

club!

DAS MAGAZIN DES BUSINESS CLUB HAMBURG

Stefan Gwildis: Musiker und Schauspieler („Große Freiheit Nr. 7“)

HAMBURG LOCKT

WARUM DIE ELBMETROPOLE ALLE FASZINIERT

Interview STEFAN GWILDIS ÜBER SEINE LIEBE ZUR HEIMAT, WARUM ER GERN ZWEITE LIGA IST
UND WESHALB ER HANS ALBERS VEREHRT Wissen GELD FÜR WACHSTUM & INNOVATION Partnerclub
CITY UNIVERSITY CLUB LONDON Genuss MIT MESSECHEF BERND AUFDERHEIDE AM HERD

TYPISCH HANSEATISCHE SERVIERTHEIT.



Das' mal
was
anderes.



BIER
BEWUSST
GENIESSEN
800 30 30 30 30 30

ECKEN. KANTEN. HOLSTEN.

IMPRESSUM**Herausgeber:**

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

Konzept und Realisation:

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

Chefredaktion:

Andreas Eckhoff, Achim Schneider

Art Direction:

Stephan Kuhlmann

Redaktion und Autoren:

Peter Barber, Detlef Gürtler, Jörg
Marwedel, Alexandra Maschewski,
Behrend Oldenburg, Gisela Reiners,
Fiona Sangster, Norbert Scheid, Lena
Scherer, Alexander Siebert, Nina
Schwarz, Dr. Martin Tschechne

Fotos Business Club Hamburg:

Martina van Kann

Lektorat:

Dr. Sigrid Schambach

Lithografie:

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

Druck:

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

Technische Umsetzung iPad:

PressMatrix GmbH
Friedensstraße 91
10249 Berlin
www.pressmatrix.de

Auflage:

11.000 Exemplare



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

Faszination Hamburg

Die Hansestadt wird immer beliebter. In vielen Rankings ist unsere Stadt in der Poleposition. So haben junge Menschen bei einer Umfrage in 41 europäischen Städten Hamburg zur Partyhochburg gewählt. Bei Familien gilt Hamburg als kinderfreundlichste Stadt Deutschlands. Nur zwei von vielen Beispielen. Mehr als sechs Millionen Touristen besuchen die Stadt jährlich, um Elbe und Hafen, die Elbphilharmonie, das Reeperbahnfestival oder den Kiez und die hochgeschätzten Museen oder die herausragende Architektur zu erleben. Auch für die Wirtschaft hat die Stadt eine hohe Anziehungskraft. Mehr als 35 000 ausländische Firmen sind vertreten und sorgen dafür, dass das internationale Business floriert. Unser Autor Martin Tschechne hat sich umgesehen und sagt Ihnen, was Hamburg so attraktiv macht und warum viele Menschen die Stadt unbedingt erleben wollen.

Ein echter Hamburger ist der Musiker und Schauspieler Stefan Gwildis. Im club!-Interview spricht er über seine Lieblingsplätze, Jobs als Hafenarbeiter, sein Idol Hans Albers und warum Hamburg seine große Bühne ist.

Im Namen des gesamten Teams wünsche ich Ihnen eine spannende Lektüre und einen sonnigen Sommer!

Peter Richard Stoffel



Kochen in der Messeküche: Alexander Walter, Alexandra Maschewski, Bernd Aufderheide, Nils-Kim Porru, Katrin von der Linde, Martina van Kann, Achim Schneider (von links).



Treffen zum club!-Gespräch auf der Barkasse Altona: Daniel Meyer, Ivo von Renner, Nina Schwarz, Stefan Gwildis, Achim Schneider (von links).

Traumstadt 18

Aus aller Welt kommen die Menschen, um den besonderen Charme Hamburgs zu erleben.



INHALT

03EDITORIAL

Faszination Hamburg

06SUSANNE DAUBNER PLANT IHREN SOMMER

Die Nachrichtensprecherin und TV-Moderatorin entscheidet gerne spontan. Momentan freut sie sich auf Reisen nach Schottland und zur Sommersonnwende nach Schweden.

Look & Feel

08IM CLUB UND UNTERWEGS

Citytour mit Randolph Churchill, Vortrag über Digitalisierung von Martin Vesper, Prof. Dr. Klaus Beckmann zum Thema Strategie, Besuch im Discovery Dock, Golf Matchplay-Serie.

10FRANZ-JOSEF HÖING

Der Oberbaudirektor diskutierte mit einer Expertenrunde über die Stadtentwicklung Hamburgs.

12MOËT CHANDON IN FRANKREICH

Mitglieder des Business Club schauten in Frankreich hinter die Kulissen des größten Champagnerherstellers der Welt.

14DAS GRUNDGESETZ

Journalist Oliver Wurm hat zum 70. Geburtstag des Grundgesetzes ein Hochglanzmagazin aus ihm gemacht.

Titelthema

18HAMBURG LOCKT

Die Stadt wird für Besucher immer attraktiver, der Tourismus boomt. Nicht ohne Grund, denn Hamburg hat viel zu bieten: Charme, Bürgerstolz, Offenheit und viele Sehenswürdigkeiten.

26INTERVIEW

Stefan Gwildis war einst Straßenmusiker – heute tritt er auf den großen Hamburger Bühnen auf. club! traf ihn zum Gespräch bei einer Barkassenfahrt durch den Hafen.

32MEINUNG

Clubmitglieder zum Thema „Hamburg lockt“.



TITEL

Stefan Gwildis ist Musiker, Schauspieler und echter Hamburger. Mit deutschen Soul-Klassikern gelang ihm 2003 der Durchbruch, und er wurde deutschlandweit berühmt. Derzeit spielt er am St. Pauli Theater die Hauptrolle des Johnny Kröger im Stück „Große Freiheit Nr. 7“.



Kochduett

62

Küchenchef Nils-Kim Porru und Messechef Bernd Aufderheide kredenzen Ochsenschwanzpralinen.



Partnerclub

78

Vor mehr als 100 Jahren gegründet bietet der City University Club in London ein ganz besonderes Flair.

34 GÜRTLERS GRÜTZE

Unser Autor schreibt in seiner Kolumne über einzigartige Geschichten und Ereignisse, die Hamburg besonders machen und von denen kaum ein Tourist je gehört hat.

Wissen

36 FÖRDERMITTEL

Was Unternehmen tun können, damit ihre Projekte finanziell unterstützt werden.

42 MEINUNG

Clubmitglieder zum Thema „Fördermittel“.

Club Academy

44 UNTERNEHMENSNACHFOLGE

Der Business Club Hamburg bietet in Kooperation mit der HEBEWERK Consulting Workshops zu dem Thema an.

Special

46 MESSE NEU DENKEN

Die Agentur step one gestaltet Messeauftritte für Firmen – ganzheitlich, nachhaltig und manchmal ungewöhnlich.

56 EINE MENGE ZU ERLEBEN

Die Globetrotter Erlebnis GmbH bietet ihren Kunden perfekte Erlebnisse bei Reisen und Veranstaltungen.

club!-Member

48 MENSCHEN UND IHRE GESCHICHTEN

Wacken-Festival-Organisator Holger Hübner, Verlegerin Stefanie Salziger, Sales Director Stefan Kühnbach, Veranstaltungstechniker Jonas Hellberg.

Gourmet & Genuss

62 DIE VIELFALT DES MESSECHEFS

Bernd Aufderheide, Geschäftsführer der Hamburg Messe, kochte und plauderte mit Club-Chefkoch Nils-Kim Porru.

66 GÉZA UNBEHAGEN BITTET ZU TISCH

Lieber zu zweit als allein – Géza Unbehagen teilt sich seinen runden Schreibtisch mit Partner Daniel Frericks.

English Lounge

70 15 QUESTIONS FOR DAVID ZELLER

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

72 INTERNATIONAL BUSINESS

The Ambassador of Malaysia H.E. Sarah Nava Rani al Bakri Davadason talked about her country's economic advantages.

76 INTERNATIONAL BUSINESS

New York Times' Berlin correspondent Melissa Eddy spoke about her work and challenges the media face.

78 PARTNER CLUB

An encounter with history in London is possible in the City University Club near the heart of the city.

Service

03 IMPRESSUM

58 WISSENSWERTES ZUM CLUB

60 DIE PARTNER DES CLUBS

SUSANNE DAUBNER PLANT IHREN SOMMER

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



Als die Tagesschau-Sprecherin Susanne Daubner nach Hamburg kam, empfand sie die Stadt als eng und klein gegenüber dem großen Berlin. Heute liebt die 57-Jährige die Stadt und weiß die Vorteile der Elbmetropole zu schätzen.

„Die Freiheit, mich jeden Tag neu entscheiden zu können, das ist für mich ein großes Geschenk.“

Susanne Daubner stammt aus Halle an der Saale. Zusammen mit ihrer 10-jährigen Tochter Jo flüchtete sie 1989 über Ungarn in die Bundesrepublik Deutschland. Die Fernsehmoderatorin und Nachrichtensprecherin gehört seit 1999 zum Team der ARD-Tagesschau-Sprecher. Sie lebt in Eppendorf.

Ich bin kein Mensch, der ständig im Voraus plant. Ich habe vieles im Kopf, entscheide aber gerne spontan – nur nicht einengen lassen, das nimmt mir die Luft zum Atmen. Jahre der Planwirtschaft, Bevormundung und Kontrolle durch das SED-Regime in der DDR haben sicher mit dazu beigetragen. Die Freiheit, mich jeden Tag neu entscheiden zu können, das ist für mich ein großes Geschenk. Wir leben in einer Zeit, in der es immer mehr um Leistung und Wachstum, weniger um den Menschen geht, der Ton in der Gesellschaft wird rauer. Umso wichtiger ist es, auch mal innezuhalten, zu hinterfragen, sich treiben zu lassen, einfach mal nichts tun. Das nennt man Müßiggang, eine Tugend, die wir inzwischen fast verlernt haben. Wie heißt es so schön – das wahre Glück liegt im Augenblick. Und die Summe dieser Augenblicke macht für mich das Leben bunt und besonders. Mein größtes Glück ist meine Tochter, Zeit mit ihr zu verbringen und mit Freunden, füreinander da zu sein, das ist das, was für mich zählt.

Meine Reiseziele in diesem Jahr sind Schottland, da fliege ich jetzt für ein paar Tage mit Freundinnen hin und dann geht es nach Schweden. Zur Sommersonnenwende dort zu sein, das habe ich tatsächlich schon länger vor. Mittsommer ist ja nach Weihnachten das wichtigste Fest für die Schweden, und das mit ihnen zu feiern und Nächte zu erleben, die kaum dunkel werden, darauf freue ich mich sehr. Auf Hobbys lasse ich mich ungern festlegen. Ein Konzert, Theater, ein gutes Buch – es gibt vieles, was mich interessiert. Und es gibt noch so viel zu entdecken, wenn man neugierig bleibt. Was mir fehlt, ist Bewegung, man wird einfach zu bequem. Ich muss mehr für meine Fitness tun, das steht ganz oben auf meiner To-do-Liste.

Senator Cosmopolite



Glashütte
ORIGINAL

glashuette-original.com

Deutsche Uhrmacherkunst seit 1845.

Glashütte Original Boutique · QF, Quartier an der Frauenkirche · Töpferstraße 4 · 01067 Dresden

Tel. +49 (0)351 82 12 59 70 · E-mail: Boutique.Dresden@glashuette-original.com

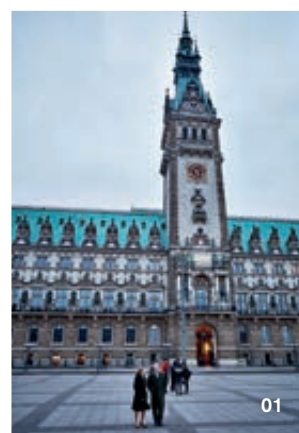
Beijing · Dresden · Dubai · Geneva · Hong Kong · Macau · Madrid · Nanjing · Paris · Shanghai · Shenyang · Singapore · Tokyo · Vienna · Xian



Randolph Churchill (rechts) und Moderator Jim Young (Chief Commercial Officer Oettinger Davidoff) sorgten nicht nur bei den Gästen für Lacher.

MIT RANDOLPH CHURCHILL AUF GOURMETREISE

Ein exklusives Event boten der Business Club und die Firma Davidoff. Randolph Churchill, Urenkel des britischen Staatsmannes Sir Winston Churchill, kam zu Besuch, um als Repräsentant der Marke Davidoff die neue, nach seinem Urgroßvater benannte Zigarre Winston Churchill „The Traveller“ zu präsentieren. Zuerst gingen Churchill und die Teilnehmer mit einem klassischen roten Doppeldeckerbus auf eine Citytour. Mit dem Konterfei seines Urgroßvaters im Hintergrund plauderte Randolph Churchill später im Business Club aus dem Nähkästchen und erzählte Anekdoten aus dem Hause Churchill. Für das kulinarische Vergnügen sorgten der Zwei-Sterne-Koch Karl-Heinz Hauser und Chefkoch Nils-Kim Porru, die sich bei der Zusammenstellung des Menüs an den Reisen von Winston Churchill orientierten. Der krönende Abschluss war ein Dessert mit dem Konterfei Winston Churchills, das Porru und sein Team mit speziellen Formen gezaubert hatten.



01



02



03



04

01 Startpunkt der Gourmetreise mit Randolph Churchill war der Rathausmarkt in Hamburg.

02 Im stilen roten Doppeldeckerbus ging es auf Sightseeing Tour durch die Stadt.

03 Die Gäste konnten im Business Club die neue Winston Churchill „The Traveller“-Zigarre ausgiebig genießen.

04 Kreation von Chefkoch Nils-Kim Porru: Das Dessert mit dem berühmten Motiv von Sir Winston Churchill.

DIE ZUKÜNFTIGE ARBEITSWELT GESTALTEN

Das Thema Digitalisierung wird viel diskutiert. Fast jeder ist überzeugt, handeln zu müssen. Viele scheuen sich, technologische Veränderungen einzuführen. Wie nutzt man die Chancen und nimmt die Mitarbeiter mit? Experte Martin Vesper (bdp) erklärte die Vorteile der Digitalisierung und wie sich die Arbeitswelt verändert.



01

01 Norbert Wüpper (Business Club), Dr. Jens-Christian Posselt, Dr. Martin Vesper, Jörg Wiegand (alle bdp).

02 Gäste im Gespräch.



02



Professor Dr. Klaus Beckmann ist Präsident der Helmut-Schmidt-Universität.

STRATEGISCHES DENKEN

Dr. Klaus Beckmann ist Soldat, Finanzwissenschaftler und Experte für das Thema Strategie. In seinem Vortrag gab er den Zuhörern eine Definition der Begriffe Strategie und Taktik und verdeutlichte die Unterschiede mit Beispielen aus dem Militärbereich. „Taktik ist das Aufstellen der Truppen zum Gefecht, die Strategie blickt über die einzelnen Gefechte hinaus.“ In Fallbeispielen erklärte der Unipräsident die Analogien von Strategien beim Militär, in der Politik und in der Wirtschaft.



01

01 Stefan Fuhr und Susan Molzow (Morgenpost Verlag).

02 Die Mitglieder im Discovery Dock.

03 Jan Rickert (STARCAR) abgetaucht in der virtuellen Welt.



02



03

VIRTUELLE HAFENWELT

Stefan Fuhr und Susan Molzow (Morgenpost Verlag) luden Clubmitglieder ins neu eröffnete Discovery Dock ein. Hier kann der Hafen auf sieben interaktiven Stationen mit 3D-Modellen, Videos und per Virtual Reality erforscht werden. Die Gäste konnten mit VR-Brillen selbst einen Container beladen und einen Rundgang auf einem Containerschiff machen.

STADTLIBEN IN DER ZUKUNFT

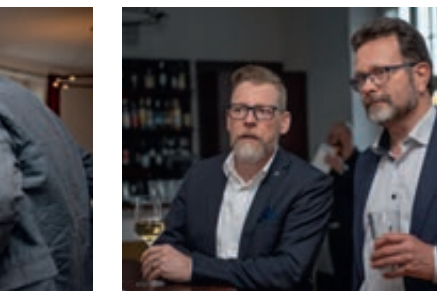
Nach einem Impulsvortrag von Oberbaudirektor Franz-Josef Höing („Statt dauernd über Zahlen zu reden, sollten wir endlich über Qualitäten sprechen“) diskutierte die Expertenrunde mit Bernd Kniess (Prof. für Urban Design, Hafen-City Universität), Karin Loosen (Präsidentin der Hamburger Architektenkammer) sowie Achim Nagel (Architekt und Investor) unter der Leitung von Andreas Grosz (Gründer des KAP Forums für Architektur + Städtebau) über das zukünftige Leben in der Stadt. Es waren durchaus nachdenkliche Töne zu hören. „Wir leben auf zu großem Fuß“ sagte Prof. Kniess. Er verlangte, den „gedanklichen Container“ zu sprengen, wonach Architekten nur Funktionen sortierten. Für Karin Loosen werden die Bedürfnisse von Patchwork-Familien und älteren Menschen zu wenig berücksichtigt. Ihr schweben Mehrwertmodelle vor, die cleverer mit Raum und Ressourcen umgehen. Achim Nagel forderte, ökologische Rahmenbedingungen im Blick zu halten. Der Oberbaudirektor warnte, man dürfe nicht die Fehler der 60er Jahre wiederholen und groß bauen, ohne an die Infrastruktur und das Umfeld zu denken. Viel Input für eine lebhaft Diskussion zur Stadtentwicklung in Hamburg.



Expertenrunde (von links): Achim Nagel (Primus developments GmbH), Prof. Dr. Bernd Kniess (Hafen City Universität), Karin Loosen (Rüschhoff & Winkler GbR), Andreas Grosz (Leiter KAP Forum) und Franz-Josef Höing (Oberbaudirektor Stadt Hamburg).



Die zahlreichen Gäste folgten der Diskussion der Expertenrunde mit großem Interesse. Im Anschluss wurden das Thema bei entspannter Atmosphäre und einem guten Glas Wein noch ausgiebig in angeregten Gesprächen vertieft.



EVENT TIPPS

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

Dienstag, 18. Juni, 19 Uhr

Künstliche Intelligenz: Big Data ist das neue Öl

Buchautor und US-Sicherheitsexperte Jay Tuck spricht im Club über die weltweite Jagd nach Daten. Wer das Wettrennen beim Thema Künstliche Intelligenz gewinnt, übernimmt eine Vorreiterrolle in der Wirtschaft, der Wissenschaft und auch in der Rüstung.



Dienstag, 20. August, 8 Uhr

Personalbeschaffung leicht gemacht

Die Auswahlverfahren bei der Personalsuche müssen immer schneller und treffsicherer werden. Klassische Methoden reichen heute nicht mehr aus. Prof. Dr. David Scheffer von der Nordakademie zeigt die Möglichkeiten auf, die KI-gestützte Analysen von Sprach- und Textdaten bieten.

Dienstag, 3. September, 8 Uhr
Zeitgemäßes Marketing im

digitalen Zeitalter

Worauf kommt es heute im Marketing an? Patrick Klingberg (Geschäftsführer artaxo GmbH) ist Dozent an der Hamburg Media School und gibt mit seinem Vortrag wertvolle Impulse zum Thema Marketing im digitalen Zeitalter.

Sonntag, 15. September, 10 Uhr
Park & Drive: Autoliebhaber treffen sich im Business Club

„Die Reifenwechsler“ laden Clubmitglieder und Gäste, die ein Faible für schöne Automobile haben, zum Treffen mit gemeinsamem Frühstück und anschließender Ausfahrt ein.



Die Magie des Reisens

KARIBIK . AFRIKA . SEYCHELLEN . MAURITIUS . MALEDIVEN . THAILAND . BALI . MALAYSIA . VIETNAM
OMAN . V. A. E . MEXIKO . EUROPA – ORTE UM INNEZUHALTEN

ZEIT ZUM GENIESSEN

Urlaub, Rundreise oder Entspannung: was immer Ihr Plan oder Ziel ist.

Wir sorgen dafür, dass sich Ihre schönsten Tage des Jahres rundum perfekt gestalten. Von Anfang an.

Unsere Philosophie ist es, Ihnen ein persönliches, individuelles, luxuriöses, entspanntes und unvergessliches Erlebnis zu ermöglichen. Und dass Sie nur das Beste erwarten können.

Sie haben es sich verdient.

RADERMACHER REISEN

Perfect Moments



Kunstvoll arrangierter Turm aus Champagnergläsern: Im Hauptsitz des Unternehmens kann man nicht nur die beeindruckenden Kellergewölbe besichtigen, ins Museum gehen oder Champagner trinken, sondern auch feine Gläser und andere Luxusartikel kaufen.

LIEBE, GEDULD UND HANDWERKSKUNST

*Eine Reise in die geheime Welt des Champagners: Mitglieder des Business Club Hamburg waren in Frankreich zu Gast bei **MOËT & CHANDON** und erlebten, wie akribisch für den Geschmack des edlen Schaumweines gearbeitet wird.*

Text: **Andreas Eckhoff**

Das Paradies für Genießer liegt nicht im Himmel, sondern tief unter der Erde. Zwei Treppen aus weißem Marmor führen dort hin, wo man auch an sommerlichen Tagen auf Pullover, Jacke und Mantel besser nicht verzichten sollte. Nur zwölf Grad warm ist es, aber so muss es sein für die Schätze, die hier lagern: tausende von Flaschen feinsten Champagners, in einem Labyrinth aus 27 Kilometern Keller. Willkommen bei Moët & Chandon, dem größten Champagnerhersteller der Welt, in Épernay in der Champagne, 130 Kilometer nordöstlich von Paris.

Zwei Tage zu Gast bei Moët & Chandon inklusive Ausflug zum Tennis-Grand-Slam-Turnier in Roland Garros (Moët ist dort einer der großen Partner und Tennis-Ikone Roger Federer seit 2012 Markenbotschafter des Unternehmens) hatten im Programm gestanden, zu dem auch einige Mitglieder des Business Club Hamburg eingeladen wurden. „Sie werden Dinge erleben, die man nicht kaufen kann“, versprach Thorsten Burkhardt, Manager bei Moët & Chandon. Und behielt recht.

„Ich habe ein ganz neues Gefühl zu diesem Getränk entwickelt“, sagt Ralf Siebert, Geschäftsführer der Copynet Innovationsgesellschaft. „Nach außen bemerkt man ja gar nicht, wieviel

Liebe, Handwerkskunst und Geduld darin stecken, einen guten Champagner zu produzieren.“

Es ist tatsächlich eine jahrhundertealte Kunst. Jean-Remy, Enkel des Firmengründers Claude Moët, hatte die Geschichte des Unternehmens Ende des 18. Jahrhunderts auch mit Hilfe seines Freundes Napoleon so richtig in Schwung gebracht. Das Ziel, „die Magie des Champagners mit der Welt zu teilen“, erreichte er eindrucksvoll. Und die nachfolgenden Generationen setzten noch einen drauf. In jeder Sekunde ploppt heute irgendwo auf der Welt ein Korken aus einer Flasche von Moët & Chandon. 1200 Hektar Weinberge besitzt das Unternehmen. 1200 Mitarbeiter kümmern sich ums Geschäft.

Nicht zuletzt ein von Generation zu Generation weitergegebenes Wissen ließ das feinerliche Getränk zum Synonym für Genuss und Geschmack werden. Mindestens drei, zuweilen zehn Jahre, bleibt jede Flasche im Keller, wo sie regelmäßig sanft gerüttelt wird und ihr Inhalt reift. Das Ergebnis ist immer gleich, jeder Tropfen Champagner aus dem Hause Moët & Chandon schmeckt identisch: in jedem Jahr, in jeder Flasche. „Es hat mich sehr beeindruckt, mit welcher Akribie hier gearbeitet wird“, sagt Stefan Ohde (Business Relation/Philip Morris).



Stationen einer unvergesslichen Reise nach Paris und in die Champagne: Pavillon Ledoyen von Drei-Sterne-Koch Yannick Alléno (li.), Moët & Chandon-Zentrale in Épernay mit Champagnerkeller und Orangerie (Mi.), Court Central in Roland Garros, Paris (re.).

IN GUTER VERFASSUNG

*Das Grundgesetz feiert in diesem Jahr seinen 70. Geburtstag. Ein trefflicher Grund für den Journalisten **OLIVER WURM**, ein Hochglanzmagazin zu machen, das unsere Verfassung leicht lesbar und in modernem Outfit präsentiert.*



Die Macher des Grundgesetz-Magazins: Der Journalist und Medienunternehmer Oliver Wurm (rechts) und der Grafikdesigner Andreas Volleritsch waren im Business Club Hamburg zu Gast und stellten das Projekt „Das Grundgesetz als Magazin“ vor.

DAS SAGEN CLUBMITGLIEDER ZU 70 JAHRE GRUNDGESETZ



KAY FRANTZEN
Lademannbogen
CFO

„Nach einer Zeit, in der „Swing-tanzen verboten“ als Schild in jedem öffentlichen Lokal auf eben diese Unfreiheit hinwies, ist unsere Freiheit der Kunstausübung (§5 (3) GG) für mich als passioniertem Musiker eines der wichtigsten Grundrechte in unserem Land. Wunderbar.“



MATTHIAS GERSTLAUER
Marliere & Gerstlauer Executive Search
Partner

70 Jahre Grundgesetz – eine Erfolgs-story, die ihresgleichen sucht: Fundament für wirtschaftliche Prosperität und politische Stabilität, Rahmen für gesellschaftlichen Austausch und manchmal auch Auseinandersetzung sowie Integrationskraft für das „was zusammengehört“. Happy Birthday Grundgesetz, you look younger than ever!

