie sind Unternehmer oder Entscheider und auf der Suche nach einem Ort, an dem Sie Kontakte aufbauen, pflegen und geschäftlich nutzen können? Dann ist der **BUSINESS CLUB HAMBURG** die richtige Wahl, denn er bietet ein ansprechendes Ambiente, funktionierendes Networking und umfassende Business Services.*

GASTRONOMIE

- clubeigene Küche ab 9 Uhr
- täglich Frühstück, Lunch und Abendessen
- individuelle Bewirtung für Veranstaltungen sowie „Private Dinings“
- Weinberatung und Weinverkauf außer Haus

WER WIR SIND

Wir sind ein privater Business Club moderner Prägung. 2008 in der Handelskammer Hamburg gegründet, sitzen wir seit November 2009 in der Villa im Heine-Park an der Elbchaussee 43.

Der Club hat aktuell 810 Mitglieder. Diese kommen aus zehn Clustern mit 78 Branchen. Diese heterogene Zusammensetzung ist eine große Stärke des Clubs.

PHILOSOPHIE

„Geschäfte werden zwischen Menschen gemacht – und der Club bringt Menschen zusammen.“

RAUMANGEBOT

- zehn Konferenzräume für vier bis 40 Personen
- Nutzung der Räume für zwei Stunden täglich kostenfrei; danach Stundenmiete oder Tagungspauschale
- Tiefgarage mit 41 Stellplätzen (kostenfrei)
- Terrasse mit Elbblick

KONTAKTE

Wir stellen gezielt Kontakte für unsere Mitglieder her. Zuvor führen wir eine individuelle Analyse auf Basis der Produkte, Dienstleistungen sowie der Kompetenzen und Bedürfnisse des Mitglieds durch.

PROGRAMM

- mehr als 180 Veranstaltungen im Jahr aus den Bereichen Kultur, Politik und Wirtschaft
- Kultur: Konzerte, Ausstellungen, Charity, Kulinarik
- Politik: „Tacheles“ mit Spitzenpolitikern
- Wirtschaft: Vorträge, Podiumsdiskussionen, Exkursionen, Business Matching
- Networking: „Open Club“ – jeden ersten Donnerstag ab 19 Uhr treffen sich Mitglieder, Gäste und Interessierte im Club
- außerdem: Golf-Matchplay, Speedsailing, Ausfahrten

WAS WIR BIETEN

Unseren Mitgliedern sichern wir drei Kernleistungen zu. Diese sollen – neben den vielen persönlichen Annehmlichkeiten des Clublebens – auch einen wirtschaftlichen Nutzen und Mehrwert der Clubmitgliedschaft ermöglichen:

Nutzung der clubeigenen Räumlichkeiten und Konferenztechnik

abwechslungsreiches Veranstaltungsangebot für den Erfahrungsaustausch

gezielte Kontaktvermittlung zu anderen Mitgliedern durch unser Mitglieder-management

MITGLIEDER

- 80% Vorstand oder Geschäftsführer, davon 63% Gesellschafter des Unternehmens
 - 15% Bereichs- oder Niederlassungsleiter, 5% Freiberufler
 - 25% kommen nicht aus Hamburg.
 - Durchschnittsalter: 46 Jahre
 - Anteil Frauen: 15%
- Stand: 15. April 2012

MITGLIEDSCHAFT

- Aufnahmebeitrag 2200 € (zzgl. MwSt.)
- Jahresbeitrag 1200 € (zzgl. MwSt.)
- spezielle Konditionen bei Firmenmitgliedschaften sowie für Entrepreneur

EINLADUNG

Lassen Sie uns gemeinsam über Ihren Nutzen und Mehrwert einer Mitgliedschaft sprechen. Vereinbaren Sie einen persönlichen Termin bei uns im Club unter:

Telefon 040 42 10 70 10
Internet: www.bch.de

PARTNER

Havana Lounge Bremen,
Wirtschaftsclub Düsseldorf,
Airport Club Frankfurt,
Rotonda Club Köln,
Club International Leipzig,
National Liberal Club
London und Haute Zürich

WOCHENENDE

Am Sonnabend und Sonntag ist der Business Club geschlossen. Die Villa im Heine-Park ist aber für Sie geöffnet.

- Sonntags bieten wir Ihnen unser „Frühstück mit Elbblick“.
- Außerdem können Sie das Haus für Familien- und Firmenfeiern exklusiv buchen.

Informationen und Buchungen unter www.villa-im-heine-park.de



**SIE DÜRFEN MIT
ALLEM RECHNEN.
AUCH MIT DEM
BESTEN ...**

artprolog begeistert mit
erstklassigem Design im
Grafik- und Printbereich.
artprolog steht für exzellentes,
innovatives Webdesign und
funktionelle Programmierungen.
artprolog realisiert Ihre
Wünsche – und häufig mehr.
artprolog definiert Maßstäbe
immer wieder neu.

artprolog: die schönste
Beziehung zum Design.

artprolog®

perfekt . präzise . schnell

Members for Members

Das geht auch Sie an: Jedes Mitglied des Business Club Hamburg erhält beim Kauf von Produkten, Dienstleistungen und Services vieler anderer Mitglieder besonders attraktive Konditionen. Sichern Sie sich jetzt Ihr Vorteilsangebot.

