

club!

DAS MAGAZIN DES BUSINESS CLUB HAMBURG



Macht sich stark für saubere Energie und Umweltschutz: Wladimir Klitschko

HAMBURG POWERT

DEUTSCHLANDS HAUPTSTADT FÜR SAUBERE ENERGIE

Volltreffer **WLADIMIR KLITSCHKO ÜBER WINDRÄDER, WELTMEISTER UND DIE WAHRHEIT ÜBER ROCKY** Viva España **NEUER PARTNER IM HERZEN VON BARCELONA** Unternehmen **WIE ICH EINEN GUTEN COACH ERKENNE** Röstfrisch **DIE ERFOLGSSTORY DER NEUEN KAFFEE-LABELS**



PERFEKTUM

MODERNISIERUNG NACH MASS



Exklusiv
für
Hamburg

Herzlich Willkommen bei PERFEKTUM

Das Premium-Angebot von PERFEKTUM setzt neue Maßstäbe bei Qualität und Dienstleistung. Wir bieten perfekten Rund-Um-Service bei Modernisierungsvorhaben aus einer Hand. Stress und Unannehmlichkeiten bei der Restaurierung, Renovierung oder Erneuerung von Immobilien haben damit ein Ende. In unserem modernen Store mit loungeartigem Ambiente und multimedialer Technik beraten wir Sie gerne ausführlich über die Möglichkeiten, Ihren Wohnraum noch schöner und moderner zu gestalten.



Vereinbaren Sie einen Ortstermin oder besuchen Sie uns in der Hamburger HafenCity und erfahren dort mehr.

Wir sind Mo - Fr von 10 - 18 Uhr und nach individueller Terminabsprache für Sie da.

Mit PERFEKTUM zuverlässig, effizient und entspannt modernisieren

Die Kraft der Energie



Peter Richard Oppermann, Peer-Arne Böttcher

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

das neue clubl ist ein Magazin voller Energie. Und das im wahrsten Sinne des Wortes. Im Titelthema beschäftigt sich unser Autor mit der alternativen Energiegewinnung in unserer Stadt. Mit großen und kleinen Unternehmen, die an Lösungen für umweltfreundliche Stromerzeugung arbeiten, und mit Projekten, die den wachsenden Energiebedarf der Hamburger sichern sollen – auf saubere Art und Weise.

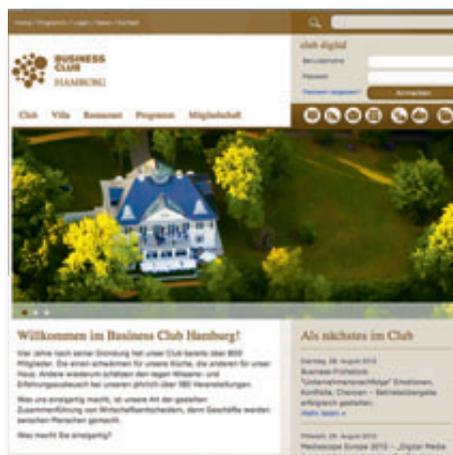
Einer, der sich mit Power bestens auskennt, ist Wladimir Klitschko. Der Boxweltmeister verrät im Interview, welche Energie sich in seinem Körper entwickelt und entlädt, wenn er dem Gegner im Ring gegenübersteht. Auch zum „sauberen Strom“ hat der Wahlhamburger seine eigene Meinung. Welche, lesen Sie ab Seite 24.

Das Thema Boxen begegnet Ihnen in dieser Ausgabe noch ein zweites Mal: Ab November wird das Musical Rocky auf der Reeperbahn zu erleben sein. Co-Produzent und sportlicher Berater ist mit Wladimir Klitschko der bestmögliche Experte. Wir haben die Umsetzung des Filmklassikers auf die Musical-Bühne beobachtet und verraten Ihnen, was Sie erwartet. Für die Clubmitglieder, die es bis zur offiziellen Premiere nicht aushalten, haben wir ein Bonbon parat: Sie können bei der Preview von Rocky dabei sein. Doch die Zahl der Plätze ist begrenzt. Also: Besuchen Sie unsere neu gestaltete Website und melden Sie sich direkt an. Es lohnt sich!

Viel Vergnügen beim Lesen

Peter Richard Oppermann

Peer-Arne Böttcher



ALLES NEU IM NETZ

Die Website des Business Club Hamburg ist ab sofort frischer, schneller und einfacher. Mit dem neuen Look gehen viele Verbesserungen einher: Die Mitglieder können online ihre Logen buchen und mit anderen Mitgliedern kommunizieren. Überzeugen Sie sich selbst.

www.bch.de



Über den Dächern der Stadt

14

So wie diese Solaranlage, gibt es mittlerweile viele in Hamburg. Sowohl große Unternehmen als auch private Haushalte steigen zunehmend auf die alternative und umweltfreundliche Energie um.

INHALT

03 EDITORIAL

Die Kraft der Energie.

06 FRANK HORCH PLANT SEINEN HERBST

Der Wirtschaftssenator möchte im Herbst auf der Elbe segeln und einige Theateraufführungen besuchen.



TITELTHEMA

Für den Umweltschutz und saubere Energie hat Profiboxer Wladimir Klitschko ein besonderes Faible. Der Ukrainer kann sich noch sehr genau an die Atom-Katastrophe von Tschernobyl erinnern. Nie wieder möchte er „solche Bilder sehen“.

TITELFOTO: RETO KLAR

Look & Feel

08 WEINEXPERTE UND GOLFGEWINNER

Events im Club: Wine-Tasting mit Master Sommelier Hendrik Thoma, Golf-Matchplay-Finale in Schloss Lüdersburg, Vortrag des Wirtschaftsexperten Dr. Werner Marnette.

Titelthema

14 HAMBURG POWER

Die Stadt Hamburg, „Umwelthauptstadt 2011“, ist Vorreiter bei der Gewinnung sauberen Stroms. Immer mehr Firmen aus der Energiebranche siedeln sich in der Hansestadt an und machen sie zum Zentrum der alternativen Energie.

22 MEINUNG

Clubmitglieder zum Thema „Hamburg power“.

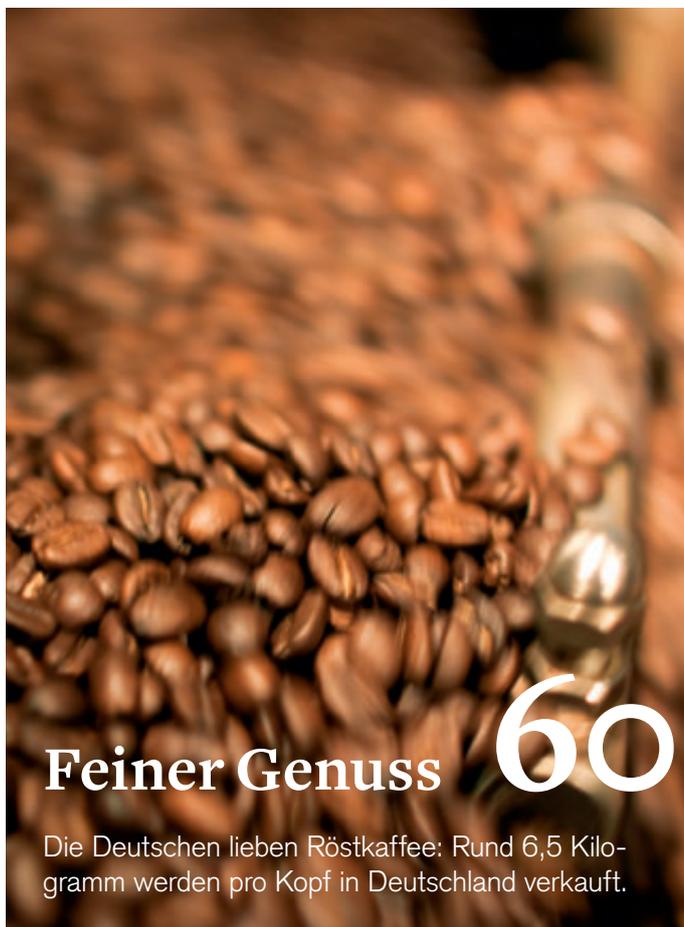
28 GÜRTLERS GRÜTZE

club!-Kolumnist Detlef Gürtler über Bretter vor Köpfen und Energieprobleme im frühen Fabrik-Zeitalter.

Hinter den Kulissen

40 DIE GESCHICHTE VON ROCKY

Der Traum von US-Filmstar Sylvester Stallone geht in Erfüllung. Sein Kultfilm Rocky wird zum Musical. Die Reportage eines Countdowns.



Feiner Genuss 60

Die Deutschen lieben Röstkaffee: Rund 6,5 Kilogramm werden pro Kopf in Deutschland verkauft.



Offene Worte 24

Ein Weltmeister gibt sich die Ehre. Wladimir Klitschko stellte sich den Fragen des Magazin club!

Wissen

30 MEHRWERT FÜR MITARBEITER

Neuer Trend bei Unternehmen: Nicht nur Chefs suchen Hilfe bei externen Trainern, sondern auch Mitarbeiter erhalten immer häufiger Unterstützung vom Coach. Aber es ist nicht leicht, den richtigen zu finden.

34 MEINUNG

Clubmitglieder zum Thema „Coaching“.

Club & Partner

36 VON WEGEN SIESTA

Im Herzen von Barcelona liegt der neue Partner des Business Club Hamburg: Gild International bietet ausländischen Geschäftsleuten umfassende Netzwerkmöglichkeiten.

Neu im Club

46 MENSCHEN UND IHRE GESCHICHTE

Energieversorger Martin-Richard Kristek, Trabrennbahn-Geschäftsführer Dr. Jan Kleeberg, Möbel-Spezialist Ole Valsgaard, Medienunternehmerin Sandra Rehder.

Service

54 MODERN & EINFACH

Frisches Design, unkomplizierte Bedienung und noch mehr Nutzwert für den User: Das ist die neue Website des Clubs.

Interview

24 WLADIMIR KLITSCHKO

Der Weltmeister spricht im club!- Magazin über seine Karriere als Boxer, eine saubere Umwelt und seine Mitarbeit als Co-Produzent beim Musical Rocky.

66 ZEHN MINUTEN MIT ...

Clubmitglied Mathias Schulze
Area Director, Regus Germany

Gourmet & Genuss

60 KAFFEE IST IM TREND

Der eilige Kaffee muss nicht sein. Genießer haben eher Lust auf den Geschmack von frisch gerösteten Kaffeebohnen aus besonderen Lagen.

64 WEIN-KOLUMNE

Club-Sommelière Anico Koch stellt in jeder Ausgabe ihre persönlichen Favoriten im Glas vor. Dieses Mal empfiehlt sie zwei Weißweine aus ganz besonderen Lagen.

Service

56 ALLES WISSENSWERTE ZUM CLUB

59 MEMBERS FOR MEMBERS

66 IMPRESSUM

FRANK HORCH PLANT SEINEN HERBST



„Wenn ich in Finkenwerder spazieren gehe, brauche ich nicht nach Sylt.“

PROMIS VERRATEN IHRE PLÄNE

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

Frank Horch ist am 25. Februar 1948 in Geversdorf an der Oste geboren. Nach einem Studium zum Schiffbauingenieur war er unter anderem bei HDW, Phoenix sowie Blohm + Voss beschäftigt. 2008 wurde er für drei Jahre Präses der Handelskammer Hamburg. Seit März 2011 ist der passionierte Hobbysegler Wirtschaftssenator in der Hamburger Regierung.

Jede Jahreszeit hat ihre Reize. Auch der Herbst. Ich freue mich ungemein auf meine Spaziergänge an der großen Elbstraße und vor allem in meinem Lieblingsgebiet in Finkenwerder im Rüschpark oder entlang dem Auedeich. Das ist ein großes Vergnügen für mich. Sowohl der Ort selbst als auch der Blick auf die Elbe dort. Da muss ich nicht nach Sylt oder an einen anderen namhaften Ort reisen.

Ich möchte unbedingt ins Ernst-Deutsch-Theater gehen und auch dem neuen Ohnsorg-Theater einen Besuch abstatten. Ich habe beiden Intendanten das Versprechen gegeben, dort hinzukommen. Und das werde ich einhalten. Das ist ein passender Hintergrund, die dunkle Jahres-

zeit mit solchen kulturellen Veranstaltungen ein bisschen freundlich zu gestalten.

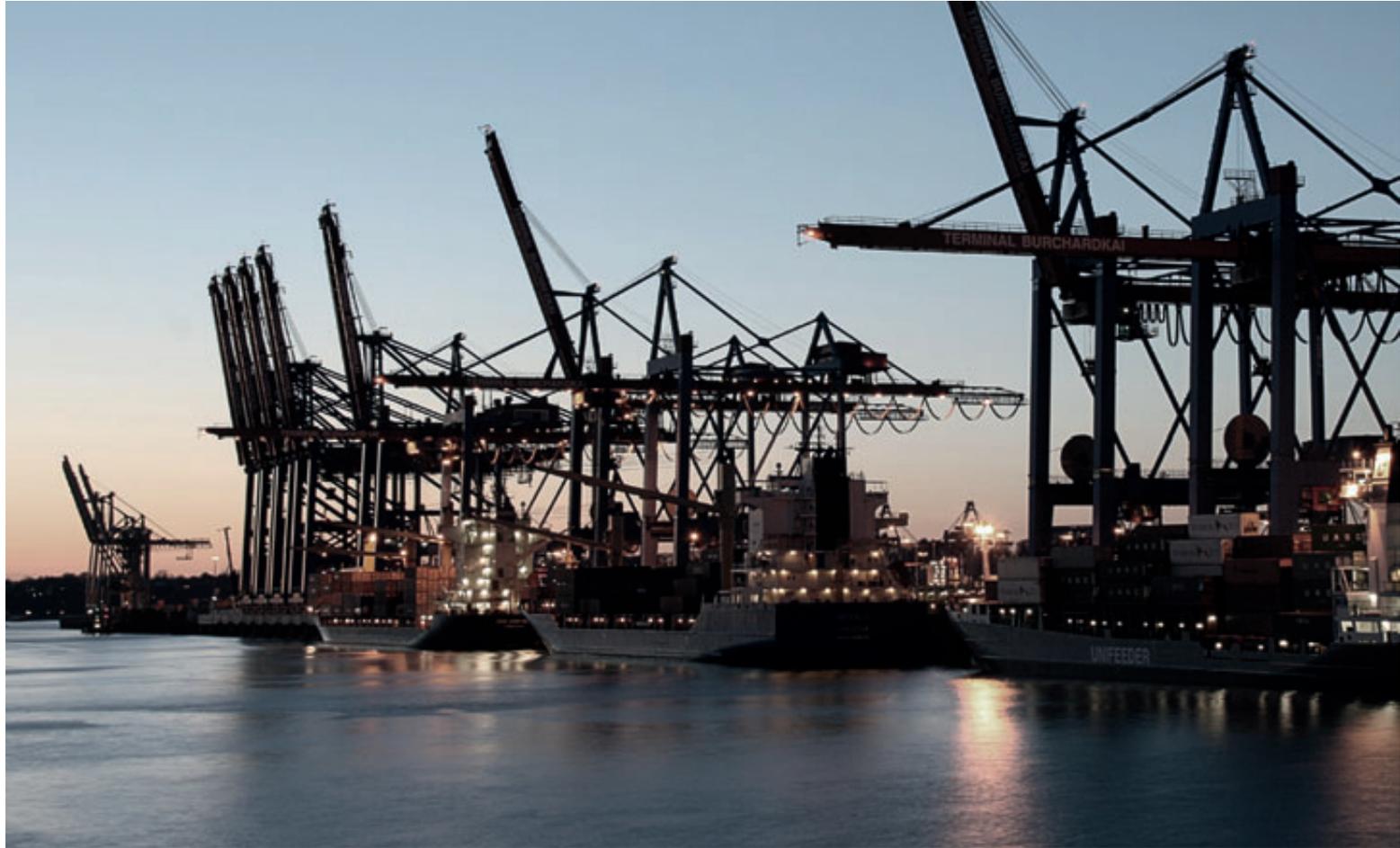
Als Politiker hat man nicht viel Privatleben. Bei meiner Affinität zum Wasser kapriziert sich die Freizeit auf mein Segelschiff. Ich segele schon seit 58 Jahren auf der Elbe und es ist jedes Jahr für mich ein Erlebnis, im Spätherbst den Fluss zu erleben. Ich habe mir vorgenommen, von Hamburg nach Cuxhaven zu segeln und kurze Tages- oder Wochenendausflüge mit dem Schiff zu machen.

Natürlich gibt es auch wichtige Projekte, die für den Senat eine große Bedeutung haben und die im Herbst zu Ende gebracht werden müssen. Das sind große Verkehrsprojekte, wie zum Beispiel der Hafenentwicklungsplan, die einen entsprechenden Anschlag und auch weitere Gespräche über Hamburg hinaus in Deutschland und in Brüssel erfahren müssen. Außerdem unser ambitioniertes Programm zur Förderung des öffentlichen Nahverkehrs. Das sind herausragend wichtige Vorhaben in der nächsten Zeit.

expertplace business GmbH
Elbchaussee 43
22765 Hamburg

Fon +49 40 3910 95 25
info@expertplace.de
www.expertplace.de

expertplace
business GmbH



Jetzt auch in Hamburg

„Strategie heißt:
Spezialisten dort einzusetzen,
wo der Erfolg es verlangt...“

Wine-Tasting mit dem Master-Sommelier

Es ist schon etwas Besonderes, wenn ein Master-Sommelier höchstpersönlich zur Weinprobe einlädt. Clubmitglied Hendrik Thoma sorgte beim Publikum mit guter Laune und kompetentem Auftritt für beste Stimmung. Er erklärte Fachbegriffe, gab Tipps für das richtige Probieren, servierte fantastische Weine. Ganz nebenbei gab der Weinkenner Geheimnisse seines Insiderwissens preis. Thoma hatte sichtlichen Spaß bei der Weinprobe – ebenso die Gäste, die bis spät am Abend feine Weine verköstigten.



Wein sorgt für gute Laune: **01** Hendrik Thoma, **02** Hauke Harms (Palomar Medical Technologies) und Dörthe-Julia Zurmöhle (Nordlicht), **03** Tim Büttecke (Hanseatisches Finanzhaus), **04** Ille und Ivo Goessler (Nortax Treuhand Steuerberatung), **05** Oliver Nickels (blue herring), **06** Hans-Jochen Fink (Fink Software).



PAMELA AN DER BAR

Was für eine Überraschung! Anlässlich einer Midsummer-Party von Clubmitglied Rüdiger Behn („Küstennebel“, „Kleiner Feigling“) war die US-Aktrice Pamela Anderson im Business Club zu Gast. Herrliches Sommerwetter und eisgekühlte Drinks der schwedischen Likör-Spezialität „Andalö“ sorgten für ausgesprochen angenehme Rahmenbedingungen. Der frühere Bay-Watch-Star zeigte sich sichtlich beeindruckt von der Lage der Villa im Heine-Park und saß bis in die frühen Morgenstunden plaudernd auf der Terrasse mit Elbblick.

Business Matching im Club

Es ist gute Tradition – das Business Matching in der Villa im Heine-Park. Bereits zum vierten Mal in diesem Jahr wurden 50 Mitglieder im Rahmen der Abendveranstaltung gezielt miteinander ins Gespräch gebracht. Als hilfreich erwies sich dabei die individualisierte Teilnehmerliste, die jedes Mitglied erhielt. Auf dieser Übersicht waren alle Gesprächspartner hervorgehoben, mit denen das Mitgliedermanagement des Clubs die Kontaktaufnahme empfahl. „Miteinander zu einem konkreten Thema ins Gespräch zu gehen, ist die beste Voraussetzung dafür, eine gemeinsame Idee zu entwickeln. Und das ist die Grundlage für gute Geschäfte“, ist Club-Geschäftsführer Peer-Arne Böttcher überzeugt. Das Business Matching findet für Mitglieder alle zwei Monate statt.

Ein feines Geschenk von Montblanc

Wenn Sie künftig im Club ihre Speisen und Getränke auswählen, sind die Karten von edlem Leder umhüllt. Karl-Heinz Handke, „President Western Hemisphere“ der Firma Montblanc, hat es möglich gemacht. Er stiftete dem Business Club handgefertigte Taschen aus feinstem Kalbsleder für Speise- und Weinkarten sowie für die Rechnungen. Handke überreichte Geschäftsführer Peer-Arne Böttcher anlässlich des vierjährigen Geburtstages die Lederhüllen inklusive zweier graviertes Montblanc-Schreibgeräte.



DREI FRAGEN AN KARL-HEINZ HANDKE

„DIE SIND ABSOLUT EINMALIG“

Der Montblanc-Chef über die Entstehung der Kartentaschen

club!: Wie sind Sie auf die Idee mit den exklusiven Taschen gekommen?

Handke: Bei einem Gespräch mit Herrn Böttcher. Solche Sachen macht Montblanc normalerweise gar nicht. Diese sind einmalig. Wir sind Mitglied und stolz, unsere Verbundenheit zum Club so zeigen zu können.

club!: Gab es besondere Anforderungen?

Handke: Wir wollten nicht, dass sich die Taschen nach Plastik anfühlen. Andererseits mussten sie widerstandsfähig sein, weil man sie ständig in die Hand nimmt. Wir mussten irgendwie die Mitte finden.

club!: Sind Sie mit dem Ergebnis zufrieden?