Text: **Norbert Scheid**

70 Jahre Grundgesetz. Nun wird niemand behaupten, es hätte zu diesem Jubiläum nicht genügend prominente Gratulanten gegeben. Dazu viele Sondersendungen und Veranstaltungen in Rundfunk und TV und Diskussionen und Mahnungen im Internet. Die wirkungsvollste und wohl auch nachhaltigste Liebeserklärung aber entsprang einer verblüffend einfachen und geradezu nostalgischen Idee. „Ein gedrucktes Magazin?“ mögen einige etwas ungläubig fragen. „Ein Magazin für zehn Euro über das Grundgesetz, das doch Jahr für Jahr bis zu einer halben Million Mal kostenlos verteilt wird?“ „Nein, nicht über, sondern DAS GRUNDGESETZ als Magazin, Wort für Wort, alle 129 Artikel auf 124 Seiten Hochglanzpapier.“

Davon sind bereits 300 000 Exemplare gedruckt! Und das ist noch lange nicht das Ende. Unglaublich, dieser Erfolg.

Aber verständlich, wenn man das Heft in Händen hält und darin blättert. Allein die Seiten 14 und 15 – ein starkes, angriffslustiges Rot. Darauf in kraftvollen weißen Lettern: „Die Würde des Menschen ist unantastbar.“ Der Artikel 1 – ein gedruckter Aufschrei als Mahnung. Oder eines der eindrucksvollen Bilder, die der Astronaut Alexander Gerst aus dem Raumschiff zur Erde beamtete: Europa bei Nacht. Die Lichter der großen Metropolen als funkeln-de Sterne. Und dazu sein Kommentar: „From space it's pretty clear that Europe belongs together.“ Auch so eine grafische Gefühlswallung, die Seite 20: Pechschwarz mit einem leuchtend weißen Kreis. Darin Artikel 3: „Alle Menschen sind vor dem Gesetz gleich.“ So hatte man das vor 70 Jahren mit schlichten klaren Worten festgeschriebene Grundgesetz vorher noch nie in den Händen. Das Magazin, ein grafischer Augenschmaus, geschmückt mit eindrucksvollen Bildern, die zum Nachdenken zwingen.

Der Mann, der gemeinsam mit dem Grafikdesigner Andreas Volleritsch das Grundgesetz zum Bestseller gemacht hat, brüht Kaffee auf. Seine Büroräume, groß und praktisch, hat Oliver Wurm mitten in der Schanzenstraße eingerichtet. Und die ist eine der lebendigen und kreativen Schlagadern der Hansestadt. Oliver Wurm, der umtriebige Medienentwickler, kam als Sportjournalist nach Hamburg, hat schöne Fußballhefte und auch schon das „Neue Testament“ als Magazin herausgebracht. Und – nach der Idee der Panini-Brüder – Bilder-Sammelhefte vor allem von Städten. Für das von Hamburg wurden übrigens 1,4 Millionen der Bildertütchen verkauft. Wie der 49-Jährige auf die Idee mit dem Grundgesetz kam, das ist eine sehr private Geschichte. „Neugierig gemacht hat mich Ranga Yogeshwar“, erzählt Oliver Wurm. „Der Wissenschaftsjournalist war

Gast bei Markus Lanz. Und da hat er mich mit seiner Begeisterung für das Grundgesetz angesteckt.“

Das war im Oktober 2017, und nach Diskussionen mit Andreas Volleritsch entschieden die beiden: „Wir wagen zum Jubiläum ein Magazin.“ Da war ja noch Zeit.

Dann kam Chemnitz! Im August 2018, ein Toter und zwei Asyl-suchende als mutmaßliche Täter. Der beängstigende Aufmarsch von AfD, Pegida und Neonazis. Aber auch die Gegendemonstration „Wir sind mehr“. „Da bin ich hin, da war ich dabei“, sagt Oliver Wurm. „Und da lese ich das große Plakat: Die Würde des Menschen ist antastbar.“

Oliver Wurm schweigt – wird dann energisch. „In der Sekunde war mir klar: Wir dürfen nicht abwarten. Wir müssen uns wehren. Auch mit dem Magazin.“ Zurück in Hamburg war das Heft innerhalb von 14 Tagen druckreif. Nach einem Gespräch mit der Bank wagten sie, statt 4000 gleich 100 000 Exemplare auf den Markt zu bringen. Und dann ein Anruf aus Berlin, den sich Oliver Wurm am liebsten einrahmen würde. „Eine 84-Jährige bestellte acht Exemplare“, erzählt er. „Für meine Enkel“ sagte sie. „Die Oma ist ja irgendwann nicht mehr da – aber das Grundgesetz bleibt.“ Und noch so ein Nachhall von einer Berliner Schule, der Freude und Zuversicht brachte. „Schüler hatten mit Doppelseiten mehrerer Magazine einen Pfad durch die ganze Schule gelegt. Und am Anfang groß die Mahnung: Tritt das Grundgesetz nicht mit Füßen!“

Dabei ist das Grundgesetz-Magazin kein Jubiläumsheft. „Es ist ein Statement“, betont Oliver Wurm. „Wir haben unsere Verfassung auf die Straße getragen.“ Und leise fast fügt er hinzu: „Die Arbeit hat mich verändert. Ich bin ein leidenschaftlicher Fan unserer Verfassung geworden.“ Was das betrifft: In Hamburg wird in der Bezirksliga eine Fußballmannschaft aufzulaufen, auf deren Trikots Artikel zu lesen sein werden: „Alle Menschen sind vor dem Gesetz gleich.“ – „Die ungestörte Religionsfreiheit wird gewährleistet.“ – „Politisch verfolgte genießen Asylrecht.“ Und natürlich „Die Würde des Menschen ist unantastbar.“

OLIVER WURM

„Ich bin ein leidenschaftlicher Fan unserer Verfassung geworden.“



Im Kiosk erhältlich:
Das 124 Seiten starke
Heft kostet 10 Euro.



MEIKEL QUINDEL

xdi360 GmbH
Senior Consultant

„Ich bin durch meine Kinder (9 und 10) gerade in Kontakt mit dem Grundgesetz. Durch den Umgang mit Geflohenen und Friday for Future-Demos lernen sie, was Meinungsfreiheit bedeutet. Die junge Generation kommt häufig mit dem GG in Berührung, auch wenn sie nicht direkt über die Artikel spricht.“



JAN RUGE

rugekrömer Arbeitsrecht
Partner

„Das Grundgesetz und seine Wertentscheidungen spielen in meiner anwaltlichen Tätigkeit im Arbeitsrecht eine zentrale, unsere gesamte (Arbeits-)Ordnung regulierende Rolle. Diese Rolle muss die Gesellschaft schützen, vor allem gegen Simplifizierung und populistische Tendenzen.“



Blick über die Terrasse und das neunte Grün des B-Kurses.

„EIN GROSSES EMOTIONALES FEST“

Nach sechs Jahren ist **GUT KADEN** wieder Schauplatz eines TopTurniers – und lädt Clubmitglieder zum „Meet & Greet“

Gut Kaden, Golfpartner des Business Club Hamburg, ist erstmals Gastgeber für das Finale der Deutschen Mannschaftsmeisterschaften. Am 11. und 12. August spielen die jeweils vier besten Damen- und Herrenmannschaften um den Sieg der Kramski Deutschen Golf Liga presented by Audi. Für Mitglieder des Business Club Hamburg, die als Zuschauer dabei sein wollen, gibt es ein besonderes Angebot: am Finalsonntag um 15 Uhr lädt Gut Kaden alle Mitglieder im Clubhaus zum „Meet & Greet mit Snacks und Getränken“. Darüber hinaus ist der Eintritt an beiden Tagen frei.

„Wir freuen uns sehr, wieder ein großes und emotionales Event auf unserer Anlage ausrichten zu dürfen“, sagt Wolfgang Mych, Geschäftsführer auf Gut Kaden. Von 1992 bis 2012 fanden bereits insgesamt 13 Profigolfturniere auf der 1984 gegründeten 27-Loch-Anlage statt, bei denen auch Bernhard Langer, Martin Kaymer oder Tiger Woods antraten. „Nach sechs Jahren Pause werden wir unseren Mitgliedern und allen sportbegeisterten Menschen wieder ein attraktives und unvergessliches Sportereignis bieten“, sagt Mych.



Das weiße Herrenhaus von Gut Kaden beheimatet heute Clubhaus und Restaurant.

CLUB VORTEIL

DIE BCH-KADEN-GOLFMITGLIEDSCHAFT

Die Mitgliedschaft ist auf die Bedürfnisse von Unternehmern und Führungskräften zugeschnitten:

- Offizielle Golfmitgliedschaft inklusive DGV-Ausweis und Handicap-Verwaltung
- Limitierte Anzahl von Golfkunden
- Darüber hinaus Golf spielen gegen Greenfee an allen Wochentagen
- Weitere exklusive Mitgliedervorteile
- Vollwertige Nutzung der Übungsanlagen

Buchung und weitere Informationen über das Mitgliedermanagement

CLUB VORTEIL

BCH-TAGUNGSPAKET „KADEN TAGE III“

- Tagungspaket für mindestens sechs Personen
- Zum Start: Kaffee/Tee, Feingebäck und frisches Obst
- Mittags: Zwei-Gänge-Menü
- Nachmittags: Kaffee/Tee, Kuchen
- Abends: Drei-Gänge-Menü
- Club-Vorteil: Kostenfreie sportliche Mittagspause mit einer Stunde Golf beim Golflehrer

Preis: 79 € pro Person

EVENT TIPP

GOLF MATCHPLAY-SERIE 2019 – SAISONFINALE

Wie jedes Jahr endet die Golf Matchplay-Serie mit einem Scramble Turnier und anschließender Charity-Gala im Business Club Hamburg zugunsten der Christoph Metzelder Stiftung. Die Teilnehmer an der Matchplay-Serie sind automatisch dabei. Für Angehörige, Freunde und Gäste gibt es darüber hinaus einige Startplätze.

Ort: Golf- und Landclub Gut Kaden und Business Club Hamburg

Datum: 6. 9. 2019

Preis für Gäste: 160 €, auch einzeln buchbar: 90 € Turnier/90 € Gala



MS EUROPA 2

Audi Zentrum Hamburg



Moët Hennessy
DEUTSCHLAND

GOLD ZU GELD. EINFACH UND SICHER. MIT DEGUSSA.

DEGUSSA-ANKAUF.DE

Degussa Goldhandel GmbH
Ballindamm 5
20095 Hamburg
Tel. 040 - 32 90 87 20



Hamburg, meine Perle

*Wer Menschen in die Stadt locken möchte, der sollte etwas zu bieten haben. Die **ELBMETROPOLE** hat etwas ganz Besonderes: Bürgerstolz. Offenheit. Auch Charme und Witz. Und natürlich eine Menge Sehenswürdigkeiten.*



Die HafenCity mit dem touristischen Magneten Elbphilharmonie ist der neue Hotspot der Stadt. Seit ihrer Eröffnung 2017 haben mehr als zehn Millionen Menschen die Plaza besucht.

Text: **Martin Tschechne**

Zwei Kopfbedeckungen werden eine Rolle spielen, ein Fußballverein in der Krise, ein Herrenfriseur, der auf Rock 'n' Roll steht, ein schlecht belüftetes Büro und eine Postkarte, die bis heute nicht abgeschickt wurde. Die aber ihren Absender – oder eben: Nicht-Absender – damals sehr, sehr nachdenklich gemacht hat.

Nach Hawaii hätte sie gehen sollen. „Was ist Hamburg denn eigentlich?“, hatte der auf Kartengrüße hoffende Freund dort gefragt, als Michael Otremba sich darüber beklagt hatte, im Ausland immer erläuternd anhängen zu müssen: Hämbörg, Komma, Germany. „Wofür steht die Stadt? Welches Bild würdest Du mir von dort schicken?“

Ein Bild für Hamburg? Was für eine fiese Frage! Der Fischmarkt? Die Speicherstadt? Das Treppenviertel in Blankenese?

Otremba, heute Geschäftsführer der Hamburg Marketing GmbH, damit oberster Imagepfleger der Stadt und noch ein bisschen mehr, nämlich einer, der die Erkenntnisse seiner Erhebungen und Beobachtungen auch in handfeste Konzepte für Wirtschaft und Politik übersetzt – Otremba hatte sich vor Dienstantritt noch einen kleinen Urlaub in der Südsee gegönnt. Kräfte sammeln, den Kopf leerpusten lassen, denn wer konnte schon vorhersagen, welche Zumutungen das neue Amt für ihn bereit halten sollte?

Die Elbphilharmonie ist das spektakulärste Projekt seit dem Bau des Freihafens.

Die Erwartungen jedenfalls waren hoch: Machen Sie Hamburg zu einer Marke auf der ganzen Welt. Geben Sie ihr ein messerscharfes Profil. Bringen Sie Leute in die Stadt, vorzugsweise junge, fitte, bestens ausgebildete und erfolgshungrige Professionals. Gern auch Scharen von Touristen. Aber vergessen Sie darüber nicht die Investoren, die Geld und Arbeitsplätze mitbringen, neue Technologien, Medien und Wissenschaft. Bedenken Sie auch, dass diese Arbeitsplätze heute extrem flexibel sind, daher extrem abhängig von den weniger harten Qualitäten des Standorts, von Kultur,

Freizeit, sozialem Klima, vom Angebot auf dem Wohnungsmarkt, guten Schulen und der Anbindung an die Verkehrsnetze. Und zeigen Sie denen, die schon hier sind, wie toll sie es getroffen haben.

Heute steht Otremba in seinem Büro in der Wexstraße, elfte Etage, Fernsicht wie ein Hochseekapitän, und blickt über die wogenden Dächer der Neustadt auf das Bauwerk, das ihm den letzten Anstoß gegeben hat, den Job in Hamburg tatsächlich anzunehmen. Und das ihn, wie es sich da über die Umgebung erhebt und im Sonnenlicht funkelt, trotzdem jeden Tag daran erinnert, mit seiner Mission ganz tief in den Strukturen der Stadt ansetzen zu müssen, in ihrer Geschichte, ihrer Lebensart, im Wesen ihrer Bürger.



Seit 1975 ist der Spielbudenplatz eine Feier-Location für St. Paulianer und für Besucher. In Sichtweite links das Imperium von Corny Littmann.

Da vor allem. Die Elbphilharmonie, sagt er, sei das tollste und spektakulärste Projekt seit dem Bau des Freihafens. Die Wette auf eine glänzende Zukunft, Einsatz: knapp eine Milliarde. Ein Fotomotiv, ein Juwel der ganz großen Kultur, eine Ikone. Und zugleich eine Mahnung, dass die Menschen hier, die Verantwortlichen und die normalen Hamburger, aber einmal gewaltig umdenken, ihr Bild von sich selbst und ihr Auftreten in der Welt komplett neu polieren müssten. Der Beweis ragt mit schäumender Wellenkrone vor seinem Fenster in die Höhe. „Die Elbphilharmonie ist nicht hanseatisch!“, ruft Otremba aus. „Die Elbphilharmonie steht nämlich da und schreit in die Welt hinaus: Ich will eines der drei besten Konzerthäuser der Welt werden! Das ist überhaupt nicht hanseatisch!“

Worum es geht, das kann zur Zeit kaum einer so überzeugend erläutern wie Matthias Nass. Vor 36 Jahren kam er von der Henri-Nannen-Schule, die damals noch mit etwas festerem Lokalstolz Hamburger Journalistenschule hieß, als politischer Redakteur zur ZEIT. 1983 kam auch Helmut Schmidt. Nach seinem Abschied als Bundeskanzler wurde er dort Herausgeber. „Ich glaube, ich war ein bisschen früher da“, sagt Nass. Die beiden begegneten sich, zumindest jeden Freitag um zwölf zur Konferenz des Politikressorts; bald öfter. Sie debattierten hitzig, wie es in der Redaktion



üblich ist, redigierten die Texte des anderen und begannen, einander zu mögen. Nass hatte zuvor Sinologie studiert. Und Schmidt war es gewesen, der Ende der sechziger Jahre seinen Amtsvorgänger Willy Brandt beiseite nahm und ihm zuraunte: Willy, wir sollten diplomatische Beziehungen zu China aufbauen; die werden mal eine wichtige Rolle spielen. Man hatte also, der Redakteur und der Herausgeber, genug zu besprechen.

Mehr als 30 Jahre ging das so. Gemeinsame Reisen, gemeinsame Bücher, viele Konferenzen. Das Foto von Schmidts vorletztem Geburtstag trägt Nass in seinem Mobiltelefon mit sich herum: er selbst, seine Frau und drei oder vier andere Gäste am Esstisch im Reihenhaushaus des inzwischen verwitweten Altkanzlers in Langenhorn. Gemusterte Tischdecke in Orange. Zwei Jahre später, im November 2015 starb Schmidt. Kurz darauf bat ein Kollege den einstigen Weggefährten des Herausgebers um eine kleine Kolumne: Helmut Schmidt und Hamburg, seine Wurzeln, seine Koordinaten in der Stadt, seine Liebe zur Musik und seine Art, das Leben anzugehen. Launig geschrieben.

Jetzt, der Rummel um den 100. Geburtstag im Dezember 2018 ist abgeklungen, liegt die Sammlung als Buch vor: kein Wort über die großen Themen der Politik, den NATO-Doppelbeschluss, den Terrorismus der RAF, die Flugzeugentführung nach Mogadischu. Selbst die Flutkatastrophe von 1962 spielt nur eine dienende Nebenrolle. Aber gerade im Verzicht auf die großen und bitteren Momente seiner Karriere als Politiker offenbaren sich Haltung und Psychologie des Hamburgers Helmut Schmidt, der so bewusst aus seiner Stadt hervorgegangen ist und so bewusst ihr Wesen nach außen getragen hat. Und keine Bestandsaufnahme, ethnologisch, soziologisch oder kulturhistorisch, könnte anschaulicher erklären, was das eigentlich ist, ein Hanseat. Wie sich das lebt. Wie sie hier ticken.

Da ist die Episode in der Buchhandlung Dr. Goetze, spezialisiert auf Landkarten und Geografie; damals gehörte auch andere Fachliteratur noch mit zum Sortiment. Schmidt, Student der Volkswirtschaft, war klamm. Macht nichts, sagte der Inhaber und notierte die Beträge: „Ich weiß, dass aus Ihnen später mal was Ordentliches werden wird.“ So kam es. Seine Bücher zahlte Schmidt zuverlässig. Und gleich fügt sich die Szene aus den Erinnerungen zu einem schönen Bild von hanseatischer Souveränität.

Oder die Begegnungen in der Handelskammer, die Ver- →



Das Wasserschlosschen liegt zwischen zwei Fleeten in der Speicherstadt.



Im weißen Sand vor der Strandperle kann man Ship-Spotting betreiben.



Seit 2016 Geschäftsführer der Hamburg Marketing GmbH: Michael Otremba.

sammlung eines ehrbaren Kaufmanns, in der seit mehr als 500 Jahren eine Ethik von Fairness und Augenhöhe gehütet, praktiziert und weitergegeben wird: Offenheit, Respekt und Verantwortung, auch Großzügigkeit und Dankbarkeit, gelegentlich sogar Demut – weil genau diese Haltung das Wesen der Stadt definiert. Weil sie ihr Kronschatz ist, Grundlage ihres Wohlstands und Voraussetzung für das Gemeinwohl. Ein Hamburger Kaufmann weiß das und handelt danach, ein Hamburger Sozialdemokrat verschafft sich damit Gehör auf der ganzen Welt. Weitblick muss man haben, Geduld. Und rechnen muss man können.

Schmidt trat ins Licht, als die Flut seine Stadt bedrohte und schließlich große Teile von ihr überschwemmte. Aus dem Studenten war der Innensenator geworden, und der wusste sofort, wo es die verlässlichsten Flurkarten der gefährdeten Gebiete zu finden gab. Bei Dr. Goetze natürlich, und zwar noch in derselben Nacht. Viele Menschen in Moorburg, Billwerder und Wilhelmsburg kamen ums Leben, aber viele konnten auch rechtzeitig gerettet werden. Und dieser schneidige Typ mit der charakteristischen Tolle wurde berühmt als der Mann, der nicht lange fackelt, sondern zupackt. Der zur Not auch NATO und Royal Air Force zu Hilfe ruft. Sein Bild ging um die Welt.

Lauter solche Geschichten. Das Abendessen mit Joschka Fischer im Überseeclub, beide längst nicht mehr in ihren hohen Ämtern, aber immer noch getragen vom Respekt des Jüngeren gegenüber dem abgeklärten Hanseaten. Die heftigen Debatten der Genossen um das Verhältnis von Freiheit und Ökonomie; zuvor hatte jeder von ihnen für eine Mark einen Backstein aus dem Kurt-Schumacher-Haus am Besenbinderhof gekauft, damit nie einer auf die Idee kommt, ihnen ihre Denkmäler wegzunehmen. Weitblick muss man haben. Der Mützenmacher Eisenberg in der Steinstraße, bei dem Schmidt seine Mützen nachkaufte, weil er gern mal eine verschenkte. Das Modell „Elblotse“ war nämlich



Der Elblotse.
Hoffmann & Campe,
144 Seiten, 18 Euro.

sein Markenzeichen. Oder gleich nebenan der Barbershop, der eigentlich auf die Elvis-Tolle spezialisiert war, aber nun mal sehr praktisch neben dem Redaktionshaus am Speersort lag. Schmidt kam mit Bodyguards und Blaulicht, das ließ sich nicht vermeiden. Aber wenn die Jungs mit ihrer Rock 'n' Roll-Frisur seinetwegen warten mussten, dann wusste er sie zu beruhigen.

Der Flughafen trägt heute seinen Namen, Hamburg Airport Helmut Schmidt – obwohl er ihn viel lieber draußen in Kaltenkirchen gehabt hätte. Und viel, viel größer. Nur dieses eine Mal konnte er nicht überzeugen. Kleinmütige Stadtväter fürchteten um Arbeitsplätze, die nach Schleswig-Holstein gehen könnten. „Ach ja“, seufzt Michael Otremba heute, „der Flughafen ...“ Der Marketingmanager, aufgewachsen in Eckernförde, kam aus München nach Hamburg, vorher war er in Dortmund gewesen, und beide Stationen seiner Karriere mögen ihn in besonderer Weise qualifiziert haben. Aber beide erinnern ihn auch daran, welche Aufgabe er zu bewältigen hat.

Übrigens trägt Otremba einen Hut, wann und wo immer er sich in der Öffentlichkeit sehen lässt. Der Hut ist sein Markenzeichen. Sie suchen den Marketingmann der Stadt Hamburg? Ganz einfach ... In München war er für die Außenwirkung des Flughafens zuständig, in Dortmund für den Fußballclub Borussia. Zur Meisterschaft 2002 durfte er mit auf dem Rasen tanzen. Ganz große Emotion. „München hat 55 interkontinentale Flugverbindungen“, rechnet er also los. Weil die Planer damals den Ehrgeiz und die Weitsicht hatten, weit draußen vor der Stadt ein Riesending zu bauen. „Hamburg hat eine einzige. Um es ganz deutlich zu sagen: Hamburg hat keinen Flughafen von internationaler Relevanz.“

Er möge die Aufrechnerei eigentlich nicht, schränkt er gleich ein. Diese Ranglisten und Tabellen, Besucherzahlen und Hotelübernachtungen. 14,5 Millionen pro Jahr waren es bei der letzten Zählung. Schön. Vielleicht werden es irgendwann 15 Millionen



Ein Blickfang nicht nur für Seeleute: Die Hauptkirche St. Michaelis.



Das Chilehaus gehört zu den architektonischen Highlights der Stadt.



Zum Hafengeburtstag strömen in jedem Jahr drei Tage lang mehr als eine Million maritime Fans an die Feiermeile entlang den Landungsbrücken.

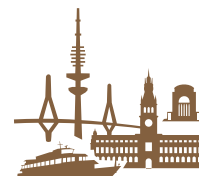
sein. Auch schön. Aber wirklich wichtig ist die Lebensqualität einer Stadt, der Stolz ihrer Bürger, ihre Antwort auf die Frage: Kann ich mir vorstellen, hier meine Kinder großzuziehen? „Ich habe mich in München schon extrem wohlfühlt“, sagt Otremba. „Aber das Leben in Hamburg ist mindestens ebenso angenehm. Mindestens!“

Denn es ist alles da: zunächst Wasser, überall, ein Dämmerföhn mit Blick in die beleuchteten Wohnzimmer an der Alster und mehr Brücken als Venedig und Amsterdam zusammen. Schnappatmung bei der Hafenrundfahrt, wenn die Barkasse auf Armeslänge unter dem Heck eines Container-Riesen hindurchfährt. Großzügiges Grün in der ganzen Stadt. Weite und Offenheit. Die HafenCity, das größte Stadtentwicklungsprojekt Europas, und in den Elbvororten das größte zusammenhängende Villengebiet. Die Strandperle am Sandstrand der Elbe. Jungfernstieg, Isemarkt, Reeperbahn und Övelgönne. Das Willkomm Höft draußen in Wedel mit einem Tusch für jedes Schiff, das vorbeifährt. Die Backsteinarchitektur von Speicherstadt und Kontorhausviertel: Weltkulturerbe der Unesco. Eine Modelleisenbahnanlage so spektakulär, dass 1,4 Millionen Menschen sie pro Jahr besuchen – mehr als das Kunsthistorische Museum in Wien, die Schatztruhe eines Kaiserreichs. 300 Orgeln in der Stadt und eine mehr als 300-jährige Tradition im Orgelbau. Das Elbjazz-Festival mitten in den Docks am Hafen: „Wenn Sie mal als Tourist die eigene Stadt entdecken wollen“, empfiehlt Nina Sauer, die Gründerin: „Mehr Hamburg geht nicht.“

April 2016, die Kunsthalle wird nach umfangreichen Renovierungsarbeiten neu eröffnet. Irgendwo am Rand des Getümmels steht der Ehrengast Bernhard Maaz, allein, still geworden und nachdenklich. „Donnerwetter“, murmelt er schließlich, Generaldirektor der viel gerühmten Pinakotheken in München. „Ich wusste, dass die Hamburger eine tolle Sammlung haben. Aber dass sie so toll ist – das habe ich nicht erwartet!“ Hatte niemand ihm gesagt. Aber er hätte es ahnen können, immer-

hin, denn Hamburg ist Hauptstadt der Stifter: Man kümmert sich, man stiftet und schenkt, sorgt auch für eine würdige Umgebung. Und macht kein großes Gewese darum. Hanseatische Art.