Die Idee ist so einfach wie attraktiv: Es wäre doch schön, wenn Clubmitglieder von den Angeboten, Leistungen und Kompetenzen anderer Clubmitglieder profitieren könnten – und zwar zu attraktiven Sonderkonditionen. Und genau das ist jetzt möglich. Titel der Aktion: „Members for Members“.

Was steckt dahinter? „Business Club Hamburg-Mitglieder haben die Möglichkeit, anderen Clubmitgliedern ein besonderes Angebot zu machen“, erklärt Geschäftsführer Peter Oppermann den Service. Bislang sind sieben Partner dabei: Grand Elysée Hotel, Golf Lounge, MeridianSpa, Eleazar Novum GmbH, PressMatrix, Schloss Lüdersburg und die Autovermietung Starcar. Business Club Hamburg-Mitglieder erhalten bei diesen Partnern Sonderkonditionen.

Wenn auch Sie anderen ein besonderes Angebot machen möchten, ist dies selbstverständlich möglich – jedes Mitglied kann dem „Members for Members“-Kreis beitreten.



Elysée Hotel AG Hamburg
Rothenbaumchaussee 10
20148 Hamburg
www.grand-elysee.com

Members-Vorteil: Vorbehaltlich der Verfügbarkeit erhalten Mitglieder ein Upgrade in die nächsthöhere Zimmerkategorie. Bitte bei der Buchung BCH-Mitgliedsnummer angeben.



Golf Lounge GmbH
Billwerder Neuer Deich 40
20539 Hamburg
www.golflounge.de

Members-Vorteil: DGV-Mitgliedschaft inkl. Trackman, Pirates Golf und einer Trainerstunde beim Junior Pro für 239 Euro. Bitte beim Kauf BCH-Mitgliedsnummer angeben.



MERIDIAN SPA
Fitness. Wellness. Bodycare.

MeridianSpa Deutschland GmbH
Wandsbeker Zollstr. 87-89
22041 Hamburg
www.meridianspa.de

Members-Vorteil: Upgrade von einer Gold Card in eine Platinum Card für Bestands- wie Neumitglieder. Bitte einen Termin vereinbaren sowie Personalausweis und BCH-Legitimation vorlegen.



Eleazar Novum GmbH
Bremer Reihe 12-14
20099 Hamburg
www.novum-hotels-hamburg.de

Members-Vorteil: 5% Rabatt auf die aktuelle Tagesrate sowie nach Verfügbarkeit Upgrade in die nächsthöhere Kategorie. Bitte auf der Website den Code „Business Club Hamburg“ angeben.

PRESSMATRIX

Digital Publishing. Done simple. Done right.

Pressmatrix GmbH
Friedenstr. 91
10249 Berlin
www.pressmatrix.de

Members-Vorteil: Ein kostenfreies Probeexemplar des eigenen Magazins fürs iPad oder Android-Tablet. Bitte rufen Sie Jürgen Brandt direkt an: 0176 32 28 07 24.



GSL - Golfanlage Schloss
Lüdersburg GmbH & Co. KG
Lüdersburger Str. 21
21379 Lüdersburg
www.schloss-luedersburg.de

Members-Vorteil: Platzreifekurs mit 2 Übernachtungen plus After-Work-Mitgliedschaft für 2012 mit DGV-Ausweis für 450 Euro (50% Rabatt). Bitte Karin Köpcke ansprechen: 0171 5 83 91 75.

STARCAR
Autovermietung

STARCAR
Kraftfahrzeugvermietung GmbH
Süderstr. 282
20537 Hamburg
www.starcar.de

Members-Vorteil: Bis zu 20% auf alle PKW- und LKW-Tarife. Bitte geben Sie bei Anmietung des Fahrzeugs die Sonderbuchungsnummer #55670 für BCH-Mitglieder an.

IN VINO VERITAS

Keine Weinberge, aber beeindruckende Fakten – Hamburg gehört zu den bedeutenden Weinhandelsplätzen der Welt. Der größte Händler Europas (Hawesko), der kreativste Perlensucher Deutschlands (Rindchen) und der beste Sommelier des Landes (Hendrik Thoma) machen die Hansestadt zur Wein-Hauptstadt.

Text: **Gisela Reiners**

Wer keinen Wein hat, der will ihn haben. In der norddeutschen Tiefebene wächst er nicht, vielleicht mit Ausnahme am Südhang des Stintfangs oder in Mottenburger Hinterhöfen, aber wirklichen Genuss kann man davon nicht erwarten. Hanseatische Kaufleute kamen herum, handelten mit allem, was gefragt war, und legten sich schon in früheren Jahrhunderten Fässer mit französischem Rotwein in kühle Gewölbe. Wohl daher rührt im Norden die Liebe zum Weinhandel, der hier auch heute noch mit besonderer Vehemenz betrieben wird.