Handke: Ja. Der Feintäschner in Florenz hat das Leder ausgesucht, alles penibel zugeschnitten und in Handarbeit fertiggestellt. Es ist ein absolut exklusives Produkt, das es so nie wieder geben wird. Genau das war unser Anspruch.



HAPPY BIRTHDAY BUSINESS CLUB

Wie die Zeit vergeht. Es ist nun vier Jahre her, dass der Business Club Hamburg gegründet wurde. Damals war er noch in der Handelskammer beheimatet. Ein Jahr später wurde das heutige Zuhause bezogen – die Villa im Heine-Park. Anlässlich des vierten Geburtstages des Clubs kreierte Christina Bergmayer von „Die Zuckerbäckerin“ eine Geburtstagstorte in Form der Villa. Nach Originalfotos und Maßen wurde die 23 Kilo schwere Leckerei aus Zitronencreme zubereitet. „20 Stunden Arbeit habe ich dafür benötigt“, sagt die Konditorin. Es hat sich gelohnt.

Vision für den Hamburger Hafen

Als ehemaliger Wirtschaftsminister Schleswig-Holsteins und Vorstand der Norddeutschen Affinerie ist Dr. Werner Marnette ein ausgewiesener Kenner der norddeutschen Wirtschaft. Im Business Club stellte er seinen Plan zur modernen Hinterlandanbindung des Hamburger Hafens vor. Seine Idee: Container sollen in Zukunft durch ein weitreichendes Tunnelnetz transportiert werden. Nach seinem Vortrag mischte sich Dr. Marnette unter die zahlreichen Gäste. Bis spät in die Abendstunden wurde angeregt über dieses zukunftsweisende Projekt diskutiert.



01



02



03



04

Entspannte Gäste und ein inspirierender Redner: **01 Dr. Werner Marnette**, **02 Kirstin und Heinz Bode (expertplace)**, **03 Thomas Steveld (Mercuri Urval)** und **Dirk Abel (Intelligent Solution)**, **04 Erik Engelbrecht (Büro Hamburg Immobilien)** und **Mike Evers (ProLogis)**.



TREFFEN IM TERMINAL

German Online Marketing, Kooperationspartner des Business Club Hamburg, ist Ausrichter der Fachmesse für Digitales Marketing. Die Messe findet vom 20. bis 21. November im Tango Terminal des Hamburger Flughafens statt. Der Ausrichter bietet Entscheidern der werbetreibenden Wirtschaft, Mediaentscheidern und Marketingverantwortlichen attraktive Möglichkeiten, ihr Unternehmen zu präsentieren und sich über neueste Trends zu informieren. Clubmitglieder erhalten Sonderkonditionen für den Messebesuch.

German Online Marketing, Kooperationspartner des Business Club Hamburg, ist Ausrichter der Fachmesse für Digitales Marketing. Die Messe findet vom 20. bis 21. November im Tango Terminal des Hamburger Flughafens statt. Der Ausrichter bietet Entscheidern der werbetreibenden Wirtschaft, Mediaentscheidern und Marketingverantwortlichen attraktive Möglichkeiten, ihr Unternehmen zu präsentieren und sich über neueste Trends zu informieren. Clubmitglieder erhalten Sonderkonditionen für den Messebesuch.

EVENT TIPPS

Hier finden Sie die Highlights der kommenden Wochen, die Sie nicht verpassen sollten.



Wochenende 7. - 9. September

3. Baltic Business Meeting

Gemeinsam mit der Region Rostock Marketinginitiative lädt der Business Club Hamburg zum Speedsailing auf der Ostsee ein. Getagt und übernachtet wird im Grand Hotel Heiligendamm.



Dienstag, 11. September

Hadi Teherani „Form for Emotion“

Der Stararchitekt spricht im Business Club darüber, dass Lebenskultur und Leistungskultur sich architektonisch und gestalterisch beeinflussen lassen.

Mittwoch, 26. September

Jazz Soul & Groove American Night Club

Ein Abend mit Live-Musik von Darrin Lamont Byrd. Der Künstler war fünf Jahre Hauptdarsteller beim König der Löwen und ist seit mehr als 20 Jahren auf den Bühnen der Welt zuhause.

Donnerstag, 27. September

Klaus Scherer „Wohin treibt die Weltmacht?“

Fünf Jahre war Scherer ARD-Korrespondent in Washington. Kurz vor der Präsidentschaftswahl im November spricht er über seine Sicht auf die USA.

Mittwoch, 24. Oktober

Stephan Krüger Die Welt im Wandel

Ein Wort elektrisiert Europa: Desertec. Stephan Krüger stellt das Wüstenstromprojekt als einen weltweit umsetzbaren Lösungsansatz zur sauberen Energiegewinnung und zum Klimaschutz vor.



**ERFAHREN.
PARTNERSCHAFTLICH.
PROFESSIONELL.**

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

jobs.
IN TIME

Zeitarbeit
Jobvermittlung
Outsourcing



ERGEBNIS FINALWOCHELENDE

Halbfinale	Dieter Giesen - Bernd Vögele im Stechen Michael Nielsen - Stefan Eckert 17 und 2
Spiel um den 3. Platz	Stefan Eckert - Bernd Vögele 15 und 4
Finale	Dieter Giesen - Michael Nielsen 16 und 3

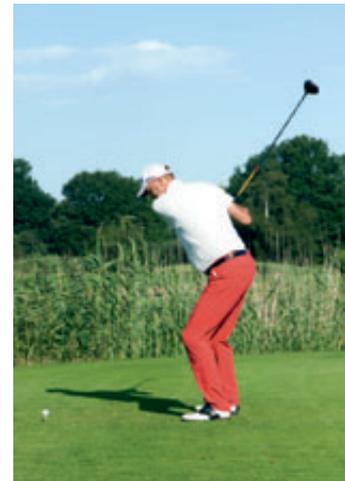
Heiße Duelle: Die Finalteilnehmer Stefan Eckert, Dieter Giesen, Bernd Vögele und Michael Nielsen auf Schloss Lüdersburg (v.l.).

„Genau so haben wir uns das gewünscht“

Erfolgreiche Premiere für neue Matchplay-Serie

32 Teilnehmer, 64 Duelle, ein im Wortsinn heißes Finale bei 37 Grad auf Schloss Lüdersburg – das ist die Bilanz der 1. Golf-Matchplay-Serie des Business Club Hamburg. „Der Golfplatz ist ein perfekter Ort zum Netzwerken. Deshalb ist die Serie genauso das, was ich von einem Business Club erwarte. So haben wir uns das gewünscht“, sagte Stefan Eckert, Sieger im Spiel um Platz drei. Größter Anreiz für die Teilnehmer waren dabei nicht die Preise, sondern andere Faktoren. Eckert: „Zum einen habe ich in allen Runden sehr gute Gespräche geführt. Zum anderen war das Finalwochenende selbst das schönste Geschenk: „Für die meisten ist es doch etwas Seltenes, einmal zwei Tage am Stück Zeit zu haben.“ Im kommenden Jahr, bei der 2. Business Club Hamburg Matchplay-Serie, ist Wachstum geplant – mit dann 64 Teilnehmern und einem Abschlussturnier für alle, die nicht ins Halbfinale kommen.

Volltreffer: Michael Nielsen beim Abschlag (rechts), und unten mit seiner Lebensgefährtin Doris Janning sowie den Mitspielern Dieter Giesen, Bernd Vögele und Stefan Eckert.



Ania Neumann,
Inhaberin des Friseursalons
„Kluge Mädchen“

„Die Frisuren sind von mir,
das Volumen von der Haspa.“

Mehr Existenzgründungen betreut keine Bank in Hamburg.

Meine Bank heißt Haspa.

Haspa[®]
Hamburger Sparkasse

firmenkunden.haspa.de



Blick in eine saubere Zukunft: Hamburg, Europas Umwelthauptstadt 2011, hat sich zum Vorreiter für alternative Energie und Umweltschutz entwickelt.

EINE SAUBERE SACHE

*Eine Stadt erkennt die Zeichen der Zeit: Die Metropolregion
Hamburg wird zum Zentrum erneuerbarer Energien.*





FOTOS: FOTOLIA



Die mit Windkraftanlagen gewonnene Energie (Foto oben) erzielte 2010 einen Umsatz von acht Milliarden Euro. In der Stadt nutzen immer mehr Firmen, so wie hier die HHLA, die Möglichkeit, mit Hilfe von Solaranlagen sauberen und günstigen Strom zu erzeugen (unten).

Text: **Jürgen Hoffmann**

Hamburg wandelt sich: Die Wirtschaft der Stadt, einst von der Prosperität des Hafens abhängig, steht zu Beginn des zweiten Jahrzehnts des 21. Jahrhunderts auf jungen, stabilen Beinen. Die digitale Wirtschaft beispielsweise wächst kräftig – Hamburg hat den großen Schritt vom Ship zum Chip erfolgreich geschafft. Eine ähnlich nachhaltige Veränderung erlebt momentan die Energiewirtschaft der Metropolregion: Biogasbetriebe werden gegründet und an die Börse gebracht, Windkraftunternehmen angesiedelt, Solaranlagen gebaut, es wird geforscht, entwickelt und gelehrt. Hamburg powert. Die Hansestadt entwickelt sich zu einem führenden Standort der Branche für Erneuerbare Energien.

Fast 1500 Unternehmen mit 25 000 Beschäftigten, davon 14 500 in der Stadt Hamburg, sind bereits heute in der Metropolregion tätig. Damit ist die Zahl der Jobs rund um die Solar-, Wind- und Bioenergie in nur drei Jahren um mehr als 50 Prozent gewachsen. Das geht aus einer Prognos-Studie hervor. Und das scheint erst der Anfang zu sein: Die Unternehmen erwarten ein weiteres Beschäftigungsplus von 40 Prozent bis 2015. Jan Rispens, Geschäftsführer des Clusters Erneuerbare Energien Hamburg, das 160 Mitglieder hat, sieht eine „deutliche Sogwirkung“. Der Erfolg nährt den Erfolg.

Ein kurzer Blick zurück: 2001 hatte die Stadt Hamburg unter schwarz-grüner Ägide ihre Mehrheit an den Hamburgischen Electricitäts-Werken (HEW) an Vattenfall Europe verkauft. Sechs Jahre später bezeichnete Bürgermeister Ole von Beust diesen Deal als schweren Fehler, denn ein staatliches Monopol sei „durch ein Quasi-Monopol auf privater Seite ersetzt worden“.

Auch für Ralph Kampwirth, Sprecher des Ökostroma-Anbieters Lichtblick, war das ein „schlechtes Geschäft für die Hansestadt“. Die hatte 2003 auch HeinGas verkauft – an E.ON Hanse. 2009 machte der Senat dann eine „Rolle rückwärts“:

Er gründete Hamburg Energie. Eigentümer des privatwirtschaftlich organisierten Energieunternehmens wurden die der Stadt gehörenden Hamburger Wasserwerke. Zusammen mit der Hamburger Stadtentwässerung bilden sie heute das Unternehmen Hamburg Wasser.

Ziel von Hamburg Energie sollte vom ersten Tag an sein, eine „nachhaltige Energieversorgung für die Stadt aufzubauen“, wie Geschäftsführer Michael Beckereit sagt. Nachdem sich der Senat im Masterplan Klimaschutz zwar dazu verpflichtet hatte, die Kohlendioxid-Emissionen bis 2020 um 40 Prozent gegenüber dem Niveau von 1990 zu verringern, den Bau des Kohlekraftwerks Moorburg durch Vattenfall aber nicht verhindern konnte, fiel Hamburg Energie die Rolle zu, verloren gegangenen energiepolitischen Einfluss zurückzugewinnen. Dafür setzt sich das Unternehmen seither ein.

Hamburg Energie tritt zum einen neben Vattenfall als Energieerzeuger auf. Dafür hat das Unternehmen unter anderem eine Photovoltaikanlage auf der ehemaligen Mülldeponie in Georgswerder und drei Windenergieanlagen bauen lassen. Außerdem setzt das Unternehmen auf Energieproduktion durch Biomasse und Tiefengeothermie. Stichwort: Kraft-Wärmekopplung. „Das ist eine sehr effiziente Erzeugung“, lobt Beckereit die umweltfreundliche Herstellung von Strom und Wärme gleichzeitig. →

Die Nachfrage nach grüner Energie ist ungebrochen. Der TÜV vergibt sogar Gütesiegel für Ökostrom.



Außerdem verkauft Hamburg Energie klimafreundlich produzierte Energie. Das Unternehmen hat in Hamburg und Umgebung gut 80 000 Strom- und mehr als 10 000 Gas-Kunden. Konkurrent Lichtblick hat bundesweit sogar über 500 000 Abnehmer von Strom, 75 000 davon in der Metropolregion. Das Unternehmen, das seit Ende der 90er Jahre aktiv ist, ist damit größter Ökostromanbieter Deutschlands. Hinzu kommen 87 000 Kunden, die von Lichtblick Erdgas kaufen, dem Biogas beigemischt ist. Hamburg Energie bietet Strom, Wärme und Erdgasprodukte. Das enthaltene Biogas wird in der Kläranlage Köhlbrandhöft gewonnen. „Klimaschutz lebt vom Mitmachen, deswegen bieten wir unseren Kunden möglichst günstige Preise“, erklärt Michael Beckereit.

Derzeit verkauft Hamburg Energie eine Kilowattstunde Strom für 21,9 Cent, Lichtblick verlangt 24,1 Cent. „Wir können diese niedrigen Preise nicht nachvollziehen“, sagt Ralph Kampwirth. Er vermutet verdeckte Subventionen von Hamburg Wasser an Hamburg Energie: „Das kann sich sonst nicht rechnen.“ Michael Beckereit weist diesen Vorwurf entschieden zurück: „Quersubventionierungen finden nicht statt. Und das positive Jahresergebnis nach nur drei Jahren im Markt zeigt, dass wir profitabel arbeiten.“ 2011 wies man einen Verlust von 1,4 Millionen Euro aus, für 2012 wird erstmals ein Gewinn von etwa 700 000 Euro erwartet.

Es herrscht ein knallharter Wettbewerb in Hamburg unter den Anbietern von Energie. Dazu muss man wissen: Die Branche arbeitet vornehmlich bilanziell. Ein Stromanbieter bewegt nur Zahlen, er kauft und verkauft Mengen, ist aber nicht verantwortlich dafür, dass der Strom auch tatsächlich aus der Steckdose der Wohnung in Harvestehude oder der Schlosserei in Altona kommt. Grundversorger ist Vattenfall. Ihren Strom kaufen können die Hanseaten aber eben auch bei Lichtblick oder Löwenzahn, Stromio, Yello, Grünwelt, Goldpower oder einem der anderen über 100 Stromanbieter. „Der Wettbewerb am Strommarkt in Hamburg funktioniert gut“, betont Ralph Kampwirth. Ein Anbieterwechsel ist denkbar einfach: Tarife kostenlos im Internet vergleichen, den passenden Anbieter anschreiben, den Vertrag unterschreiben – das war es. Um die Kündigung des alten Vertrages zum nächstmöglichen Termin kümmert sich der neue Stromanbieter.

Die Energiewende, die die Wirtschaft erst noch hinbekommen muss, haben viele Verbraucher bereits vollzogen: Sie verlangen „sauberen“ Strom. Der wird von so manchem Stromanbieter offeriert. Doch auch beim Ökostrom ist nicht alles Gold, was glänzt. Ein Nutzen für die Umwelt wird nur erzielt, wenn der Ökostrombezug zum Ausbau der Erneuerbaren Energien beiträgt. Der Versorger Hamburg Energie verspricht, dass immerhin 50 Prozent

Unter den verschiedenen Energieanbietern in der Stadt herrscht ein knallharter Wettbewerb um jeden Kunden.

Damit der saubere Strom auch in die Steckdosen der Kunden gelangt, müssen die Netzwerke weiter ausgebaut werden.



der Menge, die ein Verbraucher heute bei ihm bestellt, in den nächsten fünf Jahren durch eigene Anlagen regenerativer Energie erzeugt werden.

Je mehr Energie aus Solar- oder Windkraft hergestellt wird, desto größer wird das Problem, die benötigte stabile Netzfrequenz von 50 Hertz zu gewährleisten. Schließlich fließt Sonnenstrom nur, wenn die Sonne scheint, Windstrom nur, wenn es weht. Dann aber oft sogar mehr, als das Netz verkraften kann. Es gilt, Spannungsschwübe nach oben und unten, zu verhindern. Dafür wird sogenannte Regelenergie benötigt. Diese liefert auch Lichtblick: Das Unternehmen hat dafür gerade 500 kleine Blockheizkraftwerke zusammengeschlossen, 300 davon stehen in und um Hamburg. Diese erzeugen Strom und Wärme. Der Strom wird als Regelenergie bei Bedarf zur Stabilisierung ins Netz eingespeist, die Wärme vor Ort in den Gebäuden genutzt, zum Beispiel in Häusern der SAGA. Lichtblick möchte eines Tages 100 000 kleine Erzeugungsanlagen zu einem virtuellen Kraftwerk bündeln und auf diese Weise, so Kampwirth, „die Leistung von zwei Atomkraftwerken ersetzen“.

Hamburg Energie fährt einen ähnlichen Kurs: Das städtische Unternehmen hat in diesem Jahr 40 kleinere, vor allem Biogasanlagen mit einer Gesamtleistung von 15 Megawatt zusammengeschaltet. Der Clou: Fließt zu viel Strom ins Netz, können diese Anlagen vom Netz genommen werden. „Das geht blitzschnell“, verspricht Michael Beckereit. Er ist überzeugt, dass Hamburg durch sein Haus „auf einem sehr guten Weg ist, die Energiewende zu realisieren“.

Doch die Metropolregion braucht mehr als nur das Beckereit-Team. Die Liste der Unternehmen, die in der Stadt an der Energie-

wende arbeiten, ist lang und reicht vom Windkraftunternehmen Areva über Canadian Solar, Conergy und EnBW bis Nordex und Repower. Und es gibt hunderte kleinere und mittlere Betriebe, die Produkte und Dienstleistungen rund um das Thema Energie anbieten. Ein Beispiel ist der Hersteller von LED-Lampen und -Leuchten Arteko. Das 21-Mitarbeiter-Unternehmen beliefert Industrie- und Gewerbekunden. „Mit unseren Systemen lassen sich Kosteneinsparungen von rund 90 Prozent realisieren“, betont Chef Guntram Uhlig. Sein Team berät und plant, verfügt über ein Lichtlabor, in dem relevante Beleuchtungsparameter ermittelt

Sonnenstrom fließt nur, wenn die Sonne scheint, Windstrom, wenn es weht.

werden, entwickelt Konzepte und bietet Wirtschaftlichkeitsberechnungen an. „Alle unsere Kunden wollen Energie sparen und viele außerdem die CO₂-Emissionen reduzieren“, erläutert Uhlig. „Dafür ist die LED-Technologie die beste Lösung.“ Rückenwind hat sein Geschäft in den vergangenen Jahren zweimal bekommen: Zunächst durch das von der EU verordnete Aus für die traditionelle Glühbirne, danach durch die Erkenntnis, dass die Rückstände von Energiesparlampen umweltschädlich sind. Hamburg sei für Arteko „ein sehr guter Standort“, sagt Uhlig: „Die Be- →

Change it!

80 % Ihrer Mitarbeiter wollen keine Veränderung.
65 % haben im Change-Prozess innerlich gekündigt.

Innovationsbereitschaft erzeugen
Trennungs- und Veränderungsprozesse erfolgreich gestalten

APERUS - IHR LOTSE IN SCHWIERIGEM FAHRWASSER

APERUS
CHANGE COMPETENCE

www.aperus.de - kontakt@aperus.de



Dieses Windrad in Waltershof ist eines von rund 60, die derzeit in Hamburg Strom produzieren.

standteile unserer Leuchten kommen aus der ganzen Welt. Der Hafen bietet uns dafür die beste Logistik.“

Für besonderen Wirbel an Alster und Elbe haben in den vergangenen Monaten Vertreter der Windkraftbranche gesorgt. Die gaben sich in der Wirtschaftsbehörde die Klinke in die Hand, um in Hamburg eine Niederlassung oder ihre Zentrale anzusiedeln, weil sie von hier ihre On- und Offshore-Anlagen im Küstenraum Schleswig-Holsteins steuern wollen. So hat Siemens sein komplettes Windkraftgeschäft in die Hansestadt verlegt. Hamburg ist schon jetzt Deutschlands Windhauptstadt.

Apropos Wind. Da die Windenergie vornehmlich im Norden Deutschlands erzeugt, aber sowohl in der Metropolregion als auch in den Ballungsräumen im Süden verbraucht wird, müssen die Stromnetze weiter ausgebaut werden. Rund 3800 Kilometer neue Trassen sind notwendig. „Die Unternehmen in der Region sind auf eine sichere und bezahlbare Energieversorgung angewiesen“, betont Tobias Knahl, stellvertretender Geschäftsführer des Bereichs Innovation & Umwelt und Leiter Energie bei der Handelskammer Hamburg: „Daher müssen nun schnellstmöglich die geplanten Windparks gebaut und an die Energienetze angeschlossen werden. Die Netze selbst müssen aus- und umgebaut werden und es bedarf insgesamt mehr Speichermöglichkeiten.“ Für Knahl steht aber auch fest: „Zumindest mittelfristig benötigen wir zudem auch neue konventionelle Kraftwerke.“

Eine Stärke der Metropolregion Hamburg ist die Vielzahl an Unternehmen, an Lehr-, Forschungs- und Entwicklungsinstitutionen, die sich mit dem Thema „Energie“ beschäftigen. Ein Beispiel dafür ist das Institut für Umwelttechnik und Energiewirtschaft (IUE) an der TU Harburg, das sich mit Fragen der Bereitstellung fossiler und regenerativer Energieträger mittels bestimmter Konversionsverfahren beschäftigt. Im Juli stellten Studierende der TU Harburg einen von ihnen entwickelten batteriebetriebenen Rennwagen vor. Für Wirtschaftssenator Frank Horch ein Beweis, dass Hamburg auch in Sachen E-Mobilität Spitze ist. Ein weiterer Beleg: Auf den Straßen der Hansestadt rollen bundesweit die meisten Elektrofahrzeuge. Eine zweite Adresse für die Energie-Kom-

petenz der Stadt ist die Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (HAW). Ihr „Competence Center für Erneuerbare Energien und Energieeffizienz“ veranstaltet vom 12. bis 16. November „Die Woche der Energie“.

