

club!

DAS MAGAZIN DES BUSINESS CLUB HAMBURG



Schauspieler, Theatermacher, Unternehmer: Corny Littmann.

HAMBURG WÜRZT DIE AROMA-METROPOLE DEUTSCHLANDS

Interview **CORNY LITTMANN** ÜBER DEN FUSSBALL-TRANSFERWAHNSINN, BILLIGBIER
AUF DEM KIEZ UND EIN NEUES PROJEKT MIT UDO LINDENBERG Expats NEUE HEIMAT
AUF ZEIT Genuss 100 000 STERNE-KÜCHE Unternehmer für Hamburg FRÜHSTÜCK FÜR SCHULEN

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

www.holsten.de



BIER
BEWUSST
GENIEßEN.
DER DEUTSCHEN BRAUER.

ECKEN. KANTEN. HOLSTEN.

IMPRESSUM**Herausgeber:**

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

Konzept und Realisation:

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

Chefredaktion:

Andreas Eckhoff, Achim Schneider

Art Direction:

Stephan Kuhlmann

Redaktion und Autoren:

Peter Barber, Dr. Catrin Gesellensetter,
Detlef Gürtler, Oliver Hardt, Jörg Marwedel,
Jörg Mucke, Uwe Prieser, Gisela Reiners,
Norbert Scheid, Alexander Siebert, Dr. Martin Tschachne,
Nina Schwarz

Fotos Business Club Hamburg:

Martina van Kann

Lektorat:

Dr. Sigrid Schambach

Lithografie:

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

Druck:

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

Technische Umsetzung iPad:

PressMatrix GmbH
Friedensstraße 91
10249 Berlin
www.pressmatrix.de

Auflage:

11.000 Exemplare



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

Unternehmer für Hamburg

Laut einer UN-Studie kommt jeder vierte Schüler in Deutschland ohne Frühstück in die Schule. Diese Kinder leiden unter Konzentrationsschwierigkeiten; auch an Hamburger Schulen. Die Schauspielerin Uschi Glas hat deshalb den Verein brotZeit ins Leben gerufen, um direkt zu helfen. Der Business Club Hamburg schließt sich nun ihrem Engagement an und spendet für das Frühstück an einer ausgewählten Schule. Doch es bedarf noch mehr Geld, um allen bedürftigen Kindern zu helfen. Wir möchten Sie einladen mitzumachen. Sei es durch Ihre Teilnahme beim Charity-Poker-Turnier mit Christoph Metzelder am 24. September oder mit einer Spende. Erfahren Sie ab Seite 44 mehr zu Patenschaften für Hamburger Schulen.

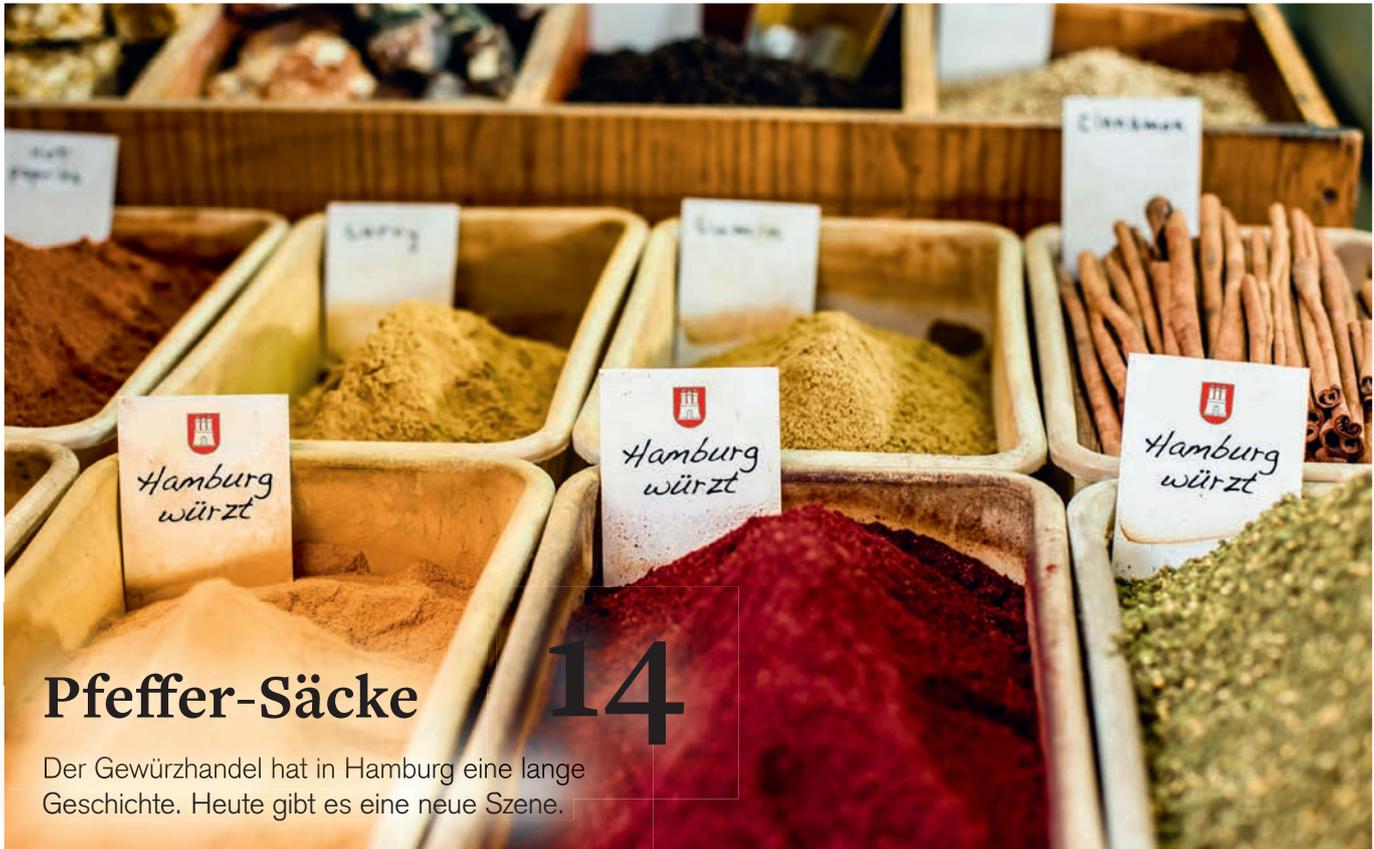
Außerdem im club!-Magazin: Theaterchef Corny Littmann spricht über den Kiez, seine Unternehmen und über Fußball. Die Titelgeschichte beschreibt, warum Hamburg die deutsche Gewürzmetropole ist. Und Club-Küchenchef Nils-Kim Porru hat sich mit Thomas Kraupe, dem Direktor des Planetariums, zum 100 000-Sterne-Kochen getroffen.

Herzlichst Ihr

Peter Richard Stoffel



Zum Gespräch in der Lounge des Schmidt Theaters: club!-Redakteur Achim Schneider, Corny Littmann, Nadine Helm, Ivo von Renner (von links).



Pfeffer-Säcke

Der Gewürzhandel hat in Hamburg eine lange Geschichte. Heute gibt es eine neue Szene.

14

INHALT

03EDITORIAL

Unternehmer für Hamburg.

06JOJA WENDT PLANT SEINEN HERBST

Für den Komponist und Jazzpianist steht ein echtes Highlight an: Er wird erstmals in der Elphilharmonie spielen. Was das mit seinem Hobby Tischtennis zu tun hat, erzählt er im Strandkorb.

TITEL

Corny Littmann ist Schauspieler, Theatermacher und erfolgreicher Hamburger Unternehmer. Er begann in den 70ern mit Agit-Prop-Stücken und war viele Jahre mit der Tourneegruppe „Familie Schmidt“ auf Tour. Vor 29 Jahren eröffnete er sein erstes Haus auf dem Kiez – das Schmidt Theater. Heute unterhält Schmidt drei Theater und ein frisch eröffnetes Schnitzelrestaurant.

Look & Feel

08IM CLUB UND UNTERWEGS

Ein Stück Evolutionsgeschichte im Centrum für Naturkunde, WAS TUN! mit Charly Hübner und Prof. Dr. Dirk Messner, Fußballmanager Tom Eilers im Talk und Biker-Treffen im Club.

10GESCHICHTEN VOM ERFOLGREICHEN SCHEITERN

Dr. Nikolaus Förster war Lehrer und Journalist, jetzt hat der Geschäftsführer des Impulse-Verlags ein Buch geschrieben: „Mein größter Fehler“. Im Business Club stellte er es vor.

12GOLF MATCHPLAY-SERIE

Neuer Modus, neuer Sieger: Erstmals durften Clubmitglieder jeweils einen Gast einladen. Einer davon gewann das Turnier.

Titelthema

14HAMBURG WÜRZT

Hamburg ist Deutschlands Gewürzhauptstadt. Fast 90 Prozent aller Importe werden über den Hafen umgeschlagen. Dazu hat sich in der Stadt eine ganz neue Szene entwickelt.

22INTERVIEW

Erfahrungen als Unternehmer hat Corny Littmann eine Menge. Er betreibt drei Theater auf der Reeperbahn. In club! will der Regisseur aber unbedingt auch über Fußball sprechen.

28MEINUNG

Clubmitglieder zum Thema „Hamburg würzt“.

30GÜRTLERS GRÜTZE

Hamburger Kaufleute werden oft Pfeffersäcke genannt. Detlef Gürtler erklärt, warum auch Salzsäcke passen würde.



Im 7. Himmel 66

Sterne-Küche im Universum: Nils-Kim Porru und Thomas Kraupe im Kuppelsaal des Planetariums.

Wissen

32 NEUE HEIMAT FÜR EXPATS

Um im internationalen Wettbewerb zu bestehen, setzen Firmen immer mehr auf Fachkräfte aus dem Ausland. Doch die müssen sich in ihrer neuen Heimat auch wohlfühlen.

37 MEINUNG

Clubmitglieder zum Thema „Expats integrieren“.

Special

38 ALLES MUSS PASSEN

Mercuri Urval sucht und rekrutiert Fach- und Führungskräfte weltweit. Ihr Ziel: die richtigen Leute für die richtige Aufgabe.

Club und Partner

40 CAPITAL CLUB LAGOS

Victoria Island ist das Zentrum der Wirtschafts- und Finanzwelt Nigerias – und Heimat des Capital Club Lagos. Hier wird Internationalität mit nationalem Bewusstsein kombiniert.

Unternehmer für Hamburg

44 EIN VEREIN, DER HILFT

Dass Schulkinder ein gesundes Frühstück haben, dafür sorgt der Verein brotZeit e.V. Der Business Club unterstützt die Initiative.

Special

48 DATEN AUS DER CLOUD

Die agile Gruppe bietet Speicherkapazitäten im Internet und berät Kunden bei der Anwendung. Für beides gilt: safety first!



Brot-Zeit

44

Mit ihrem Projekt brotZeit e.V. kümmert sich Uschi Glas um bedürftige Schulkinder.

Behind the Scenes

52 VOM HOFFEN BIS ZUM PILS

Beim Blick hinter die Kulissen der Holsten-Brauerei wird klar: Digitalisierung macht auch vor dem Brauhandwerk nicht Halt.

club!-Mitglieder

56 MENSCHEN UND IHRE GESCHICHTEN

Baustoffunternehmer Oliver Dörner, Quereinsteiger Michael Gueth, Akademieleiter Axel Dreckschmidt, Sprachenlehrer Ernesto Martín.

Special

64 EISIGE BLUMEN

Die Eis-Blumen der Marke Amorino sind nicht nur optisch ein echter Genuss. Seit Sommer gibt es sie auch in Hamburg.

Gourmet & Genuss

66 100 000 STERNE-KÜCHE

Ein ungewöhnlicher Ort für ein Kochtreffen: Küchenchef Nils-Kim Porru ist zu Gast im Planetarium bei Thomas Kraupe.

70 DIRK BLOCK BITTET ZU TISCH

Am Schreibtisch sitzen sei nicht seine Lieblingsbeschäftigung, sagt Dirk Block. Was dieser Platz dennoch über ihn verrät.

Service

03 IMPRESSUM

50 ALLES WISSENSWERTE ZUM CLUB

55 DIE PARTNER DES CLUBS

JOJA WENDT PLANT SEINEN HERBST

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



Ein vielbeschäftigter Mann: Neben Solokonzerten ist Joja Wendt mit den Söhnen Hamburgs unterwegs. Außerdem organisiert er den Piano-Sommer, bei dem er mit Sebastian Knauer, Axel Zwingenberger und Martin Tingvall auf der Bühne steht.

„Sport und Klavier spielen gehört für mich zusammen. Wenn ich gut Tischtennis spiele, dann spiele ich auch gut Klavier.“

Joja Wendt ist Jazzpianist und Komponist, Entertainer und seit Jugendzeiten ein begeisterter Tischtennispieler. Zu seinen Lieblingsaufgaben zählt die musikalische Erziehung von jungen Menschen. Seit einigen Jahren geht er mit seinen Freunden Stefan Gwildis und Rolf Claussen als Söhne Hamburgs auf Tour. Joja Wendt ist verheiratet und hat zwei Kinder.

Ende August haben wir sehr erfolgreich mit dem Hamburger Pianossommer in der Hamburgischen Staatsoper vier Konzerte an drei Tagen gespielt. Das war ein wunderbarer Abschluss der Sommerferien. Schon im September folgt dann mein absolutes Highlight: Ich spiele in der neuen Elbphilharmonie. Und ich bin wahnsinnig gespannt darauf, wie die Akustik des Hauses auf mich als Künstler auf der Bühne wirkt und wie wir den Saal mit Leben füllen.

In den Herbstferien fahre ich mit meiner Familie gen Süden. Ein wenig Sonne tanken an den schon eher grauen Tagen hier im Norden. Da hole ich mir noch einmal ordentlich Energie für den November und Dezember, da ich dann meine Tour „Die Kunst des Unmöglichen“ fortsetze. Entspannung finde ich auch bei einem einwöchigen Engagement auf der Sea Cloud II, einem wunderbaren Kreuzfahrtsegler, mit dem wir an der afrikanischen Küste schippern.

Außerdem gebe ich ein Benefizkonzert für den „Kulturbüdel“, eine Gesellschaft, die Kirsten Heitmann, Stefan Eggert und ich ins Leben gerufen haben, um soziale Einrichtungen und Institutionen in Hamburg finanziell zu unterstützen. Das machen wir seit 2014 und nun veranstalten wir schon unser viertes Konzert.

Um fit zu bleiben, mache ich viel Sport: Laufen, Skifahren. Und ich spiele Tischtennis. Die komplexen Bewegungsabläufe sind gut für Pianisten. Wenn ich gut Tischtennis spiele, spiele ich auch gut Klavier. Im Herbst beginnt die neue Punktspielsaison und dafür muss ich mich gut vorbereiten.

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



HAWESKO.DE
HANSEATISCHES WEIN UND SEKT KONTOR

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



„Smila“ begrüßte die Clubmitglieder direkt am Eingang im neuen Foyer. Ihren Namen erhielt die ausgestopfte Eisbärin aus einer Online-Umfrage.

ZEHN MILLIONEN GESCHICHTEN

Die ausgestopfte Eisbärin „Smila“ steht nicht einfach nur so im neuen Eingangsbereich des Centrum für Naturkunde. Sie steht auf einem orangenen Overall, aus ihrem Maul hängt ein Stoffetzen. „Der Eisbär ist das gefährlichste Raubtier der Welt“, erklärt Prof. Dr. Matthias Glaubrecht. Und wenn er im Schmelzeis keine Beute mehr finde, mache er auch vor Forschern nicht Halt. Der Kuckuck neben dem Elefanten, die Knochen des Finnwals „Finnie“ oder die Etruskerspitzmaus neben dem riesigen Kiefer eines Blauwals: Es gibt nicht ein Präparat, zu dem Glaubrecht keine Geschichte weiß. Die Clubmitglieder erhielten Einblick in eine der bedeutendsten Naturkundesammlungen des Landes. Ein Raum mit 90 000 in Alkohol konservierten Schlangen und Echsen, ein weiterer mit Fischen. Dazu Regalwände mit Schädeln, Knochen und Skeletten. Etwa zehn Millionen Exponate umfasst die Sammlung. „Geheime Schätze“ hat sie der Club genannt. Das Museum dagegen ist alles andere als geheim. „Der Besucher soll aus der Ausstellung etwas mitnehmen“, sagt Glaubrecht. Deshalb die Geschichten, deshalb die Inszenierung. Dafür hätte er gern mehr Platz und träumt von einem Evolutioneum, am liebsten neben der Elbphilharmonie. Die Entscheider der Stadt, sagt er, wissen das schon.



01

01 Er forscht, er lehrt und er leitet das Centrum für Naturkunde: Prof. Dr. Matthias Glaubrecht.

02 Nur ein kleiner Teil der rund 90 000 in Alkohol eingelegten Exponate im Keller des Centrum für Naturkunde.

03 Anhand der Schädel können Biologen allerlei über den Lebensraum der Nashörner herausfinden.



02



03



WAS TUN! - DER TALK IM CLUB

Matthias Wolk, Vorsitzender der Stiftung Was tun! präsentierte zwei prominente Gesprächspartner zur Vorstellung der Stiftung – den Schauspieler Charly Hübner und Prof. Dr. Dirk Messner, Direktor des Deutschen Instituts für Entwicklungspolitik Messner („Wir brauchen einen Gründeraufbruch“) und Hübner („Viele Menschen verschanzen sich“) diskutierten angeregt über Ideen, was jeder Einzelne tun kann, um die Zukunft der positiv zu gestalten. Hübners Schlusswort fand breite Zustimmung: „Ich möchte allen sagen, dass sie aufeinander zugehen sollten.“



01 Professor Dr. Dirk Messner und Schauspieler Charly Hübner

02 Die Initiatoren und das Team der Stiftung „Was tun!“

03 Nach der Diskussionsrunde auf der Terrasse des Clubs.



Peter Stoffel, Initiator Dr. Hermann Lindhorst, Tom Eilers.

AUS DEM NÄHKÄSTCHEN EINES FUSSBALLMANAGERS

Tom Eilers war Profi bei Darmstadt 98 und ist dort seit 2006 für den Spielerkader verantwortlich. Er führte den Club 2016 mit kleinem Budget in die Bundesliga. Wie man es schafft, mit wenig Mitteln erfolgreich zu arbeiten, verriet er den Gästen launig und mit spannenden Einblicken ins Fußball-Business.

BIKER-TREFF IM BUSINESS CLUB

Es hat schon Tradition, das Frühstück der Business Club-Biker. Seit 2012 treffen sich die Damen und Herren mit den schweren Maschinen im Club, um sich beim Frühstück zu stärken und anschließend auf Tour zu gehen. Mit 12 Motorrädern fahren sie bei strahlendem Sonnenschein an die Elbe zum Zollenspieker Fährhaus.



Welches ist das Schönste? Die Biker und ihre Maschinen vor dem Club.

MIT FEHLERN ZUM ERFOLG

Zuerst war er Lehrer. Dann verdiente er sein Geld als Journalist. Heute ist Dr. Nikolaus Förster Unternehmer. Der frühere Chefredakteur hat in einem Management Buy-out das Magazin Impulse vom Gruner + Jahr Verlag erworben und den Impulse Verlag gegründet. „Ob das mein größter Fehler war, wird sich noch herausstellen“, sagte Förster, als er den Gästen sein Buch „Mein größter Fehler“ vorstellte. Der Journalist hat in einem Zeitraum von acht Jahren mit 91 Geschäftsleuten gesprochen – über ihren größten Fehler und was sie daraus gelernt haben. Erfolgreiche Menschen, mindestens 60 Jahre alt, wie Dirk Roßmann, August Oetker oder Iris von Arnim geben Einblicke in ihr Scheitern. Mal war sein Vortrag launig, mal ernst. Einige Schicksale machten die Zuhörer nachdenklich. Förster stellte fest: „Nur wer in der Lage war, aus den Fehlern zu lernen, konnte darüber sprechen.“ Ein unterhaltsamer und lehrreicher Abend, der auch nachdenklich stimmte.



Nikolaus Förster, Verleger und Chefredakteur des Wirtschaftsmagazins Impulse, stellte sein neues Buch vor und sprach im Club über die Fehler von Unternehmern.

01 Dr. Nikolaus Förster, Impulse,
Dr. Norbert Wüpper, Philipp
Mitzscherlich, Industriebedarf
Niemann-Laes

02 Bernhard Jüngst,
GRG Services Hamburg

03 Dr. Sue Seifert, Preventive
Care Center



01



02



03

EVENT TIPPS

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

Dienstag, 12. September, 19 Uhr Unternehmer-Talk mit dem CEO der Hamburg Port Authority

Zu Gast auf dem Podium des Clubs ist Jens Meier, CEO der Hamburg Port Authority. Neben den Themen Hafen und Elbvertiefung geht es auch um den HSV, denn Meier ist Mitglied im Aufsichtsrat der HSV Fußball AG.



Donnerstag, 21. September, 17 Uhr Erfahren Sie die Geschichte des Schweizer Möbel-Klassikers USM

Bei einer Exkursion in den Showroom der Schweizer Edelmarke geben Ihnen Jan Kruse und Markus Stock exklusiv Einblicke in die Historie des Designklassikers USM Haller.

Mittwoch, 11. Oktober, 19 Uhr Prof. Dr. Thomas Straubhaar stellt sein Buch „Radikal gerecht“ vor

Der Volkswirtschaftler der Hamburger Universität spricht über die Chancen und Möglichkeiten, die sich der Gesellschaft durch ein bedingungsloses Grundeinkommen bieten.

Donnerstag, 12. Oktober, 10 Uhr Exkursion zum hit-Technopark – Deutschlands Silicon Valley

Geschäftsführer Christoph Birkel führt Sie durch den größten privatgeführten Technologiepark in Deutschland. Lernen Sie spannende Start-ups und technische Weltmarktführer kennen.



MONT
BLANC 

Inspired by performance
TIMENWALKER

**Hugh Jackman und
der neue TimeWalker
Chronograph**

Der neue TimeWalker Chronograph ist inspiriert von der Performance der historischen Zeitmesser von Minerva, der heutigen Montblanc Manufaktur in Villeret, und den glorreichen Zeiten des Rennsports.
montblanc.com/timewalker

Crafted for New Heights.



Official Timing Partner of the
Goodwood Festival of Speed.





Die Top-Vier des Jahres 2017 (v.l.): Oliver Hardt, Jörn-Jacob Guthold, Kerstin Emmerichs und Frank Stadthoewer auf Schloss Lüdersburg.

DER GAST IST KÖNIG

Mit **JÖRN-JACOB GUTHOLD** siegte bei der Golf Matchplay-Serie ein Spieler, der von einem Mitglied eingeladen wurde.