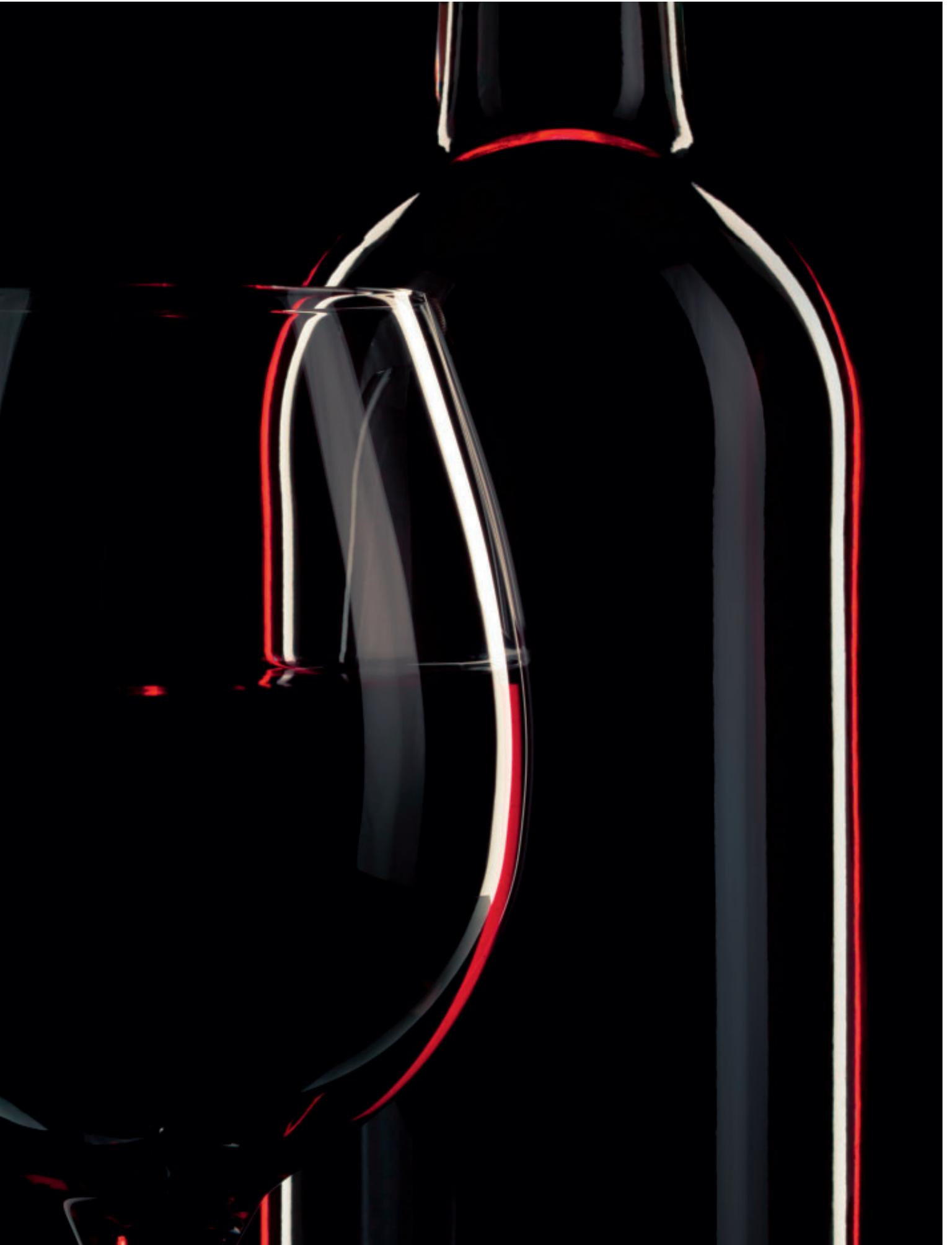
In Tornesch, auf dem platten Land hinter Pinneberg, wo weit und breit kein Weinbügelchen, geschweige denn ein Weinberg zu erkennen ist, residiert mit Hawesko, dem Hanseatischen Wein und Sekt-Kontor, die größte Weinhandelsgruppe Europas und Deutschlands führender Anbieter hochwertiger Weine und Champagner. In riesigen Hallen lagern Kreszenzen aller Anbaugeländer dieser Welt und warten darauf, zum Beispiel über den hauseigenen Groß- oder Fachhandel wie zum Beispiel Wein Wolf und Jacques' Weindepot ver-

kauft oder auf Bestellung nach Katalog und Internet versandt zu werden. Mit etwa 700 Mitarbeitern wird ein Umsatz von rund 400 Millionen Euro pro Jahr erzielt.