Nicht zu unterschätzen ist die Rolle von Investoren für den Energiestandort Hamburg. Beteiligungsfirmer wie Capital Stage oder CEE Conetwork Erneuerbare Energien Holding sorgen für die finanzielle Ausstattung innovativer Betriebe und neuer Projekte.

E-Mobilität ist im Trend: Auf den Straßen Hamburgs rollen bundesweit die meisten Elektrofahrzeuge.

CEE beispielsweise hat seit 2007 rund 425 Millionen Euro in Energieerzeugungsprojekte in den Bereichen Windenergie, Photovoltaik, Biogas, Biomasseheizkraftwerke und Geothermie investiert, davon 235 Millionen Euro allein im vergangenen Jahr. Geschäftsführer Detlef Schreiber sagt: „Investitionen in Erneuerbare Energien sind Investitionen in die Zukunftssicherung der deutschen Wirtschaft.“ CEE will sich künftig noch stärker an Hightech-Unternehmen beteiligen. Schreiber: „Tendenziell sind die Renditen im Technologieentwicklungsbereich höher als im reinen Betrieb von Anlagen.“ Hamburg ist für ihn der „ideale Firmenstandort, weil hier die gesamte Erneuerbare-Energien-Branche vertreten ist“.

Jürgen Hoffmann ist Publizist und Buchautor („Die großen Wirtschaftsdenker“) in Hamburg. Seine Texte erscheinen in der ZEIT, der FAZ, dem Manager Magazin und der Wirtschaftswoche.



Foto: ARTEKO® LED-Beleuchtung bei BoConcept am Fischmarkt • Hamburg • Große Elbstraße 39

LED
das neue Licht



„Wir konnten unser bisheriges Lichtsystem erfolgreich umrüsten und sind begeistert: warme, brillante Lichtfarben und 60 Prozent Stromersparnis.“

Ole Valsgaard
Geschäftsführung: BoConcept
Hamburg – Dänisches Design
am Fischmarkt. Wo sonst.



„Die Zahlen sprechen für sich: Energieeinsparung über 75 Prozent und maximale Förderung durch die Stadt Hamburg von 30 Prozent. Da fällt die Entscheidung für LED nicht schwer.“

Reinhold Wanner
Geschäftsführung: Alles klar!
Veranstaltungs-Service
für Non-Food-Catering
www.allesklar-verleih.com

LED macht alles klar!

ARTEKO® steht für optimale Beleuchtungstechnologie: minimaler Stromverbrauch, lange Lebensdauer und gezielte Ausleuchtung. Bis zu 90 Prozent Kosteneinsparungen lassen sich mit ARTEKO® LED-Lichtsystemen realisieren. Profitieren auch Sie von ARTEKO®-Produkten und -Leistungen!

ARTEKO®
Ingenieurgesellschaft mbH
Schnackenburgallee 22
22525 Hamburg

Telefon: +49 40 899 09-150
Fax: +49 40 899 09-199

E-mail: beratung@arteko-led.com
Internet: www.arteko-led.com



„Strom aus Solarenergie rechnet sich inzwischen“

Clubmitglieder zum Thema „Hamburg powert“



ECKARD KABEL

MCS Moorbek Computersysteme GmbH
Geschäftsführer

Der Betrieb eines Rechenzentrums zeichnet sich auch durch dessen stetig wachsenden Energiehunger aus. Doch es gibt heute sinnvolle Maßnahmen für Einsparungen. Neben aktueller Klimatechnologie führt insbesondere die konsequente Umsetzung von Virtualisierung und Cloud-Computing zu enormem Effizienzgewinn und Energieeinsparpotenzial. Selbst kleine und mittlere Rechenzentren können damit nicht nur etwas für die Umwelt, sondern auch für den eigenen Geldbeutel tun.



GUNTRAM UHLIG

Arteko Ingenieurgesellschaft
GmbH Geschäftsführer

Das Umdenken auf saubere Energien und Energiesparmaßnahmen kommt langsam in Schwung. Die Stadt Hamburg setzt sehr stark auf alternative Energien und sauberen Strom und unterstützt die kleinen und mittelständischen Gewerbe, die in diesem Bereich tätig sind, mit Zuschüssen von bis zu 30 Prozent. Das ist gut so. Auch das Bewusstsein der Menschen, Kosten im Energiebereich zu senken, wird stärker. Deshalb wird die Akzeptanz unserer LED-Leuchtkörper immer größer.

OLE HESSE

Imtech Deutschland GmbH & Co. KG
Direktor Personal

Mehr als die Hälfte der Menschheit lebt in Städten, Tendenz steigend. Rund zwei Drittel der weltweit verbrauchten Energie und 70 Prozent der CO₂-Emissionen entfallen auf Städte. Als Spezialist für eine emissionsarme, effiziente und nachhaltige Energieversorgung trägt Imtech partnerschaftlich zu einer nachhaltigen Stadtentwicklung bei. Durch innovative Technologien helfen wir mit, Städte umweltfreundlicher zu machen, eine höhere Lebensqualität zu bieten und dabei Kosten einzusparen. Hierbei machen wir Energieeffizienz zu einem unserer Kernprodukte.



DANIEL KANITZ

Dantop Solar
Geschäftsführer

Natürlich kostet die Energiewende Geld. Doch wenn wir nichts tun, wird es noch viel mehr Geld kosten. Auch Strom aus Solarenergie rechnet sich inzwischen – trotz sinkender Einspeisevergütungen. Bald werden Vermieter Solaranlagen bauen und den Strom an ihre Mieter verkaufen. Das ist die Zukunft.



**MCS. IT für Hamburg. Seit 1992.
Kompetent. Hanseatisch. Gut.**

**20
Jahre**



www.mcs.de - info@mcs.de

mcs
MOORBEEK COMPUTER
SYSTEME GmbH

IT-Systemtechnik
Planung. Umsetzung. Betrieb.

Das Rechenzentrum für Business in Hamburg.

„Wenn man gut vorbereitet ist, hat man keine Zweifel“

*Der Mann ist ein Multitalent: **WLADIMIR KLITSCHKO** ist Boxweltmeister, studierter Sportwissenschaftler und seit Neuestem Musical-Produzent. Ein Gespräch über saubere Energien, saubere Bilanzen und große Liebesgeschichten.*

Text: **Achim Schneider** Fotos: **Oliver Hardt**

club!: Herr Klitschko, Sie leben seit vielen Jahren in Hamburg. Wissen Sie eigentlich, dass Sie in der heimlichen Hauptstadt der erneuerbaren und sauberen Energie leben?

Wladimir Klitschko: Ich weiß, dass es in Hamburg viele Unternehmen gibt, die sich mit diesem Thema beschäftigen. Es ist vernünftig, zur Energiegewinnung zukünftig auch auf die Solartechnik oder auf Windkraftanlagen zu setzen.

club!: Spielt das Thema alternative und erneuerbare Energie für Sie eine Rolle?

Klitschko: Natürlich. Es gibt viele Risiken, mit denen wir in der Welt leben. Vor allem die Atomenergie ist ein wichtiges Thema für mich. Ich kann mich sehr gut an das Unglück in Tschernobyl erinnern. Unter den Spätfolgen der Katastrophe, die durch menschliche Fehler entstanden ist, müssen immer noch viele Menschen leiden. Aber es spielt eigentlich keine Rolle, wie es passiert. Solch ein Unglück kann immer wieder geschehen, wie zum Beispiel im vergangenen Jahr in Japan. Deshalb ist die alternative Energiegewinnung für unsere Zukunft wichtig.

club!: Dann ist der konsequente Ausstieg aus der Atomkraft in Deutschland und die Wendung zur alternativen Energiegewinnung aus Ihrer Sicht die richtige Entscheidung?

Klitschko: Das finde ich schon. Ich glaube, dass Deutschland mit dem Ausstieg aus der Atomenergie auch ein gutes Beispiel für andere Nationen gibt. Es ist nicht einfach, einen Ausstieg aus der Kernenergie durchzusetzen und ich verstehe auch, dass solch eine Entscheidung zu wirtschaftlichen Konsequenzen führt. Aber in der Zukunft auf alternative Energien zu setzen, ist definitiv der richtige Weg. Ich möchte nicht, dass die Familien in dieser Welt noch einmal erleben, was man in Tschernobyl erleben musste.

club!: Gibt es eine Energieform, die Sie bevorzugen?

Klitschko: Ich bin ein großer Fan der Gasenergie. Sie ist eine der saubersten Energieressourcen, auch beim Verbrauch. Das wäre das Beste, was ich mir vorstellen könnte.

club!: Hier im Norden entstehen immer mehr Windkraftparks. Auch in und um Hamburg sind bereits einige Windräder zu sehen. Was halten Sie von der Energiegewinnung durch Wind?

Klitschko: Es ist grundsätzlich eine hervorragende Sache, dass man zunehmend mit Hilfe der Natur Strom gewinnt. Aber ich kann auch kritische Stimmen verstehen, die sagen, dass das Landschaftsbild unter den vielen Windrädern leidet.

club!: Ihr Bruder verbringt sehr viel Zeit in Kiew. Wie eng ist Ihr Kontakt zur alten Heimat?

Klitschko: Ich komme aus der Ukraine. Im Herzen und mit der Seele bin ich Ukrainer, aber ich denke wie ein Deutscher. Durch die vielen Jahre, die wir in Deutschland verbracht haben, hat sich unser Denken über die Ukraine verändert. Mit Demokratie kann man auch in unserer Heimat viel bewegen, aber nicht mit einer Diktatur, wie man das derzeitige politische System eher bezeichnen muss.

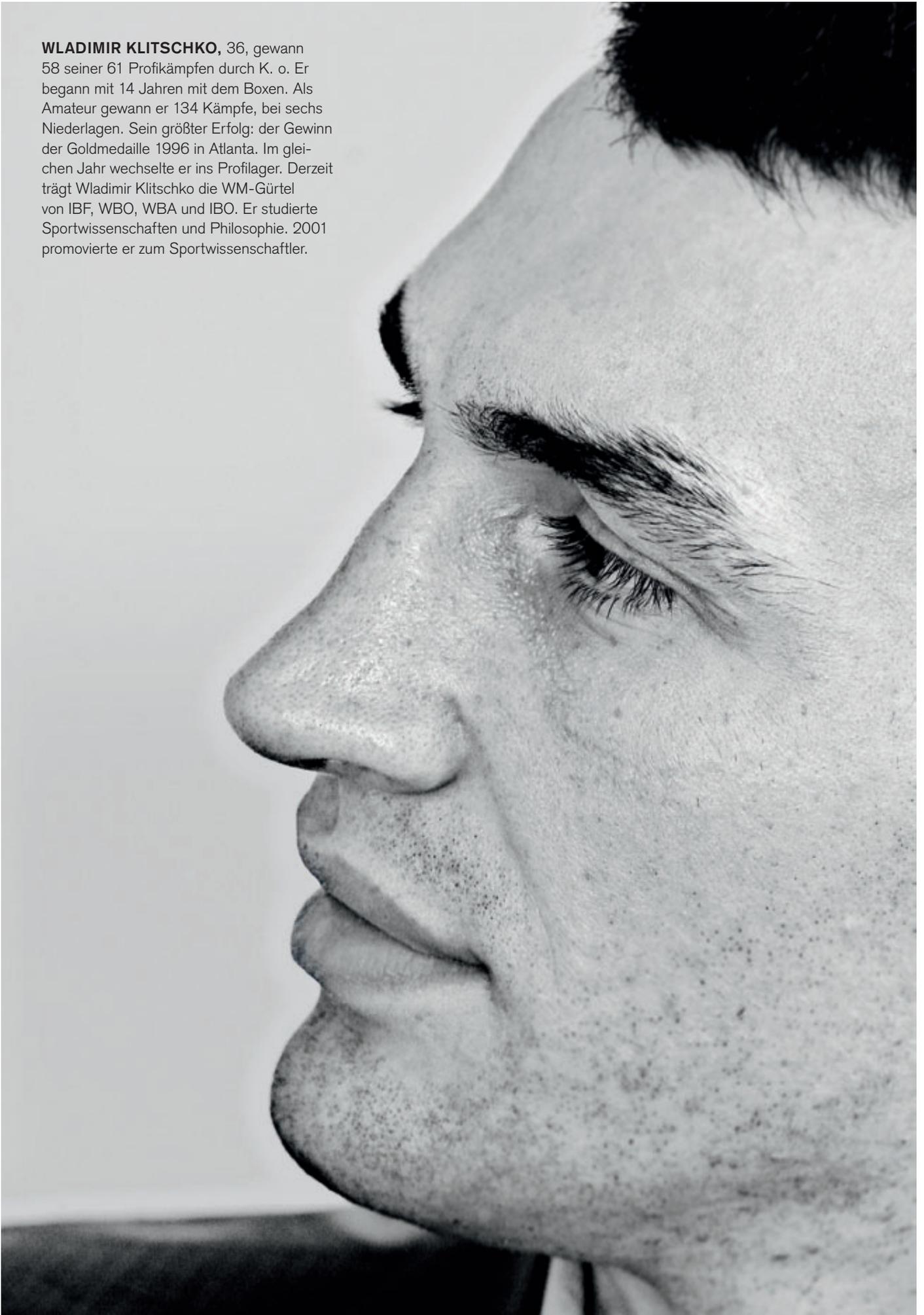
club!: Würden Sie Hamburg auch als Heimat bezeichnen?

Klitschko: Ich wohne hier und fühle mich sehr wohl. Ich bin ein Hamburger. Das ist meine zweite Heimat. Ich glaube, dass die Leute auch akzeptieren, dass bei unseren Kämpfen die ukrainische Nationalhymne gespielt wird. Wir sind den Menschen für diese Akzeptanz in Deutschland dankbar. Ich denke, es ist nicht wichtig, aus welchem Land man kommt oder welche Nationalität man hat, sondern es zählen die Gedanken und das Engagement für die Gesellschaft.

club!: Werden Sie irgendwann wieder in die Ukraine zurückgehen?

Klitschko: Wir sind 1996 durch unseren damaligen Promoter nach Deutschland gekommen. Unsere sportliche Karriere hat hier begonnen. Wir sind wirklich glücklich darüber, dass wir in Deutschland ein zweites Zuhause gefunden haben. Wir wohnen in beiden Ländern und sind in den vergangenen 16 Jahren zwi-

WLADIMIR KLITSCHKO, 36, gewann 58 seiner 61 Profikämpfen durch K. o. Er begann mit 14 Jahren mit dem Boxen. Als Amateur gewann er 134 Kämpfe, bei sechs Niederlagen. Sein größter Erfolg: der Gewinn der Goldmedaille 1996 in Atlanta. Im gleichen Jahr wechselte er ins Profilager. Derzeit trägt Wladimir Klitschko die WM-Gürtel von IBF, WBO, WBA und IBO. Er studierte Sportwissenschaften und Philosophie. 2001 promovierte er zum Sportwissenschaftler.



„Ich will noch besser boxen, damit meine Gegner gar keine Chance mehr haben.“



schen Hamburg und Kiew gependelt. Ich besitze zwar einen ukrainischen Pass, aber ich fühle mich in Deutschland genauso zu Hause.

club!: Wir haben über Energie gesprochen. Das Thema spielt auch im Boxen eine wesentliche Rolle. Wenn Sie Ihren Gegner mit den Fäusten treffen, entlädt sich in kürzester Zeit eine Menge Power. Wie erleben Sie das?

Klitschko: Ich möchte den Ring niemals als Verlierer verlassen. Das ist meine Motivation und damit baue ich meine Energie für den Kampf auf. Wenn ich dem Gegner gegenüberstehe, wird mein Ego gereizt und mein Körper produziert die Energie, die ich für die zwölf Runden im Ring brauche. Ich glaube, das ist vor allem beim Schwergewicht zu spüren.

club!: Sie sind der beste Boxer der Welt und langsam gehen Ihnen die Gegner aus. Gibt es überhaupt noch sportliche Herausforderungen für Sie?

Klitschko: Ich habe vor, mich immer weiter zu verbessern. Ich will noch besser boxen, damit meine Gegner gar keine Chance mehr haben. Mein Ziel ist es, nicht getroffen zu werden und am Ende den Gegner komplett zu beherrschen und auszuknocken.

club!: Kostet es mit zunehmendem Alter mehr Energie, so viel und hart zu trainieren, um ganz oben zu bleiben?

Klitschko: Es kostet nicht mehr Kraft, aber man muss effizienter arbeiten.

club!: Gibt es den perfekten Moment für einen Boxer, aus dem Ring zu steigen?

Klitschko: Ich hoffe, dass ich für mich den perfekten Zeitpunkt erwische, und dass es nicht umgekehrt ist und der Zeitpunkt mich erwischt.

club!: Machen Sie sich Gedanken über die Zeit nach der Boxkarriere?

Klitschko: Ich weiß, dass ich nicht mehr der Jüngste bin. Und es wird irgendwann der Zeitpunkt kommen, „Tschüss“ zu sagen. Ich bin mir immer bewusst gewesen, dass man sich parallel etwas aufbauen muss. Seit einigen Jahren engagiere ich mich mit meinem Bruder für junge Menschen. Wir haben mit der KMG unsere

eigene Management- und Marketingagentur. Seit einigen Jahren engagiere ich mich zudem mit meinem Bruder für junge Menschen. Die Arbeit macht richtig Spaß. Wir machen mit unserer Stiftung in jedem Jahr ein Sommercamp für Jugendliche. In diesem Jahr sind es 180 Kinder, die wir aus über 1000 Bewerbungen ausgesucht haben. In dem Projekt geht es um Bildung und Sport für die Jugendlichen. Ausgebildete Pädagogen begleiten das Projekt, bei dem die Kinder viel lernen können.

club!: Sie sind Doktor der Sportwissenschaften. Werden Sie Ihr Wissen und Ihre Erfahrung an andere Boxer weitergeben?

Klitschko: Ich denke, das liegt auf der Hand. Unsere Agentur hat einige Boxer unter Vertrag. Wir haben viel Erfahrung in unserem Beruf gesammelt und können den Talenten helfen, sich zu entwickeln.

„Ich engagiere mich in der Politik, aber ich bin kein Politiker.“

club!: Können Sie sich vorstellen, wie Ihr Bruder Vitali in die Politik zu gehen?

Klitschko: Nein. Ich unterstütze meinen Bruder und seine Visionen. Ich habe überhaupt keinen Zweifel an seinem Tun oder daran, dass er das Richtige macht. Er ist auf dem richtigen Weg. Aber Fakt ist, dass das politische Arbeiten in der Ukraine nicht leicht ist. Ich persönlich engagiere mich nicht als Funktionär. Natürlich werde ich Vitali im Wahlkampf unterstützen und ihm helfen. Das haben wir schon bei der „Orangen Revolution“ gemacht. Ich habe damals auch nicht politisch gearbeitet, aber ich habe meine Meinung gesagt. Ich engagiere mich in der Politik, aber ich bin kein Politiker.

club!: Vielleicht bahnt sich eine Zukunft im künstlerischen Bereich an? Sie sind seit Neuestem Co-Produzent eines Musicals.

Klitschko: Die Anfrage, ob wir daran interessiert sind, bei dem Musical „Rocky“ mitzumachen, kam vor etwa drei Jahren. Der Box-

weltmeister und Rocky – das passt wie die Faust aufs Auge. Die Veranstalter von Stage Entertainment sind ebensolche Profis wie wir. Und sie haben mit unserer Hilfe Sylvester Stallone, der Rocky geschrieben hat und die Rechte daran besitzt, dazugeholt. Ich war sofort begeistert von dem Projekt. Ich kenne Sylvester Stallone bereits seit einigen Jahren aus Los Angeles. Ich habe ihn dort getroffen und ihm das Projekt vorgestellt.

club!: Wie hat Sylvester Stallone reagiert?

Klitschko: Er war begeistert und sehr interessiert. Er wollte Rocky schon immer auf die Bühne bringen. Die Filme waren für ihn nicht das Ende von Rocky, sondern ein Musical war für ihn der nächste, logische Schritt. Nach einer Stunde war alles klar und er sagte: „Okay, lasst es uns machen.“

club!: Was ist Ihre Aufgabe als Berater und Co-Produzent von Rocky?

Klitschko: Wir sollen dabei helfen, dass das Musical authentisch ist. Rocky muss sich als Boxer fühlen, wenn er trainiert und zum Schluss in den Ring steigt. Rocky ist nicht nur eine ausgedachte Geschichte, sondern er hat auch eine Verbindung zum realen Leben geben.

club!: Und wie viel echtes Boxerleben steckt in Rocky?