Nur der Niedergang des HSV – für den findet Michael Otremba keine Erklärung. Beim besten Willen nicht. Der Abstieg in die zweite Liga, der verpasste Wiederaufstieg, demütigende Niederlagen, das Chaos im Verein: „Das alles steht in diamet-



ralem Gegensatz zur Stimmung in der Stadt“, sagt er und schüttelt den Kopf. „Wir investieren, wir bauen, wir wachsen. Ich habe selten eine so positive, mitreißende Dynamik erlebt.“ Dass der Erfolg einer Fußballmannschaft ein Ausdruck für den Optimismus einer Stadt sei, oder dass er, umgekehrt, solchen Optimismus nachhaltig stimulieren könne – für Michael Otremba gehört solcher Zusammenhang endgültig in die Abteilung Mythos und Spinnerei. Spätestens mit dem Blick aus seinem Fenster.

„Kommen Sie ruhig herein“, sagt Matthias Nass also und schließt die Tür zum Büro in der sechsten Etage auf. Es riecht nach Zigaretten, immer noch. Reyno Menthol hat der einstige Verleger der ZEIT geraucht, wo er ging und stand. Eine Stange davon liegt unberührt auf dem Tisch. Auch das ist in dem Buch zu lesen: Wie sie ihn verteidigt haben, seine Hamburger, in der Bahn oder im Theater. Verbote sind schon in Ordnung, aber was ein echter Hanseat ist, für den muss sich die Obrigkeit erst legitimieren. Es geht um Augenhöhe. Und wenn ein Helmut Schmidt raucht, dann raucht er eben.

Der Raum ist klein und erstaunlich schlicht. Ein weißer Schreibtisch, ein Tisch für Besprechungen, ein Sofa. Wände voller Bücher, eng auf eng, Politik natürlich, Analysen, Erinnerungen von Weggefährten und politischen Gegnern. Aber auch Leonard Bernsteins Erkenntnisse sind da zu finden, Knaurs neues Schachbuch und Frederic Vesters „Phänomen Stress“. →



Die Elbe ist die Hauptschlagader der Hansestadt. Der Hafen ist nicht nur eine Touristenattraktion, sondern auch Antriebsmotor der Wirtschaft.



Sieh mal an! Vor dem Fenster liegt der Domplatz, eine großzügige Grünfläche, auf der sich sommers die Menschen aus den umliegenden Bürohäusern die Beine vertreten. Schmidt habe den Platz mal gerettet, erzählt Nass – als nämlich auf dem sündhaft teuren Grundstück ein glasverkleideter Stahlskelettbau hochgezogen werden sollte. Da griff der Verleger zur Feder. „Zur hamburgischen Tradition gehört“, schimpfte er in seiner Zeitung, „dass den über Elbe und Alster weit herausragenden Türmen der großen Kirchen und des Rathauses keine Wolkenkratzer Konkurrenz machen.“ Journalisten schreiben anders. Aber man hörte auf ihn.

Die Elbphilharmonie hält sich noch an die Regel. Doch irgendwann wird der Elbtower von David Chipperfield zwischen den Elbbrücken in der östlichen HafenCity mit seiner Höhe von 245 Metern alle und alles überragen. Ist es dann vorbei mit der in Jahrhunderten aufgebauten und stets hellwach verteidigten Souveränität einer Stadt, in der die Bürger seit jeher ihre Geschicke in die eigenen Hände nehmen und sich nie jemand über sie erheben durfte? „Genau darauf sollten wir stolz sein“, sagt Otremba. „Oder besser: Wir müssen der Welt zeigen, wer wir sind und was wir zu bieten haben. Wir sollten es deutlicher sagen: Hey, ich will der Beste sein. Wir können das. Wir können HafenCity, wir können Elbphilharmonie, wir können eine architektonische Perlenkette ans Ufer der Elbe legen – wir können es!“

Es sei eigentlich kaum zu verhindern, sagte der Generalintendant Christoph Lieben-Seutter zur Eröffnung 2016, dass die Elbphilharmonie ihre Versprechen einlösen werde, in wirtschaftlicher Hinsicht, in künstlerischer und als Attraktion der Stadt. „Die Akustik ist unglaublich transparent“, erläuterte er damals.

„Auch die Musiker hören sehr viel genauer, was um sie herum vorgeht.“ Das war mal eine gute Grundlage. So fängt es an. Und wie es aussieht, nach drei Jahren voller Erfolge, ausverkaufter Häuser und nicht nachlassenden Besucherandrangs, wird er wohl in jeder Beziehung recht behalten.

Ach ja, eine Karte nach Hawaii war noch zu schreiben. Mit einem Bild von Hamburg. Wie wäre es mit der Spitze des Chilehauses, diesem Schiffsbug aus norddeutschem Rotklinker? Mit dem Michel, der so selbstbewusst von hanseatischer Lebensart

erzählt und vom unbedingten Willen der Bürger, immer wieder aufzubauen, was zerstört worden ist. Daran wird kein Wolkenkratzer etwas ändern können. Helmut Schmidt hat dort seine Trauerfeier ausgerich-

ten lassen, mit dem Abendlied von Matthias Claudius, „Der Mond ist aufgegangen“ – und keiner, der nicht in Tränen aufgelöst gewesen wäre. Oder wie wäre es mit der Alster? Denn wo sonst gibt es eine Wasserfläche mitten in der Stadt, umgeben von sattem Grün, von eleganten Wohnungen, Büros und Geschäften und groß genug, um dort in der Mittagspause einen Schlag segeln zu gehen? Hamburg, sagt Michael Otremba, sei „ein Ort des Ankommens“.

Und dies noch: Die Hamburg Towers spielen neuerdings in der ersten Bundesliga. Basketball ist ein toller Sport. Haben wir es nicht wunderbar getroffen?

Ins Miniaturwunderland kommen jährlich rund 1,4 Millionen Menschen.

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

Außergewöhnliche Momente erleben Sie in einer Umgebung,
in der alles stimmt. Mit Formen, die einfach und klar sind.



Bulthaup Hamburg GmbH
Große Elbstraße 68
22767 Hamburg
Tel. 040 306211 50
bulthaup-stilwerk.de

bulthaup



An der Elbe zu Hause: Stefan Gwildis erzählte bei einer Barkassenfahrt im echten Hamburger Schnack von seinem Leben in der Stadt.



„In der zweiten Liga fühle ich mich wohl“

*Er ist Musiker, Schauspieler und waschechter Hamburger – im Interview spricht **STEFAN GWILDIS** über seine Anfänge als Straßenmusiker, irre Auftritte in der Elbphilharmonie, Hans Albers und erklärt, was Hamburg mit Disneyland gemein hat.*

Gespräch: **Nina Schwarz, Achim Schneider** Fotos: **Ivo von Renner**

Herr Gwildis, Sie haben viele Lieder über den Hafen und die Elbe gemacht. Stimmt es, dass der Hamburger Hafen für Sie ein ganz besonderer Ort ist?

Ja, natürlich. Die Familie Gwildis ist in vierter Generation in Hamburg und vor allem mit dem Hafen stark verwurzelt. Mein Großvater war Getreidekontrollleur, mein Onkel war auch in der Getreidebranche tätig, meine Oma hatte eine Kneipe in der Simon-von-Utrecht-Straße und meine Neffen arbeiten hier bei der HHLA. Ich selber habe früher viel in der Speicherstadt bei einem Schiffsausrüster gearbeitet.

Was genau haben Sie in der Speicherstadt gemacht?

Hier, im Schuppen 52 zum Beispiel, habe ich Säcke geschleppt, Katzenfell gestapelt und Hustenbonbons. Am Baumwall war morgens immer so eine Jobbörse. Da kamen im Radio noch die

Durchsagen, in denen es hieß: Es sind vier Schiffe angekommen, wir brauchen 300 Leute. Da bin ich hingepilgert.

Für Sie als waschechten Hamburger: Was macht diese Stadt so attraktiv?

„Früher gab es am Baumwall morgens eine Jobbörse. Zu der bin ich hingepilgert.“

Hamburg hat ein fettes Pfund – und das sind die Hamburger. Hier gilt ein goldener Grundsatz, der heißt: Mach mal, wie du meinst, aber geh den anderen nicht auf den Sack. Dieses große tolerante Grundgefühl habe ich in Hamburg, unter anderem während meiner Arbeit im Hafen, so kennengelernt. Es geht immer um die Sache.

Wer das vergisst und meint, auf dicke Hose machen zu müssen, ist hier fehl am Platz. Und das macht Hamburg attraktiv. Außerdem gehört es in Hamburg als Hafenstadt zur Tradition, dass man Neuem sehr aufgeschlossen gegenübersteht. →



Auf den Spuren von Hans Albers: Im St. Pauli Theater ist Stefan Gwildis im Stück „Große Freiheit Nr. 7“ in der Rolle des Johnny Kröger zu sehen.

Gibt es noch andere Orte in Hamburg, die für Sie besonders sind?

Da gibt es tausend Sachen. Die Elbe, die Alster. Man hat hier auch das große Panorama, das große Besteck von Sehnsucht. Wenn du auf einem Poller hier am Hafen sitzt und Richtung Westen guckst, dann weißt du, wenn du jetzt da reinspringst und ordentlich losschwimmst, dann musst du irgendwann in Amerika rauskommen. Dieses Gefühl ist toll. Das macht Hamburg für mich aus.

Was empfehlen Sie Besuchern, die von außerhalb kommen?

Ein echter Insider-Tipp ist: bei Vollmond eine Kanutour auf der Alster machen. Das kann ich schwer empfehlen. Ansonsten natürlich eine Barkassenfahrt durch den Hafen, den Kiez, die vielen schönen Musikclubs und unterschiedlichen Musicals. Die Stadt hat sehr viel zu bieten.

Gucken Sie sich an, was in der Stadt kulturell läuft?

Ja, natürlich. Da ist für jedermann etwas dabei. „König der Löwen“ ist große Unterhaltung für viele Menschen. Und das soll es auch sein. Ich war einmal in Disneyland in Kalifornien. Da gehst du durch ein Tor, auf dem steht: Wenn Sie durch dieses Tor gehen, werden Sie alles vergessen. Ich dachte: Naja, gucken wir mal. Und dann habe ich alles vergessen, ich war so fasziniert. So etwas hat Hamburg auch. Die vielen Mög-

lichkeiten, die Kunst, die Kultur, die vielen Museen. Schauen Sie sich nur einmal das Völkerkundemuseum an oder das Museum für Kunst und Gewerbe – das sind tolle Sehenswürdigkeiten.

Hamburg wird international immer bekannter, der Tourismus boomt. Was halten Sie von dieser Entwicklung?

Es ist nur dann eine gute Entwicklung, wenn bei aller Veränderung auch Platz für die Hamburger bleibt. Man darf auf keinen Fall vergessen, dass es auch Hamburger gibt, die sich einige Preise nicht leisten können. Da muss man sich vielleicht mal fragen, was verdient denn ein Gabelstaplerfahrer oder

die Lady bei Penny an der Kasse? Was können die sich noch an Miete leisten? Erschwingliches Wohnen muss auch in der City bleiben. Ansonsten hast du irgendwann so etwas wie in London, dass du in der Innenstadt keinen Londoner mehr hast, sondern nur noch Leute von außerhalb und Leute, die Geld haben. Das ist gefährlich.

Was halten Sie von den vielen baulichen Veränderungen der Stadt?

Hamburg ist immer im Wandel gewesen. Das Rathaus hat man auch irgendwann gebaut, und es ist zehnmal so teuer geworden wie geplant.

„Der Tourismus-Boom ist nur dann gut, wenn auch Platz für die Hamburger bleibt.“

Ähnlich wie die Elbphilharmonie ...

... und die ist jetzt ein großer Touristenmagnet. Und auch zu Recht. Das hat sich schon gerechnet. Was ich persönlich doof fand, war, dass sich keiner von den richtig fetten Milliardären gefunden hat, der gesagt hat, passt mal auf, ihr hört jetzt auf, Bücherrhallen und Schwimmbäder zu schließen, wir machen das jetzt mal klar. So wie Carl Laeisz, der uns ja die Laeishalle spendiert hat. Das hat mich gewundert und etwas enttäuscht. Denn das wäre so ein Hamburger Ding gewesen.

Sie sind zu Ihrem 60. Geburtstag letztes Jahr mit einem großen Konzert in der Elbphilharmonie aufgetreten. Ist es tatsächlich so besonders, dort zu spielen?

Darin zu spielen war wirklich der Hammer.

Du brauchst in dem großen Saal einfach nicht viel Verstärkung. Das macht es schwer, wenn du mit einem Orchester plus Band da drin bist. Als ich das erste Mal auf der großen Bühne geprobt habe, bin ich fast irre geworden. Und damals hatten wir nur eine Trio-Besetzung mit Flügel, Schlagzeug und Bass. Der Bassist spielte und ich dachte, wow, woher kommt das Signal? Hier kommt es von überall. Aber: Wenn du diesen Sound falsch aussteuerst, ist das fatal.

Haben Sie eine Lieblingsbühne in Hamburg?

Wir haben mal auf dem Anleger in Teufelsbrück gespielt. Das war schick. Ansonsten hat die Stadtparkbühne natürlich ein tolles Flair und auch die Musikhalle.

Ihr derzeitiges Engagement hat auch mit Hamburg und vor allem mit dem Hafen zu tun. In dem Stück „Große Freiheit Nr. 7“ spielen Sie im St. Pauli Theater die Rolle des Johnny Kröger.

Ja, lustigerweise ist das, was wir hier gerade machen, also eine Hafenrundfahrt, genau das, was ich dort spiele. Ich bin jemand, der den Hafen erklärt. Hier vorne zum Beispiel (er zeigt in Richtung Elbphilharmonie) gab es beim alten Kaispeicher den Zeitball. Der flog immer um 12 Uhr runter, und die Seeleute konnten ihre Uhren stellen.

Wie kamen Sie an die Rolle im St. Pauli Theater?

Uli Waller (Leiter des St. Pauli Theaters, Anm. d. Red.) kam zu mir und fragte mich, ob ich sie von Volker Lechtenbrink übernehmen möchte, da dieser aus gesundheitlichen Gründen aufhören wollte. Ich habe gesagt, es wäre mir eine große Ehre.

Sie wandeln damit auch auf den Spuren von Hans Albers, der in dem Originalfilm damals die Hauptrolle gespielt hat. Hatten Sie Respekt davor, in seine Fußstapfen zu treten?

Ja, das sind ja Riesenfußstapfen. Und es ist wirklich eine große Ehre und Aufgabe, das sage ich nicht aus Koketterie. Hans Albers ist für mich eine Ikone. Ich verehere diesen Mann nicht nur künstlerisch und wegen seiner Art, dieser besonderen Leichtigkeit, sondern auch wegen seines Standings, das er zu Lebzeiten hatte. Er hat ja damals seine jüdische Lebensgefährtin vor den Nazis gerettet und nach England gebracht. Davor ziehe ich den Hut.

War es schwierig, sich die Rolle des Johnny Kröger einzuverleiben?

Wir haben die Rolle massiv verändert und auf mich angepasst. Sie war damals ja auf Volker Lechtenbrink zugeschnitten, und ich möchte niemanden imitieren, sondern authentisch sein. Einen Vorteil hatte ich: Ich bin Hamburger, so richtig waschecht. Und ich kenne den Hamburger Schnack. Das hat es für mich leichter gemacht. Jetzt passt die Rolle perfekt zu mir.

Sind Sie gerne auf St. Pauli?

Zum Arbeiten ja. Ansonsten finde ich es total irre, was da freitags und samstags los ist. Das ist nicht mein Ding. Ich arbeite da und laufe dann ganz schnell wieder weg.

Der Stadtteil hat sich inzwischen ziemlich verändert. Welche Erinnerungen haben Sie an den Kiez?

Die ehemalige Schmuddelmeile hat sich ganz schön gewandelt. Der Spielbudenplatz ist heute wunderschön. Als ich 20 war, war es dort echt dreckig. Damals ging ich mit meinem Kollegen Rolf Claussen an einem Laden vorbei, da stand Corny Littmann mit der Stichsäge und sägte irgendetwas aus. Er war dabei, das Schmidt-Theater aufzubauen. Wir kamen ins Gespräch, und er fragte, ob wir nicht mal für einen Monat bei ihm spielen wollen. Das haben wir dann getan und unser erstes Musical gemacht, Wuttke 2. Das war ein Mega-Erfolg. Vorher sind wir ja wie die Nomaden rumgezogen, haben →



Neuestes Werk: Auf dem Best of-Album spielt Gwildis seine besten Songs live und mit Orchester.



Gut gelaunt: Stefan Gwildis beim Interview mit club! im Hafen.



Gwildis: „Mach mal, wie du meinst, aber geh anderen nicht auf den Sack.“

in selbstaufgebauten Zelten Musik gemacht oder in Fabrikhallen, das war ja damals die Haubesetzer-Zeit.

Zusammen mit Rolf Claussen waren Sie lange Zeit als Straßenmusiker unterwegs. Wie war das für Sie?

Genau. Wir haben uns einfach hingestellt und unsere Songs ausprobiert. Zu Anfang noch mit Songs von Simon and Garfunkel. Die Leute liefen einfach vorbei. Da wussten wir: Wir machen hier noch einiges falsch. Da wir damals schon große Fans von Insterburg & Co. waren, eine Band, welche die Kunst des höheren Blödsinns kultivierte, dachten wir: Lass uns mal Kochtöpfe nehmen und so ein Topfofon bauen. Dazu haben wir aus einer Teekiste einen Bass gebastelt. Ich habe damals in einem Teelager gearbeitet. Dann haben wir alles angemalt, haben steppen gelernt und sind mit Kostümen und Songs von Peter Igelhoff aufgetreten. Das war der Bringer.

„Ich weiß, wie es ist, sich einschränken zu müssen, deswegen habe ich keine Angst davor.“

Sie haben sich dann schauspielerisch eine Zeitlang im Schmidt-Theater und im Tivoli ausprobiert.

Das war eine tolle Zeit. Das Musical „Auto, Auto“ zum Beispiel, das ich mit Christian von Richthofen gemacht habe. Dann wurde irgendwann mein Konzert im Tivoli im NDR, also im Fernsehen übertragen. Das war für mich der Türöffner für ganz Deutschland.

Der richtige Durchbruch gelang Ihnen mit der deutschen Aufarbeitung von Soul-Klassikern. Wie kamen Sie darauf, Soul-Musik in deutscher Sprache zu singen?

Ich habe einen Song von Bill Withers gehört und dachte: Den musst du mal auf Deutsch machen. Als ich fertig war, wusste ich, das ist eine Granate, jetzt geht das ab. Und es war in der Tat so. Man fühlt manchmal solche Dinge.

Das hatte so vorher noch niemand gemacht, oder?

Lustigerweise haben die Soul-Leute das selber gemacht. Marvin Gaye zum Beispiel hat auf Deutsch gesungen, die Beatles ja auch. Es gibt ein Album, auf dem die ganzen Künstler auf Deutsch singen, das ist grauslich (lacht).

Fühlen Sie sich beim Singen in der deutschen Sprache wohler als im Englischen?

Ja, ich singe manchmal auch auf Englisch etwas mit, aber ich fühle das nicht so, als wenn ich auf Deutsch singen würde. Deswegen habe ich schon früh gesagt: Ich singe auf Deutsch. Diese Sprache ist meine Art der Mitteilung und auch dieser Duktus. Sprache ist auch Identität, Sprache ist Heimat. Immer, wenn ich woanders gewesen bin und dann zurück nach Hamburg komme und den Hamburger Schnack höre, dann freue ich mich und weiß, ich bin wieder zu Hause.

Was hat sich mit dem Erfolg verändert?

Das war viel Arbeit und wirklich anstrengend. Wir haben sechs Alben gemacht, jedes mit Promotiontour, dann immer die Konzerttour mit Band und Bus. Irgendwann bekam ich

eine Schleimbeutelentzündung in der Schulter. Wir hatten noch drei Konzerte auf Sylt zu spielen, wo ich in die Klinik ging und Spritzen bekam, damit ich durchhalte. Danach lag ich drei Wochen in meinem Garten und tat das, was ich sonst immer in meinen Songs beschreibe: Einfach mal hinlegen, am Hintern kratzen und in die Wolken gucken. Ich dachte: Wonach jagst du eigentlich? Dann beschloss ich: Wir lassen das mal mit dem Touren. Seitdem bin ich sehr viel freier.

Wie wichtig ist Ihnen Freiheit?

Sehr wichtig. Mein Credo, und auch das meines Vaters, war immer: Sieh zu, dass du frei bleibst, dass du nicht irgendwie verhakst. Ich bin ja auch nie so ein Champions League-Spieler gewesen, sondern immer einer in der zweiten Liga. Da fühle ich mich wohl. Denn das gab mir immer die Freiheit, auch mal zu sagen, darauf habe ich jetzt keinen Bock. Wir spielen auch nicht nur in einer bestimmten Band-Konstellation, sondern machen alles Mögliche. Neulich haben wir in der Musikhalle gespielt. Da stand ein Steinway-Flügel und ein Mikrofon, und wir haben dreieinhalb Stunden Musik gemacht. Das war der Hammer.

Konnten Sie sich auch privat die Freiheit bewahren?

Ja, ich habe das große Glück, mit einer Frau zusammen zu sein, die weiß, dass es auch mal ganz ohne geht. Die weiß, wie es ist, ein halbes Jahr lang nur Schwarzbrot und Haferflocken zu essen.

Gab es bei Ihnen auch mal solche Phasen?

Auf jeden Fall. Vor allem, als ich mit 20 aus dem Reifenhandel ausgestiegen bin, den ich zusammen mit meinem Bruder in der Süderstraße betrieben hatte. Ich war dort Geschäftsführer und habe die Jungs angelern und ihnen gezeigt, wie man montiert. Mein Vater war ja auch Reifenhändler. Damals kam Christian von Richthofen zu uns in den Laden und sagte: Du hast ein Geschenk gekriegt in deinem Leben, das solltest du nutzen. Du bist ein toller Musiker. Das saß bei mir wie ein Stachel. Ich ging dann raus aus dem Reifenhandel und wollte nur noch Musik machen, mit aller Konsequenz. Da ging es erst einmal bergab, auch finanziell. Ich hatte CDs im Eigenvertrieb. Die konnte man per Postkarte bestellen. Als ich dann mal einen Brief mit 30 Mark bekam, dachte ich, super, jetzt kann ich wieder zu Aldi gehen und den Korb voll machen (lacht). Aber im Ernst: Ich weiß, wie das geht, sich einzuschränken und auch mal auf ganz kleiner Flamme zu kochen. Deswegen habe ich auch keine Angst davor.

Sie stammen aus einer Handwerkerfamilie. Haben Sie den Hang zum Werkeln geerbt?

Klar. Mein Großvater war Tischlermeister. Er hat das Haus gebaut, in dem wir wohnen. Er sagte immer: Geschmack ist ganz einfach: Von allem immer nur das Beste. Das ist nicht immer das Teuerste, aber wenn man das nicht beherzigt, kauft man die Sachen drei- und vierfach – und das ist dummes Zeug. Ich habe eine kleine Werkstatt in meiner Garage, mit allem Möglichen an Werkzeug. Das ist für mich auch so eine Freiheitsdefinition. In dem Moment, in dem ich weiß, ich habe Werkzeug für alles, kann ich alles Mögliche machen. Wenn ich ein Haus bauen will, kann ich ein Haus bauen. Ich habe immer schon gerne geschraubt und mache das heute noch. Zusammen mit meinem Sohn, der ist jetzt 15, bastel ich gerade an einem Moped, das wir über Ebay gekauft haben und jetzt schick machen.

STEFAN GWILDIS, 60, ist Musiker, Schauspieler und gebürtiger Hamburger. Er wuchs in Barmbek auf. Bekannt wurde Gwildis vor allem mit der Nachbearbeitung von internationalen Soul-Klassikern mit deutschen Texten. Im Jahr 2003 entstand daraus das Album „Neues Spiel“, mit dem er deutschlandweit den Durchbruch schaffte. Seine Anfänge als Musiker machte er als Straßenmusiker, zusammen mit seinem Kumpel Rolf Claussen. Gwildis hatte früher zahlreiche Jobs, u.a. als Lagerarbeiter, Stuntman am Thalia-Theater und als Reifenhändler. Im Schmidt-Theater und im Tivoli machte er viele musikalische Projekte, spielte in unterschiedlichen Bands und trat zum Beispiel mit Rolf Claussen und Joja Wendt als „Söhne Hamburgs“ auf. Derzeit ist er als Hauptdarsteller in dem Stück „Große Freiheit Nr. 7“ im St. Pauli Theater zu sehen. Gwildis hat einen Sohn, 15, aus zweiter Ehe und drei Stiefsöhne aus erster Ehe.