Zu Hawesko gehören neben anderen Unternehmen auch mehrheitlich die traditionsreiche Lübecker Carl Tesdorpf GmbH sowie der Bordelaiser Weinhändler Chateau Classique. Es werden elegante Präsentpackungen angeboten, ein Sortiment von Riedel-Gläsern, Champagner-Kühlern, Kellner-Bestecken und weiteres Zubehör. Der Weintrinker bekommt also eine Rundum-Glücklich-Versorgung – und alles aus einer Gegend, in der eher die Holsteiner Schwarzbunten zu Hause sind als ein Rebstock.

Wurde Hawesko 1964 gegründet, so folgte 1977 der Start eines weiteren norddeutschen Weinhandels. Gerd Rindchen machte Rindchen's Weinkontor auf. Noch als Schüler hatte er begonnen, nachdem er von den aus der Pfalz stammenden und weinkundigen Eltern die Liebe zum Rebsaft übernommen hatte, Wein zu importieren und im Freundeskreis zu verkaufen. Bis 1983 betrieb er →





den Handel neben seinem Beruf als Versicherungsmakler, bis er sich ganz darauf konzentrierte. Er betreibt Groß- wie Einzelhandel – über 20 Weinkontore in ganz Deutschland – und Internetversand über die Tochterfirma Meevio.

Die alteingesessenen Hamburger Weinhändler, manche mit langer Tradition, glaubten nicht an die Langlebigkeit dieser Neugründung, warnten französische Winzer vor drohender Zahlungsunfähigkeit des Newcomers. „Doch viele von denen sind nicht mehr am Markt“, sagt Rindchen heute. Mit rund 70 Mitarbeitern setzt er 18,5 Millionen Euro um – und beliefert unter anderem den Business Club Hamburg. „Wir sind also ein Zwerg“, sagt Rindchen, „haben aber eine ganz andere Ausrichtung. Wir haben nicht die große Nobelmarke, sind dafür stets auf der Suche nach Entdeckungen in der zweiten Reihe, nach neuen Winzern mit Weinen mit gutem Preis-Genuss-Verhältnis. Wenn ich ein Gewächs ins Sortiment nehmen will, muss ich keine Marketingabteilung fragen, ich kann mich einfach mal trauen.“

Viele Winzer kennt er persönlich, nimmt Einfluss auf ihre Cuvées, macht die Weine

ist die Rotspon-Tradition noch lebendig, die bis ins 13. Jahrhundert zurückzufolgen ist. Damals holten die Koggen der Hanse Bordeaux-Weine, um sie in heimischen Kellern zu Rotspon zu veredeln und in den Ostseeraum zu verschiffen. Heute führt Christoph von Have die Geschäfte, zu denen neben dem Handel mit Wein auch noch die Herstellung von Spirituosen und Likören gehört. Berühmt ist der Eierlikör.

Dass man mit Weinhandel auch zu Vermögen kommen konnte, lässt sich an Wehbers Park und Landhaus in Eimsbüttel ablesen. Georg Heinrich Wehber hat das Anwesen 1852 anlegen lassen, heute ist der Park eine öffentliche Grünfläche und das Weinkontor Wehber Hamburgs älteste Weinhandlung. „Wenn ich dort vorbeikomme“, sagt Weinhändler Rindchen, „dann denke ich nur ‚Respekt!‘“

Soeben hat das Gourmet-Magazin „Feinschmecker“ in seiner Juni-Ausgabe eine Liste mit den 600 besten Weineläden Deutschlands veröffentlicht. Für Hamburg werden 28, für Bremen elf und für Lübeck fünf feine Einzelhandelsadressen genannt, abgesehen von allen weiteren in Norddeutschland wie beispielsweise Secklers

Unter den besten 600 Weineläden in Deutschland ist die Hansestadt mit 28 Geschäften vertreten. Nicht schlecht für einen Landstrich, in dem Wein eher aus Jux angebaut wird.

teilweise mit ihnen gemeinsam. Der Lohn: Zahlreiche Auszeichnungen als Weinhändler sowie -importeur des Jahres. „Für mich zählen Qualität und Authentizität des Produktes. Da bin ich gern ganz nah dran.“ Der Absatz verlagert sich immer mehr in Richtung Endverbraucher, findet der Händler, er liege inzwischen bei zwei Dritteln des Umsatzes. Die Hälfte davon entfalle aufs Internet.

Neben den Neugründungen von Riesen und Zwerg gibt es in Hamburg noch den Traditionalisten. In Bergedorf wird die Weinhandlung Heinrich von Have seit 1868 und nun in fünfter Generation geführt. Tesdorpf in Lübeck ist etwa doppelt so alt, aber eben nicht mehr in Familienbesitz. In den kühlen Gewölben Bergedorfs

„Sansibar“ auf Sylt. Gar nicht so schlecht für einen Landstrich, in dem Wein eher mal aus Jux angebaut wird.