Mit einer neuen Idee war die Golf Matchplay-Serie 2017 auf die Runde gegangen: Bei der Aktion „Bring a Friend“ durfte jeder Teilnehmer aus dem Business Club Hamburg einen Geschäftspartner, Kollegen oder Freund nominieren. Ergebnis: Mit dem Sieger Jörn-Jacob Guthold und dem Drittplatzierten Oliver Hardt qualifizierten sich zwei der Gäste für das Finalwochenende auf Schloss Lüdersburg, die auch gleich eine der beiden Begegnungen in der Vorschlusssrunde gegeneinander bestritten. Seinem knappen Sieg gegen Hardt ließ Guthold dann auch den Triumph im Finale gegen Stadthoewer folgen, Hardt setzte sich im Spiel um Platz drei gegen Kerstin Emmerichs durch. Siegerehrung und Preisverteilung fand beim Saisonfinale statt: einem Scramble Turnier auf Gut Kaden mit anschließendem Charity-Dinner im Business Club Hamburg.



Abschlag am Halbfinal-Wochenende: Kerstin Emmerichs und Jörn-Jacob Guthold.

EVENT TIPP MATCHPLAY-SERIE: FREUEN SIE SICH AUF DIE SAISON 2018!

Die Golf Matchplay-Serie ist eine der erfolgreichsten und beliebtesten Veranstaltungsreihen im Business Club Hamburg. Deshalb wird es auch 2018 eine weitere Auflage geben. Freuen Sie sich schon jetzt auf spannende Duelle, interessante neue Ideen und attraktive Preise. Mehr dazu erfahren Sie in der club!-Magazin-Ausgabe Winter 2017.

DIE SPONSOREN 2017:



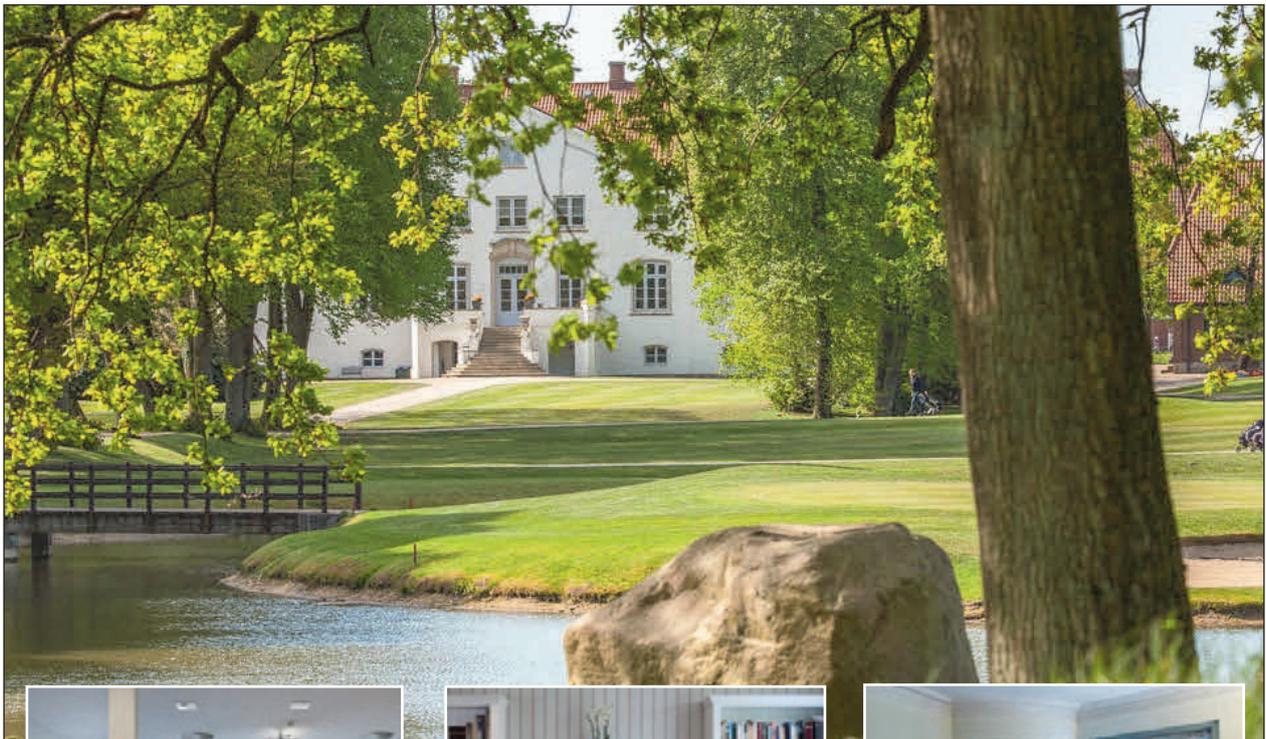


GUT KADEN
HOTEL UND GÄSTEHaus

TAGEN MIT CHARME

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

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



KULINARISCH

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

LÄNDLICH ELEGANT

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

SPORTLICH

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

SCHARFE SACHE

Seit rund 200 Jahren kommen **GEWÜRZE** über den Seeweg nach Hamburg. Aromen aus exotischen Ländern haben unsere Esskultur maßgeblich beeinflusst und den Ruf der „Pfeffersäcke“ begründet.



Hamburg
würzt

Curry gibt's in vielen Farben: Bei dem uns bekannten Currypulver handelt es sich nicht um ein Gewürz, sondern um eine Gewürzmischung. Bestandteile sind zum Beispiel Kurkuma, Chili, Pfeffer, Kardamom, Koriander, Muskat. Durch die individuelle Zusammensetzung ergeben sich unterschiedliche Farbe und Schärfegrade.

Text: **Alexandra Maschewski**

Pfeffer aus Vietnam, Muskatnuss aus Indonesien, Zimt aus Sri Lanka – exotische Gewürze vermögen es, im Kopf ein Kaleidoskop an bunten Bildern zu zaubern. Dass sich die Deutschen einen Hauch der weiten Welt in die heimische Küche holen können, haben sie auch der Gewürzmetropole Hamburg zu verdanken: Denn dort, wo schon vor rund 200 Jahren angesehene Kaufleute regen Handel mit wertvollen Spezereien aus fernen Ländern trieben, werden heute fast 90 Prozent aller über den Seeweg in die Bundesrepublik kommenden Gewürze umgeschlagen – und das sind jedes Jahr etwa 80 000 Tonnen. Damit ist der Hamburger Hafen nach Singapur, New York und Rotterdam der viertgrößte Umschlagplatz für Gewürze auf der gesamten Welt.

Die Gewürzbranche in der Hansestadt mag kleiner geworden sein in den vergangenen Jahrzehnten – aber es gibt sie noch, hochkompetente Spezialisten, deren Unternehmen auf eine lange Tradition zurückblicken können. Und jüngere Manufakturen,

die um die Lust der Deutschen an kulinarischen Abenteuern wissen und sie mit kreativen Mischungen auf die Reise schicken.

Die letzten Pfeffersäcke

Das Geschäft, das die Hamburger „Pfeffersäcke“ einst reich gemacht hat, hat sich massiv gewandelt. Noch vor 30 Jahren konnte man rund zwei Dutzend klassische Gewürzimporteure an der Elbe zählen, heute existieren nur noch wenige. Einer davon ist Kai Friedrich Jantzen, der das 1859 gegründete Handelshaus Jantzen & Deeke in sechster Generation leitet. Der 45-Jährige ist einer der letzten großen Pfefferhändler und nach 22 Jahren im Familienunternehmen hat er sich längst daran gewöhnt, dass in seinem Geschäft viel spekuliert und wenig Pause gemacht wird. Bei welchem Preis schlage ich zu? Wird Ware zurückgehalten, um Preise künstlich in die Höhe zu treiben? „Man kann das, was wir tun, mit dem Börsenhandel vergleichen. Es geht viel um Informationen“, sagt Jantzen, dessen Arbeitsplatz nicht weit ent-



Erst Gewürze machen das Essen zum Erlebnis: Sie verwöhnen den Gaumen, erregen die Sinne, verfeinern unsere Speisen und dadurch unser Leben.

fernt liegt von der Deichstraße, die als Wiege des hanseatischen Gewürzhandels gilt. In seinem Büro sitzt ihm sein Cousin Sven Stamer gegenüber, ebenfalls Gewürzhändler mit eigener Firma, und zusammen mit einem weiteren Kaufmann namens Ivo Schwab könnte man die drei wohl als die letzten Hamburger Pfeffersäcke bezeichnen.

„Ich kann mich noch daran erinnern, wie unser Onkel früher per Telex geordert hat. Heute läuft der Handel vor allem über Mail, Skype oder WhatsApp“, sagt Jantzen, dessen Mobiltelefon sein ständiger Begleiter ist. „Morgens machen wir mit Asien Geschäfte und abends mit den USA.“ Nur etwa ein Fünftel der von Jantzen gehandelten Gewürze ist für den heimischen Markt bestimmt, Hauptkunde des Unternehmens ist hierzulande die Industrie. „Man kennt uns nicht, aber alle essen das Produkt, das durch unsere Hände geht“, sagt Kai Friedrich Jantzen. „Sehr riskant und kapitalintensiv“ sei das Geschäft. In seiner Unternehmenslaufbahn hat er bereits Pfefferpreise zwischen 900 und 10 000 Dollar pro Tonne erlebt – noch immer gilt Pfeffer als Leitwährung in der Gewürzwelt. Aber es gibt eben auch immer mehr große Unternehmen, die nicht nur das schwarze Gold, sondern auch andere Gewürze direkt im Ursprung beziehen. „Herausforderungen gibt es einige, aber am Ende steht und fällt alles mit dem Hafen.“

Die Bedeutung des Hafens

Eine Ansicht, die natürlich auch sein Geschäftspartner Michael Bruhns teilt. Auf rund 15 000 Quadratmetern lagert die Werner

„Der Handel mit Gewürzen ist definitiv ein Zukunftsmarkt“

Michael Bruhns, Bruhns Lagereigesellschaft



Bruhns Lagereigesellschaft in Steinwerder für ihre Kunden Gewürze aus aller Welt. Manchmal für eine Woche, manchmal auch für ein Jahr. „Die Tradition im Gewürzhandel macht sich nicht nur im Geschäftsgebaren, sondern auch in der Abwicklung bemerkbar“, sagt Michael Bruhns, dessen Unternehmen seit 1950 existiert und neben der Lagerung etwa auch die Entkeimung der Gewürze übernimmt. Als Wettbewerbsvorteil sieht es ganz klar die Lebensmittelsicherheit, die durch EU-Recht geregelt und hier etwa durch Speziallabors gewährleistet wird. „Definitiv ein Zukunftsmarkt. Außerdem ist eine schnelle und vernünftige Zollabwicklung unerlässlich.“ Eines der Unternehmen, das seine Gewürze direkt in den Ursprungsländern bezieht, ist Hela. 1905 von Hermann Laue im Schanzenviertel gegründet, wurde der Firmensitz aufgrund des Expansionsbedarfs 1989 nach Ahrensburg verlegt. Auf 86 000 Quadratmetern wird dort heute eben nicht nur der berühmte Gewürzketchup produziert, sondern es werden auch Mischungen für die Fleisch-, Wurst-, Fisch- und Feinkostbranche sowie für Gastronomie und Großverbraucher. Mittlerweile unterhält Hela weltweit elf Niederlassungen. „Für uns hat die Nähe zum Hafen große Vorteile. Für die Kunden wird der Aspekt Frische immer wichtiger“, sagt Stefan Schult, Geschäftsführer Vertrieb, Marketing und Logistik. Bei Hela ist man sich sicher: „Solange der Hafen für die →



Mehr als 26 000 Tonnen Pfeffer wurden 2016 nach Deutschland importiert.



Pfeffer liegt mit 25 % beim Gewürzimport an der Spitze vor Paprika (12,5 %).

GEWÜRZE AUS DER GANZEN WELT

Zu den in die Bundesrepublik importierten Gewürzen gehören vor allem Pfeffer, Ingwer, Paprika, Kümmel, Koriander und Zimt. Während der Pfeffer meist aus Vietnam, Brasilien, Indonesien und Indien kommt, ist China Hauptlieferant für gemahlene Paprika, aber auch für Kümmel oder Anis. Laut Fachverband der Gewürzindustrie, von dessen rund 80 Mitgliedern 14 aus Hamburg und Umgebung stammen, konsumiert jeder Bundesbürger pro Jahr etwa 0,8 Kilogramm an Gewürzen. „Der Geschmack hat sich parallel mit der Reiselust entwickelt und, wie wir wissen, sind die Deutschen Reiselustmeister“, sagt Hauptgeschäftsführer Dirk Radermacher. Im Küchenregal lande allerdings nur ein vergleichsweise kleiner Teil – etwa zwei Drittel der Gewürze würden vom Fleischerhandwerk und der Lebensmittelindustrie verarbeitet. Laut Marktentwicklungsstudie der Gewürzindustrie von 2015 wurden von etwa 106 000 Tonnen Gewürzen, die nach Deutschland importiert wurden, fast 40 000 Tonnen wieder exportiert – durch Veredelung der Rohmaterialien war dies mit einer Wertsteigerung verbunden.

Gewürze in Hamburg

Gewürzmuseum Spicys: Am Sandtorkai 34, tgl. 10-17 Uhr. Veranstaltungen: www.spicys.de. Manufaktur 1001 Gewürze: Geierstraße 1, Mo-Do, 9.15-16.30 Uhr, Fr 9.15-13 Uhr, jeden ersten Sonnabend im Monat: 9.30-13 Uhr. Seminarprogramm: 1001gewuerze.eu. Geschäftsführerin Katharina Wilck gehört überdies zu den rund 80 Ausstellern von „Besonders lecker“: Der Craft Food Markt findet am 5. November im Museum der Arbeit statt. Infos: besonders-hamburg.de



Containerschifffahrt weiter interessant bleibt, werden auch weitere Gewürze in hohem Maße in Hamburg angelandet werden.“

Die Hafenenwicklung stets im Auge hat auch Hermann Schulz – seine Gewürzmühle in Rothenburgsort kümmert sich vor allem um das Veredeln: „Neben dem direkten Import, dem Großhandel und dem Export sind wir Experten für das Mahlen, Reinigen und Mischen von Gewürzen“, sagt Schulz. Auf den Mischanlagen der Gewürzmühle, die bereits 1930 gegründet wurde, werden Mischungen nach eigenen sowie nach geschützten Kundenrezepturen hergestellt. Hauptsächlich für die Lebensmittelindustrie, aber eben auch für kleinere Kunden wie Katharina Wilck, von 1001 Gewürze, die mit dafür sorgt, dass ein wenig weite Welt auch den Hamburger Endverbraucher erreicht.

Schanzen-Chili und Mango No. 5

Stolze 120 Mischungen aus der eigenen Barmbeker Manufaktur bietet die 36-jährige Geschäftsführerin an. 1001 Gewürze wurde 2003 von ihrer Mutter gegründet. Bettina Matthaer, preisgekrönte Autorin von 30 Kochbüchern – Schwerpunkt Gewürze – ist immer noch die „Nase“ des Betriebs. Gemeinsam leisteten die beiden Frauen Pionierarbeit, als es darum ging, den Konsumenten natürliche, handgemachte Produkte schmackhaft zu machen – auch mittels eigener Gewürzseminare. Limetten-Curry, Potato-Spice und Schafskäse-Mix – so heißen einige Bestseller. Beliebte Geschenke sind auch das Schanzen-Chili oder der Pauli-Pepper aus der Reihe „Hamburg macht scharf“. Preisgekrönt wurden die hauseigenen Weingewürze. „Mischungen hatten früher keinen guten Ruf, aber die Zeiten, in denen die Menschen nur zu Maggi griffen, sind definitiv vorbei.“ Wilck ist überzeugt: „Das letzte Quäntchen Qualität lässt sich nur durch aufwendiges Handwerk erreichen.“

In das Kräuterhaus in St. Georg, das seit mehr als 100 Jahren existiert, kommen auch Menschen, die sich für die heilende Wir-



Die Säcke mit Gewürzen werden mit Kränen von den Schiffen geholt und in modernen Lagerhallen aufbewahrt. Früher lagerten sie in der Speicherstadt.



Geschäftsführerin Katharina Wilck und Rezeptentwicklerin Bettina Matthaei von 1001 Gewürze beim Probieren einer neuen Gewürzmischung.



Im Violas' geht es bunt zu: Seltene exotische Gewürze und eigene Mischungen werden frisch verpackt und im Ladengeschäft angeboten.

kung von Gewürzen interessieren. „Hildegard von Bingen ist natürlich ein wichtiges Stichwort, aber auch in der chinesischen Medizin oder bei Ayurveda spielen Gewürze eine Rolle“, erzählt Mitarbeiterin Tina Voermann. Kurkuma als Hausmittel bei Halsschmerzen, geräuchertes Paprikapulver als Zutat in der veganen Küche – die Einsatzmöglichkeiten für ausgesuchte Gewürze seien vielfältig. Und wenn wie im vergangenen Jahr der Kubebenpfeffer zur Heilpflanze des Jahres ernannt werde, dann mache sich das selbstverständlich auch im Kräuterhaus bemerkbar.

Auf ein eigenes Ladengeschäft verzichtet das Hamburger Start-up Ankerkraut, das seit 2013 den Markt für sich erobert. Seine Leidenschaft für Gewürze will Geschäftsführer Stefan Lemcke, der in Afrika aufgewachsen ist, mit möglichst vielen Menschen teilen. Und das gelingt dem 40-Jährigen ziemlich gut, nicht zuletzt dank des gelungenen Produkt-Designs. Spätestens seit Stefan Lemcke in der TV-Serie „Die Höhle der Löwen“ aufgetreten ist, steigt der Umsatz erheblich. „Wir sind zum heutigen Zeitpunkt in mehr als 2000 Geschäften deutschlandweit und zum Teil auch im europäischen Markt zu finden.“ Supermärkte, Weindspots oder Gartencenter – viele Wege führen zu Ankerkraut: Der Umsatz wird 2017 bei rund 10 Millionen Euro liegen. Erzielt wird dieser mit beliebten Mischungen wie Patatas Bravas oder Pfeffer Symphonie, aber auch mit Trend-Produkten wie Porridge-Gewürzen, pinkfarbenem Einhorn-Zucker oder dem süß-fruchtigen BBQ-Rub Mango No. 5, einer Trockenmarinade fürs Grillen. Stefan Lemcke ist überzeugt davon: „Der Geschmack der Hamburger entwickelt sich stetig weiter. Auf dem Markt einzukaufen und ein schönes Gericht aus frischen Produkten zu kochen, gehört bei vielen zum normalen Alltag. Die Resonanz zeigt uns: Hamburg würzt.“

Das besondere Etwas: Kochen mit Gewürzen

Viola Fuchs, Geschäftsführerin des Hamburger Gewürz- und Delikatessen-Handels Violas' mit insgesamt bald 23 Filialen, drei davon in der Heimatstadt, denkt, dass der Einfluss von Kochsendungen und Food-Blogs groß ist. „Als ich vor 20 Jahren mein Violas'-Geschäft eröffnet habe, gab es zwei verschiedene Currys. Jetzt verkaufen wir 30 unterschiedliche Sorten.“ Ihre Kunden sei-

en durchaus bereit, auch einmal etwas mehr zu bezahlen, wenn es sein müsse: „Preiserhöhungen sind leider im Moment kaum vermeidbar, da das Wetter auf der ganzen Welt verrückt spielt. Der tasmanische Pfeffer war zum Beispiel lange Zeit nicht lieferbar“, sagt Viola Fuchs. „Durch unseren ständigen Kontakt mit den Kunden können und müssen wir diese Preissteigerungen erklären.“ Viola Fuchs ist stolz darauf, dass sogar Sternköche Gewürze für die private Küche bei ihr erstehen.

Das Wirken eines Hamburger Sternkochs wäre ohne Gewürze undenkbar, allerdings sind seine Quellen fast so geheim wie seine persönlichen Mischungen: Bei Wahabi Nouri, der vor 17 Jahren das marokkanische Restaurant Piment in Eppendorf eröffnete, kommen Raritäten wie Walnussrinde zum Einsatz. „Gäste können diese besonderen Geschmackserlebnisse oft nicht einordnen. Dann bringen wir ihnen auch schon einmal eine kleine Schale mit dem Gewürz an den Tisch, damit sie anfassen und riechen können.“ Sogar den Hamburger Klassiker Labskaus hat der 47-Jährige schon auf seine Weise orientalisiert, indem etwa Kreuzkümmel zum Einsatz kam.

Und auch die jungen Wilden mögen nicht auf Gewürze verzichten. Hannes Arendholz ist gelernter Koch und einer der beiden Geschäftsführer der Hamburger Online-Plattform Foodboom.de, zu der das gleichnamige Print-Magazin gehört. Er nennt weitere Trends wie Gewürze, die verkapselt sind. „Zum Beispiel eine knackige Hülle um Salz, die sich erst im Mund auflöst. Es gibt überdies viele Anbieter, die ihre Gewürze in Liquids anbieten und diese in einer Sprühflasche vermarkten.“ Sein eigenes Team ist ständig am Tüfteln: „Warum die ausgekratzte Vanilleschote in Zucker geben, weil es Oma schon gemacht hat? Legt man sie in Salz und würzt damit ein Fischgericht, hat man eine Note, die man nicht erwartet.“

Wo Historie lebendig wird

Spätestens jetzt würde Viola Vierk noch einmal betonen, dass das Salz ja gar kein Gewürz sei. „Man unterscheidet die Klassiker wie Pfeffer, Nelke und Muskatblüten von Küchenkräutern wie Majoran und Thymian und den Gewürzsaaten wie Senf oder Anis. Rund 50 Rohgewürze gibt es.“ Viola Vierk arbeitete 14 Jahre →



Gewürzmischungen von der Geschmacksmanufaktur Ankerkraut.

bei Worlée, noch ein traditionsreicher Gewürzhändler in der Hansestadt. Seit 1993 leitet sie das Gewürzmuseum Spicy's in der Speicherstadt – lange das einzige Museum weltweit, das sich ausschließlich mit diesem Thema befasste. Wer den 125 Jahre alten Speicherboden besucht, ein Pfeffertütchen als Eintrittskarte in der Hand, betritt einen duftenden Mikrokosmos, dessen 1000

„Gäste können die vielen Geschmackserlebnisse oft nicht einordnen.“

Wahabi Nouri, Sternekoch



Exponate unzählige Geschichten erzählen. Da gibt es ein Schiffmodell aus Nelken, das Seeleute im 19. Jahrhundert bei der langen Überfahrt aus Indonesien in mühevoller Kleinarbeit gefertigt haben. Man bekommt erklärt, warum Safran das teuerste Gewürz der Welt ist, um dessentwillen früher erbittert gekämpft wurde. Und warum hatte die Mumie von Ramses eigentlich Pfefferkörner aus Indien in der Nase? Etwa 100 000 Menschen empfangen die Expertin und ihr Team pro Jahr. Vor allem im Rahmen des vielfältigen Seminar-Programms ist Riechen und Anfassen ausdrücklich erwünscht. Viele Vorträge hält Viola Vierk selbst – eine Herzensangelegenheit. „Ich denke, dass die Deutschen immer noch zu den würzfaulsten Menschen der Welt gehören. In anderen Ländern sind Gewürze ganz anders ins Leben integriert. Sie sind kein Lifestyle-Produkt, sondern ein Nahrungsmittel.“

Besonders beliebt ist übrigens die vom Museum angebotene Pfeffersacktour, bei der ein ausgebildeter Schauspieler in der Rolle eines Gewürzhändlers die Teilnehmer in der Deichstraße empfängt. Wenn Kai Friedrich Jantzen sich heute mitunter scherzhaft als „Pfeffersack“ vorstellt, dann kommt er sich manchmal vor „wie ein Dinosaurier“. Und doch bleibt der 45-jährige Kaufmann Optimist, einfach auch deshalb, weil die facettenreiche Gewürzwelt ihn fasziniert: „Handel findet immer einen Weg.“



Ein alter Kaufmannsladen mit Gewürzdosen im Spicy's in der Hafencity.