Wollten Sie schon mal ganz weg aus Hamburg?

Ja, bei mir geht das immer so hin und her in meiner Laufbahn. Als wir Musicals auf dem Kiez gespielt haben, hatte ich irgendwann die Schnauze voll von diesem ganzen Kunstkram. In den 90er Jahren fand ich es hier unheimlich eng und hatte große Lust wegzugehen. Ich war dann viel in Amerika, hatte dort auch ein Grundstück und viele Freunde. In der Ferne habe ich dann festgestellt, dass ich dort nicht hingehöre.

Als einfacher Musiker von der Straße in die großen Konzerthäuser der Stadt. Staunen Sie manchmal über Ihre Karriere?

Das ist eine Wahnsinnserfahrung. Früher haben wir draußen auf der Straße gespielt und mussten noch schnell Geld sammeln, bevor es zu regnen anfängt oder die Bullen kommen. Und jetzt stehe ich in der Elbphilharmonie mit Orchester, meiner Band, Soul-Chor und einem Gebärdenschor. Da hast du dein Solozimmer mit Steinway-Flügel, die Sachen sind für dich gebügelt. Unglaublich.

Gibt es schon Pläne für die Zukunft?

Ja, ich habe immer ganz viele Überlegungen für neue Projekte, Stücke oder auch Lesungen. Momentan bin ich im Gespräch mit meinem Kumpel Rolf Claussen und der Dramaturgin Sonja Valentin für ein Musical. Mehr kann ich noch nicht verraten.



Alle an Bord: club!-Redakteure Nina Schwarz und Achim Schneider im Gespräch mit Stefan Gwildis auf der Barkasse „Altona“.

„Hamburg hat mich in seinen Bann gezogen“

Clubmitglieder zum Thema „Hamburg lockt“



JÖRG BORRMANN

Wunderkontor Hamburg
Inhaber

„Hamburg meine Perle“, so wie Lotto King Karl es besingt, trifft es für meine Begriffe am besten. Denn Hamburg ist nicht nur für die Menschen, die in dieser Stadt leben, sehr attraktiv, sondern auch für die unzähligen Touristen. Dieser seit Jahren anhaltende Boom von Besuchern ist ein positives Zeichen und für viele Unternehmen bereichernd. Ich als Theaterbetreiber am Hafen merke es deutlich: Hamburg ist das Tor zur Welt und für mich eine Weltstadt mit Charme und Klasse. In meinem Zaubertheater habe ich in den letzten Jahren die unterschiedlichsten Menschen aus ganz Deutschland verzaubern dürfen. Somit freue ich mich sehr darüber, dass viele Touristen von Hamburg als Reiseziel angelockt werden. Ich selbst wurde vor 25 Jahren von Hamburg magisch angezogen und habe es nie bereut. Ich lebe und arbeite in der schönsten Stadt der Welt.

MARTIN-PHILIPPE ERVENS

Magellan Travel Services GmbH
Managing Director

Hamburg ist eine äußerst attraktive internationale Metropole und das Tor zur Welt mit einem Zugang zu Land, See und Luft. Die Hansestadt bietet mit der Elbphilharmonie und dem Schauspielhaus höchstes kulturelles Niveau. Außerdem ist Hamburg mit dem Chilehaus oder der Speicherstadt eine Hochburg der Architektur. Doch die Stadt ist nicht nur ein Magnet für Touristen, sie bietet auch für Investoren interessante Möglichkeiten. Hamburg verändert sich ständig und bleibt nicht stehen. Die Elbmetropole lockt durch ihren Mut, in verschiedenste Bereiche zu investieren. Und natürlich verückt Hamburg durch die Einbindung des Wassers und sein maritimes Flair – Hamburg ist „nordisch by nature“.



CARSTEN RUTZ

Deutsche Reihenhäuser AG
Vorstand

Als deutsche Weltstadt ist Hamburg ein natürlicher Magnet für die Menschen in all ihrer Vielfalt, aus der Region und auch aus aller Welt. Dabei gelingt es dieser Stadt, Herz und Seele zu behalten und die eigene Entwicklung so zu gestalten, dass sie immer sowohl ein lebenswerter Ort zum Wohnen als auch ein Ort zum besonderen Leben bleibt.“

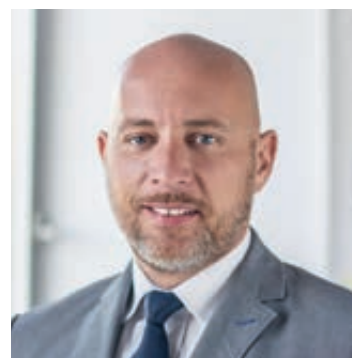


DORIS PETERSEN

Deutsche Messe AG
Director Public Affairs Norddeutschland

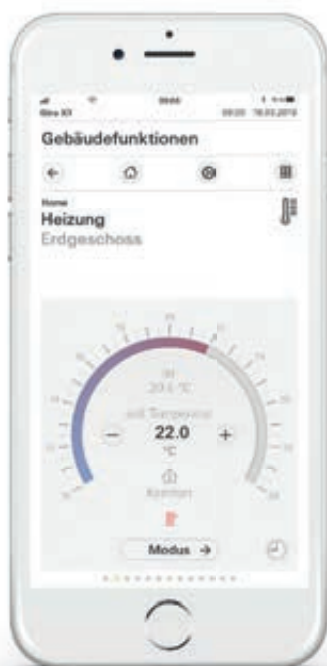
Wissen Sie, was ein „Quiddje“ ist? Ich bin einer ... zugezogen nach Hamburg vor gut 13 Jahren. Ich konnte und kann also nicht auf alte Verbindungen, Netzwerke und Kinderfreundschaften in dieser Stadt zurückgreifen. Und doch fühle ich mich „angekommen“, fast so, als wäre ich schon immer hier. Hamburg hat mich in seinen Bann gezogen, nicht nur durch die Schönheit dieser Stadt, sondern insbesondere durch seine Menschen – weltoffen, zugewandt und verlässlich. Im internationalen Messengeschäft tätig, bin ich in der Welt ein wenig herumgekommen und durfte andere

Standorte kennenlernen; dadurch kann ich vergleichen. Hamburgs Dynamik und Lebensqualität ist herausragend, hier ist mein Hafen!





Gira X1 – das Smart Home im Griff.





EINZIGARTIGKEITEN

Text: **Detlef Gürtler**

Neulich kam ein Freund von einer Stadtführung durch Berlin zurück. Er habe dort gelernt, dass es im ganzen Ostteil der Stadt früher keine Zebrastreifen gab – dem kommunistischen SED-Regime hätten das Geld und die Farbe gefehlt, um die Straßen mit Überwegen auszustatten. Kein einziger aus der Touristengruppe habe diese Geschichte in Frage gestellt – wenn der Stadtführer so etwas erzählt, wird er schon wissen, was er redet.

Es ist schon ein Kreuz mit den Touristen. Einerseits will man ihnen ja etwas erzählen, was sie noch nicht aus Wikipedia wissen, zweierseits soll es auch ein bisschen spannend oder einzigartig sein, man ist ja schließlich Einheimischer, und dreierseits bleibt da nicht viel übrig, denn das Spannende und Einzigartige steht natürlich meist bei Wikipedia – was soll man da machen, außer etwas gut Klingendes zu erfinden?

Am besten: einfach weiterlesen. Denn natürlich gibt es sie, die einzigartigen Hamburgensien, von denen kein Tourist jemals gehört hat, und die auch noch wahr sind. Einige davon habe ich Ihnen hier zusammengestellt. Angefangen mit der herausragenden politischen Bedeutung Hamburgs in Deutschland: Es ist die einzige Stadt des Landes, die Geburtsort zweier späterer Bundeskanzler war – Helmut Schmidt und Angela Merkel. Berlin hingegen mag sich zwar als Hauptstadt Europas fühlen und der Amtssitz der Bundesregierung sein, aber es hat weniger Kanzler hervorgebracht als Mossenberg-Wöhren, der Geburtsort Gerhard Schröders.

Doch nicht nur in Deutschland, auch in Europa spielt Hamburg eine einzigartig herausragende Rolle. Denn es ist die größte Stadt der EU – die nicht gleichzeitig Landeshauptstadt ist. Madrid, London, Paris, Athen mögen größer sein, ja, auch Berlin, vielleicht sogar Wien, aber die können eben alle von ihren Regierungswasserköpfen zehren; Hamburg hingegen bringt es mit Wasser und mit Köpfen auf seine 1,8 Millionen Einwohner.

Einzigartig wird eine Stadt natürlich nicht nur dadurch, dass sie die Größte ist. Sie kann auch die Erste sein. Wie Hamburg im Jahr 1938. Denn damals wurde erstmals in Deutschland eine

Straße asphaltiert – sie hieß Jungfernstieg. Und fast ein Jahrhundert zuvor wurde in Hamburg das erste Reportage-Foto ever gemacht. Es handelte sich um eine Aufnahme, die Hermann Biow im Jahr 1842 von der Hamburger Binnenalster machte. Die Daguerrotypie, vom Dach der Börse aufgenommen, zeigt die Zerstörungen, die der Großbrand Anfang Mai 1842 in Hamburgs Innenstadt angerichtet hatte.

Und noch ein paar Jahrhunderte zurück findet man noch weitere solcher Premieren. Für den Handel die erste deutsche Börse: Hamburg, 1558. Und für die Kultur das erste öffentliche Opernhaus Deutschlands: Hamburg, 1678.

Legt man Handel und Kultur zusammen, entstehen daraus Kunsthandel, Galerien, Ausstellungen. Und auch hier brachte Hamburg eine denkwürdige Einzigartigkeit hervor. Genauer gesagt: Winterhude. Und noch genauer: die Milchstraße. Denn in dieser Straße betrieb Gunter Sachs einst eine Galerie. Im Oktober 1972 veranstaltete er dort seine erste Ausstellung: Werke des New Yorker Pop-Art-Künstlers Andy Warhol, den Sachs auch selbst zur Vernissage einfliegen ließ. Die Hamburger Pfeffersäcke schafften die Sensation – während der Ausstellung kauften sie kein einziges Bild. Um seinen Freund Warhol nicht zu enttäuschen, kaufte deshalb Sachs selbst ein Drittel der Exponate, und bewies damit mehr Weitblick als die sonst dafür so bekannten Hanseaten.

Was bleibt zum Schluss? Wie bei jeder Nachrichtensendung: das Wetter. Denn auch das hat Hamburg zu einer Einzigartigkeit verholfen – nämlich in der deutschen Gebärdensprache. Dort wird das Wort "Regen" mit von oben nach unten tröpfelnden Fingern dargestellt. Nur das stürmische Hamburg brät sich eine Extrawurst: Denn dort läuft der Regen schräg, von links oben nach rechts unten.

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



UNSER DIENSTLEISTUNGSANSPRUCH
IST DER ERFOLG IHRER PROJEKTE.

- PM BLUE [VERANSTALTUNGSTECHNIK]
- PM WHITE [SYSTEMINTEGRATION]
- PM SYSTEMS [OBJEKT BETREUUNG]

**PM. 39 JAHRE.
KNOW-HOW.
QUALITÄT.
LEIDENSCHAFT.**

Mittel zum Zweck

*Egal ob Zuschuss, Kredit oder Bürgschaft – ein Gerücht hält sich hartnäckig: **FÖRDERMITTEL** bekommen immer nur die anderen. Warum das nicht stimmt und was Unternehmer tun müssen, damit ihre Projekte gefördert werden.*

Text: **Alexander Siebert** Illustration: **Stephan Kuhlmann**

Die digitale Revolution des Schienengüterverkehrs begann auf einem Schreibtisch in Wittorf. Hier, am Arbeitsplatz von Felix Wienhöfer, hatte Gordon Dittmann Ende 2017 seine Masterarbeit abgelegt – druckfrisch, eingebunden und mit den Worten, dass sich sein Kollege das unbedingt mal anschauen sollte. „Es ging um die Abfertigung von Güterzügen, die Bahnbaustellen beliefern“, erinnert sich Wienhöfer. Ein aufwendiges Unterfangen, wie sich zeigte.

Wienhöfer und Dittmann arbeiteten für die Willke-Holding, die in dem kleinen Ort Wittorf bei Lüneburg ihren Sitz hat. Das Gleisbau-Unternehmen wurde 1979 gegründet und ist seitdem vom Zehn-Mann-Betrieb zur Unternehmensgruppe mit fünf Firmen und mehr als 200 Mitarbeitern gewachsen. Wienhöfer war Projektmanager für IT-Projekte, Dittmann Projektleiter im Gleisbau – und die Masterarbeit der Startschuss für ihr gemeinsames Digitalpro-

„Unsere Idee war zu groß, um sie selber zu finanzieren.“

Felix Wienhöfer, Gründer rail connect

jekt. „Wir haben gemerkt, dass die aufwendige Abfertigung von Güterzügen kein Problem allein von Bahnbaustellen ist, sondern den gesamten Schienengüterverkehr betrifft“, erklärt Wienhöfer.



Tatsächlich ist es so: Immer bevor ein Güterzug aus dem Bahnhof rollt, läuft ein Mitarbeiter den Wagenverbund ab und erfasst die Daten – mit Zettel, Stift und Klemmbrett. „Das sind in der Regel Stammdaten, die sich nicht verändern“, erklärt Wienhöfer. Dennoch

würden sie vor jeder Fahrt dokumentiert. Seine Antwort auf dieses Problem heißt „railfox“ und ist eine App, mit der die Wagen nur noch gescannt werden müssen. Ein halbes Jahr hat die Entwicklung gedauert, mit 2,1 Millionen Euro Zuschuss gefördert durch das Bundesverkehrsministerium.

Es ist ein weitverbreitetes Gerücht: Egal, ob Zuschuss, Kredit oder Bürgschaft – Fördermittel kriegen immer nur die →



anderen. „Stimmt nicht“, sagt Fördermittelberater Kai Schimmelfeder und weiß, wovon er spricht. Der 50-Jährige war Leistungssportler im Kraftdreikampf, einer besonderen Form des Kraftsports, die auch als Powerlifting bekannt ist. „Das wollte ich aber keine zehn Jahre lang machen“, sagt Schimmelfeder und investierte aus dem Grund in ein Unternehmen – mit Hilfe von Fördermitteln. Seitdem begleitet ihn das Thema. Parallel zu seinem Investment-Projekt hat er 1996 eine Fördermittelberatung gegründet, mit der er heute 24 Mitarbeiter beschäftigt und fast 12 000 Förderprojekte abgeschlossen hat. Er hält Vorträge, hat Sachbücher geschrieben und arbeitet an einem TV-Format. Für ihn ist klar: „Fördermittel bekommen nicht nur die anderen, sondern die, die sich darum kümmern.“ Wie Felix Wienhöfer und Gordon Dittmann.

Über einen Studienfreund hat Wienhöfer vom Förderprogramm mit dem Namen mFUND gehört. Hierüber vergibt das Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur seit 2016 insgesamt 150 Millionen Euro an Forschungs- und Entwicklungsprojekte im Bereich Mobilität 4.0 und unterstützt Gründer und Start-ups bei der Umsetzung. „Unsere Idee war zu groß, um sie selber finanzieren zu können“, sagt Wienhöfer. Also gründete der 26-Jährige im ersten Schritt die rail connect GmbH als Spin-off der Willke-Holding, in die deren Eigentümer und Geschäftsführer Moritz und Niklas Willke investierten. Und kümmerte sich daraufhin um die Fördermittel aus dem Modernitätsfond mFUND – mit Hilfe seines Studienfreundes. „Der schreibt gerade am Institut für Rationalisierung an der Rheinisch-Westfälischen Technischen Hochschule Aachen seine Doktorarbeit“, sagt Wienhöfer. Das Besondere an diesem Institut: Es lebt nahezu ausschließlich von Forschungsgeldern. Wienhöfer erklärt das so: „Sobald es einen neuen Fördertopf gibt, schaut das Institut, ob er für die Forschung in Frage kommt. Wenn das so ist, sucht es sich Partner – und los geht's.“ So war es auch im Fall rail connect.

„Wer Zuschüsse haben will, muss sich informieren.“

Kai Schimmelfeder, Fördermittelberater

BUCH-TIPP:

Fördermittelwissen direkt aus der Praxis: Auf 300 Seiten beschreibt Fördermittelberater Kai Schimmelfeder, wie Unternehmen an europäische Fördermittel gelangen. Dafür bedient sich der Experte aus mehr als 10 000 Praxisbeispielen. Schimmelfeder gibt konkrete Tipps, wie bestimmte Förderprogramme für unterschiedliche Investitions- oder Innovationsvorhaben genutzt werden können und nennt Kontakte zu den entsprechenden Förderstellen. Außerdem erläutert er, wie Antragssteller Fehler vermeiden und so schneller an ihre Zuschüsse gelangen.

Hardcover | 304 Seiten | ISBN-13: 9783752824711 | Verlag: Books on Demand | 49,95
www.kaischimmelfeder.de



Am Ende entstand ein Konsortium aus fünf Partnern: die rail connect selber, die Willke Logistics aus der Willke-Holding und das Institut für Rationalisierung der RWTH Aachen. Dazu kamen die GS1 Germany aus Köln, die sich um Standardisierung und Datenformate kümmert, sowie die Advaneo GmbH aus Düsseldorf, ein Experte für Softwarearchitektur. Alle zusammen reichten sie beim Projektträger des Bundeswirtschaftsministeriums eine sogenannte Skizze ein, in der sie das Projekt nach vorgegebener Gliederung auf 15 Seiten beschrieben. „Eine Art



Businessplan, der anders heißt, weil es sich um Forschung handelt“, erklärt Wienhöfer. Dann forderte der Projektträger den Antrag – und es kam zum Zuschuss: 2,1 Millionen Euro für das gesamte Konsortium, 750 000 Euro davon alleine für die rail connect. →

IN FÜNF SCHRITTEN ZUM GELD

1. ERST EINMAL NOCH NICHTS TUN

Es klingt komisch, aber bevor Sie den Zuschlag für Ihre Fördermittel nicht erhalten haben, halten Sie die Füße still. Tätigen Sie noch keine Käufe, schließen Sie noch keine Verträge ab – das beschreibt den sogenannten Anreizeffekt und könnte Ihnen im schlimmsten Fall den Zuschuss kosten, bevor Sie ihn überhaupt gefunden, geschweige denn beantragt haben.

2. KALKULIEREN SIE IHR PROJEKT SORGFÄLTIG

Was kostet Ihre Investition? Damit ist nicht nur die Anschaffung gemeint, sondern sämtliche Kosten, die durch die zu fördernde Investition entstehen. Alles das macht Ihr Projekt plausibel – und kann zudem ebenfalls bezuschusst werden.

3. WO WIRD INVESTIERT?

In Deutschland werden Zuschüsse vom Bund, vor allem aber durch die Länder verteilt, das heißt: Jedes Land hat auch

eigene Förderrichtlinien und -programme. Beachten Sie also, in welchem Bundesland Sie investieren wollen.

4. NEHMEN SIE KONTAKT AUF

Kontaktieren Sie die Förderstelle, wenn Sie bereits ein Förderprogramm gefunden haben, und besorgen Sie sich Informationen über das Antragsverfahren. Wenn Sie noch kein Förderprogramm gefunden haben, schauen Sie in der Förderdatenbank nach. Und wenn Sie mit alledem nichts anfangen können, kontaktieren Sie am besten einen Förderberater.

5. REICHEN SIE DEN ANTRAG EIN

Ihr Projekt ruht noch, ist aber schon kalkuliert. Sie wissen, wo Sie investieren wollen und haben auch schon das passende Förderprogramm gefunden? Dann können Sie Ihren Antrag bei der entsprechenden Förderstelle einreichen.



Es ist *das Besondere*,
das Wellen schlägt.



HAWESKO
Hanseatisches Wein und Sekt Kontor

Der offizielle Weinpartner
der Elbphilharmonie

Mehr Infos unter:
hawesko.de/elphi

Wie Wienhöfer geht es tatsächlich vielen Unternehmen, Start-ups oder Gründern in ganz Europa. Weit mehr als 100 Milliarden Euro an Fördermitteln stellt die Europäische Union (EU) ihren Mitgliedsstaaten im Zeitraum von 2014 bis 2020 zur Verfügung, in Deutschland verteilt durch Bund und Länder, über die Ministerien oder Förderbanken. Allein innerhalb des Förderprogramms Horizont 2020, dem bisher größten seiner Art seit Gründung der EU, sollen von 2014 bis 2020 gut 80 Milliarden Euro für Forschung und Innovation ausgegeben werden. Von diesem Topf sind für die letzten beiden Jahre noch 30 Milliarden Euro übrig, wovon in Deutschland knapp 1500 kleine und mittlere Unternehmen profitieren sollen. Bleiben nur noch die Fragen: Wie kommt das Geld bei den Firmen an – und was müssen diese dafür tun?

Die Antwort kennt Fördermittelberater Schimmelfeder. „Wer Zuschüsse haben will, muss sich darüber informieren, welche Förderprogramme es gibt und für einen in Frage kommen“, sagt der Experte. Eine gute Hilfe ist die Förderdatenbank des Bundeswirtschaftsministeriums, in der Unternehmen per Suchfunktion und über Filter mehr als 2000 Förderprogramme finden können. So gibt es beispielsweise Zuschüsse für Gründer, Zuschüsse für Investitionen, etwa in Maschinen, oder Zuschüsse für Innovationen, sogenannte technische Förderungen. Ist das richtige Programm gefunden, folgt der Antrag. „Hier steigen viele aus, weil es zu kompliziert wird“, sagt Schimmelfeder. Aber ist das wirklich so schwierig? „Nein, Vorbereitung ist alles. Das kostet Zeit, aber führt zum Erfolg.“ Fördermittel bekommt, wer sich darum kümmert.

Drei Dinge, sagt Schimmelfeder, seien bei der Beantragung von Zuschüssen wichtig: Zum einen muss das Projekt detailliert beschrieben werden. Diese Beschreibung muss genau auf das gewählte Förderprogramm passen – und das Projekt am Ende exakt so umgesetzt werden. „Wer zum Beispiel Zuschüsse beantragt, um damit eine blaue Maschine für die Herstellung von Rotorblättern zu kaufen, kann keine grüne Maschine anschaffen und Reifen produzieren“, sagt Schimmelfeder, „dann droht im schlimmsten Fall eine Rückzahlung.“ Darüber hinaus sei es wichtig, das Vorhaben vollständig zu beschreiben: „Eine neue Maschine ist nicht nur eine neue Maschine“, sagt der Experte, „die alte Maschine muss ausgebaut und entsorgt, die neue installiert und betrieben werden.“ Alles das sei bei der Antragstellung zu beschreiben.

Wer sich in seinen Projekten nicht so sehr festlegen will, für den ist weniger der Zuschuss als der Kredit das passende Fördermittel – die zweite Seite der Fördermedaille. „Viele denken bei Fördermitteln immer an geschenktes Geld, dabei gehören geförderte Kredite auch dazu – und passen für das Vorhaben manchmal vielleicht sogar viel besser“, sagt Sven Gabriel, Berater aus dem Bereich Unternehmensförderung der Handelskammer Hamburg. Grundsätzlich, sagt er, werde bei Fördermitteln unterschieden zwischen Zuschüssen – das ist geschenktes Geld – und Krediten, die zwar auf Bundesebene von der KfW oder in Hamburg durch die Investitions- und Förderbank zu vergünstigten Konditionen ausgegeben werden, aber zurückgezahlt werden müssen. „Beides hat Vor- und Nachteile“, sagt Gabriel: Während Zuschüsse zwar geschenkt sind, aber oft nur einen Teil der Investitionskosten decken, müssen Förderkredite zwar zurückgezahlt werden, können in der Regel aber den kompletten Finanzierungsbedarf erfüllen.

Dementsprechend sind bei der Vergabe von Förderkrediten im Vergleich zum Zuschuss auch andere Kriterien wichtig. „Eine Bank sieht eine Förderung immer ganzheitlich“, sagt Gabriel. „Egal ob Gründung oder Erweiterung: Wie gut ist der Plan, passt das zusammen, und können Zins und Tilgung ausgeglichen werden?“ Dafür sind zwei Faktoren wichtig: erstens der Businessplan und zweitens die Sicherheiten – für beides gibt es Hilfeleistungen. In Sachen Businessplan kann die Handelskammer ihren Mitgliedern direkt weiterhelfen: Entweder erstellen Gründer ihren Plan mit Unterstützung von Experten in der Gründungswerkstatt der Handelskammer, oder sie gehen zur Konzeptberatung zu Sven Gabriel und seinen Kollegen.

Ist das Konzept überzeugend, aber es fehlen der Bank die Sicherheiten, hilft in Hamburg die Bürgschaftsgemeinschaft. Sie ist ein Konsortium aus Banken und Sparkassen, Innungen und Verbänden sowie der Handels- und der Handwerkskammer, die ein gemeinsames Ziel haben: Unternehmer und Gründer in der Stadt mit Krediten zu versorgen. Dafür tritt sie als Bürge ein, wenn Kreditnehmern

die Sicherheiten fehlen – gerade bei Gründern sei das oft der Fall, sagt Gabriel. „Der Businessplan muss aber immer gut sein, denn die Bürgschaftsgemeinschaft prüft wie eine Bank, aber dafür ist die Frage nach den Sicherheiten geklärt“, sagt der Berater.