Und was wird nun zur Zeit mit Vorliebe getrunken? Gerd Rindchen sagt: „Rosé! Rosé geht seit einem Jahr durch die Decke, Wein wie Champagner, aus allen Anbaugebieten. In Frankreich hat Rosé den Weißwein-Konsum überholt. Und selbst Herren, die bislang ungern mit einer rosa Farbe im Glas gesehen werden wollten, greifen jetzt ohne Hemmungen zu.“

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



Clubmitglied Gerd Rindchen ist Weinhändler aus Passion. Zu seiner Philosophie gehört, dass er den Kunden ausschließlich Weine mit dem besten „Preis-Genuss-Verhältnis“ anbietet.



EXZELLENZ IN SAUBERKEIT.

www.grg.de

 **GRG SERVICES**
GROUP

„DER TEUERSTE ESSIG ALLER ZEITEN“

*Er ist einer von drei Master Sommeliers in Deutschland. Man kann **HENDRIK THOMA** also beim Wein nichts vormachen. Hier spricht er über Beratung per Videoblog, reiche Menschen und teure Weine, Aromen von Waldboden, Pilzen, Trüffeln und was passiert, wenn ein Wein kippt.*

Text: **Martina Goy** Foto: **Michael Holz**

club!: Herr Thoma, Sie sind so schwer zu greifen: Sie machen Weinreisen und Verkostungen, bieten Unternehmen, aber auch Privatpersonen Schulungen und Seminare an, bis vor kurzem moderierten Sie eine Internet-Weinsendung, und neuerdings betreiben Sie einen Video-Wein-Blog. Sind Sie eigentlich noch ein echter Sommelier?

Hendrik Thoma: Wenn man die Prüfung zum Master Sommelier gemacht hat, bleibt man das ein Leben lang. Denn auch wenn sich die Inhalte der Tätigkeiten mit den Jahren verändern, so bleibt man doch dem Thema Wein treu. Aber um die Frage zu beantworten, was derzeit die Essenz meiner Arbeit ist: Ich bin ein Video-Wein-Blogger.

club!: Was genau bedeutet das?

Thoma: Ich wollte ein Format haben, das perfekt auf mich zugeschnitten ist. Die neuen Medien sind dafür ideal. Mit meinem Blog ‚Wein am Limit‘ habe ich die Kontrolle darüber, wie viel und was ich investieren möchte. Vor allem aber kann ich meine Zielgruppe selbst bestimmen. Das ist mir wichtig.

club!: Warum?

Thoma: Kommunikation über Social Media funktioniert nur, wenn sie authentisch ist. Deshalb betreibe ich nicht nur meinen Blog, sondern auch meine Facebook- und Twitter-Aktivitäten persönlich. Es ist mir wichtig, dass meine Kunden, Partner und Freunde wissen: Was immer ich poste und schreibe, ist zu hundert Prozent Thoma.

club!: Lässt sich denn über die virtuelle Welt ein rentables Weingeschäft führen?

Thoma: Ich verkaufe ja keine Weine, ich berate. Meine Aktivitäten sind eine Folge der Demokratisierung der Kommunikation. Früher war es doch so: Irgendwelche Experten haben gesagt, dieser oder jener Wein ist toll. Das konnte man glauben oder nicht und

seine Meinung dazu hat man nur im kleinen Kreis geteilt. Das ist heute anders. Ich habe irgendwann gemerkt, wie groß auch in Deutschland der Wunsch ist, mehr über Wein zu erfahren, darüber zu diskutieren, sich auszutauschen. Diesem Bedürfnis komme ich mit meinen Angeboten nach. Die positive Resonanz zeigt mir, dass es der richtige Weg ist.

club!: Edle Weine sollen auch eine gute Geldanlage sein. Sind Sie auch in diesem Business tätig?

Thoma: Vor ein paar Jahren habe ich intensiver in diesem Bereich beraten. Inzwischen bin ich eher vorsichtig. Ich halte es mit dem Börsenguru André Kostolany, der meinte, dass man nicht nur aufgrund von Intuition und Fantasie investieren soll, sondern dass man sich inhaltlich sehr intensiv mit dem jeweiligen Investment auseinandersetzen und dieses verstehen muss. Das gilt besonders für die Spekulation mit Wein. Sicherlich kann man punktuell auch als Wein-Laie eine Wertsteigerung erzielen, aber grundsätzlich ist es ein schwieriger Markt.

club!: Dennoch werden gerade teure Weine in einigen Ländern von reichen Geschäftsleuten in großen Mengen gekauft.

Thoma: Ja. Momentan sind es Schwellenländer wie Brasilien, die auf diesem Gebiet aktiver werden. Dort gibt es sehr viele reiche Leute, die sich gern teure Weine kaufen. Aber auch in Russland, China und Indien wird in großen Mengen und teuer eingekauft.

club!: Von welchem Preisniveau sprechen Sie?