EVENT
TIPP

1001 GEWÜRZE – BESUCH IM PARADIES DER SINNE

Wie komponiert man eine Gewürzmischung? Welche Rohgewürze werden den Geschmacksempfindungen herb, sauer, süß und scharf zugeordnet, und warum ist es so wichtig, möglichst alle vier in einer Mischung zu vereinen? Schmeckt eine rosa Pfefferbeere eigentlich eher süß oder scharf? Ist „Pfeffersack“ ein Kompliment oder doch eine Beleidigung? Und macht Schärfe uns auch wirklich glücklich? Auf all diese Fragen bekommen die Teilnehmer der Exkursion von Katharina Wilck, Geschäftsführerin von 1001 Gewürze, eine Antwort.

Donnerstag, 16. November, 9.00 Uhr
1001 Gewürze GmbH
Geierstraße 1
22305 Hamburg
Anmeldung unter: www.bch.de

Alexandra Maschewski arbeitet unter anderem für die Welt am Sonntag, Die Stilisten und das Hamburger Abendblatt. Mode, Manufakturen, Genuss – die 41-Jährige schreibt häufig über Lifestyle-Themen und besonders gern über Menschen und Geschichten aus ihrer Heimatstadt.

DREAMTEAM



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



STEINWAY & SONS

Rondenbarg 10 · 22525 Hamburg
EU.STEINWAY.COM



Gut gelaunt und farbenfroh in seinem „Tagesbüro“ im Schmidt Theater: Der erfolgreiche Schauspieler, Theatermacher und Unternehmer Corny Littmann sprach im Interview über sein abgebrochenes Psychologiestudium, die Anfänge als Künstler und die Veränderungen auf seinem Kiez.

„Der HSV begeht Schritt für Schritt Selbstmord“

Interviewtermin mit **CORNY LITTMANN**. Auf dem Weg zu seinem „Tagesbüro“ in der Lounge-Bar des Schmidt Theaters äußert er einen Wunsch: „Wir wollen ja über mein Unternehmen sprechen, aber wir müssen auch unbedingt über Fußball reden.“ Ein Gespräch mit dem Unternehmer Littmann, das ganz anders beginnt als geplant.

Gespräch: **Achim Schneider** Fotos: **Ivo von Renner**

club!: Was regt Sie beim Fußball gerade so auf, dass Sie gleich darüber sprechen möchten? Vielleicht die 220 Millionen Euro, die der Besitzer des Clubs Paris St. Germain im Sommer für den Brasilianer Neymar an Barcelona überwiesen hat?

Corny Littmann: Der Transfer von Neymar ist nur die Spitze des Eisberges. Es ist das Ergebnis einer jahrelangen Entwicklung, von der man noch gar nicht weiß, wo sie endet. Ich finde es erschreckender, dass 16- oder 17-jährige Spieler für Millionensummen transferiert werden. Also Spieler, in die die großen europäischen Vereine Hoffnungen und Erwartungen stecken, von denen sie nicht wissen, ob sie jemals erfüllt werden. Noch erschreckender ist, dass der internationale Fußball, insbesondere der englische und französische, immer mehr unter der Knute ausländischer Investoren steht. Das hat mit eigenständigem Wirtschaften eines Vereins nichts mehr zu tun. Und damit sind wir auch schon beim HSV.

Es liegt Ihnen am Herzen, über den HSV zu sprechen?

Ein Verein, der sich so abhängig von einem einzigen Unternehmer macht, egal, ob der Mensch Kühne, Müller oder Meier heißt, der begeht schrittweise Selbstmord. Das kann keine vernünftige Strategie im ökonomischen Sinne für einen Club sein. Und es gibt ein erstaunliches Phänomen in Hamburg: Viele Unternehmen sponsorn einen Verein, der nachweislich in den letzten zehn Jahren katastrophal gewirtschaftet hat. Um es platt zu sagen: Beim HSV investieren sie offensichtlich in ein Fass ohne Boden. Vor zehn Jahren hätte doch keiner gedacht, dass der FC. St. Pauli mittlerweile der wirtschaftlich solide Verein der Stadt ist. Der ständig Gewinne ausweist, nicht auf die Idee kommt, riskant in Spieler zu investieren, solide sportlich und wirtschaftlich arbeitet und Kontinuität bewahrt. Dieser solide wirtschaftende Verein wird von Hamburger Wirtschaftsunternehmen nur am Rande zur Kenntnis genommen.



„Im Schmidt Theater fühle ich mich am wohlsten.“

Woran liegt das?

Der FC St. Pauli hat bis zur Jahrtausendwende wirtschaftlich betrachtet eine unselige Vergangenheit. Aber das ist längst Geschichte und Vertrauen muss erworben werden. Das hat der FC St. Pauli eindrucksvoll bewiesen. Aber das Fußballgeschäft ist ein hochemotionales, unternehmerische Rationalität steht da häufig an zweiter Stelle. Exemplarisch wie gesagt beim HSV zu konstatieren.

Ist in Ihrer Präsidentschaft unternehmerisches Denken in den Club eingezogen?

Ein Club wie der FC St. Pauli ist ein mittleres Wirtschaftsunternehmen und natürlich muss man ihn nicht nur, aber auch unter diesem Aspekt leiten. Das muss im Einklang mit den Werten des Vereins stehen, wahrlich nicht einfach, aber durchaus machbar.

Heute sind Sie „nur“ noch Fußballfan und kümmern sich sehr erfolgreich um Ihr wachsendes Unternehmen. Mittlerweile betreiben Sie drei Theater auf dem Kiez. Welches ist Ihr Lieblingsbaby?

Das Schmidt Theater. Wobei jedes Theater für sich einen eigenen Charme, eine eigene Atmosphäre hat. Der Zufall will es, dass ich wesentlich häufiger auf der Bühne des Schmidt Theaters stehe als im Tivoli und im Schmidtchen. Hier hat alles begonnen und deshalb fühle ich mich im Mutterhaus am wohlsten.

Was treibt Sie als Unternehmer an?

Die Liebe zum Theater. Aber das reicht für ein unsubventioniertes Privattheater nicht, es gehört ein bisschen mehr dazu. Natürlich steht im Vordergrund die Leidenschaft für das Theater. Und der ständige Versuch, Menschen zu unterhalten, zu begeistern. Ich sage deshalb der ständige Versuch, weil es jeden Tag eine neue Herausforderung ist, Menschen zu begeistern und Leiden- →



25 Jahre Schmidt Tivoli: Littmann (ganz rechts) bei der Feier 2016 mit Moderatorin Anke Harnack, Prof. Norbert Aust, Heiße Ecke-Fan Melanie Stelljes (v.l.).

schaft zu transportieren. Das ist im Übrigen auch unternehmerisch konstituierend für den Erfolg der Theater: Unser Publikum spielt die Hauptrolle. Wir leben von der Zustimmung der Gäste und sind ökonomisch abhängig von der Zustimmung der Besucher, weil wir keine Subventionen bekommen und auch nicht wollen.

Haben Sie jemals bei der Kulturbehörde nach Geld gefragt?

Als wir das Schmidt Theater eröffnet haben, war von Anfang an klar: Wir wollen keine staatlichen Subventionen. Das hat zwei Gründe. Zum einen: Wer jemals eine Taxiquote mit der Kulturbehörde abgerechnet hat, weiß, warum wir keine Subventionen haben wollen. Der andere Grund ist: Wir sind gerne von unserem Publikum abhängig und nicht von der Gunst der Regierenden.

Was Sie anpacken, funktioniert. Warum haben die subventionierten Häuser so große Probleme?

Wir bedienen eine bestimmte Sparte des Theaters, nämlich das unterhaltende Musiktheater. Andere Theater, insbesondere die Stadt- und Staatstheater, haben einen Kulturauftrag, den sie in unterschiedlichem Maße erfüllen. Von daher unterscheiden wir uns grundsätzlich. Aber ich glaube, es kommen wichtige andere Aspekte dazu. Wir haben ein Marketing- und Vertriebssystem und ein Ticketing entwickelt, das einzigartig in Deutschland ist. Ein Stichwort ist „Dynamic Pricing“. Das kennt jeder von Fluggesellschaften und Hotels. Dabei richtet sich der Preis nach Angebot und Nachfrage. Das bedeutet, Vorstellungen, die sehr gut nachgefragt sind, sind teurer als die nicht so nachgefragten. Das hat im Ergebnis beachtliche ökonomische Folgen. Wir erlösen weit mehr mit dem Verkauf von Eintrittskarten, als wir das vorher getan haben. Außerdem ist die Schmidts Tivoli GmbH kein Hamburger Theater, sondern ein norddeutsches. Unsere Besucher kommen im Wesentlichen aus der erweiterten Metropolregion und dort holen wir sie auch ab. Die meisten Hamburger Bühnen beschrän-

ken ihre Marketing- und Vertriebsaktivitäten aufs Stadtgebiet. Sie haben auch Besucher aus dem Umland, aber da diese keine Hamburger Steuerzahler sind und somit nicht dazu beitragen, dass diese Theater lebensfähig sind, partizipieren sie quasi unberechtigt an Hamburger Steuergeldern. Das führt zu einem Vertriebs- und Marketingsystem bei den Theatern, das im Vergleich zu unserem lächerlich ist.

Das hört sich ziemlich selbstbewusst an.

Es lässt sich auch an Zahlen festmachen. Die „Heiße Ecke“ ist mit weit über zwei Millionen Besuchern das erfolgreichste deutschsprachige Musical überhaupt. Die Menschen von außerhalb anzusprechen ist die Philosophie unseres Vertriebs und Marketings. Wir verkaufen mittlerweile über 50 Prozent der Tickets online und es gibt eine App, über die Karten gebucht werden. Das sind aber keine Geheimnisse für ein Wirtschaftsunternehmen, das ist Normalität. Nur im Kulturbetrieb ist das überhaupt nicht normal. Die einzigen, die sich ernsthaft mit diesen Fragen beschäftigen, ist das große Musicalunternehmen Stage Entertainment.

Ist Stage ein Konkurrent für Sie?

Es sind gute Kollegen. Aber das Unternehmen trifft viele Entscheidungen, die ich nicht nachvollziehen kann. Ein Beispiel: Das Wunder von Bern gehört meines Erachtens in den Ruhrpott. Es ist ein hervorragendes Stück, das in Hamburg aber nicht funktionieren kann. Wenn man sich Pricing und Ticketing von Stage Entertainment ansieht, dann sind sie bei Weitem nicht so flexibel wie wir. Dort zahlt man für die besten Tickets am Wochenende schon 160 Euro pro Person. Da sind wir mit einem Spitzenpreis von 90 Euro bei der Heißen Ecke deutlich günstiger.

Ist die Preisspirale für Veranstaltungen nicht total überdreht?

Sie ist oft für mich nicht mehr nachvollziehbar. Aber es gibt das

erstaunliche Phänomen des Live-Erlebens. Sie können heutzutage ein Konzert oder ein Fußballspiel im Fernsehen wesentlich besser verfolgen – mit Zeitlupen, Wiederholungen usw. Und trotzdem: Die Rolling Stones kündigen an, nach Hamburg zu kommen, und innerhalb weniger Stunden ist das Konzert ausverkauft. Die Menschen wollen die Stones einfach leibhaftig erleben, auch weit entfernt von der Bühne. Ein ganz ähnliches Phänomen gibt es beim Fußball. Jedes Spiel ist im Fernsehen wesentlich besser zu verfolgen als von irgendeinem Platz im Stadion. Trotzdem werden die Stadien immer voller. Dieser Widerspruch für Live-Events zeugt von einer großen Sehnsucht der Menschen, im Moment und gemeinsam etwas zu erleben. Das merken wir auch sehr stark im Theater.

Ihr Vater war Professor für Finanzwissenschaften. Da können Sie sicher von Haus aus gut mit Geld umgehen, oder?

Ich habe in späteren Jahren überraschenderweise festgestellt, dass ich von meinem Vater eine ganze Menge mitgekriegt habe. Aber das betrifft eher das strukturierte Denken, das Analysieren und nicht so sehr die unternehmerische Praxis. Ich glaube, mein Vater wäre mit jedem Kiosk Pleite gegangen.

Warum?

Weil er Finanzwissenschaftler war. In der Praxis hätte er total versagt, glaube ich. Trotzdem habe ich ihn sehr gern gemocht.

Erinnern Sie sich noch, wie Sie Ihr erstes Geld verdient haben?

Ja, als Schüler habe ich in einer Getränkefabrik gearbeitet. Seitdem habe ich keinen Orangensaft mehr getrunken.

Sie mussten häufig mit den Eltern umziehen – in die USA, nach Berlin. Warum sind Sie in Hamburg hängengeblieben?

Ich habe hier Abitur gemacht und zum Entsetzen meines Vaters angefangen, Psychologie zu studieren. Die Psychologie war in seinen Augen Kaffeesatzleserei.

Und für Sie?

Ein für mich notwendiger Schritt, sich über die eigene Identität klarer zu werden. Als das der Fall war, habe ich das Studium abgebrochen.

Um Künstler zu werden?

Theater war schon immer mein Hobby. Mitte der 70er Jahre haben wir mit einer kleinen Schwulen-Theatergruppe ein – heute würde man sagen – Agitprop-Stück gemacht. In dieser Zeit sind viele Gruppen entstanden, meistens aus studentischen Kreisen, Kabarettgruppen, Musiktheatergruppen, die als Laien angefangen haben und sich immer weiter professionalisiert haben. Das ist heute nicht mehr denkbar.

Wie groß war der Schritt vom Schauspieler zum Unternehmer?

Wir waren als Tournée-Theatergruppe „Familie Schmidt“ lange in Deutschland unterwegs und des Reisens müde. Wenn man nach Jahren jede Raststätte auf der Autobahn kennt, dann will man irgendwann sesshaft werden. Als sich die Gelegenheit bot, haben wir uns am Spielbudenplatz niedergelassen. Und Mitarbeiter angestellt. Da wirst du zwangsläufig zum Unternehmer.



Herr und Hund: Littmann beim Interview mit seinem Beagle Rio.

Sie haben im letzten Jahr 25-jähriges Jubiläum mit dem Schmidts Tivoli gefeiert. 2018 ist das Schmidt Theater 30 Jahre in Betrieb. Hätten Sie gedacht, dass die Theater so lange erfolgreich sind?

Geträumt ja, gedacht nicht. Erschreckend ist, wie schnell die Zeit vergangen ist. Natürlich, gerade anlässlich dieser Jubiläen lässt man die Zeit noch einmal Revue passieren und dabei stellt man fest, was hier alles geschehen ist. Und das ist ungeheuer viel. Ich habe noch die Bilder von 1988 vor Augen. Der Spielbudenplatz war die tote Ecke der Reeperbahn, heute ist er der lebendigste und attraktivste Platz in Hamburg. Mit einem sehr gemischten, sehr friedlichen Publikum. Hier ist eine einmalige Szene entstanden. Sowohl in der Mischung des Publikums als auch im Theaterangebot, das ohnehin deutschlandweit einmalig ist. Ich nenne es scherzhafterweise den kleinen Broadway.

„Der Spielbudenplatz war eine tote Ecke.“

Der Kiez hat sich insgesamt verändert ...

Der Kiez, den ich in den 70er Jahren kennengelernt habe, war ein grundsätzlich anderer. Er war garniert mit Peepshows. Davon gibt es heute keine einzige mehr. Mit vielen zweifelhaften Lokalitäten, von denen es nur noch sehr wenige gibt. Mit kaum einem Kiosk, von denen es heute viel zu viele auf der Reeperbahn gibt. St. Pauli hat, historisch betrachtet, immer vom ständigen Wandel gelebt. Vieles, wie etwa die Kinokultur, ist bedauerlicherweise verschwunden. Stattdessen haben sich Discounter angesiedelt, die eigentlich nicht hierher gehören. Es ist nicht alles gut, aber vieles ist gut und vor allem ist vieles besser. →



CORNELIUS „CORNÝ“ LITTMANN 64, wurde in Münster/Westfalen geboren. Nach Abbruch des Psychologiestudiums begann er in den 70er Jahren mit dem Theaterspielen. Heute ist er Schauspieler, Regisseur und betreibt drei Theater auf der Reeperbahn. 1980 kandidierte Littmann als Spitzenkandidat der Grün-Alternativen Liste Hamburg für den Bundestag. Von Dezember 2003 bis 2010 führte er als Präsident den FC St. Pauli. Corný Littmann setzt sich seit Jahrzehnten für die Rechte von Homosexuellen ein.

Der Hype treibt an Wochenenden junge Leute aus Pinneberg und Ahrensburg auf den Kiez, um Party zu machen und sich mit Alkohol zuzuschütten. Ist das der neue Kiez-Schick?

Es gibt 400 000 Menschen, die jedes Jahr in unsere Theater kommen. Und 20 Millionen Besucher kommen im Jahr auf den Kiez. Da muss man differenzieren. Man kann nicht das gesamte Klientel, das am Wochenende hierherkommt, über einen Kamm scheeren. Was wir, damit meine ich die hier im kulturellen Bereich arbeitenden Unternehmer, beklagen, ist der Ausschank von billigen Alkoholika an den Kiosken, der inflationsartig zugenommen hat.

Mit der Esso-Tanke ist doch der größte Billig-Laden verschwunden ...

Von wegen, schön wär's. Der Senat ist hier gefragt, das entsprechend zu regulieren. Es gibt auf St. Pauli, und nur hier, ein Glasflaschenverbot am Wochenende und natürlich ist es möglich, den Alkoholausschank an Kiosken zeitlich zu begrenzen. Dann ist dieses Drucktanken von jungen Menschen zu sehr günstigen Getränkepreisen an den Kiosken vorbei und das Geschehen verlagert sich wieder mehr in die Clubs.

Beim Musical „Heiße Ecke“ geht es auch um die gute alte Zeit. Ist das Stück deshalb so beliebt bei den Besuchern?

Zuerst einmal ist es beliebt, weil es gute Geschichten erzählt. Es ist ein sehr gutes deutsches Musiktheaterstück.

Was war so besonders an dem Imbiss. Wurde da die würzigste Currywurst serviert?

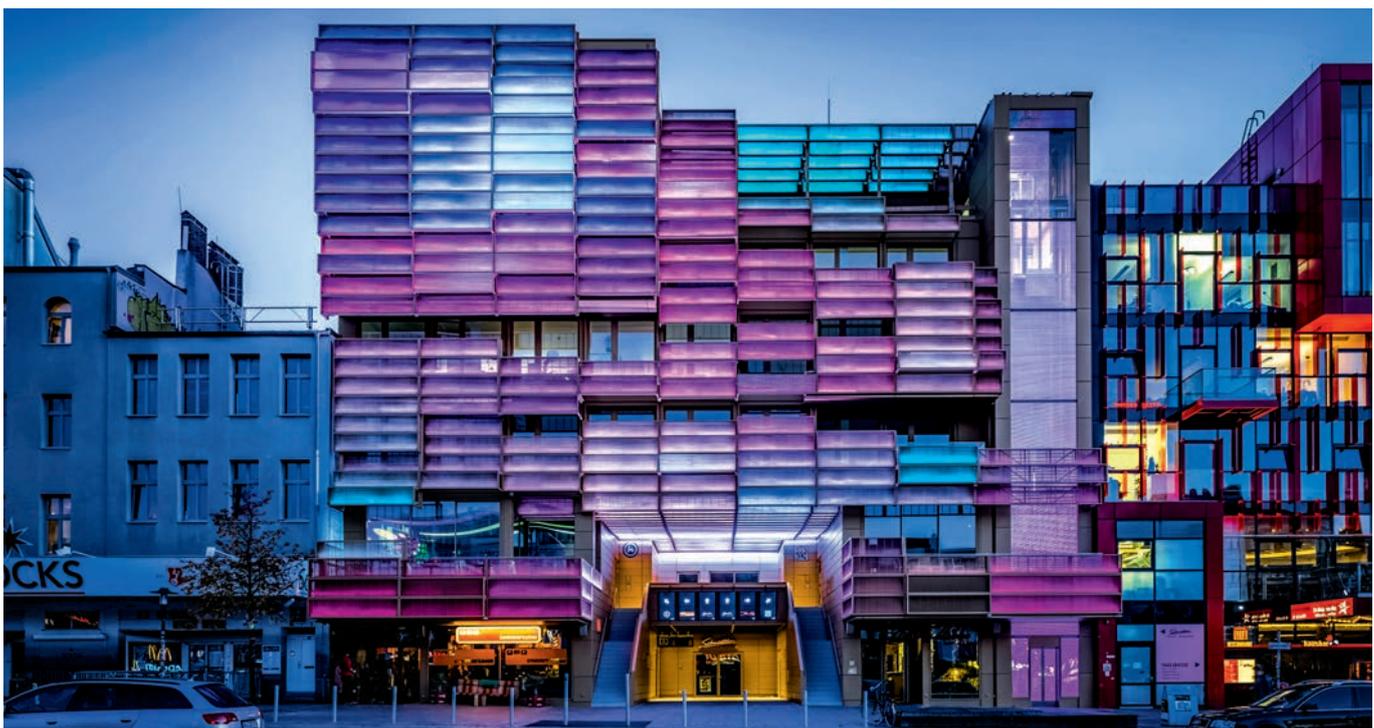
Nein. Es war das Personal. Ich habe lange in der Nähe gewohnt und bin allabendlich in die „Heiße Ecke“ gegangen, aber nicht um Würstchen zu essen, die waren ungenießbar. Ich habe immer den gerade noch akzeptablen Kaffee getrunken. Ella war die Herrscherin des Imbisses. Sie hat mit ihren Sprüchen ständig Theatervorstellungen veranstaltet – und das vollkommen kostenlos.

Gibt es ein neues Projekt, an dem der Unternehmer Littmann derzeit arbeitet?

Wir sind gerade dabei, gemeinsam mit Udo Lindenberg die PANIK CITY im Klubhaus St. Pauli zu bauen. Das wird keine Ausstellung und kein Museum, sondern eine multimediale Udo-Lindenberg-Erlebniswelt, mit der modernsten Technik, die es so bisher noch nicht zu sehen gab. Auf Neudeutsch: „Panik City - die Udo Lindenberg Experience“. Und im September eröffnen wir den „Gassenhauer“ in der Kastanienallee, dort wird Schnitzel serviert. Nicht irgendeines, sondern „das beste Schnitzel außerhalb Österreichs“. Unser Gastronom ist Österreicher, der hat hohe Ansprüche. An sich und an das Schnitzel !



Littmann im Gespräch mit club!-Redakteur Achim Schneider.



Im neuen Klubhaus St. Pauli befindet sich das kleine „Schmidtchen“. Demnächst wird hier „Panik City - die Udo Lindenberg Experience“ eröffnet.