Felix Wienhöfer und Gordon Dittmann müssen ihre

Förderung nicht zurückzahlen. „Was wir machen, fällt unter industrielle Forschung“, erklärt Wienhöfer, „das heißt, unsere Arbeit ist an sich ergebnisoffen, verfolgt aber schon das Ziel, die Ergebnisse hinterher auch verwenden zu können.“ Und die Chancen dafür stehen gut, denn mit der App „railfox“ steht das Projekt um das Start-up rail connect gerade erst am Anfang. „Diese App ist im Prinzip nur das Mittel zum Zweck“, erklärt Wienhöfer. Vielmehr ist es das Ziel, darüber Daten einzusammeln und so eine Plattform zu schaffen, die den gesamten Schienengüterverkehr digital vernetzt, sodass Güterfahrten in Zukunft gemeinsam geplant und effizienter umgesetzt werden können – „im Prinzip wie eine Car-Sharing-Plattform, nur für den Schienengüterverkehr“, sagt Wienhöfer. Um die Finanzierung muss sich der Gründer jedenfalls vorerst keine Gedanken mehr machen.

„Die Bank sieht eine Förderung immer ganzheitlich.“

Sven Gabriel, Handelskammer Hamburg



EVENT
TIPP

KAI SCHIMMELFEDER ÜBER ÖFFENTLICHE FÖRDERMITTEL IM WIRTSCHAFTSRAUM HAMBURG

Für viele Unternehmer ist das Thema Fördermittel ein rotes Tuch: zu aufwendig, zu kompliziert. Fördermittelberater Kai Schimmelfeder informiert im Business Club, wie man für die Gründung oder Erweiterung eines Unternehmens effektiv öffentliche Unterstützung erhält.

Dienstag, 10. September, 19 Uhr
Business Club Hamburg
Elbchaussee 43
22765 Hamburg
Anmeldung unter: www.bch.de



Finanzierung
Family Office
Vermögensverwaltung
Private Absicherung
Investment
Service
Immobilie Digital
Crowd Investment
Kapitalanlagen
Immobilien Neubau
Vermögensplanung
Vertrieb
Baufinanzierung
Zinshäuser
Altersvorsorge
Mezzanine
Bewertung

HFH.

Smart Capital Modeling

T +49 40 41 43 79 0

www.hfh.de

WIR ARBEITEN SEIT
20 JAHREN DAFÜR,
DASS SIE BEIM
THEMA FINANZEN
ENTSPANNT BLEIBEN.

Dipl.-Ing. Tim Bütecke
Geschäftsführender Gesellschafter
HFH Finanzhaus GmbH /
HFH Immobilien GmbH



„Fördermittel sind sehr sinnvolle Instrumente“

Clubmitglieder zum Thema „Fördermittel“



CARSTEN DEECKE

Dierkes Partner
Partner | Wirtschaftsprüfer,
Steuerberater

Fördermittel, ob als vergünstigte Kredite, Zuschüsse, Bürgschaften oder Beteiligungskapital, sind sehr sinnvolle Instrumente, um Unternehmen zu unterstützen. Sie helfen beim Aufbau des Unternehmens oder beim weiteren Wachstum. Gerade kleinere und mittlere Unternehmen, die berühmten „KMU“, können davon profitieren. Die Vielfalt der Fördermöglichkeiten in Deutschland macht es nicht einfach, das richtige Programm zu finden. Viele Hausbanken zeigen nicht alle Möglichkeiten auf, und es gibt auch oft sehr hohe bürokratische Hürden. Somit ist die Unterstützung durch spezialisierte Berater nötig und sinnvoll.

MALTE HEIDMANN

ayble GmbH
Geschäftsführer

Wenn es um die Förderung bestehender Unternehmen geht, kann ich durchaus von guten Erfahrungen berichten. Wir haben in unseren fünf Jahren Firmengeschichte bisher zwei Förderungen in Anspruch genommen. Die „go-digital“-Förderung der Bundesregierung hat uns ermöglicht, eine neue Internetpräsenz aufzubauen. Außerdem haben Mitarbeiter ein gefördertes Coaching durchlaufen, um ihre Fähigkeiten auszubauen und ihren Arbeitsalltag besser zu strukturieren. Diese Maßnahmen erwiesen sich dank der Förderungen nicht nur als kostengünstig, sondern verhalfen unserem jungen Unternehmen zu einem qualitativen Schritt nach vorne. Was die Unterstützung von Gründungen betrifft, sehe ich hierzulande allerdings noch Nachholbedarf. Und das, wo doch gerade hier der Förderbedarf besonders groß ist.



BERND HOMMELS

Project Partners Management GmbH
Geschäftsführer

Wenn wir Digitalisierungskonzepte für unsere Kunden entwickeln, beobachten wir immer wieder zwei Phänomene hinsichtlich von Fördermitteln. Zum einen sehen wir sie als kluges Instrument, um gezielt wirtschaftliche Sektoren anzukurbeln oder Engagement gezielt zu kanalisieren. Die Abschreibungsmöglichkeiten auf fremdgenutzte Immobilien beispielsweise führen dazu, dass wirtschaftlich stärkere Einheiten Wohnraum für weniger bemittelte Menschen schaffen – das ist gut. Zum anderen aber kann eine monetäre Förderung dazu führen, dass der konsequente Blick auf die

Profitabilität getrübt wird und ein Fortbestehen nach Auslaufen der Fördermittel gefährdet ist. So gesehen sind Fördermittel für mich Fluch und Segen zugleich.

EGGO RETTMER

Krediation. Fördermittel/Finanzierungskonzepte/Bankenkommunikation
Inhaber

Die Förderlandschaft gleicht zum Teil leider immer noch einem Dschungel. Es ist nach wie vor schwer, einen Überblick zu erhalten und überhaupt zu erkennen: Welche Möglichkeiten habe ich denn? Banken halten sich meines Erachtens etwas bedeckt, aus dem Grund ist durchaus Eigeninitiative gefordert. Oder ein guter Berater. Darüber hinaus lohnt sich das Telefonat mit den Bundes- und den Landesförderinstituten. Diese haben in der Regel gute Telefon-Hotlines für die erste Auskunft. Mit dem Identifizieren ist es dann allerdings noch nicht getan. Auch der Antrag ist nicht immer einfach und erfordert oft viel Arbeit – etwa für einen guten Businessplan. Doch das kann ich verstehen: denn wenn jemand ein Vorhaben, naja, meist den Unternehmer, fördert, dann sollte letzterer auch zeigen können, dass er weiß, was er vorhat.



MS EUROPA 2

DIE GROSSE FREIHEIT.



SEHNSUCHTSZIELE AM MITTELMEER.

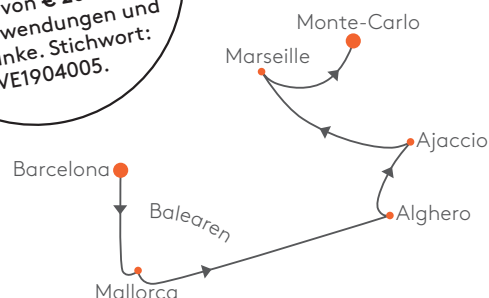
- Genießen Sie das **beste Kreuzfahrtschiff** der Welt – ausgezeichnet vom Berlitz Cruise Guide 2019
- Ausschließlich **Suiten ab 35 m²** – alle mit Veranda
- **1.000 m² OCEAN SPA und Fitness** mit Meerblick
- **Sieben Gourmetrestaurants** – alle ohne Aufpreis

20.03. – 28.03.2020
8 Tage | Nr. EUX2006

BARCELONA – MONTE-CARLO
pro Person ab **€ 4.870**

in einer Garantie-Veranda oder -Ocean Suite (Kat. 0)
Seereise inkl. An-/Abreisepaket (Doppelbelegung)

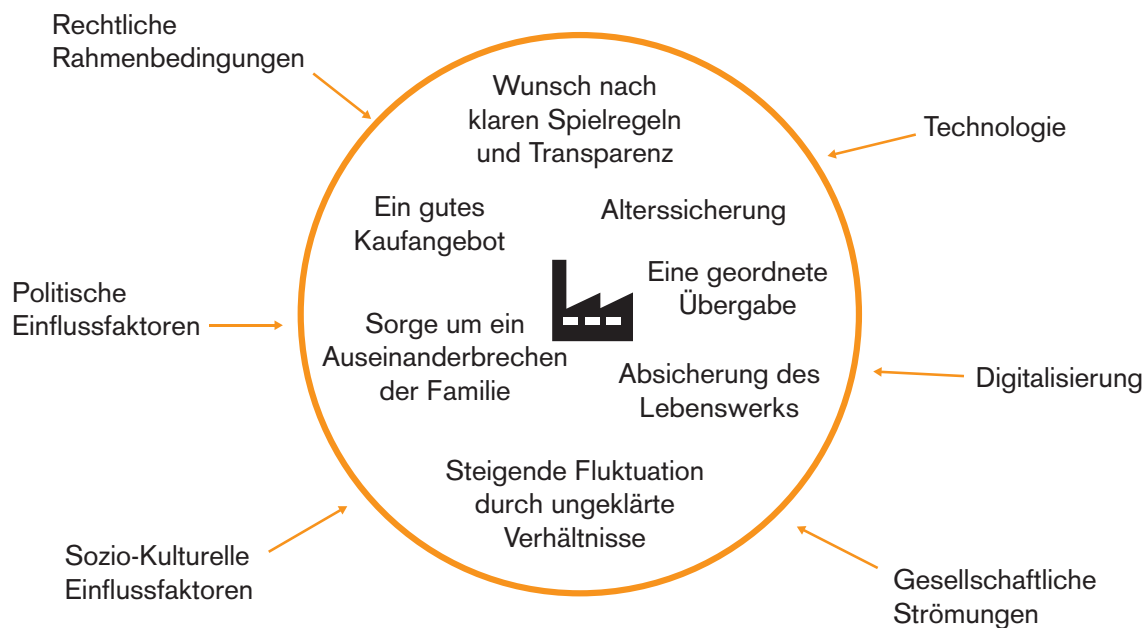
Bei Neubuchung erhalten Sie für alle Routen der EUROPA 2 ab fünf Tagen Reisedauer ein **Genießerpaket** im Wert von **€ 200** für Spa-Anwendungen und Getränke. Stichwort: **VE1904005**.



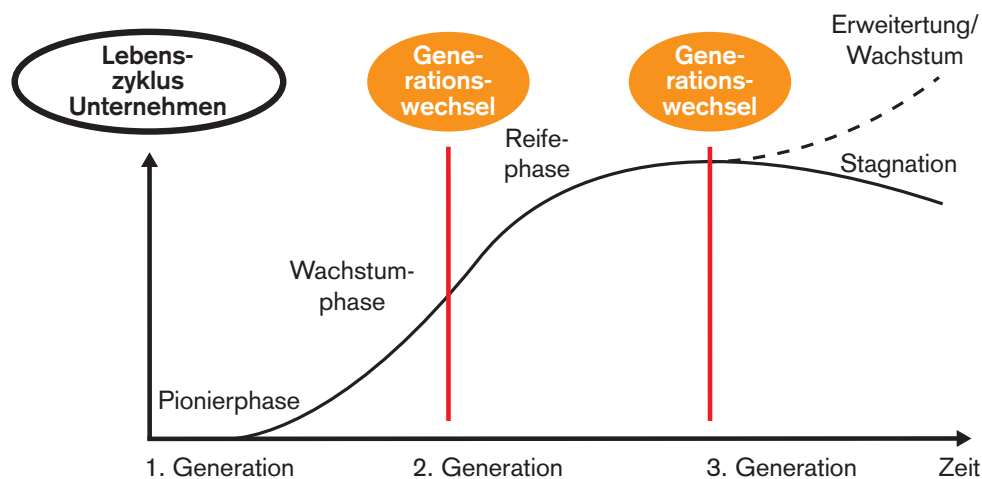
HAPAG ¹⁸/₉₁ LLOYD
CRUISES

**Beratung und Buchung
in Ihrem Reisebüro**
oder über Hapag-Lloyd
Kreuzfahrten GmbH
Ballindamm 25, 20095 Hamburg
Tel. +49 40 30703070
service@hl-cruises.com
www.facebook.com/hlcruises
www.hl-cruises.de

Triggerpunkte Unternehmensnachfolge



Generationswechsel fallen oft mit kritischen Phasen in der Unternehmensentwicklung zusammen



DER GENERATIONENWECHSEL IM FAMILIENUNTERNEHMEN

Die Business Club Academy bietet eine Workshop-Reihe zur Vorbereitung einer geordneten Übergabe im Familienunternehmen an. Dabei geben erfahrene Organisationsberater der HEBEWERK Consulting wertvolle Informationen und sorgen für den passenden Rahmen eines offenen und vertrauensvollen Austausches aller Teilnehmer.

Die drei Module stehen für sich, können also einzeln gebucht werden. Sie stehen aber gleichermaßen in einem Sinnzusammenhang, sodass vor allem für innerfamiliäre Nachfolgen eine Buchung als Reihe empfohlen wird.

Alle Workshops finden im Business Club Hamburg an folgenden Terminen statt:

- 1. Modul:** Dienstag, 24. September 2019, 9.00 Uhr – 13.00 Uhr
- 2. Modul:** Donnerstag, 26. September 2019, 9.00 Uhr – 13.00 Uhr
- 3. Modul:** Montag, 28. Oktober 2019, 9.00 Uhr – 13.00 Uhr

Kosten pro Modul:

495 Euro (Mitgliedsunternehmen 395 Euro)

Kosten für 3 Module:

1234 Euro (Mitgliedsunternehmen: 999 Euro)

Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Anmeldung unter: www.bch.de

STAFFELÜBERGABE

EINMAL IN JEDER GENERATION MUSS ES GELINGEN – die Unternehmensnachfolge. *Verständnis für die Sichtweisen und Überzeugungen innerhalb der Generationen. Eine der wesentlichen Voraussetzungen für eine erfolgreiche Übergabe und die Chance des Neuen.*

EINE FIRMENÜBERGABE ist eine selten zu meisternde Aufgabe. Normalerweise einmal pro Generation. Mit jeder erfolgreich durchgeführten Übergabe werden Erfahrungen gesammelt, auf die die nächste Generation zurückgreifen kann. So ist die erste Übergabe fast immer eine große Herausforderung. Sowohl für Abgebende wie auch für Übernehmende.

DIE GRÖSSTEN HERAUSFORDERUNGEN

und eigentlichen Auslöser für Reibungspunkte liegen wie bei einem Eisberg „unter der Wasseroberfläche“, wo sie nicht auf den ersten Blick erkennbar sind.

DER FAMILIENUNTERNEHMER. Seit Jahrzehnten in Verantwortung für den Betrieb, die Mitarbeiter, Kunden ... und nicht zuletzt die Familie. Da wachsen Identität von Unternehmen und Unternehmer zusammen. Es kommen Fragen auf: Bleibt das Unternehmen erfolgreich ohne mich? Wer bin ich selbst ohne das Unternehmen? Wann ist der richtige Zeitpunkt zu übergeben? Was ist meine zukünftige Rolle, meine Aufgabe? Erfahrungsgemäß sind Italienisch-Kurse und lange Urlaube für diese Menschen nicht dauerhaft erfüllend.

DER NACHFOLGER. Von Geburt an ist das Unternehmen Teil des Lebens. Beim Abendessen wie im Urlaub. Die Erwartung der Familie an die nachfolgende Generation wurde früh implizit vermittelt. Die eigene Ausbildung eröffnet Optionen, auch außerhalb des Familienunternehmens. Und man fragt sich: Will ich das eigentlich, mit allen Konsequenzen? Habe ich den Freiraum zu gestalten? Wie lang sind die Arme der Vorgänger? Und wie groß ihre Schuhe? Finde ich die nötige Akzeptanz in der Belegschaft? Werde ich erfolgreich sein?

HEBEWERK
Organisation. Entwicklung. Personal.

DIE GEMEINSAME ARBEIT im Rahmen der Übergabe macht diese Reibungspunkte spürbar. Doch dem ersten Impuls, diese zu ignorieren, sollte man nicht nachgeben. Vielmehr sollten diese auftretenden Konflikte als Kompass genutzt werden, um die relevanten Themen für die zu regelnde Übergabe zu identifizieren und dann zu bearbeiten. Nur so kann eine dauerhaft tragfähige Lösung für alle Beteiligten überhaupt gefunden werden.

ZIELGRUPPE sind Familienunternehmen, die sich frühzeitig mit dem Generationswechsel auseinandersetzen, ihren eigenen Status klären und wertvolles Rüstzeug für den anstehenden Prozess sammeln wollen.

Anhand **PRAKTISCHER BEISPIELE** werden Faktoren für das Gelingen und Scheitern von Unternehmensübergaben aus den unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet und konkrete Handlungswerkzeuge vermittelt.

DIE WORKSHOP-REIHE gliedert sich in drei Module. Im ersten Workshop dieser Reihe können bis zu acht abgebende Unternehmer teilnehmen. Das zweite Modul ist dann speziell für Nachfolger gestaltet.

Der **GEMEINSAME PERSPEKTIVWECHSEL** und Austausch beider Gruppen wird dann im dritten Modul ermöglicht. Dabei wird auch ein begleitender „Fahrplan“ zur Diskussion gestellt und ein Ausblick in die Zukunft gewagt. Was bedeuten die anstehenden Veränderungen für die zukünftige Unternehmenskultur?



„Weg von alles wie immer, hin zu mehr Mut und Machen“, lautet die Devise von Gerd Wutzler und seiner Hamburger 360-Grad-Messeagentur step one.



**EVENT
TIPP**

**DIE KRAFT DER MESSE –
KNACKIGE 60 MINUTEN
KNOW-HOW FÜR SIE!**

Gerd Wutzler erläutert in seinem Impulsvortrag den Wert und das Erfolgsgeheimnis erfolgreicher Messeauftritte. Im Fokus steht die Bedeutung von „Dialog“ – ob analog auf der Messe oder digital in der Vor- und Nachbereitung durch einen effizienten Lead-Prozess. Einige Blickwechsel für Entscheider runden das Programm ab.

Dienstag, 27. August 2019 · 19 Uhr
Business Club Hamburg
Elbchaussee 43 · 22765 Hamburg
Anmeldung unter: www.bch.de



Perfekte Logistik: Der Standort in Quickborn bietet flexible und nachhaltige Produktions- und Umsetzungsmöglichkeiten mit hochmoderner Lager- und Produktionstechnik. Für die Mitarbeiter von step one stehen E-Bikes bereit.

MESSE NEU DENKEN

*Die 360-Grad-Messeagentur **STEP ONE** unterstützt Unternehmen dabei, ihre Messeauftritte optimal zu gestalten und zu nutzen – nachhaltig, ganzheitlich und effizient. Kunden werden ermutigt, auch mal ungewohnte Wege zu gehen.*

Text: **Nina Schwarz**

Die Messe kommt mit der Faust durch die Wand. Kraftvoll, trefend und mit jeder Menge Power. Eine ungewöhnliche Symbolik, die sehr gut passt. Das Bild stammt aus einem Vortrag von Gerd Wutzler, den er unter anderem im Business Club Hamburg halten wird (siehe Event-Tipp). Der Hamburger Geschäftsführer und Gesellschafter ist seit mehr als 30 Jahren in der Messebranche aktiv und leitet heute zwei Unternehmen unter einem Dach: die 360-Grad-Messeagentur „step one“ und die Messebaufirma „die messemacher“. Gemeinsam mit rund 50 Mitarbeitern unterstützt er große und kleine Unternehmen dabei, die Möglichkeiten einer Messe optimal auszuschöpfen und für sich zu nutzen. „Wir sind weder eine Werbeagentur noch ein klassischer Messebauer“, erklärt er. „Wir sind die Schnittstelle, die alles um die Messe herum macht – mit viel Kommunikation, viel Dialog.“ Das Credo der Agentur: Bei step one bekommt der Kunde alles aus einer Hand – vom Marken- bis zum Messeauftritt.

Gerd Wutzler, groß, mit dunkler Brille und intensivem Blick, empfängt Besuch im Königlichen Proviantamt in Bahrenfeld. Weißer Backstein, hölzerne Dachbalken, kombiniert mit der Agenturfarbe Sonnengelb, verleihen den Büroräumen in dem denkmalgeschützten Gebäude eine helle und freundliche Atmosphäre. Wutzler mag die Symbolik der Balken. Sie verkörpern für ihn Bodenständigkeit, Standhaftigkeit und die ihm eigene „Hands-on-Mentalität“. Dann beginnt er zu erzählen – lebendig und anschaulich, mit zahlreichen Beispielen. Davon, dass sein Job viel mit Beratung und Überzeugung zu tun habe. Dass es im ersten Schritt darum ginge, beim Kunden das Bewusstsein zu wecken, wie wertvoll eine Messe eigentlich ist. Und dass er den Kunden zum Fan machen möchte. So wie er selbst seit Jahren ein Fan der Messe ist. Seine Begeisterung erwachte im Studium, als er sein Geld noch als Messebauer verdiente – und sie ist bis heute geblieben. Anderen diese Begeisterung zu vermitteln, ist eine von Wutzlers leichtesten Übungen.

Im echten Leben zerschlägt step one natürlich keine Wände. Dafür überholte Unternehmensstrukturen, alte Arbeitsweisen, eingefahrene Denkmuster. Denn: step one denkt Messe anders. Kunden werden auch mal von ungewöhnlichen Ratschlägen überrascht. „Wir handeln nach dem Motto: Weniger ist oft mehr“, sagt Wutzler. Sein häufigster Tipp: „Investiere an der einen Stelle weniger, dafür woanders gezielter und nachhaltiger. Und lasse auch mal Dinge weg.“ Dieses Konzept funktioniert im B2B-Bereich sehr gut. Apropos Nachhaltigkeit. Sie liegt Wutzler besonders am Herzen. Wo es nur geht, kämpft der Messe- und Kommunikationsexperte für eine sinnvolle Nutzung von Ressourcen wie Zeit, Möglichkeiten und Budget. Neben der sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit stehen bei step one Pro-

zess- und Markennachhaltigkeit im Zentrum. Wutzler sagt: „Man kann auch kleine und mittelständische Unternehmen zu Marken machen. Unter anderem durch effiziente Nutzung von Messeauftritten und ganzheitlichen Konzepten.“

Die Botschaft von step one ist klar: Die Messe hat Kraft – heute, in der digitalen Welt, mehr denn je. Dies lässt sich auch mit Zahlen belegen: Im Marketing-Mix von Unternehmen steht die Messe oben auf Platz zwei. Jährlich geben deutsche Unternehmen rund 280 000 Euro für durchschnittlich zehn Messen pro Jahr aus. Hinzu kommt, dass Deutschland weltweit Messestandort Nummer eins ist. Zwei Drittel der international wichtigsten Messen finden hier statt. Doch das Business hat sich verändert. Vielen Unternehmen fällt es schwer, sich an die neuen Gegebenheiten – den Wandel der Kommunikationswege, die fortschreitende Digitalisierung, die ständige

Dialogfähigkeit – anzupassen. Und genau da setzen Wutzler und sein Team an. „Wir implementieren die Arbeitswelt der Kommunikation in die neuen Tatsachen“, sagt er. „Das ist nicht schlimm, das tut nicht weh – und das muss auch nicht teuer sein.“ Grundlage für seine Arbeit ist die Einsicht, dass eine Messe keine abgeschlossene Maßnahme ist. Ganz nach dem Motto: „Eine gute Messe dauert drei Tage, eine erfolgreiche ein Jahr“, erarbeitet step one für die Kunden ein ganzheitliches Kommunikationskonzept rund um das Herzstück Messe. Das Erfolgsgeheimnis verbirgt sich dabei hinter einem Kürzel: MLPO – Messe-Lead-Prozess-Optimierung. Bedeutet konkret: die Leads, also die Kontakte, gezielt zu bespielen – vor, während und nach der Messe. Egal, ob live, digital oder analog. „Das funktioniert nur, wenn alle Bereiche – Marketing, Vertrieb, IT, Geschäftsführung – zusammenarbeiten“, sagt der Experte.

Seit 19 Jahren schafft es Gerd Wutzler nun schon, mit seinen Unternehmen und seiner Leidenschaft Kunden, die er stets als Partner ansieht, davon zu überzeugen, Messe neu zu denken und zu organisieren. Dass er gut gearbeitet hat, erkennt er an einem sicheren Zeichen: „Wenn der Kunde mit einem Strahlen in den Augen zu uns kommt und sich darauf freut, dass es nun endlich bald wieder losgeht mit der Messe.“

step one

Kommunikation für
Marke · Messe · Vertrieb

KONTAKT

step one GmbH
Bahrenfelder Chaussee 49, Haus B
22761 Hamburg
Tel: 040 85 50 66-0
info@stepone-hamburg.de
www.stepone-hamburg.de

WACKEN AROUND THE WORLD

*Die Begeisterung für Heavy Metal brachte **HOLGER HÜBNER** und seinen Jugendfreund Thomas Jensen auf die Idee, selbst ein Festival im Heimatdorf Wacken zu organisieren. Das war vor 30 Jahren. Inzwischen ist das Wacken Open Air die weltweit größte Veranstaltung dieser Art.*

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

Es hört sich ein bisschen klischeehaft an, entspricht aber den Tatsachen. Die Idee für das größte Heavy Metal Festival der Welt entstand am Tresen einer Dorfkneipe – im schleswig-holsteinischen Wacken. „Mein Kumpel Thomas war Kellner dort. Wir saßen am Tresen und philosophierten über Heavy Metal und Festivals. Und nach einigen lustigen Getränkeunden haben wir beschlossen: Wir machen selbst ein Festival.“ Das war 1990. In diesem Jahr feiert das auf allen Kontinenten der Erde bekannte Wacken Open Air sein dreißigjähriges Bestehen.