Klitschko: Sehr viel. Aber es geht bei der Geschichte nicht nur ums Boxen. Es ist vor allem eine Liebesgeschichte zwischen Adrian und Rocky. Alles was Rocky in seinem Leben getan hat, war

für seine Freundin Adrian. Aber Rockys Karriere ist durchaus mit der eines richtigen Boxers zu vergleichen. Ich habe das selbst erlebt. Ich war auch am Boden. Aber in dem Moment muss man die Kraft haben, aufzustehen und sich durchzukämpfen, damit man am Ende als Sieger dasteht. Solche Situationen hat jeder Mensch im Leben durchzumachen. Eigentlich ist Rocky ein normaler Mensch, einer aus dem Volk. Rocky steckt in uns allen drin.

club!: Je näher der erste Gong beim Boxkampf kommt, desto höher ist die Anspannung. Ist das bei der Premiere „Ihres“ Musical genau so?

Klitschko: Definitiv. Ich möchte versuchen, es zu erklären. Ich war vor meinen ersten WM-Kämpfen viel unruhiger, weil ich nicht genau wusste, ob ich alles getan habe, um den Kampf zu gewinnen. Es gab viele Fragezeichen. Das waren ungewisse Momente, und ich habe fast ein bisschen an mir selbst gezweifelt. Mit der Zeit und den Erfolgen hat sich das geändert. Heute weiß ich genau, dass ich hundertprozentig vorbereitet bin. Ich bin mir ganz sicher, dass ich den Kampf gewinnen werde, selbst wenn der Gegner gut drauf ist. Wenn man gut vorbereitet ist, hat man keine Zweifel. Das Gleiche gilt beim Musical. Ja, die Premiere wird schon bald sein. Ja, es steht auch mit meinem Namen in Verbindung. Aber das Dreiergespann mit Stallone, Stage und Klitschko steht für Professionalität. Deshalb bin ich vom ersten Tag an davon überzeugt, dass es eine erfolgreiche Geschichte wird.

„WER ANDERE KENNT, IST KLUG.
WER SICH SELBST KENNT, IST WEISE.“

(LAO TSE)

Gewinnen Sie eine andere Sicht auf sich. Erkennen Sie Ihre Wirkung auf andere, Ihren Kommunikations- und Führungsstil.

Riskieren Sie einen *Blick-Wechsel*.

Erweitern Sie Ihr Verhaltens-Repertoire - ohne sich zu verbiegen! Nutzen Sie Wirkungsmittel, die zu Ihnen passen.

Starten Sie einen *Spur-Wechsel*.

Gewinnen Sie andere durch Vertrauen und Verständnis. Entwickeln Sie Empathie und Wertschätzung. Steigern Sie Ihre Authentizität.

Wagen Sie einen *Profil-Wechsel*.



VON HOLTEN
CONSULT

BERUFLICHE
NEU-AUSRICHTUNG

EINZEL- &
TEAM-COACHING

KOMMUNIKATION IN
FÜHRUNG & VERKAUF

VON HOLTEN CONSULT
DIETRICH VON HOLTEN

NETTELNBURGER STR. 105
21035 HAMBURG

040 25491273
WWW.VONHOLTEN.DE
DIETRICH@VONHOLTEN.DE



BRETT VORM KOPF

Von **Detlef Gürtler**

Revolutionen sollten eigentlich schnell gehen. Alles wird umgewälzt, umgestülpt, das Alte gestürzt, das Neue bricht sich Bahn, oft mit Gewalt. Und wenn wir aus heutiger Sicht die Industrielle Revolution betrachten, so scheint da auch alles schnell gegangen zu sein. Mechanisierung, Industrialisierung, Massenproduktion, Stahl, Chemie und Eisenbahn verwandelten die biedermeierliche Beschaulichkeit des frühen 19. Jahrhunderts in hektisches Stadtleben, mit fauchenden Dampfmaschinen und rußverhangenen Mietskasernen.

Dabei war am Anfang von Hektik nicht die Spur – eher von Brettern vor Köpfen. Nehmen wir die Fabrik, sozusagen das Leitfossil der Industriellen Revolution: 1771 wurde die erste überhaupt gebaut, eine Baumwollspinnerei, von dem englischen Perückenmacher Richard Arkwright in Cromford. Aber lange 12 Jahre dauerte es, bevor diese Innovation den Sprung über den Ärmelkanal schaffte – in Ratingen wurde die erste Fabrik auf dem Kontinent eröffnet. Und bis in die Schweiz dauerte es noch einmal 18 Jahre länger. Ein reichlich zäher Siegeszug.

Der Grund für dieses Stocken: Energiemangel. Die ersten Maschinen in den ersten Fabriken mussten von ergiebig sprudelnder Wasserkraft angetrieben werden (wie schon ihr Name sagte: Waterframe), und das möglichst gleichmäßig und möglichst das ganze Jahr über – es gab in Europa nicht viele Standorte, die das leisten konnten. Und erst einen Staudamm bauen, um daraus die Energie für die Maschinen in der Fabrik zu gewinnen, das schien allen Beteiligten in der vorelektrischen Zeit doch zu viel Aufwand.

Dampfmaschinen hätten eine Lösung sein können. Aber wo es sie Ende des 18. Jahrhunderts überhaupt schon gab, wurden sie ausschließlich im Bergbau eingesetzt. Mit extrem geringen Wir-

kungsgraden von zwei bis vier Prozent dienten sie in erster Linie dazu, um permanent das Wasser aus den Bergwerksstollen abzupumpen. Die Welten von Bergbau und Industrie schienen einfach nicht zusammen zu passen.

Aus heutiger Sicht liegt die Lösung des damaligen Problems natürlich auf der Hand: Wenn man schon das ganze Wasser aus den Stollen abpumpt, kann man es an der Oberfläche ja auch über Wasserräder laufen lassen, die dann die Energie für die Textilfabriken liefern. Aber da musste man eben erst mal drauf kommen. Danach ging alles wirklich sehr schnell – und die Bergbauregionen wie an der Ruhr oder in Oberschlesien entwickelten sich zu den wichtigsten Industriezentren des 19. Jahrhunderts.

Vermutlich haben wir heute in ähnlicher Weise ein Brett vorm Kopf wie unsere Vorfahren vor gut 200 Jahren. Und wieder geht es um die Energie. Wir würden das mit den regenerativen Energiequellen so gerne in noch viel größerem Stil nutzen, um Rohstoffe zu sparen und nachhaltiger zu wirtschaften. Aber es klappt einfach nicht, weil ja der Strom aus der Steckdose kommen muss, und da muss er eben erst mal hinkommen, und das kostet und dauert.

Die Menschen aus dem frühen 23. Jahrhundert werden sicherlich in ähnlicher Weise über unser Energieproblem lächeln wie wir über das Energieproblem des frühen Fabrik-Zeitalters. Für sie dürfte die Lösung völlig klar auf der Hand liegen. Und wenn wir sie erst einmal gefunden haben, werden wir uns auch fragen, warum da die ganze Zeit dieses Brett vorm Kopf war.

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



THE WHITE ANGEL

STYLISH APARTMENTS • IBIZA



AUFREGEND ANDERS

Stylish, modern und außergewöhnlich, so präsentiert sich das neue Lifestyle-Projekt in Ibiza Stadt – Gemacht für Menschen, die das Außergewöhnliche suchen. Exklusives Interiordesign und hochwertige Ausstattungen machen „The White Angel“ zum neuen „Place to be“ auf der Sonneninsel.

- Luxus-Apartments und Penthäuser mit großzügigen Terrassen
- Umfangreiches Servicekonzept
- Bezugsfertig ab Sommer 2014
- Kaufpreise ab € 328.000 zzgl. MwSt.
- Provisionsfreier Erwerb

Wir freuen uns auf Ihren Anruf oder Ihre E-Mail.

Engel & Völkers Resorts GmbH
Tel. +49-40-36 13 14 14 • whiteangel@engelvoelkers.com
www.engelvoelkers.com/whiteangel • Immobilienmakler

ENGEL & VÖLKERS
RESORTS



(K)EIN COACH FÜR ALLE FÄLLE

Auf dem Gipfel ist es einsam? Das war einmal. Immer mehr Führungskräfte kaufen in schwierigen Zeiten die Hilfe eines Profis ein – und lassen sich coachen. Doch sind die externen Berater ihr Geld tatsächlich wert?

Text: **Catrin Gesellensetter** Illustration: **Jasmin Nesch**

„Manch einer ertrinkt lieber, als dass er um Hilfe ruft.“ Dieser boshafte Spruch des deutschen Schriftstellers und Zeichners Wilhelm Busch passte bis vor Kurzem noch perfekt auf die allermeisten Firmenbosse in Deutschland. Die Idee, ein guter Manager oder eine gute Führungskraft sei nun einmal einsam und müsse sämtliche Probleme alleine bewältigen, gehörte zu den ungeschriebenen Regeln all jener, die es beruflich zu etwas gebracht hatten. Auch wenn die Folgen dieser Weltanschauung oft verheerend waren. „Oben ist die Luft eben dünn“, tröstete man sich dann, selbst wenn das bedeutete, dass einen der eigene Erfolg unglücklich oder gar krank machte.

Diese Zeiten sind vorbei. Von Zuständen wie in den USA, wo sich selbst gestandene Topmanager regelmäßig auf die Couch ihres Analytikers legen, um im Alltag besser zu bestehen, ist man in Deutschland zwar noch weit entfernt. Doch auch hier hat es sich herumgesprochen, dass es hilfreich sein kann, sich bei der täglichen Arbeit unterstützen zu lassen. Zum Beispiel durch einen Coach.

Eine aktuelle Studie der Philipps-Universität Marburg belegt: Die Nachfrage nach Coachings ist den vergangenen Jahren kontinuierlich gestiegen – und ein Ende des Trends ist nicht in Sicht. Im Gegenteil. Nicht nur in der Chefetage gehen Coaches inzwischen ein und aus; auch im mittleren Management und selbst auf der einfachen Mitarbeiterebene setzen Firmen inzwischen auf externe Hilfe.

Bachblüten und Samurai

In der Regel sind es jedoch noch immer die Führungskräfte, die in den Genuss eines umfassenden Coachings kommen. „Unsere Erfahrungen mit diesem Instrument sind durchweg positiv“, sagt Christoph Mallée, Leiter der Abteilung Geschäftskunden Süd bei der E.ON Hanse Vertriebs GmbH in Hamburg. Berührungspunkte mit den Coaches habe es nie gegeben. „Die meisten der Kollegen sind stolz, dass sie eine solche Chance erhalten.“

Per se eine erfreuliche Entwicklung. Es gibt nur ein Problem: Nicht überall, wo Coaching draufsteht, ist auch Coaching drin. In dem dynamisch wachsenden Markt tummeln sich – neben ausgewiesenen Experten – auch zahlreiche schwarze Schafe, die mit fragwürdigen Angeboten das große Geld machen wollen. Vom „Energetischen Coaching zur Befreiung und Transformation“ über Bachblüten-Coaching bis hin zur Dream Guidance (also Traumführung) gibt es kaum etwas, was es nicht gibt. Besonders Ausgebuffte bieten gar Coachings an, die „in altem Geheimwissen hawaiianischer Ureinwohner wurzeln und auf Erkenntnissen der Quantenphysik aufbauen“ – und werden gebucht.

„Das Bedürfnis nach Unsinn ist mitunter genauso groß wie das Bedürfnis nach seriösen Coaches“, so die Erfahrung von Christopher Rauen, Vorsitzender des Deutschen Bundesverbands Coaching. „Mitunter lassen sich Klienten sogar so absurde Dinge wie ein ‚Samurai-Coaching‘ verkaufen“, wundert sich der Experte. „Was man darunter verstehen kann, ist der Phantasie jedes Einzelnen überlassen.“

Warum können auf so einem wichtigen Markt so viele Scharlatane ihr Unwesen treiben?

Erlaubt ist, was gefällt

Rauen geht davon aus, dass in Deutschland derzeit etwa 35 000 bis 40 000 Anbieter um die Gunst von potenziellen Klienten buhlen. „Wirklich professionell ausgebildet sind davon wohl nur an die 8000.“ Woran aber liegt es, dass auf einem so wichtigen Markt so viele Scharlatane ihr Unwesen treiben können? Diese Frage entlockt seriösen Vertretern der Zunft meist ein tiefes Seufzen. Denn trotz intensiver Bemühungen seitens der Berufsvertreter gibt es bis heute keine verbindlich vorgeschriebene Qualifikation für Menschen, die als Coach ihr Geld verdienen wollen. Selbst was unter dem Begriff „Coaching“ selbst zu verstehen ist, wird nicht immer einheitlich definiert.

Vielfach wird „Coaching“ zum Beispiel synonym mit dem Wort „Training“ verwendet. Dabei unterscheiden sich die beiden Verfahren deutlich voneinander: Während es beim Training vor allem darum geht, dem Klienten ein bestimmtes Wissen zu vermitteln – etwa zehn Tipps zum Zeitmanagement –, verfolgt das Coaching einen ganz anderen, sehr viel individuelleren Ansatz. „Coaches sollen ihre Klienten, abhängig von deren Position und Funktion, dabei unterstützen, die Ursachen für schwierige Situationen zu erkennen, ihr Verhalten darauf einzustellen und sie dadurch besser zu meistern als bisher“, sagt Dietmar Baum, Gründer der Coaching-Agentur MPPPO. Diese Überzeugung spiegelt sich auch im Namen seines Unternehmens wieder. Die Abkürzung

WAS GUTE COACHES KÖNNEN SOLLTEN

Qualifikation

Um ein exzellenter Coach zu werden, braucht es eine exzellente Ausbildung, so viel ist klar. Verbindliche Maßstäbe, was man für diesen Beruf gelernt haben muss, gibt es aber nicht. Wer unsicher ist, sollte daher Referenzen einholen oder in Erfahrung bringen, ob die Kurse, die der Coach belegt hat, von einem Berufsverband anerkannt sind.

Spezialisierung

Damit das Coaching ein Erfolg werden kann, empfiehlt es sich, einen Fachmann zu Rate zu ziehen, der auf dem fraglichen Gebiet möglichst große Erfahrungen hat. Wer im mittleren Management arbeitet, für den steht oft der Umgang mit einzelnen Personen im Vordergrund, im oberen Management geht es hingegen eher um Fragen der Unternehmensführung. Dies sollte bei der Auswahl des Coaches beachtet werden.

Seriosität

Ein Coach ist kein Trainer. Deshalb sollten Interessenten immer dann aufhorchen, wenn ihnen von ihrem Gegenüber der ganz schnelle Erfolg versprochen wird. Denn beim Coaching geht es nicht darum, bestimmte Regeln zu erlernen, sondern die eigene Persönlichkeit besser kennenzulernen und Verhaltensmuster zu erlernen, die das Miteinander mit Kollegen und/oder Kunden verbessern. Ein solcher Prozess braucht Zeit, selbst wenn man mit ausgewiesenen Fachleuten arbeitet.

Arbeitsweise

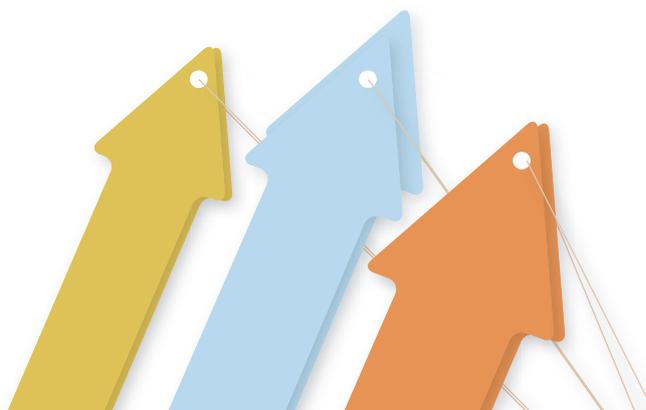
Auch wenn ein Coach Verständnis für die Nöte und Sorgen seines Gegenübers aufbringen sollte; die Stunden bei ihm sind keine Kuscheleinheiten. Experten, die ihren Job verstehen, stellen deshalb auch unbequeme Fragen, selbst wenn das im ersten Moment nicht besonders angenehm für den Klienten ist.

Seniorität

Das Alter allein ist zwar kein Kriterium für die Güte eines Coaches; die Erfahrung lehrt jedoch, dass gerade erfahrene Führungskräfte eher Vertrauen zu einem Gesprächspartner fassen, der in seinem Metier ähnlich erfolgreich bzw. erfahren ist wie sie selbst.

Chemie

Selbst ein ausgewiesener Experte kann kaum etwas bewirken, wenn er und sein Klient sich menschlich nicht verstehen. Idealerweise sollte der Coach daher die Möglichkeit anbieten, in einem (kostenlosen) Vorgespräch zu testen, ob er und sein Gegenüber eine gemeinsame Basis haben.





MPPO steht für „motivorientierte Persönlichkeits- und Prozessoptimierung“ – und genau so will Baum seine Coaching-Methode verstanden sehen.

„Zu wissen, wie ein Mensch sich verhält, reicht heute meist nicht mehr aus“, so der Experte. „Erst wenn wir erkennen, warum Menschen so handeln, wie sie handeln, können wir unsere und die Verhaltensweisen anderer richtig einschätzen und in unserem Beruf dauerhaft erfolgreich sein.“ Aus diesem Grund misst Baum am Anfang des Prozesses die Kommunikations- und Leistungsbereitschaft seines Klienten und stellt sie visuell dar. So werden die eigenen Antriebe für den Coachee anschaulich illustriert. Die Folge: „Wir können einen Plan mit ihm erarbeiten und die Leistung garantieren“, so Baum.

Gut Ding will Weile haben

Die Einsatzgebiete sind dabei vielfältig. Führungskräfte zum Beispiel haben häufig konkrete Fragen zur Mitarbeiterführung, Vertriebler hingegen suchen oft nach der optimalen Kundenkommunikation. „In der Regel behandeln Coach und Klient vor allem Probleme, die erst im Laufe des Berufslebens auftreten und die ihre Ursache zum einen in der Persönlichkeitsstruktur des Klienten, zum anderen in der seiner Mitmenschen haben“, so Experte Baum. Dem einen fehlt es im Team am nötigen Durchsetzungsvermögen, andere tun sich schwer, Entscheidungen zu treffen, und wieder andere haben mit unmotivierten Mitarbeitern zu kämpfen, die sich partout nicht aus der Reserve locken lassen.

Derartig komplexe Probleme lassen sich allerdings nicht von heute auf morgen lösen. Ein guter Coach begleitet seinen Klienten oft über Monate oder gar Jahre hinweg regelmäßig, meist in Einzelsitzungen. Bei Stundenpreisen zwischen 100 und 350 Euro (oder mehr) kein ganz billiges Vergnügen, das, damit es zum Erfolg führt, einer akribischen Vorbereitung bedarf.

Bei E.ON Hanse geht man daher mit sehr viel Bedacht vor, wenn man einem Mitarbeiter den Luxus eines (kostspieligen) Coachings angedeihen lässt. Das vielleicht wichtigste Kriterium ist dabei, dass der betreffende Kollege selbst den Wunsch hat, etwas zu verändern. Von „verordneten Coachings“ hingegen hält der Vertriebler Mallée nur wenig. „Wer nicht bereit ist, sich und sein Verhalten intensiv zu hinterfragen und auch an den eigenen Verhaltensmustern zu arbeiten, dem wird ein Coaching auch nichts bringen“, lautet seine Überzeugung.

Auch bei der Vorbereitung der Sitzungen überlässt man bei E.ON Hanse nichts dem Zufall. „Wichtig ist es uns vor allem, ein klares Ziel zu definieren“, so Mallée. „Ist das geschehen, sucht unsere Personalabteilung ein oder zwei Experten aus, die sich auf

derartige Problemstellungen spezialisiert haben. In einem dritten Schritt bringen wir dann den Coachee und seinen Berater zusammen. Stimmt die Chemie, beginnt das Coaching, wenn nicht, geht die Suche nach einem geeigneten Berater weiter.“

Nicht nur der gute Ruf entscheidet

Ein Auswahlprozess wie im Bilderbuch. Aber leider keine Selbstverständlichkeit. Denn oft haben die angehenden Coachees bereits Schwierigkeiten damit, ihre Probleme sowie die Erwartungen an den Coach klar zu formulieren. Genau das ist aber wichtig, um bei der Auswahl des Beraters die richtige Entscheidung zu treffen.