System 106

Modulare und flexible Türstationen im Gira Türkommunikations- System

Das Gira System 106 ist ein modulares Türkommunikations-System in puristisch edlem Design. Es basiert auf einzelnen Modulen, die flexibel kombiniert und je nach Anforderung hoch, quer oder quadratisch angeordnet werden können. Hochwertige und robuste Designfronten aus Edelstahl, Aluminium und weiß lackiertem Metall sowie eine flache Bauweise sorgen für ein elegantes Erscheinungsbild an der Tür.

Auszeichnungen:
Iconic Awards 2014
Best of Best,
Plus X Award 2014
in der Kategorie Bestes
Produkt des Jahres,
Plus X Award 2014
für High Quality, Design,
Bedienkomfort und
Funktionalität

Mehr Informationen:
www.gira.de/system106

„Leckerer Essen braucht die richtige Würze“

Clubmitglieder zum Thema „Hamburg würzt“



STEFAN VON BÜLOW

Eugen Block Holding GmbH
Geschäftsführer

Unsere Hansestadt blickt auf eine lange und traditionsreiche Geschichte im Handel mit Gewürzen. Hamburg ist als deutsche Hauptstadt und Drehscheibe für Gewürze bekannt. Jedes Jahr werden im Hamburger Hafen viele zehntausende Tonnen in die Bundesrepublik importiert. Das Gewürzmuseum in der Speicherstadt zeugt von dieser jahrhundertealten Tradition. Die würzige Erfolgsgeschichte bei Block House ist der Steak Pfeffer nach eigener Rezeptur mit Kräutern und Paprika. Von Jahr zu Jahr wächst die Beliebtheit unseres Steak Pfeffers unter den Steakliebhabern. Leckerer Essen und ein gutes Steak brauchen eben die richtige Würze.

HANS-CHRISTOPH KLAIBER

NORD EVENT GmbH
Geschäftsführer

In der Speicherstadt – dem ehemaligen Zentrum des Gewürzhandels – hat für unsere Unternehmen NORD EVENT und Vlet Restaurants alles begonnen. Nord Event hat als erste Eventlocation einen ehemaligen Gewürzspeicher im Block D hochwertig saniert. Events mit Führungen hinter die Kulissen der Handelshäuser, Erlebnisberichten und Verkostungen der Importeure sind für mich noch heute Highlights in der Speicherstadt. Auch das erste Vlet Restaurant wurde in einem Backsteingebäude eröffnet, in dem einst Kardamom, Pistazien und Kakao lagerten. Für die Nord Event GmbH wie auch für die Vlet Restaurants sind Gewürze bei der Kreation neuer Speisen ein wesentlicher Bestandteil der täglichen Arbeit. Die Verbundenheit zur Speicherstadt, die Nachbarschaft zu Gewürzhändlern sowie die Zusammenarbeit mit der Firma 1001 Gewürze sind für uns wie das „Salz in der Suppe“ und tragen zu einem großen Wohlfühlaroma im Unternehmen bei.



CHRISTOPH HANTKE

Eberhard Pütter Safran Vanille Handel
Inhaber

Die lange Tradition des Gewürzhandels wird in Hamburg bis heute fortgeführt. Die gute Infrastruktur ermöglicht es uns, nicht nur Gewürze aus allen Ländern der Welt zu importieren, sondern diese auch zeitnah und zuverlässig an den Verbraucher zu schicken. Dabei ist zu erkennen, dass die Nachfrage immer spezieller wird. War der Kunde vor einigen Jahren noch mit einfachem Pfeffer oder auch der guten Bourbon Vanille zufrieden, muss es heute oftmals Voatsiperifery (Urwaldpfeffer aus Madagaskar) oder Tahiti Vanille sein. Durch die Globalisierung ist die Welt sehr viel kleiner und schneller geworden. Das ist nicht nur eine

Herausforderung für uns Händler, sondern auch für Hamburg als Handelsmetropole.



BRITTA HOFFMANN

MTG Foodtrading GmbH
Geschäftsführerin

Die Deutschen lieben es scharf, die Nachfrage nach gut gewürzten Produkten steigt. Auch Hamburg profitiert davon, schließlich werden die meisten Gewürzimporte über den Hamburger Hafen abgewickelt. Hochmoderne, vollklimatisierte Lagerhallen sorgen dafür, dass die empfindliche Ware keinen Schaden nimmt und schnell verarbeitet werden kann. Beim Endverbraucher werden Gewürzmischungen immer beliebter. Mittlerweile haben sich in Hamburg kleine Manufakturen etabliert, die Gewürze mischen und liebevoll verpacken. Daraus hat sich eine Szene entwickelt, in der auch prominente Kochprofis kräftig mitmischen. Auch wir als Lebensmittelimporteur profitieren vom Boom. Unsere Chilis, speziell Jalapeños und Habaneros, machen Grillsaucen, Pizzen und Burger scharf und würzig und werden verstärkt nachgefragt.

SIZE MATTERS



DAS PERFEKTE VERTRIEBSTOOL UND GIVEAWAY!

DEMNÄCHST MIT IHREM FIRMIENLOGO



THE-W4LLET.COM (B2B) – W4LLET.DE (OnlineShop)



PFEFFER- UND SALZSÄCKE

Text: **Detlef Gürtler**

Gewürze waren der Stoff, aus dem die Träume sind. Die Träume der Fernhändler. Über Jahrhunderte waren insbesondere Nelken, Muskatnuss und natürlich Pfeffer die wichtigsten und lukrativsten Güter auf den Handelsrouten von Asien nach Europa. Die Gewinnspanne lag bei mehr als 1000 Prozent: Der Pfeffer, den man in Indien gegen Silber aufgewogen kaufte, war schon in den europäischen Hafenstädten so teuer wie Gold, also meist etwa das 13-Fache des Einkaufspreises. Sicher, die Reise war lang und beschwerlich, und längst nicht jeder Pfeffersack, der auf Kamelen oder Schiffen Richtung Europa transportiert wurde, kam auch tatsächlich dort an, aber – hey, wenn solcher Profit winkt, ist das ja wohl fast jedes Risiko wert.

Denn nicht nur die Preise, auch die Mengen waren gewaltig. Allein für das Jahr 1585 verzeichneten die Chroniken 25 000 Tonnen Pfeffer und 17 000 Tonnen Gewürznelken an indischen Exporten in das Abendland. 25 000 Tonnen Pfefferverbrauch in einem Jahr, das machte rein rechnerisch für jeden Einwohner des damaligen Europas etwa ein Pfund – eine gewaltige Menge, wenn man mit einrechnet, dass der größte Teil der Bevölkerung sich dieses Luxusgewürz nicht einmal grammweise leisten konnte. Aber die Zahl kann dennoch realistisch sein: Wie die schmalen Eliten in vielen der heutigen Entwicklungsländer leisteten sich auch die abendländischen Eliten des 16. Jahrhunderts einen demonstrativen Luxuskonsum, um dadurch ihren Status zu manifestieren. Ein Kochbuch aus der damaligen Zeit empfiehlt auf ein Kilo Hirschpenis ein Achtelpfund Pfeffer – kulinarisch der reinste Wahnsinn; aber darauf kam es offensichtlich nicht an.

Gewürze waren bekanntlich eines der wichtigsten Motive für Spanier und Portugiesen, sich im 15. Jahrhundert auf die Suche nach einem Seeweg nach Indien zu begeben. Weniger bekannt ist, wieso es dazu kam. Schließlich hatte in den Jahrhunderten

zuvor der Handel über den Landweg via Seidenstraße doch auch ganz gut funktioniert. Aber das hörte Ende des 14. Jahrhunderts auf. Der aus dem zentralasiatischen Samarkand stammende Mongolenfürst Tamerlan hatte nämlich von 1382 bis in sein Todesjahr 1405 von Damaskus bis Delhi jede Stadt zerstört, derer er habhaft werden konnte. Außer Samarkand natürlich, in das er die erbeuteten Schätze ganz Zentralasiens brachte. Die Seidenstraße war damit faktisch zerstört, und zwar für mehrere Generationen. Also wurden neue Wege gebraucht – und 1418 begannen die Portugiesen unter Prinz Heinrich dem Seefahrer die erste Expedition an der Küste Afrikas Richtung Süden.

Für die Hamburger Kaufleute, denen ab dem 16. Jahrhundert der Unehrentitel „Pfeffersäcke“ angehängt wurde, stand aber ein anderes, weit profaneres Gewürz am Beginn ihres Aufstiegs: Salz. Denn das wurde ab Ende des 12. Jahrhunderts in großen Mengen auf der schwedischen Insel Gotland gebraucht. Vor der dortigen Küste zogen riesige Heringsschwärme umher, die den Fischern weit mehr Fang brachten, als die wenigen Inselbewohner verzehren konnten. In Deutschland hingegen gab es eine große Nachfrage nach Fisch – als Fastenspeise. Um die Fische in genießbarem Zustand auf die deutschen Märkte zu bringen, brauchte man Salz. Und das lieferten die Schiffe einer 1161 auf Gotland von deutschen Kaufleuten gegründeten Vereinigung – der Hanse. Salz aus Deutschland nach Gotland, gepökelter Fisch aus Gotland nach Deutschland, das war das Geschäft, das die Kauffahrer aus den Hansestädten reich und die Hanse mächtig machte. Man hätte die Hanseaten also ruhig „Salzsäcke“ nennen können.

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

WIRD AM BESTEN
ZU ÜBERRASCHUNGEN
SERVIERT.



BE
PREPARED



Veuve Clicquot *Let life surprise you*



In der Fremde zu Hause

*Immer mehr Unternehmen verstärken sich mit Fach- und Führungskräften aus dem Ausland. Damit die sogenannten **EXPATS** und ihre Familien sich in der neuen Umgebung wohlfühlen, benötigen sie Unterstützung.*

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

Sein deutsches Lieblingswort ist kurz, knapp – und selbstverständlich bayerisch: „Servus!“, das kann Carlo Ancelotti inzwischen fast akzentfrei sagen, stetig vergrößert der FC Bayern-Trainer seinen deutschen Wortschatz. Auch von seinen ausländischen Spielern verlangt er, dass sie Deutsch lernen. „Das ist ein Zeichen von Professionalität“, erklärte der Italiener in einem Interview. Für seine Zeit bei Real Madrid hat er zuvor schon Spanisch gelernt, als Trainer beim Fußballclub Chelsea sein Englisch verbessert. Sprache ist für ihn der Schlüssel zur Integration. In München stünden ihm und seinen Spielern ein Deutschlehrer zur Verfügung, sie könnten Unterrichtsstunden nehmen, wann immer sie wollten, erzählte er.

Für einen Verein wie den FC Bayern ist es Alltag, sportliche Fachkräfte aus dem Ausland zu rekrutieren, zu integrieren und damit möglichst lange erfolgreich an sich zu binden. Doch auch die deutsche Wirtschaft muss zunehmend Führungskräfte aus anderen Ländern anwerben. Denn bis 2030, so die Bundesagentur für Arbeit, wird die Zahl der Erwerbstätigen um bis zu zwei Millionen schrumpfen – während der Bedarf an hochqualifizierten Fachkräften um 530 000 Personen steigt. Schon heute beobachtet die Mehrzahl der Unternehmen (60 Prozent) einen Mangel an Fach- und Führungskräften, wie eine aktuelle Studie des IT-Branchenverbands Bitkom zeigt. Insbesondere bei den mittleren Unternehmen habe

sich der Fachkräftemangel seit 2014 verstärkt (von 58 auf 61 Prozent). 69 Prozent der befragten Unternehmen geben an, dass sie aufgrund des Fachkräftemangels nicht genügend qualifizierte Bewerber in Deutschland finden und deshalb ausländische Fach- und Führungskräfte beschäftigen. Doch was kann ein Unternehmen tun, damit sich der neue Kollege aus dem Ausland nicht schon bald fühlt „wie eine Flasche leer“?

Die Zahl der Expats nimmt zu

Beispielsweise schon vorab Profis wie Kerstin Luong engagieren. Die Hamburgerin hat einen Relocation-Service gegründet, solche Dienstleister sind darauf spezialisiert, Fachkräfte, die aus dem Ausland kommen oder ins Ausland gehen, beim Umzug zu unterstützen. Expatriates, kurz Expats, werden solche Fachkräfte genannt, die meistens vorübergehend in ein anderes Land entsendet werden oder sich dort selber einen Arbeitgeber suchen. Der Begriff ist abgeleitet aus dem Lateinischen, von ex „aus“, „heraus“ und patria „Vaterland“.

In Zeiten der Globalisierung und des Fachkräftemangels gibt es immer mehr solcher Expats, gerade auch in Deutschland, das nach Amerika laut der Industriestaaten-Organisation OECD inzwischen als das zweitbeliebteste Einwanderungsland der →

Welt gilt. Expats sind hochmobile, oft bestens ausgebildete Arbeitnehmer, die quasi als moderne Nomaden alle paar Jahre das Land wechseln. Das stellt sie und ihre Familien immer wieder nicht nur vor organisatorische, sondern auch vor soziale Herausforderungen. Denn neben dem Zuhause als Basis muss auch das Privatleben immer wieder neu aufgebaut, neue Freundeskreise erschlossen werden – oft mit dem Gedanken im Hinterkopf, dass nach einigen Jahren wieder die Zelte abgebrochen werden.

„Wir fangen die Familie mit ihren Sorgen auf und unterstützen sie.“

Kerstin Luong, The Red Relocaters



Beim Thema Arbeitskultur kann es knirschen

Umso wichtiger ist es deshalb für die Unternehmen, ihre Arbeitnehmer aus dem Ausland bei diesem Prozess zu begleiten, so dass

ihre Integration möglichst schnell gelingt. Luong bietet mit ihrem Unternehmen The Red Relocaters Unterstützung bei den typischen Themen, die im Laufe eines arbeitsbedingten Wohnortwechsels relevant werden. Das beginne beispielsweise damit, eine passende Wohnung für den Arbeitnehmer oder die Arbeitnehmerin und die Familie zu finden. Weiter gehöre zum Angebot auch Hilfe bei der Organisation von Arbeitserlaubnis und Aufenthaltstitel für Familienangehörige, bei der Eröffnung von Konten, bei steuerlichen Fragen oder beim Finden der passenden Schule für die Kinder. „Wir fangen die Familie mit ihren Sorgen auf und unterstützen quasi als verlängerter Arm des zukünftigen Arbeitgebers den hochemotionalen Prozess rund um das neue Zuhause“, erläutert Luong. Die Kosten für ein Standardpaket würden sich etwa im Bereich einer Maklerprovision bewegen – eine Investition, die sich lohne und vor allem von mittelständischen Unternehmen noch unterschätzt werde. Denn gerade in den ersten kritischen Monaten entstehe durch die intensive Betreuung „eine nicht zu unterschätzende Bindung“ an den neuen Arbeitgeber, meint Luong. Darüber hinaus würden sich weitere Vorteile in der Einsparung von Opportunitätskosten ergeben: „Der Mitarbeiter ist in der Lage, sich deutlich mehr auf seine Aufgabe zu konzentrieren, als wenn er sich selber um alles kümmern oder ständig um Hilfe bei seinen Kollegen oder in der Personalabteilung bitten müsste.“ Viele Fragen könnten beispielsweise schon geklärt werden, wenn der neue Arbeitnehmer zur Wohnungssuche nach Hamburg kom-

ZEHN TIPPS ZUR INTEGRATION DER AUSLÄNDISCHEN FÜHRUNGSKRÄFTE

1. PERSONALABTEILUNG ALS KOMPETENZZENTRUM

Die Personalabteilung ist erste Anlaufstelle für die Fach- und Führungskräfte aus dem Ausland. Deshalb sollten die Recruiter kompetente Ansprechpartner für alle Lebensbereiche wie Einkommensstrukturen, Schulwesen, Versicherungen und Karrierechancen sein.

2. GENAUIGKEIT IN DER STELLENBESCHREIBUNG

Um unliebsame Überraschungen zu vermeiden, sollte es über den neuen Aufgabenbereich einen intensiven und direkten Austausch mit zukünftigen Vorgesetzten und Kollegen geben.

3. ERSTE STIPPVISITE

Bevor es losgeht, sollte sich der Kandidat mit seiner Familie einen ersten Eindruck von Alltag und Beruf in der neuen Heimat machen. Hier können mit kompetenten Ansprechpartnern auch erste Fragen zu Mentalität und Gebräuchen ausgetauscht werden, dafür bietet sich ein Besuch anlässlich der Wohnungssuche an.

4. FAMILIENMANAGEMENT

Oft scheitert die Integration der Führungskraft, weil sich Partner und Familie nicht wohlfühlen. Um dies zu vermeiden, sollte man ihren Interessen in Sachen Karriere, Schule oder Kinderbetreuung hohe Priorität räumen.

5. ZUSAMMENARBEIT MIT RELOCATION SERVICE

Gerade in der Anfangsphase, oft noch vor dem Umzug, hat der Neankömmling viele Fragen. Deshalb bietet sich die Zusammenarbeit mit einem Relocation Service an, der auf eine solche intensive Betreuung spezialisiert ist und einen guten Start ermöglicht.

6. PATEN- UND PARTNERSCHAFTEN

Ein Paten- und Partnerschaftsprogramm ist empfehlenswert.

Schon vor der Einreise können die Paten per Mail oder Skype Kontakt zu den neuen Kollegen aufnehmen und Tipps zu Themen wie etwa Wohnen und Leben in Deutschland geben.

7. INTERKULTURELLE KOMPETENZ

Viele Unternehmen bieten inzwischen interkulturelles Training für ihre Belegschaft an. Das ist nicht nur hilfreich für Geschäfte mit Partnern im Ausland, sondern auch, um Arbeitskräfte aus anderen Ländern zu integrieren. Ein solches Training sollte zur Grundausbildung der Belegschaft gehören.

8. DO YOU SPEAK ENGLISH?

Teil des interkulturellen Trainings sollten auch Sprachkurse sein. Eine gemeinsame Sprache zu sprechen, ist die beste Basis für eine erfolgreiche und nachhaltige Zusammenarbeit.

9. LEADERSHIP

Schon innereuropäisch variieren die Führungsstile zwischen den Kulturen. Ein interkulturell kompetenter Chef sollte eine Willkommenskultur im Team schaffen und den Kommunikationskanal offen halten.

10. KARRIERECHANCEN AUFZEIGEN

Nachhaltig ist die Einstellung ausländischer Fach- und Führungskräfte nur, wenn der Mitarbeiter lange genug bleibt, um die erhöhten Kosten der Einstellung oder Versetzung wieder einzuspielen, so Lerch. Dafür müssen privat und beruflich die Rahmenbedingungen stimmen.



me und mit Luongs Kollegen auf Besichtigungstour gehe. „Die Autofahrten zwischen den Terminen sind oft ein interkulturelles Intensivtraining. Fragen zum System der Mülltrennung, zu Internet und Fernsehen, zu den besten Restaurants der heimischen Küche oder Supermärkten mit heimischen Produkten werden hier geklärt“, erzählt Luong.

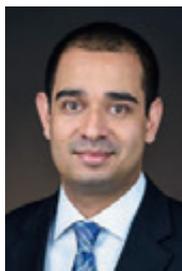
Aber nicht nur vor dem Umzug, sondern auch während der ersten Monate sei die Begleitung des neuen Arbeitnehmers durch Profis wichtig. Denn gerade beim Thema Arbeitskultur könne es knirschen. „Typisch in Deutschland ist nämlich eine schwierige Kombination: Wir loben selten, äußern Kritik dafür aber extrem direkt. Das kann für manche Arbeitnehmer aus dem Ausland verstörend sein“, weiß Luong aus Gesprächen mit Kunden. In Singapur oder Japan würde beispielsweise gar keine Kritik geäußert. „Um den neuen Kollegen nicht vor den Kopf zu stoßen, ist es wichtig zu erklären, dass so eine Kritik keineswegs persönlich gemeint ist. Zum anderen sollte das inländische Team geschult werden und Kritik vielleicht weniger direkt äußern.“

Auch die Familien müssen sich wohlfühlen

Gaurab Sengupta muss lachen, wenn er solche Klischees hört. „Ich glaube, dass die deutsche Arbeitskultur sehr gut zu mir passen wird, denn mir wird immer gesagt, dass ich viel zu direkt bin“, sagt Sengupta, der bisher als Vizechef des Arzneimittelherstellers Dr. Reddy's im englischen Cambridge gearbeitet hat und künftig für ein Pharmaunternehmen in Hamburg tätig sein wird. Seinen Umzug in die Hansestadt hat der Inder zusammen mit Luongs Red Relocators vorbereitet. „Das war sehr hilfreich, um eine schöne Wohnung zu finden in einem Stadtteil, der auch gut zu meiner Familie passt“, erklärt Sengupta, der zusammen mit seiner Frau und seinen beiden Söhnen umzieht. Schon als Kind ist er mit seinen Eltern in die USA gezogen und hat seither in verschiedenen Ländern gelebt. „Jetzt ziehe ich zum ersten Mal in ein Land, dessen Sprache ich nicht fließend spreche, davor habe ich schon Respekt“, meint Sengupta, der sich aber bereits in Cam-

„Eine Komfortzone zu Hause gibt Halt bei all den vielen Eindrücken.“

Gaurab Sengupta, Expat in Hamburg



bridge mit Deutschkursen vorbereitet. Sein Tipp für alle Expats: „Man sollte eine gute Balance schaffen: Einerseits in die Kultur des neuen Landes so tief wie möglich eintauchen, sich aber andererseits zu Hause eine Komfortzone schaffen, die einem Halt gibt bei all den neuen Eindrücken.“ Anlass zu großer Sorge sei ein solcher Umzug ins Ausland aber nicht: „Am Ende trifft man überall auf Menschen.“

Woran aber kann die Integration von Fach- und Führungskräften aus dem Ausland scheitern? „Oft dann, wenn sich der mitgereiste Partner, meistens noch die Frau, und die Familie nicht wohlfühlen“, weiß Kerstin Luong. Denn während der eine Partner schnell in seinen neuen, durch die Arbeit strukturierten Alltag findet, Anschluss und sozialen Austausch über die neuen Kollegen findet, fühlt sich der andere Partner oft alleine zu Hause →

TIPP

NEUES ANGEBOT DES BUSINESS CLUB HAMBURG: Die ExPat Membership

Der Business Club bietet seinen Mitgliedsunternehmen einen neuen spezifischen Service für ihre ausländischen Fach- und Führungskräfte: die ExPat-Membership. Peter Richard Stoffel, Geschäftsführer des Business Club Hamburg, erklärt: „Wir möchten die Unternehmen dabei unterstützen, dass sich ihre Mitarbeiter aus dem Ausland schnell in Hamburg zu Hause fühlen und durch das Clubleben sowohl geschäftliche als auch gesellschaftliche Verbindungen aufbauen können.“ Ab sofort haben Mitgliedsunternehmen die Möglichkeit, ihre ausländischen Führungskräfte in einer speziellen Mitgliedschaft anzumelden. Und zwar ohne zusätzliche Aufnahmegebühr und mit einer kurzen Kündigungsfrist. Der monatliche Beitrag für die ExPat-Membership beträgt 180 Euro. Die Expats werden individuell durch das Mitglieder-Management betreut. Zusätzlich wird es monatlich stattfindende Peer Group Advisory-Treffen geben, so dass sich die Expats gezielt untereinander austauschen können.



isoliert, vor allem dann, wenn er die Sprache des Landes nicht beherrsche. „Umso wichtiger ist es, dass das Unternehmen auch den jeweils anderen Partner bei der Arbeitssuche unterstützt oder Events veranstaltet, bei denen die ganze Familie dabei sein und sozialen Anschluss finden kann“, betont Luong. Speziell für englischsprachige Expat-Mütter gebe es in Hamburg beispielsweise die Gruppen Hamburg Mothers Meeting und Girls Gone International.