„Dabei lief in meinem ersten Leben alles ganz normal“, sagt Hübner mit einem Lächeln. Nach der Mittleren Reife in Hanerau-Hademarschen absolvierte er eine Ausbildung im Rohrleitungsbau. „Das war eine sehr gute Ausbildung. Dafür bin ich meinem Lehrherrn heute noch dankbar.“ Zu der Zeit brannte sie schon – die Leidenschaft für Musik und Konzerte. Der junge Holger und seine Freunde fuhren zum seinerzeit größten Open Air Festival ins dänische Roskilde oder zum Monster Rock Festival. „Heavy Metal Festivals gab es zu der Zeit nicht“, erinnert er sich. Sein Partner Thomas spielte Bassgitarre in einer Top 40-Metal-Band. Holger Hübner war DJ, der in den Pausen für Musik sorgte. „Wir sind von Bikerclubs zu Stadtfesten gezogen und hatten viel Spaß dabei.“

Dann kam die Idee mit dem eigenen Festival und von da an veränderte sich das Leben der beiden Freunde. Dabei begannen die zwei ihre Karriere als Festivalveranstalter nur „just for fun“, blickt Holger Hübner heute zurück. Sie hatten einige unbekannte Metal-Bands aus der Region angeheuert und einen Headliner mit Namen Skyler. In Eigenregie wurden Poster und ein Logo kreiert. Freunde und Familienmitglieder verteilten Handzettel, um für das Event zu werben, und verkauften Tickets. Schließlich kamen 800 Leute zur Premiere in die Wackener Sandkuhle. Große Kasse haben die neuen Heavy Metal-Veranstalter nicht gemacht, aber dafür haben sie ordentlich mitgefeiert.

Nach einem längeren Krankenhausaufenthalt 1994 und privaten Schicksalsschlägen sowie Problemen mit der Finanzierung stand das Festival vor dem Aus. „Als ich aus dem Krankenhaus kam, war außer Thomas niemand mehr vom Team da. Alle hatten Sorge, dass sie ihr eigenes Geld zur Rettung des Festivals geben sollten und es verlieren würden.“ Holger Hübner wollte wieder seinen Job in der Rohrleitungsfirma aufnehmen, doch der Firmenchef hatte die Stelle bereits anders besetzt. Hübner war

enttäuscht und sagte: „Dann lass es uns beenden.“ Sein Freund Thomas Jensen schmiss das BWL-Studium und fortan kümmerten sich beide um ihr Festival. Mit Erfolg. Auch wenn sich Hübner mit rund 100 Mitarbeitern zu einem überaus erfolgreichen mittelständischen Unternehmer im Musikgeschäft entwickelt hat, steht er mit beiden Beinen fest auf dem Boden. „Wir sind keine Mega-Businessleute. Wir sind schon häufig auf die Nase gefallen und mussten uns wieder berappeln“, sagt er. Der Erfolg gibt dem Selfmademan recht. Sein Unternehmen steht inzwischen auf vielen Säulen. Das Wacken Open Air, das seit Jahren mit 70 000 verkauften Tickets ausverkauft ist und zu dem Gäste aus 90 Ländern kommen, ist natürlich das Topevent.

Doch inzwischen bietet das Unternehmen unter dem Dach International Concert Service (ICS) weit mehr. Tourneebetreuung, Künstlermanagement, Ticketing, Merchandising – alles aus einer Hand. Es gibt „Full Metal Cruise“-Reisen und Kreuzfahrten mit Rockmusiker Peter Maffay oder Stargeiger David Garrett auf der Queen Mary. Für Hardcorefans gibt es Full Metal Holidays in der Winterlandschaft der Alpen oder auf der Sonneninsel Mallorca. „Unsere Fans wollten im Urlaub nicht auf Heavy Metal-Musik verzichten und haben uns gefragt, ob wir solche Reisen anbieten können“, erklärt der umtriebige Geschäftsführer. „Wir machen mit dem, was wir tun, alle Menschen glücklich – das ist einfach unsere Aufgabe.“

Einen großen Wunsch möchte sich der Unternehmer und Metal-Fan aus dem Dorf Wacken noch erfüllen. „Wir haben das Konzept „Wacken around the World“ entwickelt, bei dem Bands und Fans gemeinsam für Konzerte mit dem Flugzeug zu diversen Orten in der ganzen Welt fliegen. Das ist das nächste Projekt, dass wir verwirklichen wollen.“

Das schafft Holger Hübner, garantiert.

KONTAKT

ICS Network
Reselithweg 17
25596 Wacken
Tel: 04827 999 66-0
headquarter@ics-int.com
www.ics-int.com



Der klassische Gruß der Heavy Metal-Gemeinde – die „Pommegabel“. Holger Hübner, hier vor seinem Büro im Hamburger Schanzenviertel, ist nicht nur Organisator und Geschäftsführer des Wacken Open Air Festivals, sondern er ist auch leidenschaftlicher Fan der Heavy Metal Musik.

SINN FÜR DIE SCHÖNEN DINGE DES LEBENS

*Sie hat Politiker in Bonn und Berlin beraten, Manager gecoacht und gemeinsam mit ihrem Mann eine Marina an der Ostsee betrieben. Jetzt hat **STEPHANIE SALZIGER** ihren Traumjob gefunden. Sie ist Verlegerin ihres Magazins *feine adressen* – finest Hamburg.*

Text: **Achim Schneider**

Manchmal passieren Dinge einfach. Als Stephanie Salziger nicht wusste, wie es mit ihrer beruflichen Karriere weitergeht, ploppte eine E-Mail in ihrem Postfach auf. Absenderin war die Verlegerin Julia Schwarzer. Julia und Thomas Schwarzer führen den Ewald Schwarzer Verlag in Potsdam. Der Verlag bringt in 19 Städten Deutschlands das Lifestyle-Magazin „feine adressen“ heraus. Die beiden Frauen hatten sich im Yachthafen in Boltenhagen an der Ostsee kennengelernt.

Stephanie Salziger ist eine Frau mit vielen Talenten. Nach dem Studium der Verwaltungswissenschaften wurde sie schnell zur rechten Hand des Bürgermeisters von Oberkirch, Willi Stächele. Als der in die Politik nach Bonn berufen wurde, begleitete Salzinger ihren Chef als persönliche Assistentin. „Ich habe viel Pressearbeit gemacht und Erfahrungen gesammelt“, sagt Salzinger. In die Zeit fiel der Neubau der Landesvertretung von Baden-Württemberg in Berlin. „Ich war von Beginn des Prozesses bis zur Eröffnung dabei und hatte die wunderbare Aufgabe, Politiker und prominente Gäste durch das neue Gebäude zu führen.“

Nach sechs Jahren kehrte Stephanie Salzinger nach Kehl in ihre Heimat zurück, arbeitete für ein Start-up-Unternehmen. Später plante die Hundeliebhaberin für einen Ingenieurdienstleister in der Autobranche Messestände und baute diese auf. Doch der ehrgeizigen Frau wollte mehr Verantwortung übernehmen. „Ich wollte eine Perspektive haben, nicht nur Stände auf- und abbauen“, sagt sie. Stephanie Salzinger schaffte sich ihre eigene Perspektive und machte eine Coachingausbildung in der Schweiz. Sie entwickelte ein erfolgreiches Coaching-Tool „Worttraining“, das zum Ziel hat, dass Menschen bewusster sprechen und die Worte benutzen, die zu ihrer Person passen.

Als die erfolgreiche Businessfrau hrem Lebenspartner Andreas Hundsörfer, den sie während ihrer Zeit in der Schweiz kennengelernt hatte, nach Boltenhagen an die Ostsee folgte, schien sich der berufliche Kreis zu schließen. „Wir haben seine Marina gemeinsam betrieben. Ich hatte zwar keine Ahnung von Wassersport, aber ich übernahm die Organisation und Mitarbeiterführung. Es lief bestens“, erinnert sich Salziger. Damit war 2017 plötzlich Schluss. Die ein Jahr zuvor eingestiegenen Investoren wollten zukünftig ohne die beiden weitermachen. „Wir waren von einer auf die andere Sekunde raus.“

Dann kam einige Zeit später die Mail mit der „größten Chance meines Lebens“. Darin bot Julia Schwarzer Stephanie Salziger an, als selbstständige Verlegerin die Leitung des Magazins *feine adressen* zu übernehmen. Das passte genau zu Stephanie Salziger. „Ich bin Ästhetin, mag schöne Dinge und treffe gern Menschen“, sagt sie. Mit viel Herzblut hat sich die neue Verlegerin in



Tierisches Vergnügen: Verlegerin Stephanie Salziger ist stets umgeben von Jacky O. (spanischer Wasserhund) und Mops Coco Chanel.

ihrem kleinen Souterrain-Verlagsbüro am Schwanenwik in die Arbeit gestürzt. Die erste Ausgabe ist im Mai erschienen. „Ich hatte ein genaues Bild im Kopf, wie ich das Magazin haben wollte. Was für Menschen darin vorkommen sollten und wie es gestaltet sein sollte“, erklärt die Blattmacherin. Sie ist stolz auf die erste Ausgabe, auch wenn es keine leichte Sache war.

„Mir war wichtig, dass sich das Magazin nach mir anfühlt“, sagt Stephanie Salziger zufrieden. Die Unternehmerin hat ihre große Chance gepackt. Dinge passieren manchmal einfach.

KONTAKT

feine adressen Hamburg
Schwanenwik 32
22087 Hamburg
Tel: 040 64 22 57 54
salziger@feineadressen.de
www.feineadressen.de

Auch Immobilien brauchen Fairständnis.



SAUBERE SACHE

*Die Indaver Group ist ein europaweit agierendes Entsorgungsunternehmen für chemische und pharmazeutische Abfallstoffe. Sales Director **STEFAN KÜHNBACH** weiß, wie aus toxischem Abfall neue Rohstoffe für die Zukunft gewonnen werden.*

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

Das Entsorgen von Abfallstoffen aus der Industrie ruft bei vielen Menschen ein leichtes Unbehagen hervor. Stefan Kühnbach, Sales Director der Indaver Group Germany, würde die Bedenken gern zerstreuen. „Die Notwendigkeit der Abfallentsorgung wird zwar nicht in Frage gestellt, aber die Gesellschaft wisse gar nicht, welche hochentwickelte Technik auf einer Verbrennungsanlage arbeitet“, erklärt der Vertriebsmanager bei einem Rundgang über das Gelände in der Borsigstraße.

1971 wurde die Verbrennungsanlage der damaligen AVG (Abfall-Verwertungs-Gesellschaft mbh) in Betrieb genommen. Da verbrachte Stefan Kühnbach seine Jugend in einem kleinen Dorf in der Lüneburger Heide. Doch mit 17 Jahren wurde ihm das Landleben zu eintönig. „Da bin ich dem Dorfleben entflohen und nach Hamburg gezogen“, erzählt er. In Hamburg absolvierte Kühnbach das Studium in den Fächern Chemieingenieurwesen und Betriebswirtschaft. Dass er beruflich einmal zu einem Experten der Abfallentsorgung werden würde, davon hatte er zu dem Zeitpunkt keine Ahnung. Wie wird man dann zum Fachmann einer so speziellen Branche? „Man fällt einfach hinein“, sagt er schmunzelnd. „Ich habe mir während des Studiums keine Gedanken darüber gemacht, in welcher Branche ich einmal lande.“

Die Entsorgung von toxischen Abfallstoffen, die bei der Produktion von chemischen und pharmazeutischen Produkten entstehen, ist für ihn ein „wesentlicher Bestandteil der Wirtschaftskette“. Und zugleich ein spannendes Feld. „Die Komplexität der Abfälle hat in den vergangenen zehn Jahren deutlich zugenommen“, sagt der Entsorgungsfachmann. Deshalb hat er sich in seiner neuen Funktion als Sales Director im Jahre 2013 bereits klare Ziele gesetzt: „Wir sind angetreten, unser Unternehmen auf die Industrie und hier besonders auf die Chemie und Pharmazie auszurichten. Das Unternehmen hat viel Geld in neue Technologien investiert, damit wir das leisten können, was die Industrie benötigt.“

Hierfür betreibt das Unternehmen in Antwerpen auch ein perfekt ausgestatteten Entwicklungsbereich, in dem ein Team von Ingenieuren damit beschäftigt ist, Möglichkeiten für die Gewinnung von Rohstoffen bei der Entsorgung von Altlasten zu entwickeln. Dabei kommt es dem Vertriebsmanager auf die Qualität und nicht auf die Quantität an: „Wir werden nicht in der Lage sein, 130 000 Tonnen Abfälle zu recyceln, aber wenn es 1000 Tonnen sind, ist das schon interessant.“ Die neu gewonnenen Rohstoffe gibt das Unternehmen an seine Partner zurück, dies im Sinn

einer Kreislaufwirtschaft, einer modernen Circular Economy, die Abfallerzeuger und Entsorger enger zusammenrückt.

Damit die Verbrennungsanlage für die Zukunft gerüstet ist, wurde sie aufwendig saniert. Die Schaltwarte, der Raum, von dem aus die gesamte Entsorgungsanlage mit den bis zu 1200 Grad heißen Drehrohröfen gesteuert wird, wurde mit zukunftsfähiger Technik fit gemacht – Stichwort Digitalisierung. „Damit können wir Daten besser nutzen und Entscheidungsprozesse vereinfachen. Die neue Technik bietet viel mehr Features, durch die wir noch aktiver handeln können“, sagt Stefan Kühnbach. Ein Punkt ist ihm wichtig: „Wir haben eine gute Kooperation mit der Stadt Hamburg und sind ständig im Austausch. Unsere Anlage macht Hamburg auch ein Stück unabhängig.“

Der Sales Director pendelt zwischen Hamburg und der Deutschlandzentrale der Indaver Group in Frankfurt. Von dort aus besucht er den großen Teil der Kunden. „Mit unserem Standort in Hamburg ermöglichen wir Entsorgungssicherheit in dieser Metropolregion, aber die Großindustrie sitzt mit ihren Niederlassungen überall in Deutschland. Wenn er unterwegs ist, hat der 55-Jährige keine Zeit, sein Hobby zu pflegen, aber wenn er zu Hause ist, dann setzt er sich so oft es geht ans Klavier. „Ich habe eine hohe Affinität zur klassischen Musik, nehme Unterricht bei einem Musiklehrer – auch wenn ich es nur unregelmäßig machen kann“, sagt Stefan Kühnbach. Er ist ein Freund moderner Klassik, geht auch zu Live-Konzerten, spielt gerne Schubert, aber auch Hans-Werner Henze oder kleine Klavierstücke von Arnold Schönberg.

Was Stefan Kühnbach besonders an der Musik mag? „Ich schaue gern ein bisschen hinter den Sternenhimmel. Es begeistert mich, von der Harmonie wegzugehen und andere Klangerlebnisse zu haben. Sich darauf einzulassen ist faszinierend.“

KONTAKT

Indaver Germany Group
Borsigstraße 2
22113 Hamburg
Tel: 040 73 35 11 44
stefan.kuehnbach@indaver.de
www.indaver.de



Stefan Kühnbach vor der großen Hochtemperaturverbrennungsanlage der Indaver Group Germany in Hamburg-Billbrook. Hier werden pro Jahr rund 130 000 Tonnen Abfälle aus der Chemie- und Pharmazieproduktion entsorgt. Die entstehende Wärme wird ins Fernwärmenetz eingespeist.

MIT HERZBLUT FÜR DIE HOCHKULTUR

*Seine Begeisterung für Jazz brachte **JONAS HELLBERG** zur Profi Musik Handels GmbH. Dort stieg der gelernte Veranstaltungstechniker bis in die Geschäftsleitung auf und plant nun die strategische Neuausrichtung der gesamten PM Group.*

Text: **Nina Schwarz**

Die Leidenschaft zum Beruf machen, das hat Jonas Hellberg geschafft. Allerdings auf eine andere Weise als einst geplant. Ursprünglich wollte der heute 36-Jährige eine Karriere als Musiker starten. Sein Instrument: das Schlagzeug. Seine Musik: der Jazz. Doch schon bald änderte er seinen Plan. „Ich habe gemerkt, dass ich das Schlagzeugspielen als Hobby behalten möchte, ohne den Zwang zu haben, damit mein Geld verdienen zu müssen“, erzählt er. Also suchte er einen anderen Weg in die professionelle Musikwelt und fand ihn vor gut 15 Jahren. Damals absolvierte er gerade eine Ausbildung zum Veranstaltungstechniker und arbeitete als Lehrling vor allem bei Groß-Events mit. Doch „Materialschlachten“ wie Bravo Super Show, ECHO-Verleihung oder The Dome erfüllten ihn nicht. „Ich hatte Interesse an der Musik, wollte etwas machen, das mich bewegt“, sagt Hellberg. „Ich wollte mit Herzblut dabei sein und Hochkultur machen.“ Noch während der Ausbildung begann er ein Praktikum bei der Profi Musik Handels GmbH, die sich auf Jazz spezialisiert hatte. Später fing er als Techniker an, wurde Projektleiter, Betriebsleiter, stellvertretender Geschäftsführer. 2013 übernahm er das Unternehmen mit Tobias Lange und Marc Schülert. Gemeinsam gründeten sie die Holding.



Vom Praktikanten zum Geschäftsführer: Jonas Hellberg hat es geschafft. Gerade hat die PM Group einen neuen Standort in Billbrook bezogen.

Seitdem hat sich viel getan. Die PM Group vereint inzwischen drei GmbHs unter einem Dach: die PM Blue, die PM White und das PM Systemhaus. Dabei geht es um klassische Veranstaltungstechnik, Systemintegration und Objektbetreuung. In Hamburg gehören das Elbjazz Festival, die Elbphilharmonie und der Flughafen zu den Kunden im Eventbereich. Längst geht es um mehr als nur Musikveranstaltungen. Die 340 Stammkunden stammen aus Kultur, Industrie und öffentlicher Hand. In Wolfsburg und Dresden kümmert sich das PM Systemhaus zum Beispiel um die Betriebsführung, Service und Wartung der Autostadt, der Gläsernen Manufaktur und das Hotel Ritz-Carlton. Die PM White installiert zur Zeit in der Komischen Oper in Berlin, im Staatsschauspiel Dresden und in den Märchenwelten in Hamburg. Zum Jahreswechsel hat die PM Group, die ursprünglich in Lüneburg beheimatet ist, einen neuen Sitz in Hamburg-Billbrook bezogen. Auf 4500 Quadratmetern verteilen sich Büros, eine Lager- und eine Probenhalle. Während die Mitarbeiter per Fahrrad durch Regalreihen düsen, können Künstler nebenan ihre Show testen. Bühne, Küche und Backstage-Bereich inklusive.

Die PM Group wächst – und Jonas Hellberg plant akribisch die strategische Ausrichtung der Gruppe. „Wir wollen nicht gigantisch werden, sondern beweglich bleiben“, sagt er. Und: „Wir müssen noch stärker die Unternehmerrolle ausfüllen.“ Die Bedürfnisse der rund 90 Mitarbeiter liegen ihm besonders am Herzen. „Unsere Branche ist zeitintensiv“, erklärt er. „Da ist es wichtig, dass jeder sich hier auch wiederfindet.“

Entspannung findet Hellberg abseits der Hochkultur. Um den Kopf frei zu kriegen, fährt er in der Mittagspause mit dem Fahrrad und Hund Neo durch die Boberger Dünen. Ansonsten ist der Segler und Kite-Surfer am liebsten an und auf dem Meer.

So viel Leidenschaft in seinem Job auch mitschwingt – Nachteile gibt es dennoch: Konzerte kann er nicht mehr unbefangen genießen. Und bei Event-Locations ist er nur noch schwer zu beeindrucken. Nur einmal blitzt im Gespräch ein Funken Begeisterung in seinen Augen auf. Als er sagt: Die Royal Albert Hall. Bei dem Konzert von Adele. „Da wäre ich gerne dabei gewesen.“

KONTAKT

PM BLUE GmbH/PM White GmbH
Billbrookdeich 210
22113 Hamburg
Tel: 040 54 80 85-0
info@pmbblue.de
www.pmggroup.de

HABEN WOLLEN STATT HABEN SOLLEN.

DER AUDI E-TRON.



Emissionsfrei ja. Spaßfrei nein. Der rein elektrische Audi e-tron.
Jetzt bei uns Probefahrt vereinbaren.

Emissionsfrei fahren: Der neue Audi e-tron elektrisiert mit sportlichem Antrieb, alltagstauglichem Ladekonzept, exklusivem Offroad-Look und beachtlichem Raumangebot. Ebenfalls mit an Bord: ein gutes Gefühl.

Jetzt bei uns erleben.

www.hamburg.audi
Audi Hamburg GmbH

WIR sind **Audi** 
in Hamburg
www.hamburg.audi



Bei individuellen Fernreisen können abenteuerlustige Kunden unter anderem die schönsten Ecken Nordamerikas und Kanadas erforschen.



Geschäftsführer Maximilian Späte und seine 150 Mitarbeiter bieten Full Service für ihre Kunden. Egal, ob Werksführungen bei Airbus oder große Firmenveranstaltungen, das Globetrotter-Team sorgt für unvergessliche Events.

FOTOS: GLOBETROTTER-ERLEBNIS GMBH

HIER KÖNNEN SIE EINE MENGE ERLEBEN

*Ob exklusive Urlaubsreisen, Motorradtrips, Werksführungen oder Firmen- und Familienevents. Die **GLOBETROTTER ERLEBNIS GMBH** bietet ihren Kunden seit 30 Jahren das perfekte Erlebnis bei Reisen und Veranstaltungen.*

Text: **Jörg Marwedel**

Als Kind wollte Maximilian Späte Superheld werden, später interessierte er sich für Berufe wie Privatdetektiv oder Staatsanwalt. Jetzt ist er Geschäftsführer der Globetrotter Erlebnis GmbH. Seit 2016, als der Gesellschafter den damals gerade von seiner Hochzeitsreise aus Hawaii zurückkommenden 30-jährigen Diplom-Kaufmann beförderte und zum Oberhaupt eines Unternehmens machte, das sich mit seinen 150 Mitarbeitern gern als Familie bezeichnet. Seit 2018 hat er das „Du“ zwischen den Mitgliedern zur „Vorschrift“ gemacht – von der Buchhalterin und dem Auszubildenden bis zum Chef. Dem Arbeitsklima hat das, so Späte, gut getan.

Globetrotter, nicht zu verwechseln mit der Outdoor-Firma gleichen Namens, mit der man aber freundschaftlich verbunden ist, bietet seinen Kunden einzigartige Erlebnisse in verschiedenen Bereichen an. Es betreibt neun Reisebüros in Hamburg und Umgebung und eines in Bremen. Da werden individuelle Fernreisen wie auf die Seychellen, Abenteuer Touren und Kreuzfahrtrouten angeboten. Das deckt sich durchaus mit den persönlichen Interessen des Geschäftsführers, der Reisen als ein Hobby nennt, besonders das Erkunden von Nordamerika.

Die Submarke Globetrotter Tours bietet aber auch unter dem Motto „Mottouren“ für Motorradfahrer Touren an. Und nach Hamburg lockt Globetrotter die Touristen nicht nur mit der Elbphilharmonie, sondern auch mit Kriminal-, Pfeffersack- oder Rotlicht-Reeperbahntouren. Solche sehr stark nachgefragten Angebote wurden selbst entwickelt, denn Globetrotter ist längst nicht mehr eine reine Handelsorganisation.

Vor allem aber die Werksführungen bei Airbus und die kreativen Einfälle der Eventmanagement-Abteilung, glaubt Späte, haben das größte Potenzial für die Zukunft des 1989 gegründeten Unternehmens. Die 2004 begonnenen Airbus-Führungen, die neben dem größten Standort Hamburg auch in Bremen und Stade stattfinden, machen inzwischen 40 Prozent des Geschäfts aus. Aus anfänglich 10 000 Besuchern sind mittlerweile 70 000 geworden, und da ist weiterhin Luft nach oben. Das Airbus-Mandat wurde inzwischen bis 2030 gesichert. Auch Werksführungen anderer Unternehmen werden von Globetrotter über das Portal www.werksfuehrung.de vermittelt.

Auch das Eventmanagement wird ein immer wichtigerer Faktor. Dort werden Tagungen und Kongresse von bis zu 1000 Teilnehmern organisiert, betriebliche Veranstaltungen wie Sommerfeste oder Weihnachtsfeiern sowie sogenannte Incentives, also Zusammenkünfte, bei denen sich Gruppen intensiv und individuell miteinander be-

fassen. Solche Team Building-Maßnahmen könnten eine Segeltour sein, Workshops im Dialoghaus in Hamburg, in denen man sich mit Stille oder Zeit auseinandersetzt, Rafting oder der Besuch eines Hochseilgartens. Im Idealfall steht bei einer Veranstaltung eine Vision voran. Solch „einzigartige Erlebnisse haben oft einen großen Einfluss auf die Motivation von Angestellten einer Firma“, sagt Maximilian Späte. Auch deshalb stünden bei den Globetrotter-Werten für die Mitarbeiter Aspekte wie Kreativität und Vielseitigkeit ganz oben.