Und auch dem letzten Punkt, der persönlichen Beziehung zwischen Coach und Klienten, wird in der Praxis oft viel zu wenig Beachtung geschenkt. Gemäß der Parole „bekannt und bewährt“ beauftragt so manches Unternehmen über Jahre hinweg denselben Berater für alle zu coachenden Mitarbeiter. Ein fragwürdiges Verfahren. Denn: „Ein Coaching ist eine sehr persönliche Angelegenheit, in dem man eine Menge von sich preisgeben muss“, erläutert Verbandschef Rau. „Wenn Coach und Klient sich nicht verstehen, wird man daher keine guten Ergebnisse erzielen.“

Diese Aussage würde man – so oder so ähnlich – auch von einem verantwortungsvollen Psychotherapeuten hören. Dennoch legen die meisten Coaches sehr viel Wert darauf, dass ihre Arbeit nicht als „Light-Version einer Psychotherapie“ verstanden wird. „Der große Unterschied zwischen den beiden Verfahren: Coaching richtet sich an gesunde Personen und widmet sich überwiegend Problemen, die aus der konkreten beruflichen Situation entspringen“, erläutert Rau. Dass die sich nicht immer trennscharf von bestimmten privaten Problemen trennen lassen, sei zwar nicht zu leugnen. „Dennoch sollte der Dreh- und Angelpunkt eines Coachings stets der Beruf sein und der Coach daher auch über ein bestimmtes Business- und Branchenwissen verfügen.“

Wer es geschafft hat, einen solchen Experten ausfindig zu machen, hat dafür hervorragende Erfolgsaussichten. Ein Wundermittel sei das Coaching nicht, warnt Branchenkenner Baum. „Systematisch angewandt ist es aber ein hervorragendes Werkzeug, um die eigenen Fähigkeiten zu optimieren, Führungsanforderungen zu meistern oder mit stetig steigenden beruflichen Anforderungen zurechtzukommen.“

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

„80 Prozent der Mitarbeiter wollen keine Veränderung“

Clubmitglieder zum Thema Coaching von Mitarbeitern



ARIANE STOFF

BESTcoaching
Geschäftsführerin

Wenn Sie in Ihrem Unternehmen vor der Frage stehen, Coaching in Anspruch zu nehmen oder nicht, rate ich, Coaches für Themen, bei denen Sie alleine schon länger nicht weiterkommen, zu nutzen. Im Coaching geht die Entscheidungs- oder Lösungsfindung häufig deutlich schneller. Beim Coaching ist es wichtig, dass Sie ein gutes Gefühl dabei haben. Nur wenn Sie dem Coach vertrauen und auf einer Wellenlänge sind, ist es dem Coach möglich, Ihnen bei Ihren Veränderungsvorhaben eine gute Unterstützung und ein guter Wegbegleiter zu sein. Probieren Sie darum ruhig unterschiedliche Coaches aus, bis Sie Ihren gefunden haben – und sagen Sie das auch ganz offen beim ersten Termin.



PETER DUNKHORST

Big Five for Life Deutschland
Dr. Uwe Alschner e.K.
Unternehmensberater

Schon Konfuzius hat gesagt: „Wähle einen Beruf, den Du liebst, und Du wirst nie einen Tag in Deinem Leben arbeiten müssen.“ Dies gilt sicherlich für eine Reihe unserer Clubmitglieder. Aber gilt dieses auch für deren Kollegen und Mitarbeiter? Welche Entwicklung würde die Produktivität wohl nehmen, wenn sich alle am Sonntag schon freuen würden, dass sie am nächsten Morgen wieder zur Arbeit kommen dürfen? „I like Mondays!“ ist keine Utopie. Unser Konzept der BIG FIVE FOR LIFE beschreibt den konkreten Weg dorthin. Man beginnt mit einzelnen Bausteinen, die sich im Laufe der Zeit zu einer Gesamtlösung verbinden.



CHRISTIAN HAACK

Carsten Böhm
Unternehmensberatung
Geschäftsführer

Coaching hilft uns, neue Perspektiven einzunehmen! Wer kann es sich beruflich erlauben, nicht alle Perspektiven zu hinterfragen?



RALF SEIDEL

DETEGO GmbH & Co. KG
Geschäftsführer

Mein Coaching-Ansatz bzw. Coaching-Verständnis ist geprägt durch Empathie, Wertschätzung, Pragmatismus und viel eigener Lebenserfahrung in verschiedenen Führungs- und Projektrollen. Es geht mir darum, zusätzliche professionelle Handlungsmöglichkeiten gemeinsam herauszuarbeiten. Wenn es Input oder meine Einschätzung braucht, spreche ich Klartext. Detego bietet Coaching schwerpunktmäßig für mittlere Führungsebenen und Führungsnachwuchskräfte und Projektleiter größerer Projektvorhaben an.



UWE KERN

Aperus GmbH
Geschäftsführer

Unternehmensleitungen unterliegen oft der Fehlannahme, Veränderungen in ihrer Firma diktieren zu können. Sie ignorieren dabei die Angst und Unsicherheit ihrer Mitarbeiter – 80 Prozent wollen keine Veränderung! Ein guter Change-Coach richtet seinen Focus auf den emotionalen Prozess, in dem sich die Betroffenen unweigerlich befinden. Auf dieser Ebene wird entschieden, ob die Veränderung erfolgreich sein wird oder nicht. Er befähigt Geschäftsleitung und Führungskräfte zum konstruktiven Umgang mit Emotionen und Widerstand und zur Erzeugung von Veränderungsbereitschaft im Unternehmen.

KEINER VERSTEHT MICH.

Als Entscheider hat man manchmal das Gefühl, allein auf weiter Flur zu stehen. Gerade, wenn das Unternehmen in schwierigen Veränderungsprozessen oder sogar in einer Krisensituation steckt.

Stellwerk versetzt Unternehmer und Führungskräfte in die Lage, die richtigen kommunikativen Weichen zu stellen, wenn es darauf ankommt. Mit überzeugenden Methoden und persönlichem Coaching. Mit ganzheitlicher Betreuung und individuellem Meinungsaustausch. Mit klarem Kopf und pragmatischer Herangehensweise.



Ihr Ansprechpartner: Axel Kühn

Stellwerk Kommunikationsberatung GmbH, Strandweg 124, 24399 Arnis

Telefon: +49 (0)4642-924088 | Fax: +49 (0)4642-924086 | E-Mail: post@stellwerk.biz | Web: www.stellwerk.biz



Von wegen Siesta

Gild International, der neue Partner des Business Club Hamburg, will Plattform für die internationale Geschäftswelt in Barcelona sein – und sorgt damit in der Mittelmeermetropole für Aufsehen.

Der Gild International Club ist mitten in der City und dennoch im Grünen. Die Terrasse vor dem Eingang bietet die Möglichkeit, entspannte Gespräche beim Lunch im Freien zu führen.



Text: **Julia Macher**

Mitten im bürgerlichen Viertel Eixample, da wo Barcelona am großstädtischsten wirkt, stolpert der Besucher in ein fast dörfliches Idyll: ein Privatweg hinter einem schmiedeeisernen Tor, rechts und links schicke einstöckige Jugendstil-Bauten. In den Vorgärten blüht üppig die Bougainvillea, auf dem Kopfsteinpflaster räkelt sich eine Katze in der Morgensonne. Kaum zu glauben, dass der verkehrsumtoste Plaça Catalunya gerade einmal dreihundert Meter Luftlinie, der Prachtboulevard Passeig de Gràcia nur zwei Minuten zu Fuß entfernt liegt. In der Passatge Permanyer ist man mittendrin – und bleibt doch unter sich.

Dass Gild International ausgerechnet hier, im Haus mit der Nummer 5, einem neoromanischen Wohnhaus mit großen Bogenfenstern, Logis bezogen hat, ist für Marc Ambrock ein mehr als glücklicher Umstand: Es ist die ideale Lage zum Geschäftemachen. Und darum geht es den Mitgliedern von Barcelonas erstem internationalen Business Club. „Zum Geschäftemachen braucht man beides, Diskretion und Schnelligkeit, ergo kurze Wege“, sagt der Mitinhaber und führt durch das frisch renovierte Gebäude. „Und beides haben wir hier.“

Opulente Ohrensessel oder eine Raucher-Lounge mit Telefonverbot sucht man bei Gild International vergebens. Hier wird gearbeitet – und das soll man sehen. Die Räume sind in schlichtem Weiß gehalten und im besten Sinne funktional. Ausgestattet mit Screens, Highspeed-Internet und Audiosystemen taugen sie ebenso für Meetings, Videokonferenzen wie für Team-Schulungen. Im Zwischengeschoss stehen Laptop-Arbeitsplätze für Business-Nomaden; die Aula im Untergeschoss bietet Platz für Vorträge oder Produktpräsentationen. Kein Design-Chichi lenkt von der Konzentration auf das Wesentliche ab.

Wer ungestört plaudern will, zieht sich auf die Dachterrasse oder in den Vorgarten zurück. In den Wortfetzen, die von dort herüberwehen, mischt sich Englisch mit Spanisch und Russisch. Der 2008 gegründete Club will Plattform sein für die internationale Geschäftswelt, die bisher, so Ambrock, in Barcelona heimatlos war. Der Besucher staunt. Eine kosmopolitische Metropole und

Messestadt mit jahrhundertelanger Handelstradition ohne Anlaufstelle für Geschäftsleute von außerhalb? Marc Ambrock zeigt ein feines Lächeln. Die alteingesessenen Clubs der Stadt seien eher etwas für Mitglieder jenseits des aktiven Alters und stünden Ortsfremden ohne katalanischen Leumund nur bedingt offen. Und wer bei der Regionalregierung oder der Stadt anrufe, lande in der sprichwörtlichen Warteschleife. Nicht aus bösem Willen, versteht sich, sondern schlicht, weil passende Strukturen fehlten. „Ein ausländischer Investor kann sich aber nicht auf spanische Verhältnisse einstellen, wo alles doch sehr sachte und langsam vonstatten geht.“

Mit dem verwaltungstechnischen Hindernislauf in spanischen Behörden kennt Ambrock sich aus. Seit 2000 berät der Unternehmer, von Haus aus Inhaber einer Familienunternehmensgruppe für Malerei und Oberflächentechnik, Geschäftsleute beim Schritt ins Ausland. Die Entscheidung fürs Beratergeschäft mit Hauptsitz am Mittelmeer fiel aus Liebe zu seiner katalanischen Frau, die gerne in Barcelona leben wollte, und zur mediterranen Lebensart. „Julius Caesar wusste genau, warum er seine verdienten Legionäre hierher schickte“, lacht Ambrock und lässt sich mit einer Tasse Kaffee auf den Lounge-Möbeln auf der Dachterrasse nieder, vom nahen Meer weht eine milde Brise.

Das Klima und die Schönheit der Stadt: Vom Standortfaktor profitiert auch der Club. Denn der internationale Business-Jet Set fliegt gern mal schnell nach Barcelona zum Meeting, auch wenn es dort dann um Geschäfte in Kathmandu oder Novosibirsk geht. Das Hauptaugenmerk von Gild International liegt jedoch auf der Vermittlung von lokalen mit internationalen Kontakten. Das zehnköpfige Team ist international, Gäste begrüßt man gern in ihrer Muttersprache, ganz gleich ob rumänisch oder hindu. Die Mitglieder kommen aus allen Branchen, vom Bauunternehmer über Bankdirektoren bis zum Journalisten.

Grenzen überschreiten gehört zum Konzept, denn das erleichtert das Netzwerken. Und öffnet neue Chancen. So suchte beispielsweise ein chinesischer Geschäftsmann aus Schanghai über Gild International nach jungen katalanischen Mode-Desig- →



nen für seine sechzig Einkaufszentren – und wurde fündig. Katalanische Unternehmen erhalten in einer Vortragsreihe Einblick in den indischen Markt für Luxusgüter. Und für junge IT-Tüftler hat der Club ein Treffen mit dem britischen Investor und Management-Experten Oliver Rothschild und anderen Business Angels organisiert.

Solche Veranstaltungen seien in Spanien dringend notwendig, sagt Ambrock. „Die Älteren scheuen sich, die junge Generation ans Ruder zu lassen. Dabei sind sie doch diejenigen, die das Land eines Tages führen müssen.“ So viel Aufbruchstimmung, so viel Lust am Neuen ist selten geworden im Spanien der Wirtschaftskrise. Wer dem Club-Inhaber zuhört, versteht, warum mancher aus der eher konservativen katalanischen Geschäftswelt den Benjamin unter den Business Clubs erstaunt bis misstrauisch beäugt.

Doch bei aller Freude an der Innovation, in einem ist Gild International ganz der spanischen Tradition verhaftet: Den größten Platz im Clubhaus nimmt das Restaurant ein: ein klarer, in edlem Schiefer gehaltener offener Raum im Souterrain, mit einem vertikalen Garten im Hinterhof, für den Drink danach. „In Spanien werden Verhandlungen gerne am Esstisch geführt“, sagt Ambrock. „Uns war klar, dass wir deswegen einen Chefkoch mit einem gewissen Renommee einstellen müssen.“ Küchenchef Mariano Citterio, ein gebürtiger Argentinier, hat sieben Jahre das Design-Restaurant Jardinet de Gràcia geleitet. Jetzt kredenzt er seine frische, mediterrane Saisonküche der internationalen Klientel von Gild International. Eine Karte gibt es nicht. Zubereitet wird, was der Gemüsebauer, der Fischer, der Fleischer seines Vertrauens ihm täglich frisch anbietet. Keep it simple – das Leitmotiv des Clubs gilt auch für die Küche. Citterios Kreationen wie Melonensalat mit Blüten und Kräutern oder Seespinne mit Meerrettich und einer Creme aus geröstetem Gemüse haben das Restaurant inzwischen zum Geheimtipp unter Barcelonas Feinschmeckern gemacht. Und vor Warteschlangen wie in vielen anderen Gourmettempeln der Metropole schützt auch hier die Lage: Im Clubhaus in der Passatge Permanyer bleibt man unter sich.

Julia Macher lebt seit 2004 als freie Korrespondentin in Barcelona. Sie arbeitet für Medien wie Merian, Berliner Zeitung und Deutschlandradio, mit den Schwerpunkten Kultur, Gesellschaft und Reise.

Der Look ist modern: Egal, ob Restaurant oder Bar, das Interieur wirkt stylisch und funktionell.

Ein idealer Ort, um Geschäfte zu machen: Marc Ambrock, Mitinhaber des Gild International, auf der Terrasse des Clubs.

Gild International in Barcelona ist neuer Kooperationspartner des Business Club Hamburg.

Der Club Gild International in Barcelona bietet den Mitgliedern des Business Club Hamburg zahlreiche Services. Alle Räumlichkeiten (mit Highspeed-Internetanschluss, Leinwand, Audio-Equipment) stehen den BCH-Mitgliedern sowie ihren Gästen von Montag bis Freitag von 9.00 bis 21.00 Uhr zur Verfügung. Die Räume können auch für geschäftliche Veranstaltungen gemietet werden. Sofern Sie den Club in Barcelona besuchen möchten, wenden Sie sich bitte – wie bei allen Partnerclubs des Business Club Hamburg – an unser Veranstaltungsteam (040 42 10 70 01 42), das dies gern für Sie organisiert.

Gild International

Passatge Permanyer, 5
08009 Barcelona
E-Mail: info@gild-international.com
www.gild-international.com



PARTNER DES CLUBS

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

Havanna Lounge Bremen

www.havannalounge.de

Wirtschaftsclub Düsseldorf

www.wirtschaftsclubduesseldorf.de

Airport Club Frankfurt

www.airportclub.de

Rotonda Club Köln

www.rotonda.de

National Liberal Club London

www.nlc.org.uk

Club International Leipzig

www.club-international.de

Haute Zürich

www.haute.ch



EXZELLENZ IN SAUBERKEIT.

www.grg.de

 **GRG SERVICES**
GROUP



Angekommen in Hamburg. Von hier soll Rockys Weg auf die Theaterbühnen der Welt führen. Der Broadway in New York kann dann sein Zweitwohnsitz werden.

ROCKYS NEUE HEIMAT

*Der Film-Mythos kehrt in Hamburg auf die Weltbühne zurück:
als Musical. **SYLVESTER STALLONE** selbst gab seinen Segen
und stieg mit **WLADIMIR KLITSCHKO** als Co-Produzent ein.*



Text: **Uwe Prieser**

Wer hatte es zuerst gesagt? Das war egal, denn in dem Moment, als der eine es aussprach, war dem anderen so, als hätte er es selbst gesagt. „Rocky!“

Mehr als zwei Jahre ist es her. Johannes Mock-O'Hara, Geschäftsführer von „Stage Entertainment“ und „Entwicklungschef“ Michael Hildebrandt saßen in einem Hamburger Restaurant und gaben sich einer ihrer Lieblingsbeschäftigungen hin: Stoffe suchen für ein neues Musical. Man sitzt und speist und spinnst, und auf einmal ist eine Idee da: Rocky!

Großes Drama, große Liebe – großer Bühnenstoff! Aber als Musical? Ein singender Boxer? Nimmt uns das jemand ab? Die Idee wurde verworfen. Und kehrte zurück. Wurde abermals verworfen. Kehrte abermals zurück. Als wäre Rocky bereits zum Hausgeist geworden. „Stage Entertainment“ ist an der Kehrweidspitze zu Hause.

Doch die Idee gewann an Konkretheit: Man musste Sylvester Stallone dafür gewinnen. Ohne Stallone kein Rocky. Also vergiss es! Rockys neue Heimat am Spielbudenplatz – der Stallone denkt doch, die in Hamburg, die haben sie wohl nicht alle.

Was macht das schon? Leidenschaft schreit nach Taten. Für die Ratio ist dann immer noch Zeit. Doch es war reine Ratio, die zur ersten Tat führte: Stallone ist ein Film-Mensch. Ein Film-Mensch denkt in Bildern. Also machen wir ein Video. Einen Trailer, zusammengeschnitten aus dem Film „Rocky I“. Die Botschaft an Stallone war eindeutig: Rockys neue Heimat ist ein Musical.

Würde er das glauben? Es wurde ein Bewerbungsvideo von „Stage Entertainment“ an den Mann, der vor mehr als dreißig Jahren mit Rocky den Film-Mythos einer Generation geschaffen hatte.

Mock-O'Hara und Hildebrandt gehören selber dieser Generation an. Und noch einer, den sie gut kannten und der im Gegensatz zu ihnen mindestens so viel vom Boxen verstand wie Stallone. Den wollten sie vorher noch fragen, was er davon halte: Wladimir Klitschko.

„Wladimir guck dir das doch mal an? Vielleicht kannst du einen Kontakt zu ihm herstellen. Du kennst doch Sly.“ – Ah, wenn sie doch einmal auch so weit wären, dass sie Sylvester Stallone bei seinem Kurznamen „Sly“ nennen könnten...

Als der Schwergewichts-Weltmeister den Trailer sah, lebte seine eigene Vergangenheit in ihm auf. Er sagte: „Rocky war unser absoluter Held damals in der Ukraine. Wegen Rocky hat Vitali angefangen zu boxen, und ich später auch. So wie Rocky wollten wir einmal sein.“ Wladimir Klitschko buchte seinen für einen späteren Zeitpunkt reservierten Flug nach Los Angeles um. Anruf bei „Stage“: „Ich flieg schon morgen, und treffe Stallone.“

Gong! Die 1. Runde um Rockys Zukunft war gewonnen.

Für die nächste Runde mussten die beiden Geschäftsführer von „Stage“ selbst mit Sylvester Stallone in den Ring. Was sie dann von ihm zu hören bekamen, traf sie wie ein Knock-out. Buchstäblich, denn sie wurden augenblicklich ins Land der Träume beför-

dert. Träume, die plötzlich Wirklichkeit zu werden versprochen. Denn Sylvester Stallone hatte denselben Traum wie sie. Er sagte: „I always had the idea of Rocky as a Musical.“

Seit Jahren schon hatte Stallone versucht, diesen Stoff als Musical am Broadway unterzubringen. Vergeblich. Am Broadway muss man mit unendlich vielen Leuten reden, ehe man ein Projekt auf die Bühne bekommt: Produzenten, Bühnenbildner, Skript-Schreiber, Theater-Direktorien... Und jeder hat dabei seine eigenen Interessen. „Stage“ aber produziert alles aus einer Hand.

Gong! Die 2. Runde um Rockys Zukunft war gewonnen. Die Kehrweidspitze am Hamburger Hafen ist nicht der Wilshire



Ein starkes Team: Sylvester Stallone mit Vitali (links) und Wladimir Klitschko, sowie Michael Hildebrandt (2. v. li) und Johannes Mock-O'Hara von Stage Entertainment.

Boulevard von Hollywood oder der Broadway. Aber Leidenschaft ist überall Leidenschaft. „Und mit ihrer Leidenschaft für das Projekt haben sie Stallone überzeugt“, erzählt Senior PR Manager Holger Kersting. Stallone wurde Co-Produzent, ebenso Wladimir Klitschko.

Tony Meehan, dreifacher Gewinner des „Tony Award“ (der „Musical-Oscar“) schrieb das Skript. Stephen Flaherty und Lynn Ahrens, beide mehrfach für den „Tony Award“ und den „Oscar“ nominiert, schrieben die Musik. Alex Timbers, Star einer neuen Broadway-Generation, übernahm die Regie. Im April 2011 das erste Reading des Skripts mit Stallone im New Yorker Lincoln Center, gleich neben der „Met“. Es verlief so, dass man das 15-Millionen-Dollar-Projekt fortsetzte.

Ein halbes Jahr später: Rocky-Workshop am Brooklyn Lyzeum in New York. Singender Boxer, Boxen ohne Körperkontakt. Wie fühlt sich das auf der Bühne an? „Das Stück“, erzählt Kersting, „sollte da schon einmal rudimentär durchgespielt werden“. Aus „rudimentär durchgespielt“ wurde eine Explosion von Emotionen.

Die 3. Runde im Kampf um Rockys Zukunft brauchte keinen Schlussgong: Alle Zweifel waren K. o. Das war der Vorkampf.

Nur drei Wochen später begann der Hauptkampf. „Stage Entertainment“, Sylvester Stallone und Wladimir Klitschko gaben in Hamburg die Welturaufführung bekannt. Eine Stage-Mitarbeiterin, die gerade Ferien in Argentinien machte, hörte es am sel- →

Der Augenblick der Wahrheit kommt im Ring. Für Rocky und Apollo. Und ebenso für das Stück. Denn die Illusion vom Kampf muss eine fühlbare Wirklichkeit sein.



Wietske van Tongeren und Drew Sarich entdecken als Adrian und Rocky die Liebe und ihre Stärke. Als Musical-Stars sind sie längst keine Unbekannten mehr.