Der Business Club bietet spezielle Programme an

Auch der Business Club Hamburg bietet ab dem vierten Quartal spezielle Programme (siehe Kasten) für Fach- und Führungskräfte aus dem Ausland an. Dabei können Mitgliedsunternehmen eine quartalsweise kündbare Expat-Mitgliedschaft ohne zusätzliche Aufnahmegebühr erwerben. „Die Arbeitnehmer aus dem Ausland kommen bei uns im Club schnell in Kontakt mit anderen Unternehmern und potenziellen Geschäftspartnern. Das ermöglicht nicht nur einen wirtschaftlich, sondern auch einen kulturell interessanten Austausch“, erklärt Peter Richard Stoffel, Geschäftsführer des Business Club Hamburg. Für Japaner, Südamerikaner und Chinesen wird es eigene Programme geben, pro Land beziehungsweise Region werde ein Botschafter ernannt, der als Ansprechpartner für andere Expats aus dem jeweiligen Land dienen soll. Weitere Länder sollen folgen. Ab November werden die Themen des Abends in Englisch bei der „English Lounge“ besprochen, die offen für alle Mitglieder ist. „Mir geht es dabei nicht nur darum, die Führungskräfte aus dem Ausland bei ihrer Integration zu unterstützen, sondern gerade auch unsere langjährigen Mitglieder aus Deutschland können von diesem interkulturellen Austausch sowie den potenziellen Geschäftskontakten profitieren“, betont Stoffel, der selbst lange Zeit im Ausland als Expat gearbeitet hat und deshalb deren besondere Herausforderungen kennt. „Schließlich geht es hier um Menschen und nicht um Maschinen, die in andere Länder geschickt werden. Dieser Prozess kann deshalb nur dann erfolgreich und nachhaltig sein, wenn auch das soziale und kulturelle Umfeld stimmt. Mit dem Business Club Hamburg wollen wir dazu künftig einen wichtigen Beitrag leisten.“

Und das Schöne in Hamburg: „Moin“ ist noch schneller zu lernen als das bayerische „Servus“.



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

EVENT-TIPP

ENGLISH LOUNGE IM CLUB

We have invited the U.S. Consul General in Hamburg Richard Yoneoka to be our first guest speaker for the English Lounge as to learn more about the history, status and future of transatlantic trade and relationship.

For more information and registration please visit: www.bch.de

Business Club Hamburg
Elbchaussee 43
22765 Hamburg



„Die Mitarbeiter sollten eine Anlaufstelle haben“

Clubmitglieder zum Thema „Expats integrieren“



STEFAN MATZ

Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung
Bereichsleiter Neuansiedlung

Wir sehen hier einen Trend, dass immer mehr gut qualifizierte Menschen nicht den Jobs folgen, sondern ihren Standort für den Lebensmittelpunkt wählen und dann die beruflichen und privaten Aspekte entsprechend organisieren. Integration von neuen, ausländischen Kollegen erfolgt zum Teil durch Adaption von Sprache oder Unternehmenskodex. Auch deutsche und in Deutschland stark aufgestellte Konzerne gehen zur englischen Sprache, zum lässigeren Dress-

code, der gegenseitigen Ansprache mit ‚Du‘ und Vornamen oder sehr flexiblen Büroraumlösungen über. Angebote des Unternehmens oder auch aus dem jeweiligen Team heraus zu ‚After Hours‘-Aktivitäten helfen den Kollegen und oft den Partnern und Familien sich einzuleben.

DR. BERND-UWE STUCKEN

Pinsent Masons LLP
Rechtsanwalt MBA

Für mich als Deutschen in China war der Umgang mit der chinesischen Bürokratie immer eine lästige Pflicht. Die chinesischen Kollegen haben mich aber immer sicher durch diesen Dschungel geführt, wofür ich ihnen sehr dankbar bin. Ich glaube, die praktische Hilfe bei allen Verwaltungsaufgaben ist ein wesentlicher Aspekt bei der Integration, auch wenn das sehr profan klingen mag. Unternehmen, die ausländische Mitarbeiter integrieren wollen, sollten eine Anlaufstelle haben, die sich um die praktischen Sorgen, wie zum Beispiel Hilfe bei der Anmeldung eines Fahrzeugs, kümmert, auch wenn sie über rein arbeitsbezogene Fragen, wie etwa Fragen zur Arbeitserlaubnis hinausgehen.



FLORIAN RIEPE

Hamburger Sport Verein
Direktor Marketing und internationale Märkte

Die ersten Erfahrungen im Ausland hatte ich als 17-jähriger Austauschschüler. Da ist man irgendwie auch schon ein Expat. Natürlich griff mir die Gastfamilie unter die Arme, aber trotzdem habe ich schon gelernt, mich zu organisieren. Wenn man in Länder geht, in denen es mit der Sprache und der Kultur keine Probleme gibt, wie in die USA, kommt man selbst gut klar. Wenn man aber zum Beispiel ein Angebot aus Asien erhält, dann ist ein Relocator unabdingbar. Denn bei den sprachlichen und kulturellen Unterschieden benötigt man auf jeden Fall Hilfe, um sich einzuleben und Leute kennenzulernen. Ganz wichtig ist natürlich auch, dass sich die Familie wohlfühlt, denn das Geheimnis eines guten Managers ist, dass die Familie ihm den Rücken freihält.



CHRISTIAN SCHULTZE-WOLTERS

IBM Deutschland GmbH
Bereichsleiter Travel & Transportation

Der Vorteil, der durch den Einsatz ausländischer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter entsteht, ist umso größer, je mehr wir voneinander lernen und die Unterschiede bezogen auf Sprache, Kultur und Arbeitsweisen nutzen, um besser, kompetenter und erfolgreicher zu werden. In dem Zusammenhang erscheint es aus meiner Erfahrung mehr als sinnvoll, ihnen einen Paten zur Seite zu stellen, der das Unternehmen, das Umfeld und die jeweilige Stadt in all ihren Ausprägungen kennt und so kollegial zur Seite stehen kann. Dieser Pate sollte mit Bedacht ausgewählt werden. Ihm kommt eine Schlüsselrolle zu, wenn es darum geht, eine für alle Beteiligten nachhaltige „Win-Win-Situation“ zu erzielen.





IHR ANSPRECHPARTNER BEI MERCURI URVAL

Was auch immer die Aufgabe ist, Mercuri Urval sucht das passende Personal. Die richtigen Leute finden für die richtige Aufgabe: Das haben sich Thomas Streveld (Foto) und seine Kollegen zur Aufgabe gemacht. Ihr Hamburger Büro ist mit mehr als 40 Jahren das älteste in Deutschland – und Streveld ist seit fast 20 Jahren dabei. Er ist der Ansprechpartner in Hamburg. Mail: thomas.streveld@mercuriurval.com, Tel.: 040 85 17 16 26.



Zukunft im Blick: Als Unternehmensberater steht Mercuri Urval seinen Kunden bei allen Fragen rund ums Thema Personal zur Seite. Die Firma berät bei Personalentscheidungen, sucht und rekrutiert Fachkräfte und schult Angestellte – und das mit 700 Mitarbeitern in 21 Ländern weltweit.

ERFOLGREICHE AUSWAHL

*Die richtigen Leute an der richtigen Stelle einzusetzen – das ist Ziel von **MERCURI URVAL**. Als Personalberater sucht, rekrutiert und entwickelt das schwedische Unternehmen Fach- und Führungskräfte weltweit. Es begleitet Change Management-Prozesse und M&A-Transaktionen.*

Text: **Alexander Siebert**

Der schwedische Unternehmensgründer von Mercuri Urval war als Professor der Psychologie stets daran interessiert, die Gedanken anderer Menschen zu verstehen. Sein Wissen war allerdings nie rein theoretischer Natur für ihn, vielmehr hat er es ab 1967 als erfolgreicher Unternehmensberater und Verkaufstrainer einer stetig wachsenden Zahl an Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern weitergegeben. Heute, 50 Jahre später, ist Mercuri Urval ein weltweit führendes Unternehmen für Executive Search, Professional Recruitment und Talent & Leadership Advisory. Dank seiner Organisation in derzeit 70 branchenspezialisierten Teams, die alle nach zentral vorgegebenen Richtlinien, Modellen und Strukturen arbeiten, kann Mercuri Urval sehr flexibel auf die Bedürfnisse der lokalen Märkte und Kunden eingehen. In Deutschland sind aktuell 13 Teams an sechs Standorten aktiv.

Als Wissenschaftler hat sich der Unternehmensgründer von Mercuri Urval immer wieder gefragt, warum seine Trainings auf verschiedene Verkäufer verschiedene Wirkungen haben, obwohl die Inhalte doch immer dieselben waren. Also suchte er nach Lösungen. Zunächst wollte er sein Training an die Fähigkeiten der Teilnehmer anpassen, fand aber, das sei zu kurz gedacht. Der Ansatz müsse sein, die Leute nach ihren Fähigkeiten und Potenzialen für die Trainings auszusuchen. Also zu schauen, wer anhand seiner Kompetenzen und Potenziale geeignet ist, tatsächlich Verkäufer zu sein.

Dieses einfache Prinzip, das sich auf jede Branche und auf jede Funktion anwenden lässt, bestimmt bis heute die Arbeit von Mercuri Urval – der Name leitet sich übrigens vom römischen Götterboten Mercurius und dem schwedischen Wort für „Auswahl“ ab. In der irdischen Praxis bedeutet es vor allem zwei Dinge: Zum einen benötigt ein Unternehmen ein Anforderungsprofil. Das heißt, die Position, die besetzt werden soll, muss analysiert und die fachlichen und persönlichen Kompetenzen ermittelt werden, die ein Kandidat benötigt, um sie erfolgreich ausfüllen zu können. Zum anderen erstellt Mercuri Urval Leistungs- und Persönlichkeitsprofile der Kandidaten, das heißt ihre fachlichen und persönlichen Kompetenzen und Potenziale werden mittels Eignungsdiagnostik erarbeitet. Der objektivierte Abgleich von Anforderungs- und Kandidatenprofil stellt sicher, dass dieser Kandidat für das Unternehmen den gewünschten Erfolg erzielen kann.

Thomas Streveld weiß besonders gut, wovon er spricht, wenn er dieses Prinzip erklärt. Er kennt Mercuri Urval aus beiden Perspektiven: aus der einer Fachkraft und aus der eines Beraters. Seit fast 20 Jahren arbeitet er nun selbst für Mercuri Urval und betreut

große, internationale Firmen. Zu seinen Aufgaben gehört es, Aufsichtsräte, Geschäftsführer und Fach- und Führungskräfte zu suchen, auszuwählen und im Bedarfsfall weiterzuentwickeln. Gerade wenn für eine anspruchsvolle Position nicht gleich der passende Kandidat gefunden werden kann, weil vielleicht sehr spezielle Fachkenntnisse benötigt werden, der Gehaltsrahmen die Möglichkeiten des Unternehmens sprengt oder der Unternehmensstandort in einer weniger attraktiven Region liegt, kommt es darauf an, Menschen mit Potenzial auszuwählen.

Ehrgeizige Menschen wachsen an ihren Aufgaben und können scheinbar ungeahnte Potenziale freisetzen, wenn man ihnen das Vertrauen schenkt und die richtigen Hilfen zur Weiterentwicklung anbietet. Gerade bei Management-Positionen, bei deren Neubesetzung schnelle Erfolge erwartet werden, helfen gezielte Auswahl und sogenannte Onboarding-Prozesse, um die Einarbeitungszeit zügig durch Feedback-Gespräche und Coachings abzuschließen. So hat schon mancher Quereinsteiger mit den richtigen Kompetenzen und Entwicklungspotenzialen durch Energie und Führungsstärke sein Unternehmen nach oben geführt.

Im vergangenen Jahr wurde die Zukunft von Mercuri Urval als eigenständiges Unternehmen durch die Gründung einer Stiftung als Eigentümerin der gesamten Firmengruppe langfristig gesichert. Zentraler Bestandteil der Stiftungssatzung ist ein Partnermodell, das besonders leistungs- und werteorientierte Mitarbeiter zu Partnern macht. Seine anspruchsvollen Wachstumsziele möchte Mercuri Urval auch durch die Einstellung neuer Beraterinnen und Berater erreichen, denen ein breites Beratungsfeld mit etablierten Dienstleistungen, branchenführenden Tools und Prozessen sowie eine leistungsorientierte Talententwicklung- und Vergütungskultur geboten wird. Dazu kommen Aufstiegsmöglichkeiten, als Teamleiter ein neues Team zu starten, Global Client Director zu werden sowie zum Partner ernannt zu werden.



KONTAKT

Mercuri Urval GmbH
Friesenweg 4b (Haus 14)
22763 Hamburg
Tel: 040 85 17 16 0
hamburg.de@mercuriurval.com
www.mercuriurval.com



Die Metropole am Golf von Guinea schläft nie. Mit 21 Millionen Einwohnern ist Lagos die bevölkerungsreichste Stadt Afrikas und nach wie vor das Nervenzentrum des Landes.

VERBUNDEN MIT DER GANZEN WELT

*Internationalität und nationales Bewusstsein waren Ausgangspunkt für die Gründung des **CAPITAL CLUB LAGOS**. Er ist beheimatet auf Victoria Island, dem Zentrum der Wirtschafts- und Finanzwelt Nigerias.*

Text: **Uwe Prieser**

Seit im Jahr 1886 die erste Straßenbeleuchtung Nigerias auf Victoria Island aufflammte, ist die zu Lagos gehörende Insel ein Ort der Entwicklung und des Aufschwungs. Wo sonst also sollte der 2016 gegründete Capital Club Lagos sein Domizil finden als jenseits der Lagune, im Nervenzentrum der Wirtschafts- und Finanzwelt des Landes.

Aus den Clubräumen in dem 15-stöckigen Hochhaus im Nobelviertel Eden Heights blickt man nach Westen auf das nahe Meer, nach Osten über die Lagune auf die 21-Millionen-Metropole. Ein Blick, den Marta Edebol, Director of Membership, besonders abends liebt, wenn die Skyline von Lagos unter dem Licht der Abendsonne über dem Golf von Guinea aufscheint wie die Zukunft selbst.

Das deutsche Generalkonsulat ist nur eine gute Viertelstunde Fußmarsch entfernt, ringsum die Konsulate von China, Kanada, Kamerun, der USA, ein Mega-Shopping Center, Nachtclubs, ein

Kasino. Daneben das Leben der einheimischen Bevölkerung mit straßenlangen Märkten.

Zwei Ideen waren der Gründung vorausgegangen: Der Capital Club soll ein weltweiter Botschafter für Business in Lagos und

Nigeria sein und zugleich ein Ausdruck nationalen Selbstbewusstseins. „Über Nigeria wird viel Negatives erzählt“, sagt Marta Edebol, deshalb sei der Club auch ein Signal an die internationale Wirtschafts- und Finanzwelt. „This is an exciting and diverse place for business!“

Nach einer umfangreichen Untersuchung sah das 2005 ge-

gründete, in Dubai beheimatete Unternehmen „Signature Clubs International“ die Notwendigkeit, den von ihr gemanagten Clubs in Dubai, Bahrain und Nairobi einen weiteren Klub in Westafrika hinzuzufügen. In dem Land, das neben Südafrika die größte Volkswirtschaft hervorgebracht hat und mit rund 180 Millionen Einwohnern der bevölkerungsreichste Staat Afrikas ist. →





Club-Präsident Tunde Folawiyo (rechts) mit seiner Frau Reni und Daniel Forster. Gemütliches Rückzugsgebiet für die Mitglieder: die Cigar Lounge.

Internationalität und Nähe zur eigenen Kultur sind hier Programm. Es ist kein Zufall, dass der Präsident des Verwaltungsrats Tunde Folawiyo Nigerianer ist, während der Vize-Präsident Faysal El-Khalil im Libanon geboren wurde. „Zum Verwaltungsrat gehören unter anderem auch Vertreter der indischen und der libanesischen Gemeinschaft in Lagos. „Das Geschäftsleben“, sagt Marta Edebol, „ist hier sehr vielfältig, genauso wie die Menschen.“

Die Vielfalt drückt sich bereits in der Sprachauswahl auf der Homepage des Clubs aus. Sieben Sprachen neben der Amtssprache Englisch. Nicht zufällig sind zwei chinesische Varianten (Mandarin und vereinfachtes Chinesisch) und zwei indische Varianten (Hindi und Urdu) darunter. Indien ist für den Export, China für den Import der größte Handelspartner Nigerias.

International agierende Entscheider und Entwickler aus der Wirtschafts- und Finanzwelt, Führungskräfte etablierter und sich gerade erst entwickelnder Unternehmen finden im Capital Club ihr „home away from home“ und ein „office away from office“, darunter Führungskräfte aus allen Teilen Nigerias.

„Membership by invitation only“, erklärt Marta Edebol. Gelegentlich aber auch, nicht mehr als zehn Prozent allerdings, aufgrund einer Bewerbung. So wächst der Klub vor allem durch Kommunikation – nach innen, wie nach außen.

Über die Stockwerke des Klubs verteilen sich private Rückzugsgebiete, Konferenz- und Gesellschaftsräume, Restaurants mit einer der Grundidee Internationalität entsprechenden Vielfalt der

Küche, ein Tabakraum für die Raucher, Bars. Eingerichtet von dem besonders in Asien renommierten Unternehmen Kristina Zanic Design Consultants, das in Dubai beheimatet ist. So wird der internationale Stil der Klubräume vom afrikanischen Erbe durchatmet.

Die Natur befindet sich nicht nur jenseits der Fenster, wo man auf Mangroven, Kokospalmen und die Gewässer der Lagos Lagune blickt, sondern auch unmittelbar in den zum Capital Club gehörenden Gärten; eine Terrasse mit Wasserspielen eingeschlossen. Für sportliche Aktivitäten, Entspannung und Körperpflege sorgen ein gut ausgestattetes Fitnesszentrum und eine luxuriöse SPA.

Als damals Straßenzüge auf Victoria Island zum ersten Mal nachts von elektrischem Licht erhellt waren, zogen bei dem allgemeinen wirtschaftlichen Aufschwung viele Einwanderer aus ganz Westafrika, Westindien, Brasilien hierher und machten die Insel zu einem multinationalen wirtschaftlichem Zentrum. 130 Jahre später sind es Unternehmen und Geschäftsleute aus aller Welt. So dokumentiert der Capital Club Lagos, was aus der Metropole am Golf von Guinea geworden ist – und wo ihre Zukunft liegt: in der Verbindung des heimatischen Erbes mit der Welt.

Capital Club Lagos

6 Elsie Femi Pearse, Victoria Island
Lagos Nigeria
Tel: 00234 814 3 00 00 74
info@capitalclublagos.com
www.capitalclublagos.com

DIE PARTNER DES BUSINESS CLUBS

Das Kooperationsnetzwerk des Business Club Hamburg ermöglicht seinen Mitgliedern den Aufenthalt in angenehmer Umgebung auch in anderen Städten und Ländern. Diese Clubs freuen sich auf Ihren Besuch:

Pacific City Club Bangkok
www.pacificcityclub.com

Club de Bâle Basel
www.clubdebale.ch

Havana Lounge Bremen
www.havannalounge.de

Capital Club Bahrain
www.capitalclubbahrain.com

Capital Club Dubai
www.capitalclubdubai.com

Wirtschaftsclub Düsseldorf
www.wirtschaftsclubduesseldorf.de

The Royal Scots Club Edinburgh
www.royalscotsclub.com

Airport Club Frankfurt
www.airportclub.de

Capital Club Lagos
www.captialclublagos.com

Club International Leipzig
www.club-international.de

National Liberal Club London
www.nlc.org.uk

Capital Club East Africa Nairobi
www.capitalclubea.com

Prague Business Club
www.businessclub.cz

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

Haute Zürich
www.haute.ch

Capital Club Lagos
www.capitalclublagos.com

MS EUROPA 2

DIE GROSSE FREIHEIT.

**500 GÄSTE,
UNENDLICH VIEL
FREIRAUM.**

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



HAPAG ¹⁸/₉₁ LLOYD
CRUISES

Zeit für Brot

*Der Verein brotZeit sorgt dafür, dass Schulkinder ein gesundes Frühstück erhalten und gefördert werden. Der **BUSINESS CLUB HAMBURG** unterstützt dieses Projekt und möchte Hamburger Unternehmer anstiften mitzuhelfen.*

Text: **Achim Schneider**

Für Mad Dabelstein war die Sache klar: Da mache ich mit! Seit elf Jahren ist der Hamburger Reeder in der Christoph Metzelder Stiftung aktiv – sowohl mit finanzieller Hilfe als auch im Vorstand. Als er anlässlich einer Galaveranstaltung der Stiftung die Schauspielerin Uschi Glas kennenlernte, erzählte die ihm von der Not vieler Schulkinder, die weder ein Frühstück zu Hause noch ein Schulbrot mit in die Schule bekommen. „Ich habe nicht gewusst, wie schlimm es in einigen Familien zugeht, sodass Kinder wegen Hunger und Unterzuckerung dem Unterricht nicht folgen können“, sagt Dabelstein.

Uschi Glas hatte 2008 im Autoradio davon erfahren, dass in München jedes dritte Kind ohne Frühstück in die Schule gehe. „Ich weiß noch genau, wie sehr mich die Nachricht erschütterte, und ich wollte helfen“, erinnert sie sich. Es begann mit selbst zusammengestellten „Notfallboxen“, die in 52 Schulklassen aufgestellt wurden. Ein Jahr später wurde brotZeit e.V. gegründet. Eine mittlerweile professionelle Organisation, die pro Jahr 1,6 Millionen Frühstücke an Schulen zubereitet.

Zu den drei Säulen des Vereins gehören das tägliche Frühstück, Deutschunterricht für Kinder mit Migrationshintergrund sowie Schachunterricht. Dabei werden die Lehrer von mehr als 1100 Senioren und Seniorinnen (in Hamburg sind es derzeit 228) unterstützt, die sich ehrenamtlich um die Kinder in Schulen kümmern. Sie bereiten morgens das Frühstück zu, betreuen nachmittags unter der Anleitung eines Lehrers jeweils 3 bis 4 Kinder oder bringen ihnen das Schachspielen bei. Das Spiel ist unabhängig von Sprachbarrieren erlernbar, fördert mathematische Fähigkeiten, unterstützt strukturiertes Denken und schafft Erfolgserlebnisse.