Besonders stolz ist der Geschäftsführer, der 2017 das beste Ergebnis der Firmengeschichte einfuhr, aber auf den Kauf einer neuen Eventmanagement-Software, mit der Globetrotter einen weiteren wichtigen Schritt vom analogen zum digitalen Unternehmen gemacht hat. Bisher war eine eben erst an alle Projektbeteiligten per E-Mail versendete Excel-Tabelle schon nach zehn Minuten wieder überholt. Bei der neuen Teilnehmersoftware ist

man jetzt immer aktuell – sei es bei den Flügen, den Zu- und Absagen von Gästen und bei den Hotelzimmern. „Das“, sagt Maximilian Späte, „ist ein Quantensprung. Das ist wirkliche Digitalisierung.“

Er selbst, in dessen Büro im sechsten Stock der Alster-City neben einer Spiderman-Ausgabe aus seinem Geburtsmonat und einem New York-Foto auch das Caspar-David-Friedrich-Bild „Wanderer über dem Nebelmeer“ hängt, und wo er seinen Gedanken nachgehen kann, ist einer der modernen Geschäftsleute. Zwar steht Späte als Mitglied der Versammlung eines Ehrbaren Kaufmanns für hanseatischen Kaufmannsgeist. Aber als junger Chef („Das war intern noch nie ein Thema“) hat er durchaus seine eigene Agenda. Er forciert zwar die Digitalisierung, hat aber, wie er sagt, auch ein positives Menschenbild.

Maximilian Späte sieht sich als „Coach und Sparringspartner“ seiner Mitarbeiter, kommt nie mit dem Anspruch, er wisse am besten, wie sie den Job machen sollen. Aber er wolle immer herausbekommen, wie man gemeinsam stets besser werden kann. Das ist wohl das beste Motto für die Zukunft.



KONTAKT

Globetrotter Erlebnis GmbH
Osterbekstraße 90a
22083 Hamburg
Tel: 040 2 78 42-256
zentrale@globetrotter-erlebnis.de
www.globetrotter-erlebnis.de



PROGRAMM

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

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

Weitere Informationen unter www.bch.de

RAUMANGEBOT

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

PARTNERCLUBS

- Bangkok (Thailand)
- Basel (Schweiz)
- Bremen
- Chicago (USA)
- Dubai (U.A.E.)
- Düsseldorf
- Edinburgh (Schottland)
- Frankfurt
- Kapstadt (Südafrika)
- Lagos (Nigeria)
- Leipzig



BUSINESS CLUB

HAMBURG

PARTNERCLUBS

- London (England)
- Luxemburg
- Manama (Bahrain)
- Melbourne (Australien)
- Nairobi (Kenia)
- Prag (Tschechien)
- Stuttgart
- Sydney (Australien)
- Vancouver (Kanada)
- Zürich (Schweiz)

GASTRONOMIE

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

WOCHENENDE

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

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

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

KOOPERATIONSPARTNER

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

PREMIUMPARTNER



www.hl-cruises.de



www.holsten-pilsener.de



www.moet-hennessy.de



www.hawesko.de



www.gira.de

GOLDPARTNER

AMERICAN EXPRESS • GEGENBAUER SERVICES • GUT KADEN GOLF UND LAND CLUB • PHILIP MORRIS

PARTNER DES CLUBS

ABB Allgemeine Baugesellschaft Buck
AEMEDIA
agentur artprolog
agiles Informationssysteme
Airy Green Tech
Alles klar! Veranstaltungsservice
Angermann Real Estate Advisory
Arte Gallery
Audi Zentrum Hamburg
BlockGruppe
BoConcept
bürosuche.de
Clavis International
Copynet Innovationsgesellschaft
CYLAD Consulting
Daily Systemgastronomie
Davidoff
Degussa Goldhandel
Delphi-HR Consulting
designfunktion
Dicide
Drees & Sommer
Dussmann
Engel & Völkers
Essklusiv
FC St. Pauli
Flokke
Fluent
Hamburg@work
HANSA PARTNER Wirtschaftsprüfung

Hanseatische Real Estate Finanz Holding
Hebewerk Consulting
HSV Fußball
ICME Healthcare
IFB Ingenieurbüro für Bautechnik
IT Sicherheit Marc Borgers
IVC GROUP
Klüh Services
Kreuzfahrtberater
Labor Lademannbogen
Living Bytes
LOTOS Rallye
Magellan Travel Services
Mail Boxes Etc. Hamburg Altona
MarConsult
Martina van Kann Fotografie
memberslounge.com
mesonic software
MIKS
Montblanc
Nodes
Nord Event
Nord-Ostsee Automobile
Nordakademie
Nordeck IT
PersonalKontor Kahl & Konsorten
PLAN 8
PM Group
pop-interactive
Positionierungszentrum HH

PricewaterhouseCoopers
PVS berlin-brandenburg-hamburg
Radiopark
ray facility management
Regnauer Fertigbau
Robert C. Spies
rugekrömer Arbeitsrecht
satis&fy
SCHLARMANN von GEYSO
Schmalisch EDV
Silpion IT-Solutions
SMEA IT
STARCAR
step one
TAVAGROUP
Uexküll & Stolberg
Uptime IT
Utz
V3 Business Consultants
v. Rundstedt & Partner
Ventu A/S
Verkehrsrecht Rocke Winter Bachmor
Villa im Heinepark
VRtualX
W4Ilett
Weitkamp Classics
wineBANK Hamburg
Wir für Gesundheit
Wunderkontor Zaubertheater
Zürich International Business School (ZIBS)

Mitarbeiter der Zukunft:
Die NORDAKADEMIE
entwickelt gemeinsam
mit ihren Partnern das
Personal von morgen.



PARTNER FÜR DIE PERSONALFINDUNG

*Durch gezielte Personalentwicklung die Fach- und Führungskräfteücke schließen – das können Firmen mit der **NORDAKADEMIE**. Die Hochschule der Wirtschaft bietet duale Studiengänge und berufsbegleitende Weiterbildung an – und erforscht neue Wege der Eignungsdiagnostik.*

Wie können Unternehmen gute Mitarbeiter finden und langfristig halten? Der Fachkräftemangel ist in nahezu allen Bereichen spürbar, die Personalsuche schwierig geworden. Auch hochqualifizierte Führungskräfte sind rar.

Die NORDAKADEMIE Hochschule der Wirtschaft arbeitet seit mehr als 25 Jahren mit zahlreichen Unternehmen zusammen, um Fach- und Führungskräfte auf höchstem Niveau zu schulen und weiterzubilden. Sie ist damit ein starker und erfahrener Partner in der Personalentwicklung. Das Angebot der größten privaten Hochschule mit Präsenzlehre in Norddeutschland umfasst fünf duale Bachelorstudiengänge, elf berufsbegleitende Masterstudiengänge sowie ein umfangreiches Weiterbildungsprogramm mit Special Topic- und Zertifikatskursen.

Die Kooperationsbetriebe der NORDAKADEMIE profitieren auf vielfältige Weise. Vor allem das frühzeitige Recruiting, das dort ansetzt, wo der Kampf um Talente noch nicht so groß ist, verschafft ihnen einen entscheidenden Vorsprung. Durch die frühe Einstellung der dual Studierenden können diese gezielt entwickelt und auf die Anforderungen des Unternehmens vorbereitet werden. Die Nachwuchskräfte arbeiten direkt im Betrieb mit, die Einarbeitung ist kurz und der Wissenstransfer aus dem Studium ins Unternehmen äußerst wertvoll. Ein Eignungstest der Hochschule unterstützt zusätzlich bei der Suche nach geeigneten Kandidaten.



Wie die Personalfindung mithilfe von neuen digitalen Entwicklungen in der Eignungsdiagnostik noch einfacher, effizienter und schneller gestaltet werden kann, wird an der NORDAKADEMIE ebenfalls erforscht (siehe

Event-Tipp). Fest steht: Mit der Hochschule der Wirtschaft als erfahrenem Partner können Unternehmen sowohl dem Fachkräftemangel effektiv entgegenwirken als auch die Führungskräfteücke schließen.

EVENT TIPP

WIE KÜNSTLICHE INTELLIGENZ UND PSYCHOMETRISCHE TEXTANALYSE ÜBER DIE ZUKUNFT ENTSCHEIDEN.

Prof. Dr. David Scheffer, Leiter des Studiengangs Wirtschaftspsychologie an der NORDAKADEMIE, erläutert, welche Möglichkeiten die KI-gestützte Analyse von Sprach- oder Textdaten bei der Personalsuche bietet.

Dienstag, 20. August 2019
8.00 – 10.30 Uhr
Business Club Hamburg
Elbchaussee 43 · 22765 Hamburg
Anmeldung unter: www.bch.de



Aus Liebe zur Vielfalt

BERND AUFDERHEIDE, Vorsitzender der Geschäftsführung der Hamburg Messe, lud Nils-Kim Porru zum Kochen ins Restaurant Harbour Light ein. Das Ergebnis? Ochsenschwanzpralinen mit zweierlei Püree – und äußerst angeregte Küchengespräche.





Kochen mit hohem Spaßfaktor: Messechef Bernd Aufderheide (rechts) und Nils-Kim Porru in der Küche des Restaurants Harbour Light im Messegebäude am Fernsehturm.

Text: **Alexandra Maschewski** Fotos: **Martina van Kann**

Das dunkelblaue Jackett ist schnell abgelegt, die Ärmel sind rasch hochgekrempelt. Bernd Aufderheide kommt gerade erst vom Flughafen. Von Anspannung jedoch keine Spur bei Hamburgs Messechef – mit Interesse begutachtet er die Zutaten, die Nils-Kim Porru bereits auf dem Küchentresen des Messe-Restaurants Harbour Light ausgebreitet hat. Der Küchenchef des Business Club hat sich Ochenschwanzpralinen mit Spinat- und Selleriepüree an feiner Jus als gemeinsames Projekt ausgedacht. „Gefällt mir gut“, sagt Bernd Aufderheide. „In der Küche bin ich ein Fan von einfachen Sachen.“

Und noch bevor der 60-Jährige dem Profikoch dabei helfen kann, den bereits im Ofen mit Portwein, Madeira, Gewürzen und Kräutern geschmorten, dann fein geschnittenen und gezupften sowie anschließend mit einer Geflügel-Farce und Petersilie abgeschmeckten Ochenschwanz zu Bällen zu formen, überrascht er mit Biografischem. „Kurz vor dem Abitur habe ich regelmäßig im Restaurant eines Freundes meiner Eltern gearbeitet. Sogar meine Kochprüfung hätte ich im Herforder Felsenkeller machen können“, erzählt der gebürtige Ostwestfale. Weil die Entscheidung dann doch zugunsten des Abiturs gefallen sei – durchaus schweren Herzens, wenn man den schelmischen Blick richtig deuten mag – sei es bloß beim „ernsthaft betriebenen Hobby“ geblieben.

Ein Hobby allerdings, das auch heute noch einen festen Platz im Leben von Bernd Aufderheide hat, der seit 15 Jahren für die Hamburg Messe und Congress GmbH tätig ist – zunächst als Geschäftsführer und seit nunmehr zwölf Jahren als Vorsitzender der Geschäftsführung. Am heimischen Esstisch kann dieser in schöner

Regelmäßigkeit sogar einen ganz besonderen Gast begrüßen: „Ich hatte das Privileg, im Rahmen der INTERNORGA Johann Lafer kennenzulernen. Mittlerweile haben wir uns intensiv angefreundet.“ Und so komme der beliebte TV-Koch von Zeit zu Zeit mit ein paar Zutaten vorbei, um mit diabolischem Lächeln zu fragen: „Und? Was machen wir jetzt daraus?“

An diesem Tag ist es Nils-Kim Porru, der den Takt angibt: Die Ochenschwanzpralinen, von der Größe her eher mit einer Rumkugel vergleichbar, werden paniert und dann ausgebacken. Wäh-



Das Auge isst mit: Ochenschwanzpralinen mit einer Haube aus Spiegelei und gerösteten Schalottenringen.

rend diese abkühlen, geht es an die Zubereitung der beiden Püree-Variationen. Porru hat bereits Blattspinat à la Crème gekocht, der nun in speziellen Metallbechern sehr fein püriert wird. „Den Knollensellerie habe ich zuvor in Würfel geschnitten und kurz gegart, damit sich die Bitterstoffe verflüchtigen. Danach kommen diese mit Rosmarin, Thymian und etwas Butter in den Ofen“, erklärt der 40-Jährige. Nach dem anschließenden Pürieren müsse nur noch mit Salz und Pfeffer sowie ein wenig Butter und Muskat abgeschmeckt werden. Ob sein

Küchenpartner ihm beim Anrichten helfen könne? „Da bin ich eher schlecht drin“, gibt Bernd Aufderheide zu, während er die Portwein-Jus verteilt. „Das Auge isst bei mir so intensiv nicht mit.“ Trotzdem gibt sich der Hobbykoch größte Mühe, den Gaumen- auch in einen Augenschmaus zu verwandeln. Dazu müssen auch noch Spiegeleier zubereitet sowie fein geschnittene und mit Salz, Pfeffer und Paprika gewürzte Schalottenringe mehliert und in der Pfanne geröstet werden. Letztgenannte Zutaten dienen als deftiges Topping.



Der Hausherr und sein Gast Nils-Kim Porru verstanden sich auf Anhieb und plauderten beim Essen angeregt über Sterneküche und Hausmannskost.

„Nichts ist schlimmer als schlechte Zutaten“, sagt Bernd Aufderheide und gerät ins Schwärmen. Der Messechef, der seine Ferien regelmäßig in der Normandie verbringt, liebt die bodenständige französische Küche. Und kann so wunderbar anschaulich von frischer, in Pergament eingeschlagener Butter, von gebratener Blutwurst oder von mit Calvados flambiertem Kalbsschnitzel erzählen, dass dem Zuhörer unweigerlich das Wasser im Mund zusammenläuft. Nils-Kim Porru zeigt sich äußerst angetan von der Vorliebe des Hobbykochs, bestimmte Gerichte direkt in der gusseisernen Pfanne zu servieren. Und kontert mit einem Rezept seines italienischen Vaters für sautierte Pilze, die mit geröstetem Brot verspeist werden.

Während beide noch über den passenden Wein fachsimpeln und das feine Mittagsgeschäft zu ihrem Tisch tragen, der einen eindrucksvollen Panoramablick Richtung Sternschanze gewährt, ist man plötzlich beim Du. Diese Geste überrascht kaum – Bernd Aufderheide ist alles andere als präventiv. Passend also, dass er ebenso gern das französische Restaurant „Petit bonheur“ in der Neustadt besucht wie seine Lieblingscurrywurstbude ganz in der Nähe des Messegeländes. „Dem Ostwestfalen unterstellt man ja gemeinhin eine gewisse Sturheit, aber schon meine Mutter hat mir beigebracht, immer alles zu probieren.“

Ein Wesenszug, der gerade in seinen Auslandsjahren, in denen er ebenfalls Führungspositionen bei verschiedenen Messegesellschaften inne hatte, von Vorteil gewesen sei. „Als meine Frau und ich in Singapur heirateten, wo ja kulinarische Einflüsse unterschiedlichster Ethnien miteinander verschmelzen, rieten mir meine Brüder, Kartoffeln für meine Eltern zu besorgen“, erzählt Bernd Aufderheide. „Doch sogar die zwei waren so begeistert von der gebotenen Vielfalt, dass meine Frau und ich später fünf Kilo Kartoffeln zu Reibekuchen verarbeiten mussten.“

Ursprünglich hatte der Herforder einmal Marineoffizier werden wollen. Nach dem Studium der Volkswirtschaftslehre und der anglo-amerikanischen Geschichte machte Bernd Aufderheide ein Praktikum bei der Kölner Messegesellschaft – und ist nun seit mehr als 30 Jahren einer Branche treu, die nicht nur extrem abwechslungsreich, sondern auch sehr international ist. Eine Branche, an der ihn besonders auch „das ideologiefreie Miteinander“ fasziniert. „Meiner Meinung nach haben Messen einen hohen politischen Sinn, weil sie auch viel mit Völkerverständigung zu tun haben.“ 2018 veranstaltete die Hamburg Messe und Congress GmbH, zu der mehr als 300 Mitarbeiter gehören, rund 60 Messen und weitere Veranstaltungen. „Wir sind vielleicht nicht der größte Veranstalter, aber wir sind sehr spezialisiert“, sagt Bernd Aufderheide, der sich nicht nur für Leitmesse wie die Internorga oder die WindEnergy Hamburg begeistern kann, sondern sich auch über weniger konventionelle Events wie die „Online Marketing Rockstars“ (OMR) freut. Tatsächlich hat der vielbeschäftigte Messechef noch einige



Anrichten in der Messeküche: Aufderheide geht Chefkoch Porru zur Hand.



Hobbykoch mit einem Faible für gute Rotweine: Bernd Aufderheide.

Bernd Aufderheide,

ist seit Januar 2004 Geschäftsführer der Hamburg Messe und Congress GmbH (HMC). Im April 2007 übernahm der heute 60-Jährige den Vorsitz der Geschäftsführung. 2018 konnte die Gesellschaft mit über 60 Veranstaltungen einen Jahresumsatz von 104,3 Millionen Euro verzeichnen. Zu den Leitmesse, die in den elf Hallen mit 87 000 Quadratmetern Ausstellungs- und noch einmal 10 000 Quadratmetern Außenfläche stattfinden, gehören die INTERNORGA mit etwa 96 000 Besuchern, die WindEnergy Hamburg sowie die SMM – the leading international maritime trade fair. Ein wichtiger Unternehmensbereich ist auch das derzeit wegen umfangreicher Modernisierungsarbeiten geschlossene CCH – Congress Center Hamburg, dessen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gerade erst federführend die Rotary International Convention mit mehr als 25 000 Menschen aus 170 Ländern auf dem Hamburger Messegelände umgesetzt haben.

weitere Ämter inne: Er steht diversen Branchenverbänden vor und ist zudem noch ehrenamtlicher Handelsrichter in seiner Wahlheimat. „Wenn etwas Spaß macht, dann empfindet man es auch nicht als Belastung“, sagt er.

Damit ihm privat das Bekochen von Gästen nicht zur Last wird, bevorzugt er eine Runde von nicht mehr als acht Personen: „Ein überschaubarer Kreis – und vielleicht ergibt sich am Ende ja sogar noch eine kleine Skatrunde.“ Wo der Hobbykoch sich Tipps holt, wenn gerade nicht Nils-Kim Porru oder Johann Lafer an seiner Seite sind? „Ich habe von meiner Mutter das ‚Kochbuch für die deutsche Hausfrau‘ bekommen. Herrlich! Man erfährt Grundlegendes und hat stellenweise auch noch etwas zu lachen.“ Gerade habe er diesen „Familienschatz“ an seinen Sohn weitergegeben.

Als sich Bernd Aufderheide später vom Küchenchef verabschiedet, verabredet man sich lose für ein Treffen an der Elbchaussee – der Kochfan möchte gern einmal das Reich des Profis sehen. Und so wie man den Messechef erlebt hat, kann man sich ziemlich gut vorstellen, dass es mit dem Wiedersehen klappt.

Alexandra Maschewski ist freie Journalistin und schreibt besonders gern über Lifestyle-Themen. Ihre Geschichten erscheinen in der Welt am Sonntag, im Hamburger Abendblatt und in Die Stilisten.



Géza



... BITTET ZU TISCH

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

Bei der Fluent AG ist alles im Fluss. Gründer Géza Unbehagen und Partner Daniel Frericks sitzen mitten im Geschehen ihrer Agentur – und das immer zusammen. Ihren runden Schreibtisch haben sie eigens für das gemeinsame Arbeiten im Büro anfertigen lassen. Unbehagens ständiger Begleiter ist der analoge Timer. „Damit arbeite ich von Anfang an. Für mich ist es eine Mischung aus Organizer, Notizbuch und beruflichem Tagebuch“, erklärt der Oldtimer-Fan. Auch seine weiße Kaffeetasse ist immer in Reichweite. „Im Büro trinke ich nur Espresso, nur aus dieser Tasse. Sie ist ein echtes Unikat.“ Die Tasse ist das persönliche Geschenk einer ehemaligen Mitarbeiterin, die die Firma verlassen hat, um im Handwerk zu arbeiten. Sie hat die Tasse getöpft und ihrem Chef zum Abschied geschenkt. Die schwarze Tafel mit wei-

ßer Schrift hinter Géza Unbehagens Arbeitsplatz hat eine besondere Bedeutung für ihn. „Es ist ein Gedicht mit einigen sehr persönliche Zeilen, das unsere Mitarbeiter zum sechsten Geburtstag unserer Agentur getextet und vorgetragen haben“, erzählt der 48-Jährige. Für den Fall, dass es ihm am Round Table einmal zu laut wird, setzt Géza Unbehagen einfach die „Mickymäuse“ auf. Die Ohrenschützer, die eigentlich zum Lärmschutz auf Baustellen verwendet werden, sorgen dann für absolute Stille. „Sieht blöd aus, aber hilft“, sagt er lächelnd.

Géza Unbehagen ist seit 25 Jahren im Kreativ-Business tätig. Nach Jobs in verschiedenen Führungspositionen von Springer & Jacoby und Saatchi & Saatchi gründete er 2013 mit seinem Freund Andreas Bahr die Fluent AG, eine Marketing-agentur für das digitale Jahrhundert. Kontakt: hallo@fluent.ag

WIRD AM BESTEN
ZU ÜBERRASCHUNGEN
SERVIERT.

BE
PREPARED



Veuve Clicquot *Let life surprise you*

Free to act as young as you feel.

Only here



One&Only

BEACH RESORTS | URBAN RESORTS | NATURE RESORTS | PRIVATE HOMES

AUSTRALIA DUBAI MALDIVES MAURITIUS MEXICO RWANDA SOUTH AFRICA

English Lounge

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



AN AMERICAN IN HAMBURG

*The US communications consultant and president of The American Club of Hamburg **DAVID ZELLER** takes the club! questionnaire and admits to being impressed by the concept of Feierabend.*



**“MALAYSIA
CONTINUES
TO EVOLVE
AND EMBRACE
CHANGE”**



**THE CITY
UNIVERSITY
CLUB IN LONDON:
A LUNCH DATE
WITH HISTORY**

“We need a strong dialogue”

*The president of The American Club of Hamburg, **DAVID ZELLER**, believes in the power of networking and close ties - and knows how to tackle Heimweh in Hamburg.*

How many people work for your company in Hamburg? Do you expect this number to change?

Back in 2005, I opted to go solo and incorporate a company to be able to work with partners around the world on a project basis. In this way, I maintain a low overhead, passing on savings to customers, while staying agile to adapt to the quickly changing, disruptive technology landscape.



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

The development of virtual communications was long a dream of mine that has become reality, allowing us to speak face-to-face, in real time, regardless of the geographical distances. And now, as AR and VR are developing, combined with the advent of speedy 3-D printing, a client can quickly hold in their own hands newly develop concepts, to give them the next killer applications for their businesses.



How was 2018 for your company and what do you expect for the future?

In recent years, I focused on projects that utilized my global network. In 2018 I successfully completed 5 years of work in the World Cities project for the European Union for sustainable urban development. In 2018 I also completed a project to produce regional conferences globally for the pulp and paper industry, growing attendees by 30% and sponsorship by 40% over the previous year.

Are there any differences between working life between Germany and back home?

My first reaction after coming to Germany was that work here takes very long to be completed. But this seems to fit with the client expectations. In New York, everything is a rush, and the client wants to see first concepts by tomorrow. Anyone coming from the US is struck at how Feierabend is respected in the office!

Which characteristic do you value most in your employees?

Talent, optimism, humor and fun, honesty, professionalism, blue-ocean and black-box thinking.

What do you appreciate in having Hamburg as the location for your company?

Hamburg is a friendly and easy-going city, as far as German cities go. Clients from abroad are always pleasantly surprised with the atmosphere and accessibility around town.



What was the last business achievement that makes you proud?

I was proud to win a recent VW Group tender over 12 competing agencies, to be the Brand Auditor of the new Corporate Identity and Corporate Design for 3000 Skoda dealerships in 30 countries. It was the most successful rebrand in the automotive industry, a complete new look-and-feel for the customer experience. Anyone who has recently seen a Skoda dealership is struck by the beautiful new showrooms, truly the envy of all other car brands.

Where do you consider home?

Well, part of my heart can be found between New York, California and Brazil. Yet, since I have lived in Hamburg for many years, my wife being from Germany, our child born here, I would say Hamburg is my home.



What did you want to become when you were a child?

As a child, my dream was to be an athlete. At university, I did physics, largely because of my childhood memories of the astronauts landing on the moon. After graduating, I felt the calling to work more creatively. So, I went to Manhattan and joined a 5th Avenue creative agency. Later, I decided to go solo. It is the mix of creativity, technology, networking and investment that excites me.



What do you particularly like about Hamburg?

Hamburg has a lot of water and greenery, which are appealing. People are generally friendly and

when I return to the city after a trip, I am impressed with how quiet it is. Even in a restaurant, people are not loud. I try using my bike and U-bahn to get around the city as much as possible. It is surprising how nice these two options are.

Is there any charity that you support?

I have dedicated over a decade to supporting The American Club of Hamburg e.V., an association of about 200 members, maintaining close ties politically, socially and culturally between Hamburg and the U.S. The U.S. and Germany fought in two major wars last century. It is my belief that we need to maintain a strong dialogue in order to avoid a repeat of this fate. People are afraid of what they don't know. Getting to know one another and networking is healthy for reducing international tensions, and good for business.

Your job is very time-consuming ... What is your idea of a perfect weekend without work?