Der Augenblick der Entscheidung im Workshop vor knapp einem Jahr in New York. Es funktionierte: Rocky hatte als Musical seine Feuerprobe bestanden.

ben Tag dort im Radio. Kersting: „Da wussten wir, dass wir das Richtige machen.“

Rocky hatte nun seine neue Heimat. Wer aber war Rocky? Sylvester Stallone war es jedenfalls nicht. „Viele Leute denken, der Rocky auf der Bühne muss ein Ersatz sein für mich, aber das muss ein ganz anderer Rocky sein. Einer, der die Seele in Musik überträgt“, erklärte Stallone. Und eben das ist ihm nicht gegeben, so sehr er die Filmmusik und seine Songs auch liebte. Die Rocky-Hymne „Gonna Fly Now“, „Eye Of The Tiger“, „Take You Back“, geschrieben von seinem Bruder Frank. Am liebsten hätte er seine Filmmusik selbst geschrieben, hat er einmal gesagt. Doch seine Ohren seien leider „aus Stein“.

Über die sängerischen Qualitäten des Musical-Rocky sollten die Partner in Hamburg alleine entscheiden, doch wie Rocky aussehen und wirken musste, da wollte er mitreden. Als Stallone in Los Angeles auf einem Videofilm die von „Stage“ unter mehr als 1000 Bewerbern ausgesuchten Hauptdarsteller unter die Lupe nahm, befand sich Drew Sarich, 37, Tenor, geboren in St. Louis, Rocky in spe im „Eye of the Tiger“. Und überlebte es: „Drew“, erklärte Stallone, „hat genau den richtigen Rocky-Look!“

Einige Jahre zuvor hatte Sarich noch mopsige 120 Kilo auf die Bühne gebracht. Doch auch auf 80 Kilo abgespeckt und von Stallone akzeptiert, sah er noch nicht wie ein Boxer aus. Also unterwarf er sich dem ungewöhnlichsten Rollenstudium seiner Karriere: Tägliches Fitnesstraining mit Personal Trainer, Ernährungsplan, Muskelaufbautraining, Bodyforming – ein Programm, wie es die Action Stars von Hollywood durchlaufen.

Und dazu ein Intensivkurs im Boxen bei Wladimir Klitschko, der damit das Vorbereitungstraining auf seine Titelverteidigung gegen Tony Thompson auflockerte. Sandsack, Speedball, Gymnastik, Schattenboxen vor dem Spiegel und schließlich Klitschkos Grinsen: „Zieh dir mal die Handschuhe an und komm mit in den Ring.“ Zwei Runden Sparring gegen den Meister aller Klassen. „Hundert Euro für jeden Treffer, den du landen kannst“, sagt Klitschko. Zum ersten Mal ist Drew Sarich wirklich Rocky. Greift an, ist Rocky, Rocky, Rocky – aber als die zwei Runden vorbei sind, hat er trotzdem keinen 100-Euro-Schein verdient. Er bekommt etwas viel Besseres, das sogar Sylvester Stallones Stolz ge-

Aufwärtshaken und Hälften von Rindern. Auf der Bühne muss alles echt aussehen.

kitzelt hätte: Klitschkos Anerkennung. Er habe ganz schön aufpassen und schnell sein müssen, um seine hundert Euro zu behalten, bekannte der hinterher.

Rockys Gegner, der Weltmeister Apollo Creed, durchläuft derweil ein „Fitnessprogramm“ ganz anderer Art. Deutsch lernen im Eiltempo; und zwar so akzentfrei wie möglich. Terence Archie, alias Apollo, ist Amerikaner. Eigentlich war er nur für den Workshop in New York gebucht. Doch mit dem, was er dann auf der Bühne darstellte, hatte er Stallone und die Leute von „Stage“ glattweg umgehauen – und wurde sofort engagiert. Dazu hat er einen Körper, als könne er sofort mit Wladimir Klitschko in den Ring steigen – und nicht bloß zum Sparring.

Ende August war das Ensemble an der Kehrwiederspitze versammelt. Täglich geht Fight-Choreograph Steven Hoggett mit Rocky und Apollo die Aktionen und Positionen ihres Kampfes durch. Bei jedem Schlag müssen sie so zum Publikum stehen, dass



PREVIEW ROCKY – DAS MUSICAL

Die Mitglieder des Business Club Hamburg haben vor der Premiere die Möglichkeit, das Musical exklusiv bei einer Preview-Veranstaltung mit Sektempfang in einem separaten Bereich im Foyer zu erleben.

Montag 12. November 2012, 19 Uhr, Operettenhaus Hamburg. Die Veranstaltung ist exklusiv für Clubmitglieder, Kostenbeitrag ab 45,60 Euro pro Person (je nach Preiskategorie).



über Perspektive und Blickwinkel die Illusion vom Kampf zur fühlbaren Wirklichkeit wird.

Am Blut wird noch probiert, es wird wohl aus kleinen, in den Handschuhen verborgenen Kanülen oder Farbdepots fließen. Das Aufklatschen der Faust auf den Körper des Gegners besorgt der Sound-Designer manuell per Knopfdruck. Am Ende des Theatersaals arbeiten im Rücken des Publikums in ihren Kabinen die Lichtleute, die Ton-Leute, die Special-Effect-Leute unter Hochspannung. Denn mit Rockys Schicksal im Ring entscheidet sich auch der Erfolg des Musicals. Emotion braucht Authentizität. Alles muss echt aussehen.

Deshalb wurden für die berühmte Szene, in der Rocky beim Training im Schlachthaus Rinderhälften als Sandsack benutzt, eigene eine Rinderhälfte gekauft – und nach einem Abguss mehrfach nachmodelliert. Täuschend echt bis zu Fettfasern über dem Muskelfleisch. Wenn Rocky auf sie einschlägt, nehmen dank einer Flüssigkeitseinlage die um seine Fäuste gewickelten Bandagen die Farbe des Fleisches an.

Zum Höhepunkt des Dramas wird der drei Tonnen schwere, mit Elektronik gefüllte Boxring in Originalgröße von 6 x 6 Metern über einem Kran ins Publikum gezogen. Die Zuschauer der Parkettreihen 1 bis 6 räumen ihre Plätze, steigen auf die Bühne hinauf und besetzen als Komparsen gemeinsam mit den Darstellern der Show die soeben aus dem Bühnenboden emporgewachsenen Tribünen. Ein metaphorischer Szenenwechsel, in dem Rocky und sein Publikum in derselben Wirklichkeit miteinander verschmelzen: Rocky hat seine neue Heimat gefunden.

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

Strom ist seine Vision

MARTIN RICHARD KRISTEK, Geschäftsführer des Energieversorgers Care Energy, will mit seinem Unternehmen Strom verbrauchsnahe produzieren.



Martin Richard Kristek ist ein Unternehmer mit vielen kreativen Ideen.

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

Wenn man Marc März, den neuen Leiter der „Public Affairs“ im Unternehmen mk-Group, über seinen Chef sprechen lässt, fallen ihm eine Menge bemerkenswerter Adjektive ein. Eine kleine Auswahl: starke Ausstrahlung, nimmt seine Mitarbeiter mit, ist ein integrativer, sozialer Typ mit vielen Ideen. Klar, denkt man, wie soll der Kollege auch sonst über seinen neuen Boss reden. Doch es spricht vieles dafür, dass Martin Richard Kristek, 40, tatsächlich diese Eigenschaften besitzt. Eindrucksvoll ist jedenfalls, wie der Energiewirtschaftler insbesondere mit seiner Kernmarke „Care Energy“ seine Einfälle umsetzt.

In gerade einmal zehn Monaten hat er einen Außendienst mit 1700 Mitarbeitern aufgebaut, die in so kurzer Zeit bereits 50 000 Kunden betreuen. Er bietet etwa Privatkunden für 19,9 Cent pro Kilowattstunde Ökostrom an, so günstig wie keine andere Firma. Und um seine Vision vom enormen Potenzial der erneuerbaren Energien weiter voranzubringen, bietet er nicht nur Firmen, sondern nach Möglichkeit auch privaten Haushalten teilweise Solaranlagen oder Blockheizkraftwerke an – für den Kunden kostenfrei. Kristek will auf diese Weise die Voraussetzungen einer dezentralen Energie-Versorgung fördern.

Die individuellen Lösungen, welche die Übertragungsnetze weit weniger belasten, bringen nach seiner Ansicht mehr als das bislang von der Politik forcierte Denken in Netzstrukturen. Care Energy will den Strom verbrauchsnahe produzieren. Die Politik könne nur Impulse setzen, wichtiger sei aber auf Dauer, „dass Unternehmen und Bürger ethisch und umweltverträglich handeln“. Das sei eine Geisteshaltung, die aus der Debatte über Nachhaltigkeit und Wertevermittlung entstehe.

Ein weiterer wichtiger Aspekt in Kristeks Firma ist, dass man ohne jedes Fremdkapital auskommt. „Auf diese Weise bleibt der unternehmerische Spielraum für neue Ideen wirklich uneingeschränkt“, sagt der mk-Group-Chef. Und das ist besonders wichtig für Martin Richard Kristek, der sich schon von Kindesbeinen an für Energie und Umwelt interessiert hat. Inzwischen ist er längst zum energiepolitischen Visionär geworden.

Vor sieben Jahren betankte er seinen BMW mit Rapsöl. Die künftige Antriebsart für Autos werde, jedenfalls in den Ballungszentren, mit Strom geschehen, meint er. Er selbst fährt jetzt in der Stadt am liebsten mit einem Elektro-Roller oder mit einem Elektro-Auto, das er im Rahmen eines Kooperationsprojektes mit Schweden selbst entwickelt und gefertigt hat. „CARE 500“ heißt das Modell, das von einem Fiat 500 adaptiert ist. Auch die Firma besitzt ein paar Elektro-Dienstwagen. Und in Kürze wird die mk-Group im Billstedt-Center eine sogenannte „diskriminierungsfreie Ladestation“ in Betrieb nehmen. Das heißt übersetzt: eine Strom-Tankstelle für Autos.

Der Visionär, so viel lässt sich zudem sagen, ist ein klassisch hanseatischer Kaufmann. Das „Geschäftsklima, geprägt von einem respektvollen und vertrauensvollen Umgang der Kaufleute miteinander“, hat ihn vor neun Jahren „neben der weltoffenen, liberalen und lebendigen Metropole“ hierher gelockt. Das einzige, was Martin Richard Kristek von den hiesigen Unternehmern unterscheidet: Er ist Österreicher. Und die nehmen anders als viele

zurückhaltende Hanseaten auch gerne Ehrentitel an. Vor zwei Jahren wurde der zertifizierte Sachverständige für Energiewesen zum „Senator“ ernannt – wegen seiner Verdienste um die europäische Wirtschaft, denn er berät auch Regierungen vor allem in Osteuropa. 2011 erhielt er den „Europäischen Stern 1. Klasse in Gold“. Und schon 2003 wurde er zum Assoziierten Professor gekürt.

Da war er erst 31 Jahre alt, doch in Kristeks Leben geht vieles sehr schnell. Schon als 18-Jähriger gründete der Sohn eines Unternehmers seine erste eigene Firma. Bis heute gab es keinen jüngeren Inhaber eines Betriebes in seinem Heimatland.

In noch einem Punkt ist Martin Richard Kristek ein positives Beispiel: Er besitzt eine soziale Ader. Etwa eine Million Menschen haben in Deutschland Schwierigkeiten, ihre Strom- oder Gasrechnungen zu bezahlen, bei manch einem gibt es dann kein Licht oder keine Heizung mehr. Als erster Energieversorger bietet Care Energy deshalb einen Sozialtarif. Beispiel: Hat etwa ein Haushalt nur ein Monatseinkommen von 800 Euro, braucht dieser nur analog zum Prozentsatz, den ein Arbeitnehmerhaushalt bezahlt, einen Anteil von zehn Prozent, also 80 Euro zu zahlen. Natürlich, sagt auch der Unternehmer Kristek, seien Wachstum und Profit wichtig, „aber sie müssen sozial- und umweltverträglich, also nachhaltig erwirtschaftet werden“.

Ähnlich sieht er den Umgang mit seinen Mitarbeitern. Er achtet besonders darauf, dass ein gutes Betriebsklima herrscht und die Kollegen gern für die Firma arbeiten. Kristeks Philosophie ist nachvollziehbar: „Wer mit Sorgen oder schlechter Laune zur Arbeit geht, ist demotiviert und macht mehr Fehler.“

Was derzeit noch fehlt, ist ein neuer Firmensitz, der dem Wachstum der Gesellschaft entspricht. Selbstverständlich soll das Haus alles bieten, was ein modernes, energieeffizientes Bauwerk ausmacht. Also: Es wird eine eigenständige Versorgung unabhängig von anderen Netzen erhalten. „Nur wenn wir das selber leben, können wir unsere Position glaubhaft vertreten“, sagt Martin Richard Kristek, der beim Suchen nach dem Domizil hohe Maßstäbe anlegen will.

Sein neuer Mitarbeiter März, früher stellvertretender Geschäftsführer des Industrieverbandes Hamburg, fügt noch an: Care Energy wolle zwar etwas verkaufen, halte seine Kunden aber in den Beratungen über individuelle Lösungen grundsätzlich zum Sparen an. „Das“, sagt der Betriebswirtschaftler Marc März, „finde ich total faszinierend.“

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

KONTAKT

Care Energy
Dessauerstraße 2-4
Lagerhaus G
20457 Hamburg
Tel.: 040 41 43 14 85 80
office@care-energy.de
www.care-energy.de

Eine Spritze gegen das Wachsen

DR. JAN KLEEBERG wollte Jockey werden – doch dafür war er schon als junger Mann zu groß. Jetzt ist er Geschäftsführer bei der Trabrennbahn in Bahrenfeld und kann Beruf und Leidenschaft miteinander verbinden.



Jan Kleeberg liebt Pferde und den Rennsport. Der neue Geschäftsführer der Trabrennbahn hat eine Vision: Er will den Pferdesport in der Hansestadt wieder zu einem echten Ereignis machen.

EVENT
TIPP**EIN TAG AUF DER TRABRENNBAHN**

Dr. Jan Kleeberg lädt die Mitglieder des Business Club Hamburg exklusiv zu einem Tag auf der Trabrennbahn Bahrenfeld ein. Es gibt eine Führung über die Anlage, ein Wettguthaben von 5 Euro sowie ein Gespräch mit einem Insider der Szene. Umfangreiches Kinderprogramm und Kinderbetreuung.

**Samstag 15. September 2012, ab 14.30 Uhr,
Trabrennbahn Bahrenfeld, Luruper Chaussee 30.
Die Veranstaltung ist exklusiv für Clubmitglieder.
Kostenbeitrag von 30 Euro pro Person mit einem
Kind (inklusive rustikale Speisen & Getränke).**

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

Wer mit Jan Kleeberg über die Trabrennbahn in Bahrenfeld spaziert und ihm zuhört, wie er über das neue Geläuf spricht, über Pferde, Rennsport und die Zukunft dieser traditionsreichen Rennbahn, kommt nicht auf die Idee, dass er es mit einem Betriebswirtschaftler zu tun hat, der vor einigen Jahren noch mit der Vergabe der Werberechte auf Hamburger Grund beschäftigt war.

Wer sich mit dem Diplom-Kaufmann Dr. Kleeberg über Image-Analysen und Vermarktungskonzepte für Unternehmen unterhält, mit denen sich ein lahrender Gaul zu einem Zugpferd aufzäumen lässt, kommt nicht auf die Idee, dass ihm ein Pferdewirtschaftsmeister gegenübersteht, der am liebsten Jockey geworden wäre.

Als Jan Kleeberg vor einem halben Jahr die Geschäftsführung der Trabrennbahn in Bahrenfeld übernahm, waren seine beiden Leidenschaften wieder einmal miteinander verbunden: die für Pferde und die für Projektentwicklungen. „Die Trabrennbahn soll wieder eine Anlage von internationaler Bedeutung werden und die Hamburger begeistern.“

Das war sie einmal. Doch die großen Tage sind lange vorbei. Damals hatte die Traber-Legende Hänschen Frömming hier einen eigenen Stall und drehte auf der Bahn seine Runden. Gleich nebenan im Restaurant „Traberhof“ wurde das „Traberlied“ komponiert, das als Siegesmarsch auf den deutschen Rennbahnen berühmt geworden ist. Jahrzehnte vergingen.

„Daraus ist dann eine marode Anlage geworden, in die jetzt mehrere Millionen Euro investiert wurden“, erzählt Kleeberg. Ein neues Geläuf, sanierte Tribüne und ein Konzept, Trabrennen für das Publikum erlebbar zu machen. Life-Interviews aus dem Sulky mit den Trabrennfahrern übertragen auf eine fünfzig Quadratmeter große Videotafel, Busfahrten auf der Innenbahn der Rennbahn, so dicht am Renngeschehen, dass man den Erdboden unter den Pferdehufen fliegen sieht. Familienprogramme, Kinderspielplatz, Jazzkonzerte...

Am liebsten würde Jan Kleeberg selbst hinter einem Rennpferd im Sulky über das neue Geläuf dahinsausen. Mit Pferden ist er aufgewachsen. „Pferde und Reiten sind für mich eine tiefe Leidenschaft, seit ich laufen kann.“ Und obwohl er Trabrennen gefahren und Galopprennen geritten ist, seinen Jugendtraum von einer Karriere im Rennsattel musste er begraben. Mit 1,90 Metern ist er dafür einfach zu groß.

„Mein Vater war als Internist tätig. Als ich größer und größer wurde, habe ich immer zu ihm gesagt, er möge mir doch eine Spritze geben, damit ich nicht mehr wachse.“ Zwar teilte sein Vater mit ihm ein Pferd, einen Galopper, die Spritze aber gab er ihm nicht. „Was ich, wenn ich ehrlich bin, immer noch ein wenig bedauere.“

Jan Kleeberg schrieb gerade an seiner Doktorarbeit, als er von einem Lehrgang zum Pferdewirtschaftsmeister erfuhr. „Mensch, dachte ich, mach das. Vielleicht willst du das irgendwann mal ausüben, und dann hast du keine Zeit mehr dazu, diese Qualifikation zu erlangen.“ „Es schlug sein Herz / geschwind zu Pferde...“, so galoppierte er damals frei nach Goethe in eine mögliche Zukunft als Berufstrainer hinein. Wenn er wollte, könnte er jetzt richtige Rennpferde trainieren. An diesem Punkt angelangt, entringt sich ihm ein kleiner, froher Seufzer: „Das würde ich gerne irgendwann einmal tun.“

Als Jan Kleeberg 2004 seine Dissertation schrieb, konnte er nicht ahnen, dass er die dabei gewonnenen Erkenntnisse, auch wenn es damals um Galoppsport ging, acht Jahre später gebrauchen würde, um eine große Herausforderung zu bewältigen: die abgewirtschaftete und in Vergessenheit geratene Trabrennbahn in Bahrenfeld mit neuem Leben zu füllen und wieder im Bewusstsein der Stadt zu verankern. Der Titel seiner Doktorarbeit: „Galopprennbahnen als Freizeitstandorte in Großstädten“.

Im vergangenen Frühjahr ergab eine Befragung von Hamburgern, die in einem Umkreis von nur 20 Minuten Entfernung zur Rennbahn leben, dass 30 Prozent der Bewohner noch nie von der Trabrennbahn gehört hatten oder glaubten, es gäbe sie nicht mehr. „Nun müssen wir die Trabrennbahn wieder zurück in die Köpfe der Menschen bringen“, sagt Kleeberg.

Zur neuen Inszenierung des Trabersports kommt ein sportlich hochwertiges Programm: Im Oktober ein Grand Prix-Meeting mit dem Großen Preis von Deutschland, bei dem insgesamt 500 000 Euro an Geldpreisen ausgeschüttet werden. Dazu die Europameisterschaft der Trabrennfahrer im September.

Für Kleeberg bedeutet das: Sponsoren suchen, Kooperationspartner finden, Menschen überzeugen. „Das ist etwas, woraus ich immer viel Kraft ziehe, Begegnungen mit Menschen. Und wenn dann rund um die Menschen auch noch Pferde dabei sind, umso schöner!“

Mach mal!

OLE VALSGAARD ist Geschäftsführer von BoConcept am Fischmarkt. Der Däne hat seinen Store im alten Kaispeicher an der Elbe mit kreativen Ideen und perfektem Service zu einer der erfolgreichsten Filialen der Möbelkette gemacht.

Sitzprobe: Ole Valsgaard macht es sich in einem Stuhl in seinem Showroom gemütlich.

Text: **Achim Schneider**

Der Mann hat ein ansteckendes Lächeln. Er fühlt sich wohl in seinem Möbel-Store, direkt gegenüber dem stilwerk. Und das zeigt er auch. „Gibt es einen schöneren Platz, an dem man seinen Kunden diese Möbel präsentieren und verkaufen kann als hier am Fischmarkt?“, fragt Ole Valsgaard. Die Antwort darauf versteht sich von selbst. Vor elf Jahren hat er seinen BoConcept-Store an der Großen Elbstraße eröffnet. Mittlerweile ist sein Geschäft eines der erfolgreichsten von den 250 Filialen der Franchise-Kette.

Ole Valsgaard, 37 Jahre alt, wurde im dänischen Aalborg geboren. Mit 19 verließ er seine Heimat, weil er „die deutsche Sprache herausfordern wollte“. Der junge Däne hatte klare Vorstellungen – er wollte als Speditionskaufmann arbeiten. Indes: Er landete in der Möbelbranche. Landsmann Preben Poulsen lockte ihn in ein Möbelhaus nach Köln-Mülheim. Dort verkaufte der Branchenneuling Kiefern Möbel aus der Kelleretage – drei Monate später war er Filialleiter. „Verkaufen war immer mein Ding“, erklärt der Wahl-Hamburger seinen schnellen Aufstieg. Nach einem Abstecher in die dänische Heimat kehrte Ole Valsgaard nach Deutschland zurück und baute 1998 seinen ersten BoConcept-Store in Bonn auf. Das Franchise-System war für ihn perfekt. Er bekam eine „Tüte voll Geld“ und man sagte ihm: „Mach mal!“ Eine faszinierende Aufgabe für den jungen Unternehmer.