Thoma: Weine im Preissegment von 1000 bis 3000 Euro. Die teuerste, jemals verkaufte Flasche Wein wurde vom US-Milliardär Malcolm Forbes für 110.000 Euro ersteigert. Angeblich stammte sie aus dem Besitz von Thomas Jefferson, dem späteren US-Präsidenten, aus seiner Zeit als Botschafter in Frankreich. Noch wäh-




**EVENT
TIPP**
**DER HENDRIK THOMA-
WEINABEND**

Ein Abend im Zeichen des Weins: Master Sommelier Hendrik Thoma stellt im Business Club Hamburg außergewöhnliche Weine aus vergessenen Weinregionen vor. Erfahren, erschmecken, erproben – genießen Sie einen Abend mit dem renommiertesten Weinkenner Deutschlands.

**Dienstag, 26. Juni 2012, 19 Uhr,
Business Club Hamburg,
Elbchaussee 43,
Kostenbeitrag von 59 Euro pro Person
(inklusive Wein, Käse und Brot).**

Es gibt weltweit 175 Master Sommeliers, drei leben in Deutschland, einer ist Hendrik Thoma, 44. Sein Handwerk erlernte er im kalifornischen Napa Valley und im Hamburger Hotel Louis C. Jacob, in dem er zwölf Jahre Chefsommelier war. Seine neueste Aktivität ist der Videoblog „Wein am Limit“.

rend die Flasche in einer Vitrine ausgestellt war, zerfiel durch den falschen Winkel, in den sie gestellt war und die Hitze der Lampe der Korke. Als Forbes seine Rarität abholte, zerbröselte der Korke in Sekunden zu Staub, der Wein verdarb zu Essig.

club!: Es drängt sich der Eindruck auf, dass der internationale Weinhandel in einem relativ elitären Zirkel stattfindet?

Thoma: Das ist richtig. Der Weinhandel verhält sich analog zur Börsenentwicklung. Klar kann man mit einem Wein, den man vor 20 Jahren gekauft hat, heute einen fantastischen Schnitt machen. Aber insgesamt rate ich davon ab, jetzt noch mit Wein zu spekulieren. Die Preise sind extrem hoch. Früher stieg man bei 1500 Euro pro Flasche ein, heute bei 3000.

club!: Wann ist ein Wein gut? Wenn er alt ist?

Thoma: Ein guter Wein ist immer gut. Wenn Sie das Glück haben, eine Flasche aus einem sehr alten Jahrgang zu öffnen, muss dieser Wein nicht erst ein paar Tage geöffnet stehen, ehe man ihn genießen kann. Alter Wein hat einen anderen Geschmack als ein jüngerer. Darauf muss man sich einlassen. Die Sinne eines Experten sind geschult. Ein Weinkenner nimmt die besondere Aromatik dieses Weines wahr, den Geschmack nach Sherry, nach Erde, nach Waldboden, Pilzen und Trüffeln. Aber natürlich kann ein alter Wein auch kippen – dann ist er der teuerste Essig aller Zeiten.

club!: Auch Prominente kaufen sich heutzutage gern einen eigenen Weinberg.

Thoma: Falls Sie auf Günther Jauch anspielen, der führt ja nur einen Familienzweig weiter. Das finde ich sehr löblich. Aber auch

sonst ist es doch eher positiv, wenn reiche Leute ihr Geld dazu benutzen, es in nachhaltige Dinge wie einen Weinberg zu investieren.

club!: Und damit etwas für ihre Reputation tun.

Thoma: Ich möchte es anders formulieren. In Mittelmeerländern gehört das Glas Wein zum Mittagessen grundsätzlich zur Genussskultur dazu. So wie auch die Familie immer noch einen anderen Stellenwert hat. In diesen Ländern trifft man sich traditionell bei einem guten Essen und der Wein gehört dazu. In Deutschland bedeutet Wein trinken, es geschafft zu haben. Wir Deutsche trinken Wein, auch ohne etwas zu essen. Es hat etwas mit Lifestyle zu tun. Vor 30 Jahren war das führende Getränk noch Bier und vielleicht ein Schnaps dazu.

club!: Aldi, Lidl und Co. haben diese Entwicklung begünstigt. Angeblich kann man auch dort gute Weine billig kaufen.

Thoma: Ich habe eine Aversion gegen das Wort billig. Diese Schnäppchenmentalität, gerade wenn es um Lebensmittel und Genuss geht, widerstrebt mir in höchstem Maße. Nichts gegen ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis, aber die Jagd nach dem zehn Cent billigeren Produkt hat aus Deutschland das Land der Discounter gemacht. Und leider auch das Weingenießen in vielen Bereichen kaputt gemacht. In Deutschland schaut man gern verächtlich auf die Amerikaner, die vermeintliche Fast-Food-Nation. Tatsächlich aber zahlen sogar die Amis inzwischen mehr für gute Qualität. Bei diesem Vergleich sind wir abgehängt. Leider.

Martina Goy ist Chefreporterin der „Welt“-Gruppe in Hamburg.