On weekends, I enjoy coaching my youth soccer team from Niendorfer TSV. Or taking a short drive to Sankt Peter Ording with my wife, boy and our beagle Sunshine, playing on the beach.



DAVID ZELLER

Born in New York, raised in California, David Zeller is fluent in Spanish, German, English and Portuguese and conversant in Italian and French. He holds a degree in physics from the Claremont Colleges. For the past 20 years he has worked in the area of international business development and communications, advising public authorities and enterprises in Europe, North America, South America and Asia.

Where do you like to spend your vacation?

Every summer we rent a house on Airbnb in a different location. Either near a beach or with a big pool. The last few years have included Brittany, Corsica, Languedoc, Piemonte. We never fly, because the European road trip experience is part of the fun, overnighing in picturesque places along the way, like Colmar, Baden-Baden and Speyer.

Who would you like to have dinner with?

Difficult, but I'll name a living person, since dinner is within the realm of possibility: Noam Chomsky. His unique perspective on linguistics, history and the current state of things is amazing.

What's your favourite restaurant in Hamburg?

There are so many great restaurants in Hamburg to choose from. If I am wearing a suit, then I enjoy Apples at the Park Hyatt for its great food and lovely service. On the weekend, we enjoy lunching on seasonal dishes at the newly opened Hobenköök by star chef Thomas Sampl. And, Mexikostrasse has tasty food – to satisfy my Heimweh for California.



“Our country is a multicultural melting pot of Asia”

*The Ambassador of Malaysia, **H.E. SARAH NAVA RANI AL BAKRI DEVADASON** talks about the economic advantages of her country, unique travel destinations and the importance of the palm oil industry for Malaysia.*

Interview: **Enrico Blasnik**

DM: Excellency, on 9 May 2018 there was a turning point in your country. The party alliance “National Front” (Barisan Nasional) was voted out after 61 years in power. What successes has the new alliance “Pakatan Harapan” had so far?

H.E.: I believe the real success story behind the unprecedented change of government in Malaysia after a period of 61 years is the demonstration of the strength and will of the people of Malaysia for change. It is a testament to the maturity of democracy in Malaysia. Despite pessimism by critics, the new government was swiftly and peacefully formed.

Led by Prime Minister Tun Dr Mahathir Mohamad, Pakatan Harapan has pledged to strengthen good governance and the economic standing of the country by restructuring of institutions as well as reviewing approaches and strategies. Focus is given to measures aimed at stimulating economic growth, improving investor confidence, strengthening human capital and ensuring inclusive development where no one is left behind in benefiting from growth. The new government is also serious on working towards greater transparency and enhancing the efficiency of public services.

Social well-being and enhancing the quality of life of the people is a top priority. Among others, immediate steps include increasing the minimum wage, introducing specific medical schemes for the lower income group, establishing a financial contribution scheme for housewives and single mothers, strengthening mechanisms for women empowerment, enhancing child care and protection as well as improving delivery systems to the people.

Last October, your Prime Minister Mahathir Mohamad spoke of Malaysia’s willingness to engage more internationally. What are the most important issues here for the future?

Even at the offset of its independence in 1957, Malaysia has pursued an independent, principled and pragmatic foreign policy, founded on the values of peace, humanity, justice, and equality. Our foreign policy is founded on the strong and friendly relations with other countries and its commitment to the multilateral system. Under the present leadership, Malaysia continues to promote a forward-looking and pragmatic foreign policy that

facilitates trade, attracts foreign investment as well as projects Malaysia as a stable and peaceful country.

Malaysia also advocates the “Prosper thy neighbour” policy to enhance economic relations and cooperation with neighbouring countries and other parts of the world. In terms of technical cooperation, Malaysia works with other countries by sharing its experience and knowledge through various foreign policy mechanisms. These include the Malaysian Technical Cooperation Programme (MTCP), the Langkawi International Dialogue, bilateral assistance.

As a member of the UN, Malaysia is fully committed to multilateralism in advancing global peace, security and prosperity. Malaysia’s record in peacekeeping operations under the UN, four tenures as a non-permanent member of the UN Security Council (the most recent in 2015-2016) and memberships in other UN bodies, demonstrate its dedication to contribute to the efforts of the international community towards global peace and security.

Economic relations between Malaysia and Germany are very close. Hundreds of German companies are represented in your country. What makes Malaysia so attractive for investment?

The economic relations between Malaysia and Germany have always been strong. Germany is our largest investor from the EU. Since 1980 to September 2018, there have been 589 manufacturing projects with a total investment worth 9.1 billion Euro. These projects continue to generate thousands of jobs.

I believe one of the main attractions of Malaysia to investors is the fact that we continue to evolve and embrace change through our business friendly policies and infrastructure. From a country dependent on agriculture and primary commodities, Malaysia has become an export-driven economy spurred on by high technology, knowledge-based and capital-intensive industries. Currently, we are working towards Industry 4.0 as the next phase of evolution in the manufacturing sector.

On 31 October 2018, Prime Minister Mohamad launched our National Policy on Industry 4.0, or in short known as “Industry4WRD”. Industry4WRD aims to strengthen Malaysia’s capabilities as a destination for high-tech investments. The policy envisions Malaysia as a strategic partner for smart manufacturing, →



“Malaysia is a stable and peaceful country”



PHOTOS: MOHAMED EL-SAUAF

Al Bakri Devadason studied law at the University of Malaya. Prior to joining the Ministry of Foreign Affairs, she worked for Malaysia Airlines and the Ministry of Defence. She became the country's ambassador to Germany at the end of 2017.



Envoy Rus Shazila Binti Osman, H.E. Sarah Nava Rani Al Bakri Devadason and Minister Counsellor Mohd Shahafeez Shaharis

a primary destination for high-technology industries and a total solutions provider for the manufacturing sector in the region.

With Malaysia's well-developed infrastructure and connectivity, foreign companies have much to gain in terms of capturing growth opportunities and immediate market access. Even though Malaysia is only a population of 32 million, when you are in Malaysia, you are in the middle of a region of 640 million people. We encourage investors to leverage on Malaysia as a gateway and hub to the wider ASEAN region. ASEAN provides an effective platform for investors to utilise and maximise its value chain.

China's "Belt and Road Initiative" would have both economic and geopolitical effects on Malaysia. How does your government assess the new Silk Road project?

Malaysia remains supportive of the Belt and Road Initiative (BRI) presented by President Xi Jinping in 2013. We believe that the massive transcontinental development project could serve as a catalyst for the next phase of growth in the global economy. Malaysia believes that the open, fair and inclusive Belt and Road Initiative could strengthen regional connectivity, boost trade ties, and create greater economic opportunities in the region.

BRI is significant for Malaysia as it will not only enhance trade

with China, but will also widen the market access for Malaysian products and services to other countries along the Belt and Road. Our strategic geographical location at the centre of Southeast Asia and between Europe and China as well as the close cultural, linguistic and even culinary links that we share with China has given Malaysia a significant advantage in the region.

Malaysia is one of the world's largest producers of palm oil. Unfortunately, tropical rainforest are being cleared. Does your government take into account the sustainable consequences of deforestation for the ecosystems?

The palm oil production has often been blamed for deforestation in Southeast Asia. However, this does not do justice to on-going conservation efforts in Malaysia by the authorities and non-governmental entities, as well as regional and international organisations. In fact, UN statistics indicate that in the last 25 years, 195 million hectares of forest have been cleared. Less than 4 percent of that can be attributed to the area for oil palm compared to livestock and other oil seeds. Oil palm has the least land use yet produces the highest yield. Oil palm's average yield of 4 tons of oil per hectare per year is 4.3 times higher than rapeseed, 5.4 times higher than sunflower and 10 times higher than soybean. In addition, Malaysia has been successful in its efforts to increase its palm oil yield through research rather than on expansion of oil palm plantations.

In Malaysia, the palm oil industry is at the centre of efforts towards poverty eradication through oil palm plantation schemes by the Government. Contrary to the biased perception that the Malaysian palm oil industry is run by business corporations, 40 percent of the 5.81 million hectares of planted acreage in Malaysia are actually managed by 650,000 small-holder farmers. It is one of the most successful poverty eradication plan by the Government as palm oil industry provides employment for about 15 percent of Malaysian labour force. Malaysia has also stepped up efforts to ensure mandatory certification of our entire palm oil supply chain by end 2019 using the Malaysian Sustainable Palm

DIPLOMACY & BUSINESS

EVENT TIP

Business Club Hamburg is hosting an exclusive dinner event with Her Excellency Sarah Nava Rani Al Bakri Devadason, Ambassador of Malaysia to Germany. Topics will include German-Malaysian business relations, China's "Belt and Road Initiative", the Malaysian Technical Cooperation Program (MTCP) and the five UNESCO World Heritage sites in Malaysia.

Wednesday, February 5th 2020, 7pm
Business Club Hamburg, Elbchaussee 43, 22765 Hamburg
Please contact us to reserve seats: www.bch.de

Oil (MPSO) certification as our national standard. Malaysia has also put in place regulations and initiatives related to the conservation and safeguarding of our forests and biodiversity. Malaysia has strictly maintained 55 percent of its land area under forest cover which is beyond the commitment made at the 1992 UN Earth Summit in Rio de Janeiro, to retain at least 50 percent of our land area under forest cover. Furthermore, Malaysia recently started implementing the 'Central Forest Spine' (CFS) Master Plan with the objective of establishing a contiguous forest network linked through ecological corridors in the peninsula. At the regional level, Malaysia is implementing the 'Heart of Borneo Initiative' aimed at conserving 20 million hectares of forest within Malaysia, Indonesia and Brunei.

Tourism is an important economic pillar for Malaysia. This year Malaysia is even the partner country of the international tourism fair ITB in Berlin. As a tourist in your country, what do I really have to look at?

Tourism has become an important sector for Malaysia's national growth and economic development. In 2017, tourism revenue contributed 14.9 percent to Malaysia's economy. The direct contribution of the tourism industry to the nation's GDP recorded 6.1 percent with a value of 18.3 billion Euro. Despite the distance between Malaysia and Germany, we recorded 98,377 German tourist arrivals to Malaysia in 2018.



The great thing about Malaysia is that whatever travel means to you, you can find experiences here that will fulfil all your wildest, travel-related dreams. Malaysia has 14 states and each offers a unique experience related to culture, nature, the variety of delicious cuisines or its friendly people and their hospitality.

Our country is a multicultural melting pot of Asia, with strong influences from the Malay archipelago, China, India and the rest of Southeast Asia, you will be mesmerized by the fusion of influences. Malaysia hosts five UNESCO World Heritage sites namely Lenggong Valley, Mulu National Park, Kinabalu Park, Georgetown and Malacca. These sites are known for their biodiversity, archaeological, historic and cultural value.

As a metropolis, Kuala Lumpur is one of the most vibrant cities and has everything you would hope to see and experience with a unique Malaysian character. One will be able to sample many delicious dishes at affordable prices, spend time in bustling shopping centres, have the interesting experience of haggling at market bazaars, go up the famous Petronas Twin Towers for a wonderful view of the city, and ride the KL Monorail for easy access to every part of the city. Kuala Lumpur is also a great starting point for day trips to other interesting destinations such as the ancient Batu Caves, historical state of Melaka, nearby theme parks, beaches and nature getaways.

Malaysia is also the home of exotic wildlife such as the proboscis monkey and orang-utans. It is the best place to see these incredible animals in the wild. One can head over to Borneo to see the charismatic orang-utan in the jungles of Sepilok, Sabah and the Semenggoh Nature Reserve in Sarawak; trek up Mount Kinabalu for an amazing jungle experience and visit remote villages; view vast green paddy fields of Kedah; and enjoy the

unique flora and fauna found in the Belum Forest Reserve, Taman Negara National Park and Kilim Geoforest Park.

If you want adventure, explore the caves at the Mulu National Park, trek through the tea plantations of the Cameron Highlands, bungee jump at Sunway Extreme Park, white water rafting at Kuala Kubu Bharu and snorkelling or scuba diving at the many spots off the Peninsula or the coast of Sabah.

Germany is your first stop as an Ambassador. Did you imagine the job, the people and the country that way?

I have always imagined Germany as an open and advanced, modern country. I have also admired the rich historical background of Germany that reflects the strength and resilience of its people.

Through my interaction with many, be it with the political, business or academic circle as well with government officials, I find that Malaysia and Germany share the same perspective of constructive cooperation and collaboration in achieving mutually beneficial outcomes.

They are cordial and forthcoming in accommodating requests for meetings, discourse, exchange of information and sharing of best practices. I am also very fortunate to have an excellent team of colleagues at the Embassy here in Berlin and our Consulate in Frankfurt as well as two very dedicated honorary consuls, Datuk Edgar E. Nordmann in Hamburg and Senator Datuk Dr Helmut Baur in Stuttgart. They have been a tremendous help over the past two decades and during my tenure have helped me in ensuring the smooth discharge of my responsibilities as ambassador towards promoting Malaysia

“Germany is our largest European investor”

and enhancing Malaysia-Germany bilateral relations and cooperation.

As a diplomat in Berlin, I find that my work here in Germany is also made easy by the positive and welcoming attitude of the people that I have been fortunate to interact with, including from among the diplomatic corps. I look forward to building more meaningful relationships with many others throughout my tenure here.

Excellency, thank you for the talk.

This interview was kindly provided by **Diplomatisches Magazin**, a Berlin-based monthly journal for the international diplomatic community. More information: www.diplomatisches-magazin.de

MALAYSIA

Official name: Republic of Malaysia

Capital: Kuala Lumpur

Area: 330,803 km²

Population: 32.1 million

Population density: 92 inhabitants per km²

Official languages: Malay, English

Government: Federal parliamentary elective constitutional monarchy

Head of state: Abdullah Sultan Ahmad Shah

Head of government: Dr Mahatir Mohamad

National anthem: Negaraku

BUILDING BRIDGES BETWEEN GERMANY AND THE U.S.

*The New York Times' Berlin correspondent, **MELISSA EDDY**, came to Business Club Hamburg to speak about her work at the paper and the challenges the media face from the "fake news" controversy.*



Melissa Eddy (left) and Presenter Jiffer Bourguignon (right) in the Business Club Hamburg.

Text: **Fiona Sangster**

On March 20, Business Club Hamburg hosted an evening event with Melissa Eddy of The New York Times. The evening was organised in cooperation with the RIAS Berlin Commission, a binational organization for the promotion of German-American understanding in the field of broadcasting. Amongst others, RIAS is hosting exchange programs for broadcast professionals and providing grants for radio and television productions contributing to a better knowledge about and understanding of the USA and Germany.

The Club invited her to talk about her career and her work. In the enlightening Q&A session, Jiffer Bourguignon, a Hamburg-based American who worked as an editorial assistant in SPIEGEL bureau Washington, spoke to Melissa about what brought her to Germany, what it feels like to straddle two different cultures, the role of journalism in the "post truth" world, the threat posed to the free press by Trump's White House, the impact of US tariffs and sanctions on Europe as a whole and Germany in particular.

Melissa likened the work of a foreign correspondent to building bridges to help two cultures understand each other. Her work provides cultural and political context that readers in the US may not be familiar with and allows them to experience a side of Germany. As a long-serving correspondent, she explained that it can be difficult to maintain an outsider's perspective, so she travels to the US frequently and keeps an ear on the ground by speaking with friends and family.

One of the recurring topics of the evening was Donald Trump, the US president who has repeatedly referred to the press as the enemy of the people. Melissa is deeply concerned about this development: "The press, which as the fourth estate provides a power balance to the White House, is being called into question with a vehemence that we have never seen before." The New York Times has come under particular attack from the president, but Melissa pointed out that subscriber numbers spike after each broadside in a response that has been called the Trump Bump. She also put the attacks in a broader context: "Leaders around the world are taking Trump's lead and attacking the media: it's scary." So how should the press cover Trump? "The NYT has at its core a mission to reporting truthfully and honestly, based on sources that we can back up. That has not and will not change."

Other topics included trade tariffs on German cars and the potential implications for Republican voters in the swing states, the Nord Stream gas pipeline and the threat of sanctions, whether Germany should be paying more for NATO, and the implications of Huawei and the 5G network.

There was also time to look past the current White House to the 2020 election: Melissa was pleased to see that the field of candidates for 2020 includes so many women: "Now, female politicians are being talked about in terms of their policies, and not just their gender. That is a promising shift."

The audience were able to ask questions before being invited to tour of the club premises. The evening concluded with an informal get-together with wine and food – and the welcome opportunity to chat to The New York Times' long-standing correspondent and build even stronger bridges.

PROFILE

Melissa Eddy has been the Berlin Correspondent for The New York Times since January 2012. Before that, she covered Germany for The Associated Press. Melissa launched her career in journalism at the AP's Vienna bureau in 1997.

She is a native of Minnesota and holds a Master of Science in journalism from Columbia University, and a B.A. in English and French from Bucknell University. Since 2016 she has been a board member of the RIAS Berlin Commission.

Diplomatisches Magazin

est. 1959

Seit 60 Jahren begleitet das DIPLOMATISCHE MAGAZIN die Diplomatische Community in Deutschland.

Von der Waterkant bis zum Alpenrand sind wir das führende und einzig monatlich erscheinende Premium-Magazin für Diplomatie, Internationale Beziehungen, Business & Lifestyle.

DIPLOMATISCHES MAGAZIN Is Accompanying the Diplomatic Community in Germany for 60 Years.

From the Sea to the Edge of the Alps, We Are the Leading and Only Monthly Premium Magazine for Diplomacy, International Relations, Business & Lifestyle.

**BASED IN BERLIN.
AT HOME ALL OVER THE WORLD.**



www.diplomatisches-magazin.de

AN ENCOUNTER WITH HISTORY IN LONDON

*Close to the heart of London's City, a place where the past and the glittering, lucrative present rub shoulders, **CITY UNIVERSITY CLUB** bridges the divide between the future and a genteel heritage.*





The club at the heart of London's financial district is the perfect place for lunch and drinks.

Text: **Fiona Sangster**

London is an ever-changing city, with new restaurants and bars popping up, only to disappear just as fast. In this whirlwind city, continuity can be a bit of a luxury. How pleasing, therefore, to encounter one of the city's long-established private members' clubs in one of the oldest parts of London, a district steeped in history.

After 112 years in one spot, City University Club moved to new premises last year and joined forces with an equally renowned establishment, Lloyds Club, which was faltering. The merger under the name City University Club enabled both clubs to take a decisive step into the future while still firmly retaining their traditional values and ethos.

City University Club of London was founded in 1895 by Oxford and Cambridge graduates who wanted a lunch club in the City. With membership originally limited to alumni of the two universities, the club later opened its gates to admit members who had not passed through the hallowed halls of Oxbridge. Now, the club prides itself on its wider membership, embracing both sexes and many professions.

Lloyds Club was founded in 1920 and served its members at several locations before moving to the City to occupy a beautiful listed building. The clubhouse is built on the site of a monastery of an order that emerged in the thirteenth century and disappeared roughly 300 years later. The monastery was destroyed in the Great Fire of London in 1666, but the name of the order lives on in the address of the clubhouse: 42 Crutched Friars. The building erected here after the fire has served as a club and offices for over two centuries. At the beginning of 2018, City University

Club merged with Lloyds and moved here from its previous address. The merger has been a boon, providing access to larger premises at the heart of the City: the clubhouse is approximately 300 yards east of the insurance bourse Lloyd's and a similar distance from the Tower of London, the Bank of England is within walking distance. With a location like this, it is little surprise that the club's members are predominantly from the commercial and professional businesses with an emphasis on insurance and financial services.

City University Club is primarily a luncheon club, and as such the dining facilities and bar form its true heart. The formal restaurant with silver and crisp linen serves seasonal menus featuring contemporary and traditional cuisine, along with a good selection of fine wines. The Brasserie offers the same high standards, but in a slightly more relaxed atmosphere and perhaps with a more Asian influence on the cuisine. The cosy and inviting bar serves wine, spirits and cocktails, and is the perfect place for a post-lunch or pre-dinner drink. A wide range of

sandwiches and snacks is also available. Although it has firmly arrived in the 21st century, the club abides by its old traditions and standards and aims to promote an atmosphere that is both formal, friendly and business related. However, mobile phones and business papers are discouraged. Suitable attire is also expected: gentlemen should wear jackets and ties, while ladies are expected to dress appropriately. The clubhouse also has a choice of private meeting rooms for meetings away from the office; full secretarial services, WiFi →



Valuable artworks decorate the rooms, adding to the genteel atmosphere



Addresses change, but the club's *raison d'être* remains, providing members with a comfortable and elegant environment in which to relax and entertain



GUT KADEN

TAGUNG INSPIRATION ATMOSPHÄRE

IHRE
INDIVIDUELLE
TAGUNG

HERZLICH WILLKOMMEN.

Nur wenige Kilometer von Hamburg entfernt, verlassen Sie das geschäftige Treiben und tauchen ein in die Gelassenheit und Ruhe von Gut Kaden. Eine international anerkannte 27-Loch Golfanlage, ein Gästehaus mit 40 großzügigen und Liebe zum Detail eingerichteten Zimmern, kulinarische Momente im historischen Gutshaus und Tagungsmöglichkeiten für konzentrierte und inspirierende Momente stehen für ein umfangreiches Angebot – die gelebte Willkommenskultur sorgt für ihr persönliches Wohlfühl.

UNSER ANGEBOT FÜR IHRE TAGUNG

- FLEXIBILITÄT: VIER INDIVIDUELLE TAGUNGSRÄUME VON 18 BIS 100 QM
- KREATIVITÄT: EIN EINMALIGES AMBIENTE
- KONZENTRATION: LÄNDLICHE RUHE, DIREKT VOR DEN TOREN DER STADT
- ABWECHSLUNG: KULINARISCHE KÖSTLICHKEITEN UND SPORTLICHE ZUSATZOPTIONEN

Ob ein eintägiger Business-break oder eine mehrtägige Veranstaltung mit Hotelübernachtung. Wir machen das für Sie – ganz nach Ihren Wünschen.

GUT KADEN
GOLF

GUT KADEN
HOTEL

GUT KADEN
RESTAURANT

GUT KADEN
TAGEN



Old traditions are upheld at the club, which is located in an elegant early-18th century, red brick building with listed status.

and suitable refreshments can be provided on request. The suites are also ideal for private lunches or other functions.

Walking through the clubhouse, visitors will be struck by the impressive art on display throughout the building. The art works are on loan, continuing a long-held tradition of Lloyds Club.

As befits a club with such a long history, it boasts a long list of famous former members, including members of the aristocracy such as the Duke of Connaught, who was the third son of Queen Victoria, Sir Peregrine Worsthorne, the editor of the Daily Telegraph newspaper, the British writer Evelyn Waugh, and Sir Chips Keswick, currently the chairman of Arsenal football club.

Although the club is primarily open for lunch, it also organises regular evening events for its members, including wine tastings and butchery masterclasses, special themed lunches, as well as outings, including an annual excursion to the Royal Ascot horse races in June. This day at the races is one of the

highlights of the social year, and the tickets include access to the club's own gazebo in the Queen Anne Enclosure to watch some of the finest racehorses compete in the Prince of Wales' Stakes – said to be Ascot's most important race of the modern era – from the beautiful lawns and terraces – and perhaps even indulge in a little flutter. Reciprocal members are welcome to join this exciting excursion.

City University Club

42 Crutched Friars
London EC3N 2AP
Tel: +44 20 7863 6680
secretary@cityuniversityclub.co.uk
www.cityuniversityclub.co.uk

THE PARTNERS OF BUSINESS CLUB HAMBURG

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

Capital Club Bahrain

www.capitalclubbahrain.com

The Royal Scots Club Edinburgh

www.royalscotclub.com

Le Club Forest & Stream Montreal

www.forestandstream.ca

Pacific City Club Bangkok

www.pacificcityclub.com

Airport Club Frankfurt

www.airportclub.de

Capital Club East Africa Nairobi

www.capitalclubea.com

Club de Bâle Basel

www.clubdebale.ch

Capital Club Lagos

www.captialclublagos.com

Prague Business Club

www.businessclub.cz

Havanna Lounge Bremen

www.havannalounge.de

Club International Leipzig

www.club-international.de

Business Club Schloss Solitude Stuttgart

www.businessclub-schloss-solitude.de

The Stack Cape Town

www.thestack.co.za

National Liberal Club London

www.nlc.org.uk

CUB Sydney

www.cub.club

Union League Club of Chicago

www.ulcc.org

City University Club London

www.cityuniversityclub.co.uk

The Vancouver Club

www.vancouverclub.ca

Capital Club Dubai

www.capitalclubdubai.com

House17 Luxembourg

www.house17.lu

Club zur Geduld Winterthur

www.zurgeduld.ch

Wirtschaftsclub Düsseldorf

www.wirtschaftsclubduesseldorf.de

CUB Melbourne

www.cub.club

Haute Zürich

www.haute.ch



Enjoy responsibly - www.massvoll-geniessen.de



FONDÉ  EN 1743

MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE



SUCCESS IS A MATTER OF STYLE

MS EUROPA 2

DIE GROSSE FREIHEIT.

**SO LEGER
KANN LUXUS SEIN.**

Erleben Sie ein Höchstmaß an persönlichem Freiraum und Komfort sowie perfekten Service an Bord der EUROPA 2. Mit dem laut Berlitz Cruise Guide 2019 weltbesten Kreuzfahrtschiff reisen Sie entspannt zu den schönsten Orten der Welt. Fernweh geweckt? Besuchen Sie uns auf www.hl-cruises.de/freiheit



HAPAG ¹⁸/₉₁ LLOYD
CRUISES