Die Möbel sind nordisch schlicht, aber exquisit im Design. Auf rund 1000 Quadratmetern bietet der Store im alten Kaispeicher Möbel und Accessoires. „Die Deutschen mögen die klaren Designlinien der Dänen“, sagt Valsgaard. Doch es gibt mehr Gründe, warum BoConcept am Fischmarkt ankommt. Viele Menschen besuchen den Store wegen der besonderen Atmosphäre. Sie nehmen in einem Sofa oder einem Sessel Platz, trinken einen Kaffee oder eine Bionade aufs Haus und lassen es sich gut gehen. Kaufen wollen sie meist nichts. Das stört Ole Valsgaard nicht. Im Gegenteil: „Ich will, dass die Leute sich bei uns wohlfühlen“, so seine Philosophie. „Irgendwann kommen diese Leute wieder und dann kaufen sie auch etwas.“



Die große Herausforderung sieht Valsgaard darin, den Leuten seine Möbel zu präsentieren, ihre Wünsche zu analysieren und ihnen das Richtige zu verkaufen. Dafür bietet er eine kostenlose Beratung zu Hause an: „Unsere Mitarbeiter entwickeln vor Ort mit dem Kunden das neue Möbelkonzept. Anschließend werden sie in den Store eingeladen und können das fertige Wohnzimmer in 3D-Bildern betrachten.“ Ein Service, den zunehmend mehr Leute genießen. „Wenn die Leute an Möbel denken, sollen sie zu uns kommen“, sagt Ole Valsgaard. Und lächelt.

KONTAKT

BoConcept am Fischmarkt
Große Elbstraße 39 –
gegenüber stilwerk
22767 Hamburg
Tel: 040 38 08 76-0
hamburg@boconcept.de
www.boconcept.de

BARRACUDA SECURITY SERVICE

Sicher eine gute Lösung



Mitmachen
und ein iPad gewinnen!
[http://barracuda-security-services.
intelligent-solution.de](http://barracuda-security-services.intelligent-solution.de)

30 Tage testen!

Fordern Sie jetzt Ihr kostenloses
Testgerät an.

Bei Anforderung bitte den
Aktionscode „BCH Barracuda“
angeben.



Sind Ihre Daten sicher?

Eine solide Datensicherung und die Möglichkeit, verlorene Daten wiederherzustellen, sind für Unternehmen von existenzieller Bedeutung. Mit einer Kombination aus einer Rechenzentrumslösung (Private Cloud) und dem Barracuda Backup Service stellen wir sicher, dass Ihre Daten von jedem Computer und von jedem Speicherplatz in Ihrem Netzwerk zuverlässig und schnell gesichert und wiederhergestellt werden können.

- Automatische Backups
- Network File System Support
- Windows File System Support
- Exchange Support
- Microsoft SQL Server Support
- Schnelle Datenwiederherstellung
- Einhaltung von gesetzlichen Sicherheitsvorschriften



Wohin mit Ihren Mails?

Mit dem Barracuda Message Archiver stellen wir Ihnen eine umfassende und kostengünstige Archivierungslösung bereit, mit der Sie effizient sämtliche E-Mails indizieren und aufbewahren, die Betriebsleistung steigern und auch die behördlichen Compliance-Anforderungen erfüllen können.

- Indiziert und sichert die gesamte E-Mail Kommunikation
- Mailbox Verwaltung durch E-Mail Stubbing
- Adressiert Compliance-Vorgaben
- Keine Gebühren pro Benutzer



KONTAKT: IS Intelligent Solution GmbH | Trittauer Amtsweg 25 |
22179 Hamburg | Tel.: +49 (40) 20 93 112-0 | Fax: +49 (40) 20 93 112-99 |
Mail: mail@intelligent-solution.de | Web: www.intelligent-solution.de

RUFEN SIE UNS AN:
HOTLINE: 040 20 93 112-0



Schnell in der Spur

*Sie war eine erfolgreiche Sprinterin. Jetzt ist **SANDRA REHDER** Unternehmerin und führt die Design-Schmiede „loved“ in die Erfolgsspur.*

Erfolgreiche Sportlerin und Geschäftsfrau: Sandra Rehder ist Chefin der Designagentur loved.

Text: **Achim Schneider**

Tempo spielte in ihrem Leben schon früh eine Rolle. Mit 14 Jahren begann Sandra Rehder das Laufen auf der Stadionrunde – 100, 200 und 400 Meter zuerst. Am Ende entschied sie sich für die 400 Meter und wurde in dieser Disziplin eine der besten in Deutschland. Eine Strecke, auf der man sich richtig durchbeißen muss. Das, so stellte sich heraus, ist eine große Stärke der Hamburgerin. Als sie nach dem Abitur für ein Jahr als Au-Pair-Mädchen nach Houston/Texas ging, wollte sie eine Jungen-Baseballmannschaft trainieren. Doch um von den Jungen akzeptiert zu werden, musste sie einen Wettlauf gegen den Besten machen. „Ich habe gewonnen und durfte die Mannschaft trainieren“, sagt sie. Ihr Team belegte Platz zwei in der Liga!

Auch im Berufsleben lief alles schnell, wie auf der Tartanbahn. Studium Kommunikations- und Grafikdesign, Ausbildung zur Werbekauffrau – anschließend Job in einer Werbeagentur. „Dann kam ein Anruf aus London von Springer & Jacobi“, erinnert sich Sandra Rehder. Die Chance, in einem großen Unternehmen etwas zu erreichen. Mit dem Biss und dem Tempo einer Sprinterin setzte sich die junge Deutsche in der Fremde durch. Sie betreute den Großkunden Mercedes und verwaltete den weltweiten Literaturetat der Marke. Vier Jahre später übernahm Sandra Rehder die Geschäftsführung und mit 32 Jahren wurde sie in den Vorstand von Springer & Jacobi berufen.

Vor fünf Jahren kam die erfolgreiche Geschäftsfrau zurück in die Heimat. Gemeinsam mit Kreativchefin Mieke Haase und Tim

Belser gründete Sandra Rehder die Designagentur loved, eine 70-prozentige Tochter von Kempertrautmann. „Gestartet sind wir mit neun Mitarbeitern im Hinterhof in Othmarschen“, erinnert sie sich. Heute arbeiten rund 40 Leute für die Design-Schmiede. „Wir gestalten Inhalte. Wir kümmern uns persönlich um die Kunden, sind schnell. Bei uns sind die Wege kurz“, erklärt Sandra Rehder. Sie und ihr Team haben eine einleuchtende Philosophie: Wenn man liebt, was man tut, tut man es gut. „Das kann jeder Kunde nachvollziehen“, sagt die Gesellschafterin, die für den Bereich Beratung, Konzeption und Strategie verantwortlich ist.

Wenn die erfolgreiche Agenturchefin einmal nicht über Corporate Publishing, interessanten Projekten oder Konzepten für Ihre Kunden brütet, dann packt sie ihre Sachen und reist in ferne Länder. Zudem hat sie eine neue Leidenschaft entdeckt: Seit zwei Jahren macht Sandra Rehder eine Ausbildung zur Sommelière.

KONTAKT

loved GmbH
Brandstwierte 46
20457 Hamburg
Tel: 040 800 04 86-20
sr@loved.de
www.loved.de

DIE HEIZUNG DER ZUKUNFT IST EIN LichtBlick!

www.lichtblick.de

Der Hamburger Energieversorger bietet Immobilienbesitzern ein ZuhauseKraftwerk für innovative und zuverlässige Wärmeversorgung.

Der unabhängige Energieanbieter LichtBlick vertreibt und betreibt seit 2010 intelligent gesteuerte ZuhauseKraftwerke von Volkswagen. Das ZuhauseKraftwerk ist eine intelligent gesteuerte Heizung, die auf Basis der Kraft-Wärme-Kopplung gleichzeitig Wärme und Strom produziert. Die Wärme wird in Pufferspeichern zwischengespeichert, wo sie dem Kunden in dessen Gebäude das ZuhauseKraftwerk installiert wurde, jederzeit zum Heizen und für Warmwasser zur Verfügung steht. Die Wärmeversorgung ist so jederzeit garantiert und wird vorrangig bedient. Den Strom speist der Hamburger Energieversorger komplett ins öffentliche Netz.

Die ZuhauseKraftwerke werden von LichtBlick per Mobilfunk oder alternativ per DSL intelligent

gesteuert; das heißt die Anlagen werden dann angeworfen, wenn der Kunde Wärme benötigt und die Nachfrage nach Strom im Netz hoch ist.

LichtBlick bietet Immobilienbesitzern mit dem ZuhauseKraftwerk eine innovative und zuverlässige Wärmeversorgung an. Das Keller-Kraftwerk eignet sich für Immobilienbesitzer mit einem Wärmebedarf ab 40.000 Kilowattstunden Gas/Jahr (bzw. 5.000 l Öl/Jahr).

Neben niedrigen Investitions- und Betriebskosten profitieren die Kunden von einem umfassenden Servicepaket. Denn LichtBlick übernimmt Einbau, Betrieb und Wartung des ZuhauseKraftwerks.

Der Immobilienbesitzer kann, obwohl er nicht der Betreiber der Anlage ist, die planerischen und wirtschaftlichen Vorteile der VW-Technik nutzen. ZuhauseKraftwerke haben einen deutlich besseren Primärenergiefaktor ($\approx 0,5$) als zum Beispiel Gasthermen und viele Fernwärmeanschlüsse, darüber hinaus reduzieren sie die Heizkosten um bis zu 20 Prozent. In Hamburg, Berlin, Bremen, Stuttgart, Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen hat LichtBlick bisher 500 ZuhauseKraftwerke installiert. Wöchentlich kommen bis zu zehn Anlagen hinzu.

Ihre Vorteile:

Niedrige Heizkosten. Sie profitieren von bis zu 20% geringeren Heizkosten durch einen fairen und transparenten Wärmepreis.

Geringe Investitionskosten. Da LichtBlick Eigentümer des ZuhauseKraftwerks bleibt, fallen für Sie nur geringe Investitionskosten an.

Mehr Service. LichtBlick übernimmt für Sie Einbau, Wartung und Betrieb des ZuhauseKraftwerks. Ohne zusätzliche Kosten für Sie.

Weniger CO₂-Ausstoß. Dank einem Primärenergiefaktor von $\approx 0,5$ und 60% CO₂-Reduktion erfüllen Sie gesetzliche Vorgaben überdurchschnittlich gut.

Hohe Qualität. Das ZuhauseKraftwerk wird von unserem Partner Volkswagen exklusiv für LichtBlick gefertigt.



EnEV-Joker: Ihr Vorteil ist unser Primärenergiefaktor von $\approx 0,5$ zum Preis einer Gastherme. Sprechen Sie mich an!

Michael Groß

Leiter Key Account Management

LichtBlick AG

Zirkusweg 6
20359 Hamburg

Tel.: 040/6360-1901

Fax: 040/6360-2119

michael.gross@lichtblick.de

www.lichtblick.de

LichtBlick
die Zukunft der Energie



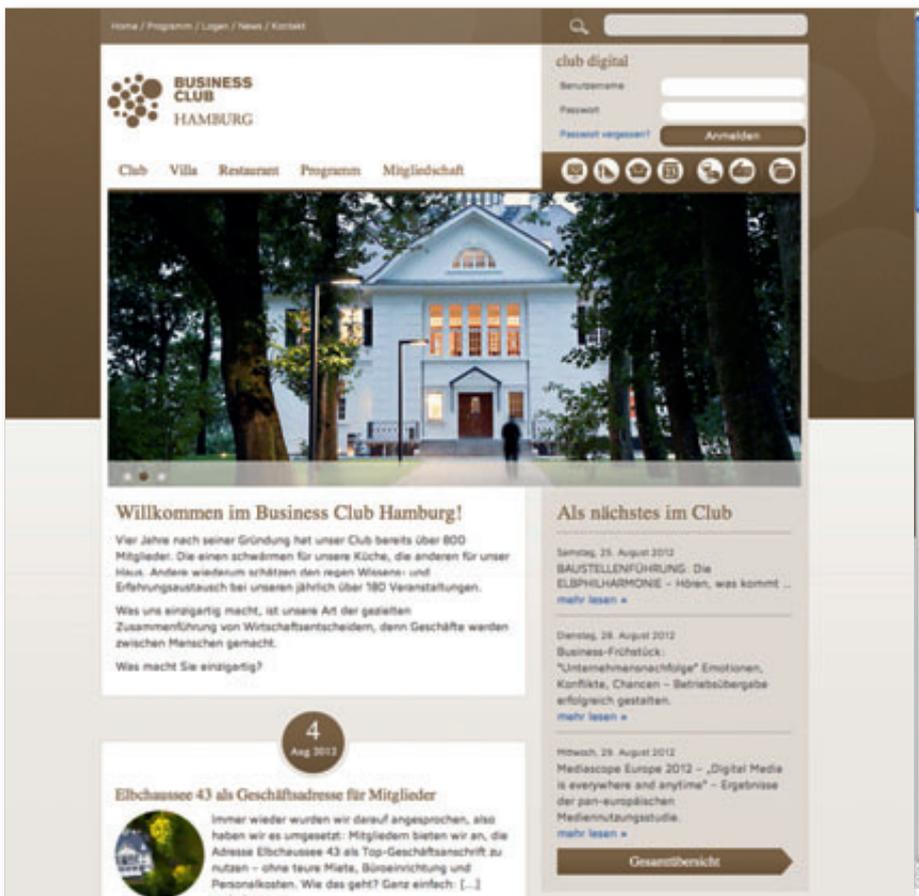
EINFACH & FRISCH: ALLES NEU IM NETZ

Der Internetauftritt des **BUSINESS CLUB HAMBURG** hat ein neues Gesicht. Die Optik ist frisch und übersichtlich geworden, das Handling funktionell. Und es gibt viele neue Funktionen, die das Netzwerken leichter machen.

Text: **Achim Schneider**

Mit Erscheinen dieser club!-Ausgabe fällt der Startschuss für den neuen Internetauftritt des Business Club Hamburg. Das Motto lautet: Alles neu im Netz. Die komplett erneuerte Website bietet den Mitgliedern viele Neuigkeiten, die die Annehmlichkeiten des Clublebens schnell greifbar machen und weiter verbessern. Die Highlights: Mitglieder können von überall mit Laptop, iPad oder Smartphone eine Loge buchen – einfach aussuchen, Belegplan anschauen und eine freie Zeit auswählen. Der Mitgliederbereich „club digital“ ist zu einer umfangreichen Kommunikationsplattform gewachsen. Es gibt eine Pinnwand zum

Austausch mit anderen Mitgliedern, eine komfortable Suchfunktion, den Veranstaltungskalender, bei dem Sie sich direkt anmelden können. Sie haben einen Überblick über alle Events, an denen Sie teilnehmen möchten und Sie können jederzeit sehen, welches Mitglied sich bereits angemeldet hat. Unter dem Button „Mitglieder“ sehen Sie alle Clubmitglieder. Des Weiteren gibt es ausführliche Informationen zum Business Club Hamburg, der Villa im Heinepark, zum Restaurant, den Veranstaltungsprogrammen und der Mitgliedschaft.

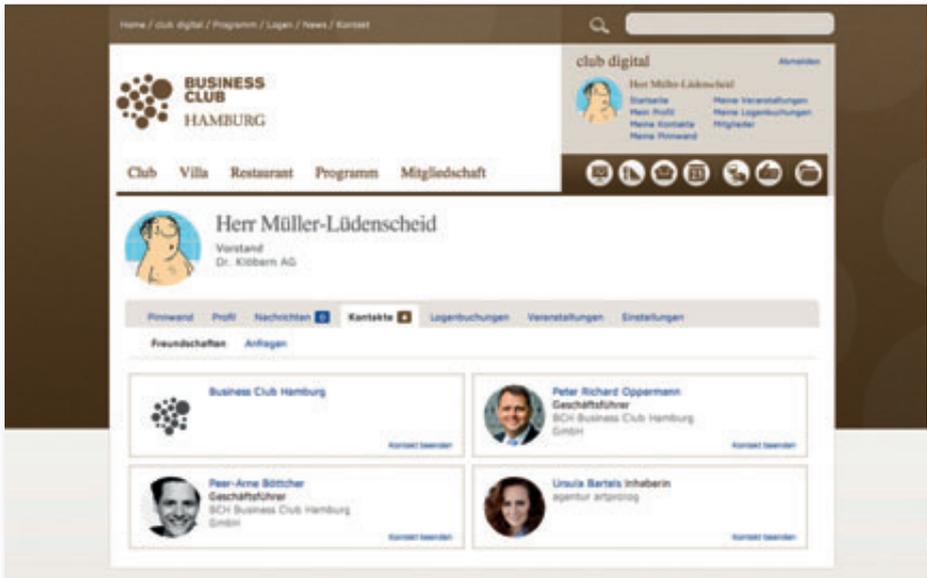


Einfache Navigation

Die neuen Buttons mit selbsterklärenden Piktogrammen dienen zur Übersichtlichkeit und einfachen Navigation. Sie befinden sich auf jeder Seite. Durch Anklicken gelangen Sie direkt zur gewünschten Funktion.

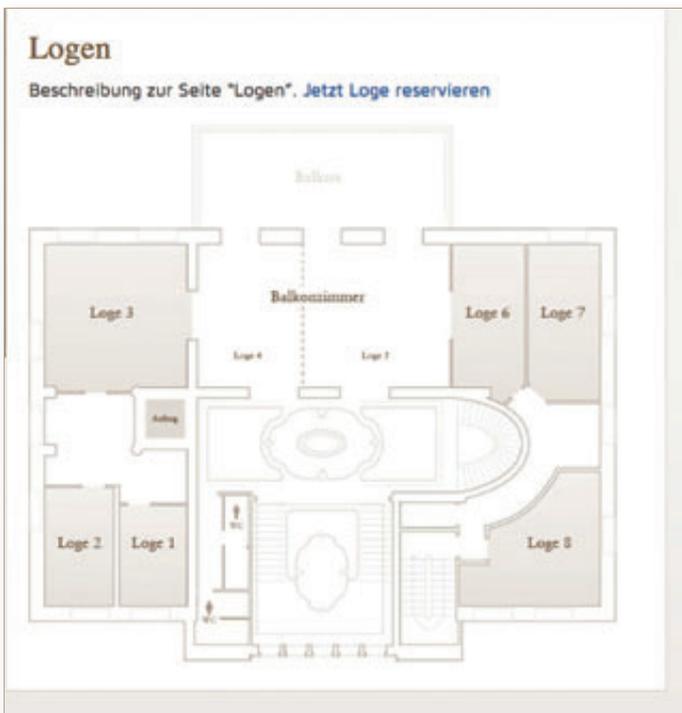
Übersichtliche Homepage

Das frische Erscheinungsbild sorgt für „Durchblick“. Alle Untermenüs sind von hier erreichbar. Neben Begrüßung und News auf der linken Seite, gibt es oben rechts das Herzstück, den „club digital“. Dieser Bereich bietet umfangreiche Möglichkeiten zur Kommunikation mit den Mitgliedern. Darunter befinden sich die aktuellen Veranstaltungshinweise.



club digital

Das Menü, mit dem Sie perfekt netzwerken können. Nach Eingabe von Benutzername und Passwort landen Sie auf der Startseite von club digital. Hier sehen Sie sofort die neuen Mitglieder und Aktivitäten Ihrer Kontakte. Neu ist die „Pinwand“, auf der, wie bei Facebook, Beiträge gepostet werden können. Weitere Menüpunkte: Mein Profil, Kontakte, Veranstaltungen, Logenbuchungen, Mitgliedersuche.

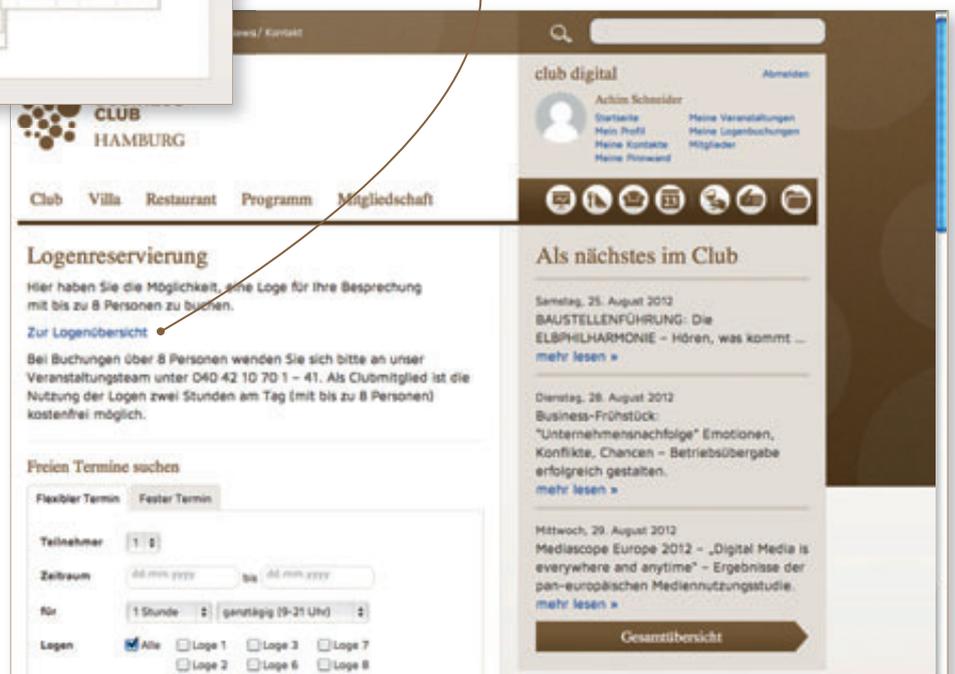


Logenplan

Wenn Sie im Menü Logenreservierung auf „Zur Logenübersicht“ klicken, öffnet sich der Plan mit den Räumen, die online reserviert werden können. Zeigt der Cursor auf eine Loge, vergrößert sie sich und die Größe des Raumes wird gezeigt. Mit einem weiteren Klick finden Sie Bilder und alle Informationen zur Ausstattung des Raumes sowie einen Link zur direkten Buchung.