Sonniger Reichtum des Südens

*In jedem club!-Magazin stellt Sommelière **ANICO KOCH** Ihnen ihre Lieblinge im Glas vor. Diesmal ist es ein Rosé aus Sizilien als perfekter Begleiter für den Sommer.*

Von **Anico Koch**

Es wird wärmer in Deutschland, der Sommer ist (fast) da. Da bieten Roséweine eine tolle Alternative im Glas. Ich weiß: Eingefleischte Rotweinliebhaber und Rosékritiker werden jetzt wieder die Nase rümpfen. Doch ihnen sei gesagt: Roséwein ist nicht zwingend süß, Roséwein schmeckt nicht immer nach Limonade, Roséwein ist kein billiges Abfallprodukt. Und wenn man ein Glas Rosé in der Hand hält, wird man auch nicht mehr schief angesehen. Nebenbei bemerkt: In Frankreich wird immer mehr Rosé getrunken, vielleicht weil er irgendwie an Rosé-Champagner erinnert. Geben Sie ihm also eine Chance, denn Ausprobieren ist in diesem Fall dringend angesagt.

Bevor ich Ihnen nun meinen absoluten Sommerhit vorstelle, vielleicht ein kleiner fachlicher Schlenker – was ist eigentlich Rosé?

Rotwein gemischt mit Weißwein? Natürlich nicht!

Roséweine werden aus roten Rebsorten hergestellt. Maßgeblicher Unterschied zur Herstellung von Rotweinen ist die Tatsache, dass der Wein nur kurzen Kontakt mit den Traubenschalen bekommt. So werden diese in der Regel bereits nach zwei oder drei Tagen aus den Gärtanks entfernt. So bekommt der Wein seine blassrote Farbe und ist insgesamt leichter und gefälliger, weniger säurebetont als die meisten Weißweine.

Der Rosé, den ich Ihnen ans Herz legen möchte, kommt aus Sizilien; da weiß man, was ein echter Sommer ist. Er ist ein leichter Wein mit Aromen von Erdbeeren und Himbeeren.

Das Gut Corte dei Mori liegt bei Marsala. Der Winzer Mario Minini, dessen Familie seit Generationen in der Lombardei Wein macht, war auf der Suche nach einer neuen Herausforderung. Da fiel sein Kennerblick auf Sizilien. Er kaufte 80 Hektar im Westen der Insel und baute in einer alten Poststation eine schicke Kellerei. Die Weinberge wurden sorgfältig analysiert und teilweise neu bepflanzt. Das hat sich gelohnt. Mit seinem Sicilia Rosato „Etichetta Bianca“ ist ihm ein faszinierendes Produkt gelungen, ein Wein, der den sonnigen Reichtum des Südens mit der Eleganz des Nordens vereint. Wie schon gesagt: Ausprobieren lohnt sich!



ANICO KOCH, 27, ist Hotelfachfrau und geprüfte Sommelière. Im Business Club Hamburg ist sie verantwortlich für die Zusammenstellung des Weinangebotes, die Auswahl der begleitenden Weine bei Veranstaltungen und Menüs – und für den richtigen Schluck im richtigen Moment.



DIE EMPFEHLUNG:

Sicilia Rosato „Etichetta Bianca“ IGT 2009, Weingut Corte dei Mori, Sizilien

Preis pro Glas: 6 €

Preis pro Flasche: 20 €

Preis außer Haus: 8,50 €

HAMBURG BAUT AUF OTTO WULFF.



BIQ Wilhelmsburg



BID Opernboulevard



Hybrid House IBA/igs 2013

Als Generalunternehmer für schlüsselfertiges Bauen finden Bauherren und Architekten unter dem Dach der Otto Wulff Bauunternehmung GmbH seit 80 Jahren ein umfassendes Leistungsangebot mit dem Hintergrund jahrzehntelanger Erfahrung.

- Generalunternehmer für schlüsselfertiges Bauen
- Hoch-, Stahlbeton- und Industriebau sowie Stahlbetonfertigteiltbau
- Umbau- und Reparaturarbeiten, Fassaden- und Betonsanierung sowie Altbausanierung



OTTO WULFF
BAUUNTERNEHMUNG

W O H N U N G S B A U · G E W E R B E B A U · S A N I E R U N G

Otto Wulff Bauunternehmung GmbH

Archenholzstraße 42 · 22117 Hamburg · Telefon 040 / 736 24 - 0 · info@otto-wulff.de · www.otto-wulff.de

10 Minuten mit ...

SÖNKE WAGENER

Geschäftsführer Otto Wulff Bauunternehmung GmbH



Warum ist Ihr Beruf der beste, den Sie sich vorstellen können?

Weil ich mich jeden Tag neuen Herausforderungen stellen kann und mit meiner Arbeit dazu beitrage, dass das Familienunternehmen, in dem ich mit einer tollen Mannschaft arbeiten darf, jetzt und auch in der nächsten Generation Verantwortung für seine Mitarbeiter übernimmt und gute Arbeitsplätze schafft.

Gibt es etwas in Ihrem Job, das Ihnen nicht gefällt?

Ich bemerke zunehmend, dass durch den wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Druck der Umgang zwischen Menschen und Unternehmen nicht mehr ausreichend von Respekt und Fairness geprägt ist. Das erschwert häufig die Zusammenarbeit und schafft Probleme, die objektiv aus der Sachlage heraus nicht notwendig wären.