Für Business Club-Geschäftsführer Peter Richard Stoffel ist die Unterstützung junger Menschen eine Herzensangelegenheit. „Der Business Club engagiert sich zusammen mit seinen Mitgliedern, um Kinder und Jugendliche auf dem Weg in ein selbstbestimmtes Leben zu unterstützen. Wenn man nicht in dieser Phase des Lebens hilft, dann kommt Hilfe oft zu spät oder ist um ein Vielfaches schwieriger“, meint er. Und so hat er sich zum Ziel gesetzt, nicht nur Clubmitglieder, wie den Reeder Mad Dabel-

stein, sondern auch andere Unternehmer aus Hamburg „anzustiften“, sich für diese Kinder in den Schulen der Hansestadt zu engagieren.

„Der Business Club will eine Plattform bieten, auf der Menschen zusammenfinden, die sich engagieren wollen. Und deshalb möchten wir nicht nur Clubmitglieder ansprechen, sondern alle Hamburger Unternehmer einladen, sich daran zu beteiligen, gemeinsam mit der Stadt Hamburg eine sinnvolle Unterstützung direkt vor Ort zu leisten“, erklärt der zweifache Familienvater. Ein besonders wichtiger Partner ist dabei die Christoph Metzelder Stiftung.

„Wir wollen Kindern helfen, ins selbstbestimmte Leben zu finden.“



Peter Richard Stoffel, Business Club-Geschäftsführer

Der Business Club Hamburg ist seit 2015 Kooperationspartner der Stiftung und sammelt bei Golf-Events und Poker-Turnieren Spenden von den Mitgliedern und Gästen ein, die der Stiftung zugute kommen. Ihr Gründer, der ehemalige Fußballprofi Christoph Metzelder, setzt sich für Projekte ein, bei denen es um Chancengleichheit für junge Menschen im Bereich Bildung und Ausbildung geht, um die Bekämpfung von Kinderarmut, die individuelle Entwicklung von Kindern sowie die Integration von ausländischen Jugendlichen. Zu einem der unterstützten Projekte zählt der Verein brotZeit, bei dem Metzelder inzwischen Vorstandsmitglied ist.

In Hamburg werden zurzeit 29 Schulen mit monatlich 20 000 Mahlzeiten unterstützt. Für zehn Schulen trägt die Stadt →


**EVENT
TIPP I**
**POKERN FÜR DEN
GUTEN ZWECK**

Machen Sie mit beim Charity-Pokerturnier mit Christoph Metzelder. Alle Einnahmen des Events gehen komplett an die Christoph Metzelder Stiftung. Gäste sind herzlich willkommen.

Sonntag, 25. September, 13.45 Uhr
Business Club Hamburg
 Elbchaussee 43
 22765 Hamburg
 Anmeldung unter: www.bch.de

**EVENT
TIPP II**
**„BROTZEIT“ IM
BUSINESS CLUB**

Initiatorin Uschi Glas, Geschäftsführer Hans-Jürgen Engler und Christoph Metzelder stellen auf einer Informationsveranstaltung das Projekt „brotZeit“ vor. Gäste sind herzlich eingeladen.

Montag, 13. November, 19 Uhr
Business Club Hamburg
 Elbchaussee 43
 22765 Hamburg
 Anmeldung unter: www.bch.de

Hamburg die Kosten, fünf weitere sollen in naher Zukunft hinzukommen. „brotZeit ist mehr als ein gesundes Frühstück vor der ersten Schulstunde. Aber ebenso wichtig wie die Mahlzeiten sind die Menschen – engagierte Senioren und Seniorinnen, die den Kindern mit Zuwendung und Empathie begegnen“, so Schulsenator Ties Rabe über die Initiative.

„Ein Beispiel für gelingende Partnerschaften von Staat und Gesellschaft“

Ties Rabe, Senator für Schule und Berufsbildung



Alle Lebensmittel werden von LIDL gestiftet, die administrativen Kosten trägt die Christoph Metzelder Stiftung. Die verbleibenden Kosten für eine Schule betragen 10 000 Euro pro Jahr, mit denen die ehrenamtliche Tätigkeit der Senioren und Seniorinnen mit monatlich 200 Euro auch eine kleine finanzielle Anerkennung findet. Der Business Club Hamburg und seine Mitglieder werden für die kommenden drei Jahre eine Patenschaft über die Christoph

Metzelder Stiftung für die Ganztagschule an der Elbe in Altona übernehmen und 30 000 Euro zur Verfügung stellen. Peter Richard Stoffel möchte zudem möglichst viele „Unternehmer für Hamburg“ anstiften mitzuhelfen. „Es war sehr ermutigend, dass alle Clubmitglieder, die ich zu diesem Projekt angesprochen habe, spontan ihre Bereitschaft erklärt haben, brotZeit e.V. in den kommenden Jahren durch die Übernahme weiterer Patenschaften zu unterstützen“, erzählt er. Dabei ist es auch möglich, dass sich vier Unternehmen mit Beträgen von 2500 Euro pro Jahr zu einer Patenschaft für eine Schule zusammenschließen. „Wichtig ist, dass sich möglichst viele Menschen engagieren, sei es als Unternehmen mit einem finanziellen Beitrag oder als Senior durch Zeit für Kinder“, sagt Stifter Mad Dabelstein.

SO KÖNNEN SIE HELFEN

Der Business Club Hamburg informiert interessierte Unternehmer gern zu weiteren Details einer möglichen Schul-Patenschaft. Spenden für das Projekt können direkt an die Christoph Metzelder Stiftung auf das Konto bei der Sparkasse Essen (IBAN: DE49 3605 0105 0000 4754 75/ BIC SPESDE33XXX) mit dem Verwendungszweck „brotZeit Hamburg“ geleistet werden.



SCHAUSPIELERIN USCHI GLAS: „BROTZEIT IST MEIN BABY.“

club!: Wie kamen Sie auf die Idee, Kinder in der Schule mit einem gesunden Frühstück zu versorgen?

Uschi Glas: Ich fuhr 2008 durch München und hörte im Autoradio einen Beitrag darüber, dass jedes dritte Kind ohne Frühstück in die Schule geht und sich nicht auf den Unterricht konzentrieren kann. Ich weiß noch genau, wie sehr mich diese Nachricht erschütterte.

Wie haben Sie das Projekt auf die Beine gestellt?

Mein Mann und ich haben vier Schulen angerufen und gefragt, was sie am nötigsten brauchen. Die Schulleiterinnen und Schulleiter antworteten, es wäre schon schön, wenn wir Zwieback vorbeibringen könnten. Zwieback! Ich bekam ein schlechtes Gefühl, dass das keine wirkliche Hilfe ist. Mein Mann und ich haben dann selbst Notfallboxen mit Knäckebrot, Keksen, Zwieback und Müsliriegeln gepackt und diese in 52 Klassenzimmer gestellt. So fing es an. Mit dem befreundeten Ehepaar Mosler haben wir im dann Februar 2009 den Verein gegründet. Inzwischen werden jeden Morgen 8500 Kinder an fast 200 Schulen in Deutschland mit Frühstück versorgt.



Erinnern Sie sich noch an die erste Schule, in der die Kids „Ihr“ Frühstück bekamen?

Natürlich, wir waren mit unseren „Notfallboxen“ nicht so zufrieden, wollten nachhaltig helfen. Daher fragten wir die Schulleiterin der Grundschule an der Paulckestraße, Michaela Fellner, was sie sich wünschte. Sie sagte spontan, ihr größter Traum wäre, wenn sie für „ihre Kinder“ ein tägliches Frühstück an der Schule hätte. Das war der Moment, in dem unser Projekt geboren war.

Waren Sie dabei?

Ja, ich bin von der ersten Sekunde in allen Schulen dabei – auch beim Zusammenstellen der Lebensmittel für die ersten Boxen. brotZeit ist mein Baby, dafür arbeite ich täglich – und das sehr gern.

Wie ist es dazu gekommen, ehrenamtliche Senioren in das Projekt mit einzubinden?

Das gehörte von Anfang an zu unserer Idee. Es gibt viele Menschen im Ruhestand, die sich gern noch einbringen möchten. Sie suchen eine sinnvolle Aufgabe. Was gibt es Sinnvolleres, als sich um Kinder zu kümmern? Wir wollten ein generationsübergreifendes Projekt schaffen. Unsere Senioren sind das Rückgrat von brotZeit.

Ist es auch ein bisschen: Alt hilft Jung und Jung hilft Alt?

Da haben Sie völlig recht. Für viele Kinder sind die Frühstückshelfer so etwas wie Ersatzgroßeltern geworden. Sie hören zu, was die Kinder zu erzählen haben. Sie zeigen ihnen, wie man richtig mit Messer und Gabel isst, bringen ihnen Tischmanieren bei usw. Und umgekehrt spüren die Senioren, dass die Kinder sie brauchen und mögen. Das gibt ihnen ein gutes Gefühl. Insofern hilft Jung auch Alt.

Die in München lebende Schauspielerin Uschi Glas hatte mit Ehemann Dieter Herrmann die Idee für das Projekt „brotZeit“. In Hamburg ist der Verein seit 2013 tätig. Die gesamten Verwaltungskosten von brotZeit werden durch die Christoph Metzelder Stiftung abgedeckt und LIDL stiftet die Lebensmittel, sodass jede weitere Spende zu 100 Prozent ins Projekt einfließt und das Geld den Kindern 1:1 zugute kommt.

Großer Eindruck, grüner Abdruck.

Wir machen Facility Management nachhaltig.





**EVENT
TIPP**

**BIG DATA UND KÜNSTLICHE INTELLIGENZ
– NUR BUZZWORDS ODER WERDEN WIR
IN ZUKUNFT VON ROBOTERN ERSETZT?**



Christian Sega, Geschäftsführer der agiles Informationssysteme GmbH, lädt die Clubmitglieder zum zweiten agilesExpertTalk in den Business Club ein. Die Expertenrunde diskutiert über die Technikwelt von morgen – Big Data und künstliche Intelligenz. Der Gastgeber will offene Fragen klären und Vorbehalte gegenüber Veränderung und neuen Technologien abbauen. Verpassen Sie nicht den Anschluss und erfahren Sie mehr über die Chancen und Möglichkeiten, die sich für Sie in Zukunft ergeben können.

Dienstag, 7. November 2017, 19 Uhr
Business Club Hamburg
Elbchaussee 43
22765 Hamburg
Anmeldung unter: www.bch.de

Cloud-Computing ist für viele eine unsichere Sache. agiles will die Kunden aufklären, Möglichkeiten aufzeigen und bedarfsgerechte Lösungen anbieten.

MASSGESCHNEIDERT: DIE FIRMEN-IT IN DER WOLKE

Die **AGILES GRUPPE** berät und unterstützt Unternehmen neben der Einführung von Warenwirtschaftssystemen bei dem Thema Cloud Computing. Doch neben Lösungen geht es häufig zuerst einmal um Aufklärung.

Text: **Jörg Mucke**

Das große Problem mit der Cloud, vor allem in Deutschland, ist das Image. Alle Unternehmensdaten und Computer-basierten Programme in das Internet auslagern? Das kann nur Teufelswerk sein, bei dem Datenschutz, Sicherheit und stabiler Zugriff auf der Strecke bleiben. Die agile Gruppe will dieses Image korrigieren, Vorurteile entkräften – und dabei selbst als leuchtendes Beispiel vorangehen. Christian Sega, einer der drei geschäftsführenden Gesellschafter des Unternehmens, sagt: „Wir sind unser eigener Spiegel, denn wir befinden uns selbst in der Transformation. Unser Ziel ist es, dass bis Ende nächsten Jahres bei uns im Unternehmen kein einziger physikalischer Server mehr steht.“ Dann arbeitet agile an beiden Standorten, Hamburg und Kiel, komplett in der Cloud und will so Unternehmen demonstrieren, welche Möglichkeiten sich dadurch ergeben.

Die agile Gruppe wurde 1989 in Hamburg gegründet und berät Unternehmen bei Planung, Implementierung und Betreuung von passgenauen Software-Lösungen. agile versteht sich als inhabergeführtes, hanseatisch geprägtes Unternehmen mit europäischer Ausrichtung. Die Kunden kommen überwiegend aus dem Handel von Konsumgütern im Bereich Lebensmittel und Non-Food. In Kiel kümmert man sich auch um den Bereich Container-Reederei. 60 Mitarbeiter sind an den beiden Standorten beschäftigt.

Der große Partner von agile ist Microsoft. Auch der Software-Riese sieht die Zukunft in der Cloud. Es gibt einen massiven Transformationsprozess in der IT-Branche, weg von dem Verkauf von Software, die auf der Kunden-Hardware installiert wird, hin zu Lizenzmodellen, bei denen auf Programme, Datenbanken und Server über das Internet zugegriffen wird.

agile will Kunden beraten, ihnen Möglichkeiten aufzeigen und bedarfsgerechte Lösungen anbieten. Aber was genau bietet Cloud Computing? Der passende Vergleich für Christian Sega: „Das ist wie Strom aus der Steckdose. Man nutzt und bezahlt nur das, was man wirklich braucht. Solche Abrechnungs- und Betriebsmodelle waren früher gar nicht möglich.“

Cloud Computing besteht aus drei Schichten:

- Dem Fundament: In der Branchenterminologie heißt das „Infrastructure as a Service (IaaS)“: Das sind die Server, auf denen Daten und Anwendungen gespeichert werden.
- Der Plattform (oder PaaS, Platform as a Service): das Betriebssystem inklusive Datenbanken und Ähnlichem.
- Der Software (SaaS, Software as a Service): die Anwendungen, also der Bereich, den die Kunden sehen und nutzen.

Häufig schrecken Unternehmen vor Cloud Computing zurück, da sie Sicherheitsbedenken haben. Dabei ist Cloud Computing in

der Regel sicherer als die firmeneigene IT, gerade bei kleineren und mittleren Unternehmen. Die Systeme der Anbieter sind immer auf dem neuesten Stand, alle Daten sind mehrfach auf unabhängigen Systemen gesichert und Zugriff haben nur die dafür autorisierten Mitarbeiter. Und mittlerweile sind auch die Datenschützer und das strenge deutsche Datenschutzrecht kein Thema mehr, da alle Anforderungen auch hier längst erfüllt werden.

Ein weiterer wichtiger Aspekt: Der Bedarf an Speicherplatz explodiert. Statt immer wieder neue Server kaufen zu müssen, buchen Unternehmen einfach zusätzlichen Platz in der Cloud – bedarfsgerecht und in der Regel kostengünstiger.

Cloud Computing ist für Unternehmen aller Größenordnungen geeignet – von der Bürogemeinschaft bis zum Konzern. Die Vorteile Effizienz, Kosteneinsparung und Sicherheit wiegen ungefähr gleich. Allerdings ist die Kostenersparnis meist ein Langzeiteffekt. Bei der Implementierung ist Cloud Computing nicht unbedingt günstiger, als klassische IT-Lösungen es sind. Doch die bedarfsgerechte Versorgung und die automatische Aktualisierung der Systeme machen sich über kurz

oder lang bezahlt (Senkung der operativen Betriebskosten).

Die Umstellung auf Cloud Computing erfolgt überwiegend nicht auf einen Schlag. Nicht alles muss sofort in die Cloud. Alle drei Schichten sind als Hybridlösungen möglich, also mit bestehender Hard- und Software kombinierbar. Das hat drei Gründe:

- Die bestehende Hardware ist noch nicht abgeschrieben.
- Das Know-how in der Firma ist noch nicht ausreichend, Wissenslücken müssen erst geschlossen werden.
- Bestimmte Bereiche dürfen nicht einfach in die Cloud ausgelagert werden, da Regularien und Vorschriften eingehalten werden müssen.

Sega sieht zwei wesentliche Effekte durch die Cloud: „Die höhere Betriebssicherheit und die bedarfsgerechte Nutzungskomponente. Ich muss mich als Unternehmen nicht mehr ständig um meine Hard- und Software kümmern.“



KONTAKT

agiles Informationssysteme GmbH
Kurze Mühren 2 - 4
20095 Hamburg
Tel: 040 30 95 33-0
cse@agiles.de
www.agiles.de



PROGRAMM

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

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

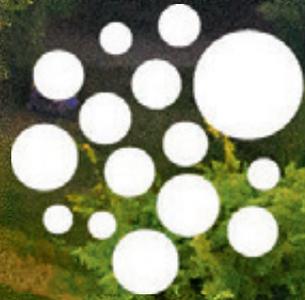
Weitere Informationen unter www.bch.de

RAUMANGEBOT

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

PARTNERCLUBS

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



BUSINESS CLUB

HAMBURG

PARTNERCLUBS

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

GASTRONOMIE

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

WOCHENENDE

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

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

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



Wenn das Braumalz geliefert ist, dauert es vier Wochen, bis das Bier abgefüllt wird. Die Qualitätssicherung überwacht die Produktion mit Stichproben. Mit dem DraughtMaster hat Carlsberg ein Zapfsystem entwickelt, bei dem das Fassbier in der Gastronomie nicht mehr nur eine Woche, sondern 31 Tage haltbar bleibt und höhere Vielfalt im Angebot erlaubt.

Hopfen, Malz und digitale Technik

*In einer modernen Großbrauerei wie der **HOLSTEN-BRAUEREI** mit einer Kapazität von 1,5 Millionen Hektolitern pro Jahr wird die Produktion elektronisch gesteuert. Doch bei aller Technisierung ist das Bierbrauen eine Handwerkskunst geblieben.*

Text: **Uwe Prieser**

Am Anfang einer Geschichte aus der Welt des Biers steht beinahe so unvermeidlich wie das „Amen“ am Ende eines Gebets ein uraltes Wort: Hopfen und Malz, Gott erhalt's. Und was ist mit der Gerste? Schließlich handelt es sich doch um „Gerstensaft“. Die wird in für das Bier bereits veredelter Form angeliefert, als Braumalz. Und damit beginnt die Bierproduktion.

Über dem Innenhof der Holsten-Brauerei in Altona ist die Luft fast immer von einem Stich Malzaroma durchsetzt. Gerade schüttet ein Tankwagen wieder seine Ladung Braumalz in eine Luke, durch die es in die Malzsilos gelangt. Bis zum Sudhaus gegenüber ist es nur noch ein Produktionsschritt: In der Schrotmühle müssen die Malzkörner vorher gemahlen werden.

Das Sudhaus ist das Herz der Brauerei. Hier findet der Brauvorgang statt. Eine Produktions- und Veredelungskette, bei der das Braumalz von der Maischepfanne in den Läuterungsbottich gelangt, weitergeführt wird zu Würzpfanne und Würzekühler, bis es in den riesigen, 2500 bis 6000 Hektoliter fassenden Gär- und Lagertanks, inzwischen zum Jungbier geworden, seiner Bestimmung entgegenwartet: der Abfüllung in Fass und Flasche. Bis dahin werden von der Malzanlieferung rund vier Wochen vergangen sein.

Mit dem Sudhaus betritt man heute nicht mehr einen Bezirk der Alchemie, in dem Gold für die Kehle hergestellt wird, sondern eine elektronische Zentrale, die „Warte“. Über ein halbes Dutzend Computer wird in diesem Raum der gesamte elektronisch gesteuerte Produktionsvorgang überwacht.

Regelmäßig werden Stichproben gezogen und unter anderem auf ihren pH-Wert, Farbe und Geschmack geprüft.

Vom Wissen über die Geheimnisse des Bierbrauens ist es bei aller Technisierung des Brauvorgangs jedoch der alte Brauerberuf geblieben. Gärverfahren, Stammwürzegehalt, Mischungen und Tem-

peraturen... Braukunst nach wie vor. Insgesamt 150 Mitarbeiter arbeiten am Hamburger Standort in der Produktion.

Der Braumeister hat rund 50 Biere entwickelt

Seit dem deutschen Reinheitsgebot für Bier von 1516, dem ältesten Lebensmittelschutzgesetz der Welt, wird Bier nur aus vier Grundkomponenten hergestellt: Wasser, Malz, Hopfen und Hefe. Auf dieser schlichten Basis sind allein in Deutschland rund 5000 Biersorten entstanden. Holsten-Braumeister Olaf Rauschenbach hat in seinem Berufsleben rund 50 Biere entwickelt.

Von der Warte führt eine Tür in eine tropisch anmutende Klimazone. Hier beginnt mit dem Maischen der eigentliche Brauvorgang. In der Maischepfanne wird das Wasser auf rund 40 Grad erwärmt und das geschrotete Malz hinzugefügt. Im Laufe des Fermentationsprozesses wandeln die in den Malzkörnern enthaltenen natürlichen Enzyme über verschiedene Temperaturstufen bis zu rund 70 Grad die wasserunlösliche Stärke der Gerste in löslichen Malzzucker um. Die für das Brauen wichtigen Stoffe des Malzes gehen dabei in die Lösung über.

Im selben Raum muss nun der Sud auf seinem Werdegang zum Bier geläutert werden. Im Läuterbottich werden die festen Bestandteile der Maische von der Flüssigkeit getrennt. Diese in der Brauersprache Maltztreber genannten Stoffe bestehen vor allem aus den Hüllen der Getreidekörner. Nur die aus dem Läuterbottich abfließende Würze mit ihren wertvollen Inhaltsstoffen gelangt anschließend in die Würzpfanne.

Den Malzsilos gegenüber ragen Leitungsrohre aus dem Mauerwerk, unter die, sobald ein Produktionsprozess wieder einmal so weit vorangeschritten ist, ein Tankwagen auf das Nebenprodukt Maltztreber wartet, um es anschließend wieder der Landwirtschaft zuzuführen: als nährstofffrei- →





Ein Blick ins Bierparadies auf dem Innenhof der Holsten Brauerei. Rund 20 Millionen Flaschen aller Sorten verlassen wöchentlich das Gelände.

ches, natürliches Viehfutter. Abfallprodukte gibt es bei dem Brauprozess nicht.

In der Würzpfanne kommt die dritte Komponente des Bieres hinzu: Hopfen. Der wird allerdings ebenfalls „technisiert“ angeliefert. Nicht mehr wie einst als Dolde, sondern in verarbeitungsbereiten Pellets. Rund eineinhalb Stunden muss die Würze mit dem Hopfen kochen, wobei die Menge des hinzugegebenen Hopfens (etwa 100 bis 400 Gramm pro Hektoliter) auf den Geschmack wirkt: je größer der Hopfenanteil, desto herber das Bier.

Der Gärungsprozess dauert eine Woche

Im Whirlpool werden anschließend noch vorhandene Trübstoffe aus der Lösung entfernt, im Würzekühler wird sie heruntergekühlt, ehe als letzter Grundstoff des Bieres die Hefe hinzugefügt wird. Anschließend kann in den Gärtanks die Gärung beginnen, bei der die Hefe den in der Würze gelösten Malzzucker in Kohlensäure und Alkohol umwandelt. Das dauert etwa eine Woche. Dann wird die Hefe abgezogen – das Jungbier ist fertig und kommt in die riesigen, bis zu 6000 Hektoliter fassenden Lager tanks, wo es zur vollen Reife nachgärt.