Logenreservierung

Ein Highlight des neuen Internetauftritts. Sie können jederzeit online eine Loge für bis zu acht Personen buchen. Einfach die Maske mit gewünschten Daten und Fakten ausfüllen und auf den „Loge suchen“-Button klicken. Es erscheinen die freien Reservierungstermine. Sie brauchen nur noch Ihre Reservierung bestätigen.



SO PROFITIEREN SIE VOM BUSINESS CLUB HAMBURG

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



GASTRONOMIE

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

WOCHENENDE

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

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

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

PARTNER

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



RAUMANGEBOT

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

PROGRAMM

- mehr als 150 Veranstaltungen im Jahr aus den Bereichen Kultur, Politik und Wirtschaft
- Kultur: Konzerte, Ausstellungen, Charity, Kulinarik
- Politik: „Tacheles“ mit Spitzenpolitikern
- Wirtschaft: Vorträge, Podiumsdiskussionen, Exkursionen, Business Matching
- Networking: „Open Club“ – jeden ersten Donnerstag ab 19 Uhr treffen sich Mitglieder, Gäste und Interessierte im Club
- außerdem: Golf-Matchplay, Speedsailing, Ausfahrten

KONTAKTE

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

WER WIR SIND

- Wir sind ein privater Business Club moderner Prägung. 2008 in der Handelskammer Hamburg gegründet, sitzen wir seit November 2009 in der Villa im Heine-Park an der Elbchaussee 43.
- Der Club hat aktuell mehr als 800 Mitglieder. Diese kommen aus zehn Clustern mit 78 Branchen. Die heterogene Zusammensetzung ist eine große Stärke unseres Clubs.

WAS WIR BIETEN

- Unseren Mitgliedern sichern wir drei Kernleistungen zu. Diese sollen – neben den vielen persönlichen Annehmlichkeiten des Clublebens – auch einen wirtschaftlichen Nutzen und Mehrwert der Clubmitgliedschaft ermöglichen:
- Nutzung der clubeigenen Räumlichkeiten und Konferenztechnik
- abwechslungsreiches Veranstaltungsangebot für den Erfahrungsaustausch
- gezielte Kontaktvermittlung zu anderen Mitgliedern durch unser Mitgliedermanagement

PHILOSOPHIE

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

MITGLIEDSCHAFT

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

MITGLIEDER

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

EINLADUNG

Lassen Sie uns gemeinsam über Ihren Nutzen und Mehrwert einer Mitgliedschaft sprechen. Vereinbaren Sie einen persönlichen Termin bei uns im Club unter: Telefon +49 40 42 10 70 10 Internet: www.bch.de



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

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

artprolog: die schönste
Beziehung zum Design.

artprolog®

perfekt . präzise . schnell

Members for Members

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

BoConcept®

Dänisches Design am Fischmarkt. Wo sonst.

BoConcept am Fischmarkt
Große Elbstraße 39
22767 Hamburg
www.boconcept.de

Members-Vorteil: 5 % Rabatt auf alle Produkte von BoConcept am Fischmarkt sowie kostenlose Home-Beratung ab 1000 Euro Einkaufswert. Bitte direkt Ole Valsgaard anrufen: 0171 8 66 82 36.

databyte

first business source

databyte GmbH
Seelandstr. 14-16
23569 Lübeck
www.databyte.de

Members-Vorteil: Einen Monat kostenlos und ohne Vertragsbindung auf über 50 Mio. Detailinformationen für Akquise und Recherche zugreifen. Bitte direkt Herrn Joachim Mangold anrufen: 0176 10 43 21 14.

GRAND ELYSEE HAMBURG

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

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

GOLF LOUNGE

DIE DRIVING RANGE AN DEN ELBBRÜCKEN

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

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



MERIDIAN SPA

Fitness. Wellness. Bodycare.

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

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

NOVUM group

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

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

PRESSMATRIX

Digital Publishing. Done simple. Done right.

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

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

SCHLOSS LÜDERSBURG

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

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

STARCAR

Autovermietung

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

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

Röster bei der Arbeit: Die rohen Bohnen werden bei einer Temperatur von 180 bis 230 Grad geröstet. Danach dauert es bis zu 72 Stunden, bis sie ihren vollen Geschmack erreicht haben.



BESTE BOHNEN

Es muss nicht ständig Latte Macchiato oder Espresso sein. Die Deutschen haben wieder Lust auf puren Kaffeegenuss. Auch deshalb entstehen in der Hansestadt immer mehr kleine, aber feine Röstereien.

Text: **Gisela Reiners**

Jean Paul hat es gesagt: „Außer der Philosophie weiß ich kein so gutes Treibmittel des Gehirns als höchstens Schach und Kaffee.“ Von dieser Erkenntnis leben Hamburger Kaffeehändler recht gut und das schon seit Beginn des 17. Jahrhunderts. Damals wurde der erste Kaffee angelandet, aus dem dieses köstlich duftende, aromatische, Geist wie Körper belebende Getränk hergestellt wird, das die Welt immer noch begeistert. Mittlerweile haben die Bohnen Hamburg zur Drehscheibe des Kaffeehandels in Europa gemacht. Für Reeder und Röster, Händler und Makler, Lagerhalter und Packer ist Kaffee Gegenstand ihrer Geschäfte, zum Teil schon seit Generationen.

In Hamburg entstanden große Marken. Geniale Köpfe wie Max Herz erfanden Tchibo, Eduard Schopf gründete Eduscho zwar in Bremen, doch gehört die Marke heute zu Tchibo. Bernhard Rothfos mischte die Branche auf durch neuartige Lagerhaltung und Veredlung, und J. J. Darbovens Idee Kaffee war ebenfalls eine großartige Innovation. Er nahm den Frauen das mühselige Rosten in schweren Pfannen ab und füllte den Kaffee fertig abgewogen in Tüten.

Auch Anfang der 90er Jahre war Darboven Vorreiter: Als eine der Ersten bot die Firma fair gehandelten Kaffee deutschlandweit an. Dabei geht es um die Unterstützung von Kleinbauern vor allem in Lateinamerika, deren Erzeugnisse zu fairen Preisen gekauft werden, um ihnen einen angemessenen Lebensstandard zu ermöglichen. „Soziale und ökologische Verantwortung ist ein wichtiger Bestandteil unserer Unternehmensphilosophie“, sagt dazu Firmenchef Albert Darboven, in Hamburg auch gern als „Kaffeekönig“ titulierte. „Schon seit 1993 bieten wir mit Café Intención fair gehandelten Kaffee an. Ein eisiger Wind von Seiten der Industrie wehte uns damals entgegen. Doch wir waren von

Anfang an voller Leidenschaft und Überzeugung dabei. Heute haben wir ein großes Sortiment an fair gehandelten Produkten und bauen es stetig aus.“ Da versteht es sich fast von selbst, dass der Business Club Hamburg Café Intención ausschenkt. Kaffee ist der Deutschen liebstes Getränk, noch vor Bier und Wasser. Rund 150 Liter schütten sie jährlich in sich hinein, zu Hause, im Büro, unterwegs und gern auch „to go“. Um die Menge

Kaffee ist in Deutschland das beliebteste Getränk: Jeder Deutsche trinkt rund 150 Liter pro Jahr.

herzustellen, kaufen sie 6,5 Kilo pro Jahr, werden allerdings von den Finnen, den Weltmeistern im Kaffeetrinken, mit elf Kilo klar geschlagen. Obwohl Tee deutlich an Beliebtheit gewinnt, schlürfen die Deutschen davon nur etwa 26 Liter pro Jahr.

Durch das Verpacken von gerösteten Bohnen oder gemahlenem Kaffee in aromasichere Tüten verschwanden allmählich all die kleinen Röstereien, von denen es früher in jeder Einkaufsstraße mindestens eine gab. Anfang der 60er Jahre soll es noch etwa 300 in Hamburg gegeben haben. Eine trotzte wie die tapferen Gallier der Entwicklung: Die Rösterei Burg am Eppendorfer Weg. Jens Burg führt das Geschäft nun schon in vierter Generation und hat seinem Laden inzwischen ein hübsches →

Die hellen Kaffeebohnen werden in Säcken angeliefert. In den kleinen Röstereien können die Gäste bei einer Tasse Kaffee den Röstvorgang beobachten.



Museum angegliedert. Doch in den letzten Jahren bekommt er Gesellschaft. Kleine Röstereien tun sich überall in der Stadt auf, verkaufen das schöne dunkelbraune Heißgetränk im eigenen Laden, manchmal als Mischung, manchmal aber auch sortenrein. Und wenn sich die Rösttrommel dreht, duftet es wie früher in der ganzen Straße köstlich und Appetit anregend nach Kaffee.

Etwa 15 dieser kleinen Betriebe gibt es inzwischen wieder – und sicher ist die Zahl nicht vollständig. Denn überall scheint nach den ganzen aromatisierten Kaffees mit Vanille-, Macadamia-, Karamell-, Banane- Amaretto- oder gar Zimtgeschmack die Lust am

Kleine Röstereien sind im Trend, denn die Nachfrage nach exquisiten Sorten nimmt stetig zu.

puren Kaffee wieder zuzunehmen. Jedenfalls steigt die Nachfrage nach sortenreinem Antigua aus Guatemala (Rösterei „Elbgold“ in der Schanze neben Tim Mälzers „Bullerei“), nach Yirgacheffe aus Äthiopien („Carroux“ in Blankenese), Kenia Blue Mountain („Die Rösterei“ im Levan-tehaus an der Mönckebergstraße) oder Maragogype aus dem Hochland von Mexiko (Rösterei „Timm“ am

Sachsentor in Bergedorf). Bei „Coffee unlimited“ in Hammerbrook gibt es neben Sorten wie Indian Monsooned Malabar auch eine eigene Mischung (Blend). Für die Mixtur aus Hochlandkaffees aus Lateinamerika, Asien und Afrika haben sich die Schöpfer den schönen Namen „Hammerbrooklyn“ ausgedacht. Humor scheint der Kaffee auch zu fördern.

Regelrecht zu einer Touristenattraktion hat sich die Speicherstadt-Rösterei an Kehrvieler 5 entwickelt. Doch das Gedränge im Gastraum während der Röstzeiten darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass hier Kenner am Werk sind, die ihre sorgsam ausgewählten und feinfühlig behandelten Kaffeespezialitäten zwar vor Ort und im Online-Shop verkaufen, aber auch Groß- und Einzelhändler beliefern. Sie führen Kaffees zum Beispiel aus Kolumbien, die nicht nur sortenrein sind, sondern sogar nur von bestimmten Plantagen stammen.

Kaffee hat seine Trinker immer beflügelt. Von Franz Kafka ist überliefert, dass er gesagt hat: „Kaffee dehydriert den Körper nicht. Ich wäre sonst schon Staub.“ Natürlich ist im Übermaß genossener Kaffee der Gesundheit nicht immer förderlich, aber wer macht das schon? „Kaffeekönig“ Albert Darboven jedenfalls findet Kaffee nur schädlich, „wenn einem ein Sack voll aus dem 5. Stock auf den Kopf fällt“.

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




Alles klar!

Wir verleihen Ihrer Feier Glanz



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

Sprechen Sie mit mir!

Herzlichst Ihr Club-Mitglied


Reinhold Wanner
Geschäftsführer

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

Meine neuen Individualisten

Autochthone Rebsorten sorgen für mehr Persönlichkeit im Glas, schreibt Weinexpertin ANICO KOCH. Zwei davon stehen auch auf ihrer Karte.

Von **Anico Koch**

Auch an der Weinwelt ist die Globalisierung in den zurückliegenden Jahren nicht spurlos vorbeigegangen. Leider. Freunde önologischer Abwechslung haben diese Mode zu Recht beklagt, denn sie ist ein langweiliger Gleichmacher. Plötzlich schmeckten viele Merlots, Chardonnays oder Cabernet Sauvignons immer irgendwie ähnlich, ob sie nun aus Südafrika, Australien oder Chile kamen.

Das könnte sich jetzt ändern. Auf den Weinkarten wird wieder mehr Individualität gefordert. Der Wein darf Persönlichkeit haben, soll unverwechselbar sein. Das Fachwort dafür ist sperrig, beschreibt aber genau das, was die Abwechslung bringt: autochthon.

Die Wortschöpfung stammt aus den altgriechischen Begriffen „selbst“ und „Erde“ und bedeutet so viel wie „einheimisch“ oder „an Ort und Stelle entstanden“. Gemeint ist also ein echtes Produkt aus der Region. Das gefällt den meisten von uns ja schon beim Gemüse und Obst. Warum nicht auch beim Wein?

Zwei autochthone Gewächse finden sich neuerdings auf unserer Karte, im Augenblick gehören sie zu meinen Lieblingstropfen. Der Elbling 2011 vom Weingut Frieden-Berg an der Mosel ist etwas Besonderes. Aus der mehr als 2000 Jahre alten Rebsorte, eine der ältesten in Europa, macht die Winzerfamilie einen wunderbar lebendigen und frischen Begleiter zu Fisch und Meeresfrüchten, aber auch zu einer deftigen Brotzeit. Der Wein ist deshalb so gut, weil die aus Dolomit- und Kalkfelsen bestehenden, steilen Weinberge an der Mosel der perfekte Untergrund für die Reben sind.

Der zweite in seiner Art einmalige Wein, den ich Ihnen ans Herz legen möchte, ist ein Grüner Veltliner vom Weingut Ehmoser aus Österreich. Die Philosophie von Joseph und Martina Ehmoser, die das Gut in der dritten Generation führen, lautet: Respekt vor der Natur. Und das spürt man auch bei ihrem Veltliner „Von den Terrassen“. Wenn ich den Wein empfehle, gerate ich immer ins Schwärmen wegen der schönen Zitrus- und Pfirsichnoten und der Frische am Gaumen. Es lohnt sich also, unsere neuen Individualisten zu probieren.



ANICO KOCH, 28, ist Hotelfachfrau und geprüfte Sommelière. Im Business Club Hamburg ist sie verantwortlich für die Zusammenstellung des Weinangebotes, die Auswahl der begleitenden Weine bei Veranstaltungen und Menüs – und für den richtigen Schluck im richtigen Moment.



DIE EMPFEHLUNGEN:

2011 Elbling, trocken
Weingut Frieden-Berg,
Mosel

Preis pro Glas: 7,- €
Preis pro Flasche: 24,- €
Preis außer Haus: 7,20 €

2011 Grüner Veltliner
Weingut Ehmoser, Wagram

Preis pro Glas: 6,00 €
Preis pro Flasche: 24,- €
Preis außer Haus: 6,90 €

HIER KÖNNEN
SIE GEIZIG SEIN
UND KEINER
MERKT'S.

PKW schon ab
19,95
pro Tag



STARCAR
Autovermietung



0180/55 44 555

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

10 Minuten mit ...

MATHIAS SCHULZE

Area Director Regus Germany Holding GmbH & Co. KG



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

Ich vereine in meinem Job das Beste aus allen Welten. Dazu gehört flexible Arbeit und ein erfüllter Anspruch an die Tätigkeit. Ein wichtiger Punkt ist das Team. Es besteht eine hervorragende Teamakzeptanz, Respekt und auch das Vertrauen untereinander ist extrem groß. Mit solchen Leuten bringt es einfach Spaß zu arbeiten.

Was gefällt Ihnen nicht an Ihrem Job?

Auch in unserem Bereich geht es immer schneller, höher, weiter. Ich würde gern die Möglichkeit nutzen, die Ziele, die ich mir stecke, auf eine realistische Basis zu stellen. Ich bin vielleicht manchmal etwas zu schnell, und muss dann sehen, dass ich die Leute auf dem Weg nicht verliere. Ich muss immer wieder selbst reflektieren und mich fragen: Habe ich alle Beteiligten erreicht und sicher ins Boot geholt? Generell bin ich rundum zufrieden mit meiner Arbeit.

Welche Ziele möchten Sie erreichen?

Ich möchte den Mitarbeitern die Freiheit geben, selbst zu entscheiden. Diese Individualität ist eine starke Motivation für die Leute. Wenn die Mitarbeiter diese Freiheiten nutzen und umsetzen, kommen die Ergebnisse von selbst. Ich bin kein Autokrat, der diktatorisch alles herunterbricht. Es gibt aber Prozesse, die einfach befolgt werden müssen. Die Ziele, die ich erreiche, hängen sehr damit zusammen, dass ich die Leute im Team nicht zufriedenstelle, sondern erfülle. Wenn das Team gute Arbeit abliefern, ist meine Arbeit unterm Strich auch positiv.

Haben Sie ein Lebensmotto?

Ja. Für mich ist Glück, wenn Vorbereitung auf Chance trifft. Ich war vielleicht zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort und hatte die richtigen Werkzeuge dabei, um das zu erreichen, was ich wollte. Mein Credo ist, dass man vorbereitet sein muss, wenn die Chance vorbeikommt. Und dann muss man eben auch zupacken.

Worüber können Sie sich ärgern?

Mich ärgert die zunehmende Bürokratie, die Sachen verlangsamt und ausbremst. Ich sehe das zum einen im privaten Bereich. Aber ich sehe auch beruflich, wie gewisse Reglementierungen, die uns auferlegt werden, die Geschäftsprozesse verlangsamen und uns dadurch Möglichkeiten nehmen, flexibler und kreativer zu sein.

Was ist Ihre große Stärke?

Meine Offenheit und meine soziale Kompetenz. Ich denke, dass ich jemanden, der am Fließband arbeitet, abholen kann genauso, wie ich auf Vorstandsebene präsentieren kann.

Gibt es ein besonderes Erlebnis in Ihrem Leben?

Die Geburt meiner zwei Kinder hat mich innerhalb kürzester Zeit von einem jugendlichen Menschen mit Flausen im Kopf zu einem Erwachsenen gemacht, der von heute auf morgen eine riesige Verantwortung mit sich trägt.

Wofür würden Sie sich engagieren?

Ich würde mich für diejenigen einsetzen, die keine Stimme haben. Beispielsweise die Orang-Utans, deren Lebensraum bedroht ist. Das finde ich extrem traurig. Den Schutz der Tiere vor den Profit zu stellen, wäre etwas, wobei ich mit anpacken würde.

Regus ist der weltweit größte Anbieter von flexiblen Arbeitsplätzen (Büros, Besprechungsräume, Videokonferenz-Systeme). Das 1989 gegründete Unternehmen ist mit 1200 Business Centern in 550 Städten in 95 Ländern vertreten. Kontakt Mathias Schulze: Tel.: 040 80 80 93-100 E-Mail: mathias.schulze@regus.com Internet: www.regus.de

IMPRESSUM

Herausgeber:

BCH Business Club
Hamburg GmbH
Villa im Heine-Park
Elbchaussee 43
22765 Hamburg
Geschäftsführer: Peter Richard
Oppermann, Peer-Arne Böttcher
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
info@ae-media.de
Internet: ae-media.de

Chefredaktion:

Andreas Eckhoff, Achim Schneider

Art Direktor:

Tom Leifer, Tom Leifer Design

Redaktion und Autoren:

Peter Barber, Dr. Catrin Gesellensetter, Martina Goy, Detlef Gürtler, Oliver Hardt, Jürgen Hoffmann, Sebastian Leber, Julia Macher, Jörg Marwedel, Uwe Prieser, Gisela Reiners, Norbert Scheid, Dr. Gisela Schütte

Grafik:

Jasmin Nesch, Tom Leifer Design

Fotos Business Club Hamburg:

Cornelius Kalk, Martina van Kann

Lektorat:

Dr. Sigrid Schambach

Anzeigenleitung:

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

Lithografie:

Alphabeta GmbH
Hammerbrookstraße 93
20097 Hamburg
Internet: alphabeta.de

Druck:

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

Technische Umsetzung iPad:

PressMatrix GmbH
Friedensstraße 91
10249 Berlin
www.pressmatrix.de

Auflage:

10.000 Exemplare



Traumhochzeit mit *Elbromantik*

Das elegante Ambiente der Villa im Heine-Park bietet
den idealen Rahmen für Ihre Hochzeitsfeier.
In diese Villa verliebt man sich auf den ersten Blick.

Sie können am Wochenende ebenso Ihren Geburtstag feiern,
die Taufe oder Konfirmation Ihres Kindes oder Ihre Gäste zum
Gala-Dinner einladen.

Ihre Ansprechpartnerin: Daniela Hoff
Telefon: 040 42 10 701 80
Email: event@villa-im-heine-park.de

Mehr Informationen:
www.villa-im-heine-park.de

“ÜBER GESCHMACK
KANN MAN
STREITEN. ABER
NICHT MIT MIR.”