Welche Ziele sind Ihnen bei der Arbeit wichtig?

Ich möchte dazu beitragen, dass wir trotz unseres stetigen Wachstums kein anonymes Großunternehmen werden, sondern mit allen Mitarbeitern dafür sorgen, dass wir immer als fairer Vertragspartner und zuverlässiger Dienstleister wahrgenommen werden.

Was machen Sie, wenn Sie nicht arbeiten?

Ich suche die Herausforderung beim Triathlon. Am Wochenende bin ich frühmorgens mit dem Fahrrad unterwegs oder mache Lauftraining; in der Woche gehen wir mit Kollegen aus allen Abteilungen gemeinsam vor der Arbeit oder in der Mittagspause schwimmen oder laufen. Das wirkt sich natürlich positiv auf die Zusammenarbeit aus und nebenbei macht es natürlich auch Spaß, die Unternehmenswertung beim Hamburg Triathlon zu gewinnen...

Worüber können Sie sich ärgern?

Wichtig ist, dass man sich für sein Gegenüber und seine Mitmenschen interessiert und dass das Zusammenleben und -arbeiten vom Gedanken geleitet ist, dass beide Seiten davon profitieren. Ich ärgere mich, wenn ich das Gefühl habe, dass das nicht der Fall ist.

Was ist Ihre größte Stärke?

Ich denke, dass ich auch in schwierigen Situationen und bei komplexen Sachverhalten den Überblick behalte und schnell den Sachverhalt oder mein Gegenüber verstehe.

Haben Sie auch eine Schwäche?

Ja, ich bin definitiv zu ungeduldig.

Gibt es ein besonderes Erlebnis in Ihrem Leben?

Das Aufwachsen mit meiner mehrfach behinderten Schwester war ein prägendes Erlebnis. Es hat mir den Wert des Lebens auch außerhalb unserer Vorstellung, dass zum Glückseligsein angeblich ein gesunder Körper und ein gesunder Geist gehören, verdeutlicht. Menschen können unter allen Bedingungen glücklich sein und das, finde ich, macht auch Mut für das eigene Leben.

Worauf möchten Sie nicht verzichten?

Auf meine Familie. Und ganz besonders nicht auf das tägliche Gespräch mit meiner Frau.

Wofür würden Sie sich engagieren?

Ich würde mich gerne verstärkt in der Hospizarbeit engagieren. Es geht mir dabei um die Auseinandersetzung mit dem Tod. Wenn man sich mit Sterbenden unterhält, versteht man, dass der Tod für sie nicht das Problem ist, sondern der Prozess des Sterbens. Das besser zu verstehen und es anderen nahezubringen, wäre eine Sache, die ich verstärkt machen möchte.

IMPRESSUM

Herausgeber:

BCH Business Club
Hamburg GmbH
Villa im Heine-Park
Elbchaussee 43
22765 Hamburg
Geschäftsführer: Peter
Oppermann, Peer-Arne Böttcher
Telefon: 040 4 21 07 01-0
Telefax: 040 4 12 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: 040 25 33 58 05
Telefax: 040 25 33 58 16
info@ae-media.de
Internet: ae-media.de

Chefredaktion:

Andreas Eckhoff, Achim Schneider

Art Direktor:

Tom Leifer, Tom Leifer Design

Redaktion und Autoren:

Peter Barber, Dr. Catrin Gesellen-
setter, Martina Goy, Detlef Gürtler,
Oliver Hardt, Sebastian Leber,
Jörg Marwedel, Uwe Prieser,
Gisela Reiners, Norbert Scheid, Dr.
Gisela Schütte

Grafik:

Jasmin Nesch

Fotos Business Club Hamburg:

Cornelius Kalk, Martina van Kann

Lektorat:

Dr. Sigrid Schambach

Anzeigenleitung:

Birgit Kaut
Telefon: 040 6 01 76 96
E-Mail: bk@bch.de

Lithografie:

Alphabeta GmbH
Hammerbrookstraße 93
20097 Hamburg
Internet: 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:

10.000 Exemplare

In Hamburg. In Bremen.
Und darüber hinaus.

KEIN ZUFALL, WENN ES NACH OBEN GEHT...

...vielmehr das Ergebnis guter Beratung: ideenreich und ganz nah am Markt, aber weit weg von »Business as usual«. Wenn Sie uns bitte folgen möchten...

Zielführende Beratung und Full Service rund um Immobilie und Investment sind unser Business. Am besten Sie führen darüber ein Gespräch mit uns:

Herr Stefan Albert (Tel. 040/32 50 919-91)
freut sich auf Ihren Anruf.

ROBERT C. SPIES

GEWERBE UND INVESTMENT

Stefan Albert · Tel. 040 / 32 50 919-91
| s.albert@robertcspies.de |

**“MACHT IHR MAL
EURE WORK-LIFE-
BALANCE. ICH MACH’
FEIERABEND.”**