Wer über das Gelände der Holsten-Brauerei zum Lager und der Abfüllanlage geht, wirft einen Blick ins Bierparadies: tausende von Bierkisten meterhoch gestapelt, sortiert nach sämtlichen Produkten der Brauerei, von Holsten über Astra bis Carlsberg. Hier werden die Flaschen gereinigt, unter Hochdruck befüllt, mit Kronkorken luftdicht verschlossen, etikettiert und in die Kisten gesetzt. 20 Millionen pro Woche. Draußen warten die LKW, um die Biere des norddeutschen Markenführers über ganz Deutschland zu verteilen.

VON HAMBURG NACH HAMBURG.

HOLSTEN ZIEHT UM.

Die Holsten-Brauerei zieht um. Von Hamburg nach Hamburg natürlich, denn die 1879 in Altona gegründete Brauerei gehört zur Identität der Stadt. Holsten und Astra sind so hamburgisch wie Blohm + Voss oder Uwe Seeler. Der Wechsel in ein anderes Bundesland stand nie zur Diskussion. Produktionstechnisch ist das Gelände in Altona jedoch nicht mehr zeitgemäß. Ab erstem Quartal 2019 sollen Produktion und Logistik am neuen Standort Hausbruch in Hamburgs Süden aufgenommen werden. Das Sudhaus mit dem Holstenritter über dem Dach und der Juliusurm als eindrucksvolle, wenn auch nicht denkmalgeschützte Backsteinbauten haben eine gute Chance, erhalten zu bleiben. Schließlich sind sie ein Stück Hamburger Geschichte.

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

KOOPERATIONSPARTNER

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

PREMIUMPARTNER



www.hl-cruises.de



www.holsten-pilsener.de



www.moet-hennessy.de



www.hawesko.de

GOLDPARTNER

GEGENBAUER SERVICES • GIRA • GUT KADEN GOLF UND LAND CLUB • KREUZFAHRTBERATER

PARTNER DES CLUBS

ABB Allgemeine Baugesellschaft Buck
 AEMEDIA
 agentur artprolog
 Agiles Informationssysteme
 Airy Green Tech
 Alles klar! Veranstaltungsservice
 Angermann Real Estate Advisory
 ARTEKO LED-Lightning
 Audi Zentrum Hamburg
 BoConcept
 BlockGruppe
 Christian von Bismarck Architekt
 Clavis International
 Copynet Innovationsgesellschaft
 Daily Systemgastronomie
 Degussa Goldhandel
 Delphi-HR Consulting
 designfunktion
 Dicide
 Die SprachINGENIEURIN
 FC St. Pauli
 Hamburg@work
 HANSA PARTNER Wirtschaftsprüfung
 Hanseatische Real Estate Finanz Holding

Hauck & Aufhäuser
 Hebewerk Consulting
 Hofer Nachrichtentechnik
 HSV Fußball
 IFB Ingenieurbüro für Bautechnik
 ICME Healthcare
 Ingenieurbüro Zammit
 InNuce Java Competence
 InNuce Automotivated Software
 IS Intelligent Solution
 Ivo von Renner Fotografie
 Labor Lademannbogen
 Lore Gellersen Innenarchitektur
 Magellan Travel Services
 Martina van Kann Fotografie
 Mail Boxes Etc. Hamburg Altona
 Nord-Ostsee Automobile
 mesonic software
 moduleo Design Floors
 Montblanc
 Neopost
 Nord Event
 NORTAX Treuhand
 Orizon

Pianohaus Trübger
 pop-interactive
 Pressmatrix
 ray facility management
 Regnauer Fertigbau
 Satis&Fy
 SCHLARMANN von GEYSO
 Shell PrivatEnergie
 Silpion IT-Solutions
 SMEA IT
 Stageled
 Starcar
 TAVAGROUP
 TÜV SÜD Akademie
 Uptime Informations-Technologie
 Utz
 Verkehrsrecht Rocke Winter Bachmor
 VIRTUAL X
 W4Ilett
 Wellnuss Premium Snacks
 Welt am Sonntag/Die Welt
 Wir für Gesundheit
 WISAG Gebäudetechnik Nord
 Wunderkontor Zaubertheater



Firmenchef Oliver Dörner auf einem seiner Containertransporter. Zu dem Fuhrpark des Hamburger Recycling- und Baustoffunternehmens zählen 260 Lkw, die von 30 Standorten aus jeden Tag in Norddeutschland unterwegs sind.

AUS EIGENER KRAFT WACHSEN

*Der Großvater startete mit einem kleinen Fuhrunternehmen in Wedel. Inzwischen leitet **OLIVER DÖRNER** den Familienbetrieb in der dritten Generation. Das Recycling- und Baustoffunternehmen gehört heute zu den größten der Branche in Norddeutschland.*

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

Für einen, der seit Jahren in Hamburg und speziell im Westen der Stadt lebt, ist es geradezu unmöglich, die mächtigen Lastwagen mit den leuchtend blauen Streifen nicht zu kennen. Ebenso vertraut ist der Name „OTTO DÖRNER“, der in dicken weißen Lettern auf dem Blau leuchtet. Der Weg über das weitläufige Areal von einem der größten Entsorgungs- und Baustoffunternehmen Norddeutschlands führt vorbei an einer Autowerkstadt, an Lastwagen, riesigen Hallen und Bergen von Sand, Steinen und Schutt. Doch direkt vor dem Bürogebäude empfangen einen Blumen und ein Fleckchen frisch geschnittenes Grün.

Der Mann, der zur Begrüßung herzlich die Hand ausstreckt, wirkt jung und sportlich. Im Gespräch dann die Frage nach seinem Alter: „47“, antwortet er. Das überrascht. Oliver Dörner, der Hanseat aus Nienstedten, spielt Tennis beim Polo Club, Golf in Hittfeld und seine Band, in der er seit Jugendzeiten Keyboard spielt, nennt sich „The Spank“. In der Sportstiftung von Alexander Otto hat Dörner auch Sitz und Stimme. Das alles passt schon.

Das Büro des operativen Geschäftsführers der Otto Dörner Holding ist zweckmäßig eingerichtet – oder sollte man sagen: bodenständig? So wie er das Familienunternehmen auch in der dritten Generation noch führt. Auf einem großen Foto an der Wand ist ein seltsames Fellbüschel auf einer Wiese zu sehen. Man erkennt nur Körper und Hinterteil. Der Kopf muss tief in der Erde stecken. „Smilla, unsere Pudelhündin, buddelt gerne in der Erde“, erklärt Oliver Dörner. „Das passt doch zu unserer Familie.“ Und wenn der humorvolle Familienmensch aus dem Fenster schaut, hat er einen mächtigen Findling im Blick. „Den haben Mitarbeiter meinem Vater zum Geburtstag geschenkt“, sagt der junge Dörner. „Und wer hat in den Stein groß ‚Heute‘ gemeißelt?“ „Auch einer unserer Arbeiter. Dieses ‚Heute‘ ist das Credo meines Vaters“. Der Sohn lächelt, macht eine Pause und fügt dann hinzu: „Lieber noch wäre ihm gewesen, wenn in Stein verewigt ‚Jetzt‘ stehen würde.“

Ob Horst Dörner, der ungeduldige Senior, mit seinen 87 Jahren noch gelegentlich im Betrieb anzutreffen ist? „Vater arbeitet keine sechs Tage mehr in der Woche“, sagt der Sohn, „höchstens noch fünfeinhalb.“ Ein kleiner Scherz, aber ein großes Lob. „Mein Vater ist noch immer wahnsinnig interessiert an allem Neuen“, bekräftigt Oliver Dörner. „Er kümmert sich noch um viele Angelegenheiten und das sehr genau.“ Und was die geschäftlichen Grundwerte angeht, mit denen der Senior das Baustoff- und Recycling-Unternehmen groß gemacht hat, auf denen baut auch der Junior die Zukunft auf.

„Wir lassen unsere Gewinne zu 100 Prozent im Unternehmen“, bekräftigt Oliver Dörner. „Dadurch sind wir sehr kapitalstark und können aus eigener Kraft wachsen.“

Olivers Großvater Otto Dörner hatte 1925 in Wedel ein kleines Fuhrunternehmen gegründet. Vater Horst war dort erst der dritte Mitarbeiter. An seinen Sohn Oliver wird Horst Dörner ein Unternehmen mit rund 1000 Beschäftigten und 200 Millionen Euro Jahresumsatz weitergeben. „Wir haben noch 16 Kieswerke in Norddeutschland“, sagt der Geschäftsführer im familieneigenen Großbetrieb. „Aber 50 Prozent des Umsatzes machen wir inzwischen mit Entsorgung. Unsere Firmenphilosophie dabei ist: Es gibt keinen Abfall, es gibt nur Stoffe, die man wieder verwenden kann.“

Nur ein paar Schritte aus seinem Büro und man steht in der riesigen Halle mit einer der modernsten Sortieranlagen Europas. Jede Stunde laufen hier 40 Tonnen Abfall über die Bänder, aus denen alles wieder Verwertbare herausortiert wird. Das sind bis zu 90 Prozent. „Einer unserer dankbarsten Kunden dafür ist die Natur“, sagt Oliver Dörner – als Unternehmer auch ein Umwelt-Prophet.

Was ist nun das Wichtigste, das er vom Vater mit in die Führungsaufgabe genommen hat? „Das Geld kommt nur zu dem, der darum kämpft“, sagt er. „Als Junge habe ich Kaminholz ausgetragen und später mein Geld mit einer Ton- und Lichtenanlage für Partys verdient.“

Und was will er seinen Kindern mitgeben? „Mein Sohn ist ja erst zehn und die Tochter acht Jahre alt. Da bin ich schon glücklich, wenn die nicht täglich mit etwas Neuem ankommen und sich mal länger für etwas begeistern.“

Was wir zum Schluss noch gerne wüssten: „Warum sind Sie Mitglied im Business Club geworden?“ „Ich habe im Club vor der großen Tafel mit den Firmen-Logos gestanden, die alle dazu gehören. Da habe ich mir gesagt: Hier muss „OTTO DÖRNER“ unbedingt dabei sein.“

KONTAKT

Otto Dörner GmbH & Co. KG
Lederstraße 24
22525 Hamburg
Tel: 040 548 85-0
info@doerner.de
www.doerner.de

QUEREINSTEIGER MIT HÄNDCHEN

Was **MICHAEL GUETH** in die Hand nimmt, gelingt. Schon während des Studiums hat er mit einer kleinen Agentur Events für große Unternehmen organisiert. Das Angebot einer Mode-Kette lockte ihn nach Düsseldorf. Dort wurde er Fotograf, jetzt verkauft er W4llets.

Text: **Alexander Siebert**

Was das Fotografieren angeht, hat Michael Gueth genaue Prinzipien: „Wenn ich die Kamera in die Hand nehme, dann meistens nur, um damit Geld zu verdienen“, sagt er. Und zwar so, als wolle er damit direkt klären: Das ist seine Arbeit, das ist das Geschäft. In seiner Freizeit reiche ihm dagegen das iPhone, sagt er. Mehr als 45 000 Bilder hat er damit schon aufgenommen. Selbst im Urlaub mit der Familie – mit seiner Frau Anne, den beiden Kindern Lena und Felix und Labradoodle Henry – bleibt die Kamera zu Hause: „Urlaub ist Urlaub, Arbeit ist Arbeit.“

Als Künstler hat Michael Gueth damit sicherlich eine eher ungewöhnliche Einstellung zu seinem Beruf. Aber der 42-Jährige ist ohnehin kein Fotograf wie jeder andere. Er ist ein Quereinsteiger. Er hat sich die Kamera geschnappt – und losgelegt. Heute, zwölf Jahre später, ist Gueth ein renommierter Werbefotograf mit eigenem Studio in Neuss, mit Kunden wie BMW, Vodafone, Loréal oder Ludwig Beck und mit Aufträgen in der ganzen Welt. Die Kamera hat er in dieser Zeit sehr häufig in die Hand genommen. Häufiger als das iPhone.

Im Gegensatz zur Fotografie hat Gueth das Business von der Picke auf gelernt. Theoretisch im Wirtschaftsstudium in Mainz und praktisch in einer kleinen Agentur, die er nebenbei gegründet und mit der er Events für große Unternehmen organisiert hat. „Das war hart, aber die Herausforderung hat mich gereizt“, sagt er über den Spagat zwischen Hörsaal und Event-Büro. Als 2002 ein Angebot von Peek & Cloppenburg aus Düsseldorf kam, verkaufte er die Agentur wieder. In Düsseldorf ist Gueth heimisch geworden. Hier – im Stadtteil Oberkassel – hat er zehn Jahre gelebt, im Nachtleben seine Frau kennengelernt und 2010 geheiratet. Seit die Kinder da sind, wohnt er mit seiner Familie im eigenen Haus in Meerbusch Buederich im Düsseldorfer Umland.

Dass er die Kamera beruflich heute immer mal wieder beiseitelegen kann, dafür sorgt ein kleines Etui aus Leder. Es ist zwar kaum größer als eine Kreditkarte, aber es beschreibt den Erfolg des Unternehmers Michael Gueth sehr gut: Was er in die Hand nimmt, gelingt. So war es nicht nur mit der Kamera, sondern so war es auch mit dem kleinen Etui „W4llet“, das ihm ein Geschäftspartner in die Hände drückte – und das ihn seitdem nicht mehr losgelassen hat. „Dieses Produkt hat mich fasziniert“, sagt er, auch heute noch, vier Jahre später.

W4llet ist englisch und heißt Geldbeutel, allerdings ist Gueths W4llets noch etwas kleiner: Ein Etui für Kreditkarten, EC-Karten, Visitenkarten, Mitgliedskarten, für den Führerschein oder den Personalausweis – etwas mehr als sechs Zentimeter lang und

neun Zentimeter breit. „Es ist im Prinzip eine Ergänzung zum Portemonnaie und im Speziellen eine intelligente Sortiermöglichkeit gegen das übliche Kartenchaos“, sagt Gueth. Dass ein starkes Produkt auch eine starke Marke braucht, weiß der studierte Betriebswirt mit Schwerpunkt Marketing natürlich. Das designte Logo mit der schlanken, schwarzen Schrift wirkt auf den ersten Blick ebenso elegant wie das Etui an sich; auf den Zweiten fällt auf, dass anstelle des „A“ dort eine „4“ ist, so wird aus Wallet „W4LLET“. Die Zahl steht für die vier Fächer des Etuis, bis zu sechs Karten haben darin Platz: „So bleiben wichtige Dinge immer griffbereit“, erklärt Gueth.

Seine Kunden wissen das zu schätzen. Auch sie sind Unternehmen aus dem exklusiveren Segment wie Nespresso, deren Mitarbeiter ihre Visitenkarten im W4llet aushändigen oder Calvin Klein, das W4llets als „Give-away“ an seine Kunden reicht. Für sie legt Gueth Wert auf Qualität und setzt auf das Siegel „Made in Germany“. Das Leder bekommt er aus Offenbach, Gueth: „Deutschlands Leder-Hauptstadt“. Produziert wird in Baden-Württemberg – „handmade“. Dadurch kann er hochwertiges Leder in verschiedenen Farben, Ausführungen und Narbungen anbieten.

Seine eigenen Visitenkarten vergibt er übrigens nicht im W4llet. An dieser Stelle trennt der Unternehmer seine beiden Geschäfte, wie er auch das berufliche vom privaten Fotografieren trennt. Er hat eben klare Prinzipien. Manchmal kann er Business und Freizeit dann aber doch auch verbinden, zum Beispiel beim Fußball: Gueth macht Fotos für Fortuna Düsseldorf, zudem ist er treuer Fan mit Loge und Dauerkarte, der kein Heimspiel verpasst. Außerdem fotografiert er für die Stiftung seines Bekannten Christoph Metzelder. Durch den ehemaligen Profi-Fußballer kam er auch zum Business Club, in den er vor Kurzem eingetreten ist. Eine Mitgliedskarte hat Michael Gueth schon – und sicher auch einen exklusiven Platz dafür: in seinem W4llet.

KONTAKT

W4LLET UG (haftungsbeschränkt)
Heerdterbuschstraße 15
41460 Neuss
Tel: 0163 25 80 233
gueth@the-w4llet.com
www.the-w4llet.de



Für Michael Gueth war immer klar: Wenn es ihn in eine deutsche Großstadt ziehen sollte, dann nach Berlin, Hamburg oder Düsseldorf. Heute lebt er im Düsseldorfer Umland und ist Mitglied im Business Club Hamburg.

DER REGELHÜTER

Seit Anfang der 90er Jahre leitet **AXEL DRECKSCHMIDT** die TÜV Nord Akademie, eine Weiterbildungseinrichtung des TÜV Nord. Der gebürtige Ostwestfale war Elektroniker, Soldat und Fußballschiedsrichter, heute profitiert er von all den Erfahrungen – und ist Manager.

Text: **Alexander Siebert**

Fußballschiedsrichter haben es auf deutschen Amateurplätzen beileibe nicht leicht. Es herrscht ein rauer Ton. Axel Dreckschmidt kennt sich aus, Sorgen um mangelnden Respekt brauchte sich der ehemalige Regelhüter aber sicher nicht viele machen.

Mindestens einsneunzig groß, breite Schultern, aufrechter Gang: Wenn der Geschäftsführer der TÜV Nord Akademie die langen Flure der Zentrale in Hamburg-Eimsbüttel betritt, ist seine Präsenz schon am anderen Ende des Ganges zu spüren. Der feste Händedruck und die tiefe Stimme passen dazu. Seine Gäste empfängt Dreckschmidt an einem runden Tisch in seinem Büro. Wer dort eine Weile mit ihm sitzt, merkt schnell, dass sich hinter der rauen Fassade ein sympathischer Mensch verbirgt, der oft lächelt.

Axel Dreckschmidt kommt aus Ostwestfalen, vom Dorf. Rödninghausen heißt der kleine Ort. „Ein Kaff in der Nähe von Bünde“, sagt er. Im heimischen Sportverein ist er immer noch Mitglied, die erste Mannschaft hat es mittlerweile in die Regionalliga geschafft. Das sei zu seiner Zeit noch anders gewesen, sagt er, da habe man Kreisliga B gespielt, vorletzte Spielklasse. Auf dem Platz war Dreckschmidt aber stets neutral unterwegs, als Schiedsrichter. Nach dem Abitur 1981 in Bünde ging es nach Hamburg zur Bundeswehr.

Der Umzug hat ihn und seine Frau zunächst getrennt. Beide kannten sich aus der Schule. In Hamburg haben sie sich wiedertreffend, Deborah Heepmann arbeitet hier seit vielen Jahren für eine Versicherung. Das Paar hat zwei erwachsene Söhne und lebt in Halstenbek. „Etwas anderes können wir uns auch gar nicht mehr vorstellen“, sagt Dreckschmidt.

Auf das Studium der Elektrotechnik an der heutigen Helmut-Schmidt-Universität folgte die Versetzung nach Osnabrück. Dort war Dreckschmidt Zugführer eines Richtfunkzuges der Funkfernmelder mit 50 Soldaten. Die letzten seiner insgesamt zwölf Dienstjahre war er als Inspektionschef an der Unteroffizierschule der Luftwaffe in Appen eingesetzt. Beides waren administrative Arbeiten. „Heute würde man das Managementaufgaben nennen“, erklärt er. Bei der TÜV Nord Akademie macht er im Prinzip nichts anderes. „Wir stellen den organisatorischen Rahmen für Schulungen und Weiterbildungen, den unsere Mitglieder, aber auch der freie Markt nutzen können“, sagt Dreckschmidt.

Die Inhalte der Akademie beschreibt er als Spiegelbild des TÜV. „Wir bieten für alle Arbeitsgebiete der technischen Überwachung Lehrgänge an“, sagt der Chef. Die Referenten sind meist TÜV-Experten, da sie die Maschinen der Kunden und die relevanten Regelwerke am besten kennen. Dreckschmidt: „Wer seine Anlage von uns prüfen lässt, soll auch seine Mitarbeiter zur Fortbildung zum TÜV schicken können.“ Seit Mitte der 80er Jahre gibt es das Bildungsangebot. Als Dreckschmidt nach der Bundeswehr 1993 als Akademieleiter zum TÜV kam, steckte das Projekt noch in den



Hat die Technik im Griff: Axel Dreckschmidt, Chef der TÜV Nord Akademie.

Kinderschuh. Er hatte fünf Mitarbeiter. Heute sind es 30-mal so viele, an 16 Standorten und mit 60 000 Teilnehmern im Jahr.

Trotzdem schafft es Dreckschmidt, Zeit für ehrenamtliche Arbeit zu finden. Im Verein Deutscher Ingenieure, einem Netzwerk für Ingenieure, Regelseiter für den sicheren Umgang mit Technik sowie Berater für Politik, Behörden und Gesellschaft, leitet er den Hamburger Vorstand. Die Schiedsrichterpfife hat der 55-Jährige allerdings schon länger an den Nagel gehängt. Dennoch ist Fußball weiter seine Leidenschaft. Die Dauerkarte für den HSV hat er wieder verlängert. Eins ist für ihn beim Fußball übrigens ausgeschlossen: Schiedsrichterbeleidigungen, die wird es von Axel Dreckschmidt nicht geben – weder im Stadion noch auf dem Sportplatz.

KONTAKT

TÜV NORD Akademie GmbH & Co. KG
Große Bahnstraße 31
22525 Hamburg
Tel: 040 8557-2532
adreckschmidt@tuev-nord.de
www.tuev-nord.de



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

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

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

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

Das großzügige Ambiente mit Zimmern von 32 bis 150 m² schafft Raum für die individuelle Erholung zwischen urbanem Lebensgefühl und einer unendlich weiten Natur. Zum Zurückziehen, zum Ausschweifen, zum Relaxen – und dabei stets die grandiose Aussicht genießen. Mit 150 m² und einer exklusiven 200 m² großen Dachterrasse bietet THE GRAND Loft Raum für unzählig

schöne Urlaubserinnerungen. Der preisgekrönte MAKANI SPA bietet auf 3.000 m² luxuriöse Wellness- und Beautyerlebnisse.

Köstlich speisen mit Blick auf die Ostsee

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

Golf lounge Ahrenshoop

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

MIT SCHWYZERDÜTSCH NICHTS IM SINN

*Geboren ist er auf Teneriffa. Nach dem Studium ging **ERNESTO MARTÍN** nach London, um dort zu leben und zu arbeiten. Irgendwann wollte er die deutsche Sprache lernen und zog nach Luzern. Ein entscheidender Fehler, den der Sprachenlehrer schnell korrigierte.*

Text: **Achim Schneider**

Ernesto Martín wollte nach sieben Jahren in London als Blumenimporteur etwas Neues machen. Der Spanier wollte die deutsche Sprache lernen. Und ging dafür in die Schweiz – nach Luzern. „Das war natürlich ein Fehler“, sagt er lächelnd. Das Schwytzerdütsch hatte er nicht im Sinn und so machte er sich nur vier Monate später auf den Weg nach Deutschland. Einen richtigen Plan, wohin er wollte, hatte der Mann von den Kanaren allerdings nicht. Aber eine Idee hatte er.

„Ich hatte bei einem Spanienurlaub zwei Deutsche kennengelernt. Wir haben uns gut verstanden und einiges miteinander unternommen. Die beiden hatten mich eingeladen, sie einmal zu besuchen, wenn ich in Deutschland wäre“, erinnert er sich. Und so fuhr er ins schleswig-holsteinische Negenharrie, einem „Drei-Bauern-Kaff“, das ab sofort seine neue Heimat war. Er wollte bleiben, musste aber irgendwie Geld verdienen. Zuerst packte er bei der Ernte mit an, lernte Treckerfahren. Dann nutzte Martín seine Sprachkenntnisse und unterrichtete Fremdsprachen an der Volkshochschule in Kiel. Später war er Dozent an der FH Westküste in Heide, der Nordakademie in Elmshorn, der Bucerius Law School und der Technischen Universität Hamburg.



Ernesto Martín: ein Sprachenlehrer, der auch interkulturelle Konflikte löst.

Schon in dieser Zeit reifte bei Martín der Entschluss, irgendwann eine eigene Sprachenschule zu eröffnen. 2010 war es endlich soweit. Das Unternehmen basiert auf drei Säulen: die Sprachensparte für diejenigen, die zu den Sprachkursen in die Schule kommen, die institutionelle Arbeit, zum Beispiel für Jobcenter, Arbeitsagenturen oder Firmen sowie die interkulturelle Zusammenarbeit mit Unternehmen. Insbesondere der letzte Punkt liegt Ernesto Martín am Herzen. „Ich habe selbst als Ausländer erlebt, wie es ist, wenn unterschiedliche Kulturen aufeinanderprallen. Gerade für Firmen hat das eine große Bedeutung“, sagt er.

Ernesto Martín nennt ein Beispiel aus dem Arbeitsalltag: „Deutsche Mitarbeiter arbeiten selbstständig und beteiligen sich beim Entscheidungsprozess. Das ist bei anderen Kulturen nicht so. Spanier, Syrer oder Mexikaner zum Beispiel bekommen vom Vorgesetzten eine Aufgabe, die sie erledigen – und dann warten sie auf den nächsten Auftrag. Das führt irgendwann natürlich zu Spannungen und Konflikten.“ Genau das ist der Punkt, an dem der Spanier und seine Mitarbeiter eingreifen und helfen können.

Das interkulturelle Management bzw. die interkulturelle Kommunikation gewinnen stetig an Bedeutung. Mittlerweile haben das auch die Unternehmen verstanden. Immer häufiger wenden sie sich an das Institut, damit Konflikte zwischen Mitarbeitern verschiedener Nationalitäten und Kulturen aus der Welt geschafft werden können. „Nur die kleineren Firmen haben die Wichtigkeit des Themas noch nicht für sich entdeckt“, bedauert Martín. Dabei ist ein Verständnis untereinander im kleinen Team oft noch wichtiger und das Konfliktpotenzial mindestens ebenso hoch.

In seiner Freizeit versucht der ehemalige Kung Fu-Kämpfer (blauer Gürtel) jeglichem interkulturellem Stress zu entfliehen. Dann schlüpft er in seinen Gummianzug, schnallt die Pressluftflasche um und taucht ab in die faszinierende Unterwasserwelt der Ozeane. Hier fühlt er sich wohl. „Wenn ich unter Wasser bin, dann vergesse ich die Welt da oben. Schade ist nur, dass irgendwann der Luftvorrat aufgebraucht ist und ich wieder auftauchen muss. Wenn es nicht sein müsste, würde ich einfach unten bleiben“, sagt Ernesto Martín.

KONTAKT

estudio español
Schlossmühlendamm 3
21073 Hamburg
Tel: 040 38 66 06 83
info@estudioespanol.eu
www.estudioespanol.eu

Park Hyatt Hamburg

Where Luxury is Personal



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

Reservierung +49 40 3332 1234 oder hamburg.park.hyatt.de
Bugenhagenstraße 8, 20095 Hamburg

PARK HYATT HAMBURG™

luxury is personal



**EVENT
TIPP**

ALLES AUF EIS – EIN ABEND IM AMORINO

Eis ist lecker und macht gute Laune – aber wissen Sie, was drin ist, wie es hergestellt wird und warum wir eigentlich so gern Eis essen? Amorino-Chef Andreas Köster-Clobes macht die Gäste dieses Abends zu echten Eis-Experten. Und wer will, kann bei den Eiskünstlern des Amorino das historische Handwerk des Eisspachtelns selbst ausprobieren und lernen.

Mittwoch, 4. Oktober 2017, 18 Uhr
Amorino
Mönckebergstraße 20, 20095 Hamburg
Anmeldung unter: www.bch.de

EISBLUMEN MIT GESCHMACKS-EXPLOSION

Eigentlich verkauft **ANDREAS KÖSTER-CLOBES** Kreuzfahrten, aber seit diesem Sommer haben er und seine Geschäftspartner ein weiteres Standbein: Eisdielen. Für Hamburg, Kiel und Lübeck haben sie sich die Franchise-Lizenz für die Eisboutiquen der Marke Amorino gesichert.

Text: **Andreas Eckhoff** Fotos: **Martina van Kann**

Ein Geschäft ist ja nicht immer nur ein Geschäft, sondern manchmal auch eine Verrücktheit, eine Leidenschaft, ein Zufall. Die Idee mit den Eisdielen entstand auf einer entspannten Kreuzfahrt auf dem Mittelmeer im Gespräch mit einem anderen Gast, der zufällig schon in diesem Business tätig war. „Da habe ich gedacht: warum nicht?“, sagt Andreas Köster-Clobes. „Das könnte ein zweites berufliches Standbein sein.“

Nicht, dass er dieses zweite Standbein dringend gebraucht hätte. Denn das erste, das Online-Reisebüro „kreuzfahrtberater.de“, das er zusammen mit seinen Partnern Dr. Friedrich Köster und Malte Köster betreibt, segelt auf Erfolgskurs: 70 Mitarbeiter, mehr als 17 000 Kreuzfahrten im Angebot, Marktführer!

Doch das Neue war zu reizvoll, um die Gelegenheit vorbeiziehen zu lassen. Und deshalb gibt es seit Anfang des Sommers an der Mönckebergstraße 20 die erste Amorino-Eisboutique in Hamburg. Die zweite eröffnet dieser Tage an der Langen Reihe, eine dritte soll an der Osterstraße folgen, weitere in Kiel und Lübeck. Ein ziemlich kräftiges Standbein scheint da zu wachsen.

Aber warum gerade eine Eisdielen? Andreas Köster-Clobes erzählt jetzt die Geschichte der Amorino-Gründer Cristiano Sereni und Paolo Benassi, die sagten: „Wir haben den Eisgeschmack unserer Kindheit vermisst. Das wollten wir ändern.“ Und genau darum geht es auch ihm: um richtig gutes Eis. Und im Amorino kann man genau das genießen.

Das geht damit los, dass es im Amorino keine klassischen Eiskugeln gibt. Stattdessen wird das Eis gespachtelt, eine historische italienische Art der Zubereitung. Und die Eisverkäufer sind auch keine Eisverkäufer, sondern Eiskünstler. Aus den vielen Sorten zaubern sie Bouquets, die wie Blumensträuße aussehen. Hmm, lecker.

Amorino-Eis, erzählt Köster-Clobes stolz, komme ohne Geschmacks- oder Konservierungsstoffe und ohne Stickstoff für die Haltbarkeit aus. Und das Milcheis werde aus Milch hergestellt und nicht, wie bei vielen anderen, nur noch aus Milchpulver.

Dabei geht der Trend in diesem Sommer eher in Richtung Sorbets, zu diesen wunderbaren Fruchtsorten, die im Amorino mit 30 Prozent weniger Zucker auskommen. Frische Früchte statt Zucker: In einem Liter Mangosorbet etwa stecken sieben Kilo Mango – eingekauft auf einer privaten Plantage in Indien nach Fair Trade-Regeln.

Tatsächlich ist das Amorino auch eine internationale Geschichte. Das Eis wird hergestellt in einer französischen Manufaktur in Paris nach alten italienischen Rezepten, die Waffeln kommen aus

Belgien. Zweimal in der Woche hält der Kühlwagen an der Mönckebergstraße. Dann kommt das Eis sofort in eine im Keller gelegene, minus 34 Grad kalte Kühlkammer, wo es – wenn nötig – sogar mehrere Monate frisch bleiben kann. Zwei Tage bevor das Eis verkauft werden soll, wird es in einen anderen Kühlschrank umgelagert, der nur noch minus zwölf Grad kalt ist, eine Art Aufwachraum für Eis. Erst dann kann man es genießen.

Für Andreas Köster-Clobes ist sein Amorino aber nicht nur Liebe zum Eis, sondern natürlich auch ein Geschäftsmodell. Eisblumen herstellen kann er selbst gar nicht, das überlässt er den Künstlern hinter der Theke. Köster-Clobes: „Ich kümmere mich um die Kasse. Mit Geld umgehen kann ich besser.“ Sein neues Business liegt ohnehin im Trend. Dass in der Hamburger Food-Szene immer mehr Ketten beziehungsweise Franchise-Konzepte eröffnen, ist nicht zu übersehen. Dehoga-Landesgeschäftsführerin Ulrike

von Albedyll weiß, dass Systemgastronomie alle Altersgruppen anspreche, insbesondere junges Publikum. Und Dirk Block, der sechs Franchise-Filialen der italienischen Kette L'Osteria betreibt, sagt: „Die Deutschen setzen auf Sicherheit, auch wenn sie essen gehen. Das zeichnet Markengastronomie aus, hier weiß der Gast, was ihn erwartet.“ Gleichbleibende Qualität und das Vertrauen in die Produkte seien die

Vorzüge. Auch im Amorino sind Qualität und Hygiene oberstes Gebot. Wer sich nicht dran hält, wird bestraft und muss die Ware teurer einkaufen. Das will niemand.

Und im Winter? Kein Problem, sagt Köster-Clobes und bittet gleich wieder an die Eistheke. Da lagern nämlich auch ganz köstliche Macrons. Und hinter der Theke werden Crepes und Waffeln hergestellt, und eine Espressomaschine im Wert eines mittleren Kleinwagens wartet darauf, italienische Kaffeebohnen zu mahlen und durchs Sieb zu pressen. „Wenn erst einmal die Geschäftsleute aus der Umgebung bemerken, dass es bei uns exzellenten Kaffee gibt, wird der Laden auch im Winter gut gefüllt sein“, sagt Köster-Clobes. Noch ein Eis?



MITGLIEDER-VORTEIL

club!-Magazin-Leser erhalten beim Besuch in einer Amorino-Filiale eine persönliche VIP-Karte. Darauf gibt es zwei Jahre lang für jeden Einkauf elf Prozent Rabatt. Einfach an der Eistheke das club!-Magazin vorzeigen. Die Aktion gilt bis 15. Oktober 2017.

100 000 Sterne-Küche

*Der eine ist Chefkoch, der andere Chef-Astrologe. **NILS-KIM PORRU UND DR. THOMAS KRAUPE** trafen sich im Kuppelsaal des Planetariums, um über Elemente und elementares Essen zu philosophieren.*

Küchenchef Nils-Kim Porru und der Direktor des Planetariums, Dr. Thomas Kraupe, beim Anrichten der Speisen mit Handschuhen und Pinzetten.



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

Wenn sich hinter der Schwärze des kleinen Vorraums die Tür öffnet und den Blick freigibt ins Universum – dann wartet man unwillkürlich auf Musik und das Raumschiff „Enterprise“, das in die Unendlichkeit der Galaxien gleitet. Aber es passiert nichts. Höchstens stolpert man beim Betreten des Sternensaals im Hamburger Planetarium, weil man den Blick nicht wieder auf den Boden bekommt, so faszinierend leuchten die Sterne am künstlichen Firmament. Doch Direktor Thomas Kraupe will heute keinen Vortrag halten über Astronomie, sondern mit Chefkoch Nils-Kim Porru eine sternewürdige Vorspeise anrichten.

Am liebsten würde man sich jetzt in einen der roten Polstersessel fallen lassen, deren Rückenlehnen so schön nach hinten gleiten, damit man die an die Decke projizierte Himmelskuppel entspannt betrachten kann, ohne sich den Hals zu verrenken. Kraupe ist hier seit dem Jahr 2000 Chef und hat ganz kräftig den Staub aus dem Planetarium im Stadtpark gepustet, hat erneuert, umgebaut, modernisiert.

Der eine trägt die übliche schwarze Nadelstreifenschürze mit eingesticktem Namen über der weißen Kochjacke zu solidem Schuhwerk, der andere Chinos und blaues Polo zu legeren Sneakers. Beide verstehen vom Business des anderen so gut wie nichts. Der Astronom Kraupe leitet ein hochmodernes Schau-Planetarium, wie es auf der Welt kaum ein zweites gibt, mit einem Wahnsinnsprojektor, der Sonne, Mond und Sterne sowie die Weite des Weltraums an die Kuppel malt. Der andere kommt mit seiner Küche den Sternen zwar nah, aber nach dieser Auszeichnung des Gourmetführers Michelin greifen will er nicht. Zufriedene Gäste sind ihm erstrebenswert genug.

Nein, selber kochen tut er nicht, bekennt Kraupe fast ein wenig zerknirscht, aber er esse gern. Zu Hause kocht die Lebensgefährtin, er interessiert sich mehr fürs Einkaufen, legt dabei Wert auf beste Qualität. Seine Favoriten sind herzhaftere Gerichte, wie sie seine Mutter, eine Sudentendeutsche, die mit der Familie nach Bayern kam, auf den Tisch brachte. „Ihre böhmischen Rezepte vermischten sich mit den bayerischen und schwäbischen. Also Knödel, Zwiebelrost- und Rehbraten, Maultaschen, Käsespätzle, Brathähnchen und natürlich Mehlspeisen, wie Apfelstrudel, und die Orangentorte, die es immer zum Geburtstag gab, esse ich sehr gern. Das weckt Heimatgefühle“, sagt Kraupe. Ist er in München,



Feinarbeit: Chefkoch Porru im Kuppelsaal des Planetariums.



Eine himmlische Vorspeise mit Fisch, Balsamico-Gelee, Limette, Süßkartoffel, Muschelfond, Chili, Avocado und gefriergetrockneter Roter Bete.

muss er dringend ins „Franziskaner“, auf Weißwürste und Bier. „Da geht nichts drüber.“

Er versucht am Computer eine Himmelsprojektion so an die Decke zu strahlen, dass sie hell genug ist für den Fotohintergrund, aber nicht blendet, und dabei noch ein attraktives Abbild eines Blicks aus dem Himmel auf Afrika, die Iberische Halbinsel bis nach Grönland hinzubekommen. „Ein bisschen mehr nach Nordwesten, Thomas“, dirigiert ihn sein Mitarbeiter, als er auf „mehr links“ und „nach oben“ nicht reagiert. Allgemeine Heiterkeit, als es schließlich klappt. Für einen Wissenschaftler braucht es eben ein bestimmtes Vokabular.

Porru fingert unterdessen allerlei zum Teil winzige Details hervor aus Dosen, Schächtelchen und sogar aus einer Kiste voller Trockeneis: Mit Anis, Meersalz, Piment und Wacholder selbst gebeizter Saibling kommt zum Vorschein, wundervoll rot, matt und verführerisch. Die Speichelproduktion der Zuschauer steigt. Zur Seite bekommt der Fisch Kügelchen, Würfel und Tropfen, kleine Figuren wie Seesterne, längliche Schneckenhäuser und Herzmuscheln, Dillspitzen und zarte Blütchen von Borretsch, Kapuzinerkresse und Gänseblume. Zum Anrichten nimmt Porru gläserne Petrischalen, denen er ein ungewöhnliches Gefäß zu Seite stellt: Es sieht aus wie eine Mini-Ausgabe altmodischer Großvaterpfeifen mit langem, gebogenem Mundstück. „Eine Trinkpfeife“, sagt Porru und grinst. Die Füllung: eine köstliche Muschelessenz.

Wie der Profi bekommt auch Kraupe Latexhandschuhe und Pinzette und darf anrichten, wie der Koch es vorgibt. „Ich habe mir viel Zeit für das Arrangement genommen – so dass alles am richtigen Platz ist und es appetitlich aussieht.“ Kraupe ist beeindruckt. Porrus Ansatz: Alle Elemente, also Feuer (Chili), Wasser (Muscheln), Luft (über allem) und Erde (Rote Bete) einzubinden. Der Astronom ist begeistert von der sozusagen kosmischen Küche. „Schließlich beeinflusst das Universum unser Leben und unser Tun, Sonne und Sterne schicken uns ihre Energien. Wir müssen nur unsere Sinne öffnen für die Zusammenhänge des Kosmos.“

Kraupe ist ein großer Fischliebhaber jenseits seiner Neigung zum Bodenständigen. „Die mediterrane Küche mag ich sehr, Seafood ist meine Leidenschaft auf der ganzen Welt.“ Er liebt vor allem Frisches, Authentisches. „Längerfrische Milch oder fettfreier Joghurt kommen mir nicht ins Haus.“ Er schüttelt sich. Über ihm leuchten die Sternbilder des Orion, der Große und der Kleine Wagen mitsamt dem Nordstern. Auf dem Glastellerchen versammeln sich neben dem Fisch die Figürchen aus Gelee von Balsamico, Limette, Süßkartoffel, Muschelfond, Chili und Avocado, ergänzt durch dunkelrote Flocken gefriergetrockneter Roter Bete. Eine kleine Farbogie – und schon vertiefen sich die Herren in ihre Begeisterung für die Farben und Düfte auf den Märkten dieser Welt.

Kraupe kommt rum. Er arbeitet für die International Planetarium Society, berät und hilft bei Konzept und Aufbau von Planetarien weltweit. Dazwischen heuert er auf Kreuzfahrtschiffen an und hält Vorträge auf der „Queen Mary 2“, der „MS Europa“ oder der „Sea Cloud“. Einmal begegnete ihm dabei Fernseh-Starkoch Tim Mälzer. Die beiden hatten Spaß. „Ich habe jedenfalls mehr Sterne als du“, beschied ihn Kraupe eines Tages. „Der Spruch wurde zum Running Gag“, freut sich der Planetariumsdirektor noch heute.

Und wenn nun mal jemand zu einem besonderen Anlass gern für jemanden Sterne vom Himmel holen möchte? „Dann kann er den Sternensaal mieten“, sagt Kraupe. „Allerdings nicht für zehn Minuten, da muss man schon etwas mehr investieren. Aber machen lässt sich da was.“ Vielleicht übernimmt Porru dann das Catering.

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



Für Thomas W. Kraupe gehört eine feine Dekoration zum Essen dazu.

Thomas W. Kraupe

Der gebürtige Bamberger studierte in München Mathematik und Physik. Schon bei seinem ersten Job als stellvertretender Direktor des Stuttgarter Carl Zeiss-Planetariums schrieb er Drehbücher und führte Regie bei verschiedenen Astro-Shows in Deutschland, Spanien und im arabischen Raum. Von 1993 -1996 war er Direktor des Planetariums im Forum der Technik auf der Museumsinsel in München. Seit dem Jahr 2000 leitet der Rockmusikfan das Planetarium im Hamburger Stadtpark, das er als „Kathedrale des Kosmos“ bezeichnet. Unter seiner Führung wurde das Planetarium zum ersten Sternentheater in der Welt, das 3-D-Bilder mit 3-D-Sound vereint.



Nils-Kim Porru und Thomas Kraupe präsentieren ihr 100 000-Sterne-Menü.



Dirk Block

... BITTET ZU TISCH

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

Im Büro am Schreibtisch zu sitzen, ist nicht unbedingt die Lieblingsbeschäftigung von Dirk Block; dafür ist er zu umtriebig, zu viel unterwegs mit seinem nun schon zu einem kleinen Imperium gewachsenen Gastro-Portfolio. Block betreibt sechs L' Osteria- und ein italienisches Restaurant. Gerade hat er zudem ein weiteres Konzept gestartet: Soho Chicken, ein urbanes Hähnchen-Restaurant. Obendrüber befindet sich nun sein neues, noch etwas karges Büro.

Aber auch die wenigen Dinge erzählen natürlich Geschichten. Der Schreibtisch beispielsweise. Den hat er bekommen, als er 2006 zum ersten Mal Vorstand wurde im Familienunternehmen. Ein Unikat aus grünem Vogelaugenahorn, jetzt im Keller wiederentdeckt und ins Chefbüro gestellt. Auf dem Tisch ein eng-

lisches Taxi und auch dazu gibt es eine Geschichte. Block: „In der Planung für das Soho Chicken waren wir in Südafrika, Asien, New York. Und dann in London im Stadtteil Soho, da haben wir es gespürt: die vielen internationalen Sprachen, die Geräusche der Stadt, die Stimmung. Im Taxi war mir klar: so soll mein Restaurant sein.“ Jetzt gibt es sogar schon eigene Bierkrüge: „Eigendesign“, sagt Block nicht ohne Stolz. Und der Legomann? Ein Andenken an ein Event bei der Ausstellung Floating Bricks: Pizza backen mit seiner L' Osteria-Crew und Kindern.

■ Dirk Block, 41, hält die Rechte der Gastrokette L' Osteria für Norddeutschland und betreibt sechs Restaurants, davon drei in Hamburg. Ihm gehört das Soho Chicken in Eppendorf und die Trattoria Brunello in Poppenbüttel. Zusammen mit seinen Geschwistern ist er Gesellschafter der Block House-Gruppe.



Enjoy responsibly - www.massvoll-geniessen.de



FONDÉ  EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE
★

SUCCESS IS A MATTER OF STYLE

MS EUROPA 2

DIE GROSSE FREIHEIT.

TRAUMERFÜLLUNG
INKLUSIVE.



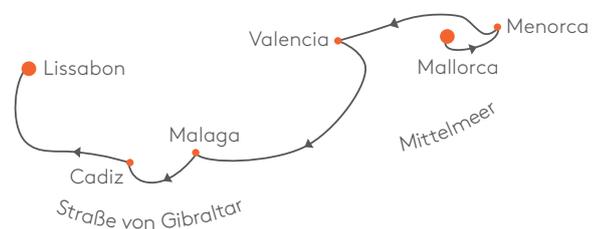
- Ausgezeichnet als **bestes Kreuzfahrtschiff** der Welt*
- Überlegenes Platzangebot – maximal **500 Gäste**
- Ausschließlich **Suiten ab 35 m²** – alle mit Veranda
- **1.000 m²** Spa- und Fitness-Bereich mit Meerblick
- **Sieben Gourmetrestaurants** – alle ohne Aufpreis

11.07. – 18.07.2018
7 Tage | Nr. EUX1817

MALLORCA – LISSABON

pro Person ab **€ 5.080**

in einer Veranda oder Ocean Suite (Kat. 1)
Seereise inkl. An-/Abreisepaket (Doppelbelegung)



Bei Neubuchung erhalten Sie für alle Routen der EUROPA 2 ab 5 Tagen Reisedauer ein **Genießerpaket** im Wert von **€ 200** für Spa-Anwendungen und Getränke – Stichwort: „VE1704023“.

**Beratung und Buchung
in Ihrem Reisebüro**

oder über Hapag-Lloyd
Kreuzfahrten GmbH
Ballindamm 25, 20095 Hamburg
Tel. +49 40 30703070
service@hl-cruises.com

[f](https://www.facebook.com/hlcruises) /hlcruises, hl-cruises.de



HAPAG ¹⁸/₉₁ LLOYD
CRUISES