

club!

DAS MAGAZIN DES BUSINESS CLUB HAMBURG



Cool: Rockstar Lotto King Karl vor dem Alten Elbtunnel

HAMBURG ROCKT

DIE METROPOLE FÜR DEN PERFEKTEN SOUND

Kernig **LOTTO KING KARL ÜBER HYMNEN, HELDEN UND DEN HSV** Strategie mit Gefühl **WAS IST EIGENTLICH ERFOLG?** Majestätisch **NEUER PARTNER SCHLOSS SOLITUDE IN STUTTGART** Wilde Zeiten **WARUM GERADE JETZT FASAN, REH UND HIRSCH AUF DEN TELLER MÜSSEN**

WIEVIEL MEHR KANN
MAN ZWISCHEN
ZWEI HERZSCHLÄGEN
ERLEBEN?
DER NEUE
CONTINENTAL
GT SPEED



So kraftvoll, leistungsstark wie raffiniert, so atemberaubend, wie anspruchsvoll und technisch durchdacht. Der neue Continental GT Speed ist der Höhepunkt an Luxus und Leistung.

Kraftstoffverbrauch für den New Continental GT Speed in l/100 km: Stadt 22,4; Land 9,9; kombiniert 14,5. CO₂-Emissionen (g/km): 338 (kombiniert). Effizienzklasse: G. Vorbehaltlich Typenzulassung.

Bentley Hamburg Weg beim Jaeger 224-226, 22335 Hamburg, Tel: +49 (0)40 59 100 500. www.hamburg.bentleymotors.com

Der Name 'Bentley' und das "geflügelte B" sind eingetragene Warenzeichen. © November 2012 Bentley Motors Ltd. Gezeigtes Modell: Bentley Continental GT Speed.



BENTLEY
BENTLEY HAMBURG

Kreativ, bunt, erdig



Peter Richard Oppermann, Peer-Arne Böttcher

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

das feine Understatement, das der Hamburger in fast allen Lebenslagen zu präsentieren pflegt, führt zuweilen zu einem unrealistischen Bild. Das gilt besonders für die Rockmusik, also für all die Bands, Labels und Clubs, bei denen – sagen wir es mal geradeaus – täglich der Punk abgeht. Nach außen hat es trotzdem oft den Anschein, dass Berlin kreativer, München bunter oder Düsseldorf erdiger sein könnte. Das alles ist nicht richtig. Wahr ist: Hamburg ist die Hauptstadt der Popmusik. Oder, wie es auf dem Titel dieser club!-Ausgabe steht: Hamburg rockt.

Der Ausflug, den das club!-Team für die Produktion der Titelgeschichte in die Rockszene unternahm, war dann auch bemerkenswert. Zum Gespräch mit Lotto King Karl ging es zunächst ins Hard Rock Cafe. Danach folgte an einem der kältesten Abende des Jahres das Titel-Shooting vor dem Alten Elbtunnel. Für Lotto King Karl kein Problem, wenn auch mit einem Wunsch verbunden: „Ich würde gern meine nächsten Konzerte ohne Lungenentzündung spielen.“

Wärmstens empfehlen möchten wir Ihnen auch einige Highlights dieser Ausgabe: Unsere Autorin Dr. Catrin Gesellensetter hat sich mit der Frage beschäftigt, was eigentlich Erfolg ist? Uwe Prieser hat einen Mann getroffen, der irgendwann seine Firma, die 500 Angestellte hatte, verkaufte und stattdessen Kindern in Afrika hilft. Und Gisela Reiners hat mit Chefkoch Nils-Kim Porru alles Wissenswerte über „Wild“ zusammengetragen – zu probieren ab sofort im Restaurant des Business Club Hamburg.

Viel Vergnügen beim Lesen und Genießen

Peter Richard Oppermann

Peer-Arne Böttcher



Stehvermögen – das club!-Team vor dem Alten Elbtunnel:

(v.l.) Ivo von Renner mit Tunnelwächterin, Peter Oppermann, Achim Schneider, Lotto King Karl, Andreas Eckhoff, Tom Leifer.



Der Sound der City

Wer die Wahl hat zwischen New York und Berlin, wählt Hamburg. Es gibt kaum eine Stadt, in der Rockmusik so vital, innovativ und kreativ gelebt wird.

14

INHALT

03 EDITORIAL

Kreativ, bunt, erdig – Hamburg rockt.

06 ICH PLANE MEINEN WINTER

Christoph Lieben-Seutter, Intendant der Elbphilharmonie, über die Elbe im Winter und Skiferien nach Weihnachten.



TITELTHEMA

Weder Berlin noch München oder Düsseldorf, sondern Hamburg ist die Pop-Metropole Deutschlands. Bands, Clubs, Labels, so zahlreich wie vielseitig, bestimmen die Szene der Stadt – findet auch der Rockmusiker Lotto King Karl.

Look & Feel

08 DIE EVENTS DES BUSINESS CLUBS

Männer kochen für ihre Frauen, US-Experte Klaus Scherer über Obamas Zukunft, Star-Architekt Hadi Teherani über Form und Emotionen, die Highlights der kommenden Wochen.

Titelthema

14 HAMBURG ROCKT

Vor 50 Jahren setzten die Beatles Hamburg auf die Landkarte der Popmusik. Seitdem ist die Hansestadt zu einer pulsierenden Metropole mit weltweiter Anerkennung gewachsen – wirtschaftlich, künstlerisch und touristisch.

26 MEINUNG

Clubmitglieder zum Thema „Hamburg rockt“.

28 GÜRTLERS GRÜTZE

club!-Kolumnist Detlef Gürtler über die Rolle von Apple, iPod und iTunes im modernen Pop-Business.

Die gute Tat

38 DIE GESCHICHTE DER WAISENKINDER AUS NAMIBIA

Mit seinem Hilfsprojekt „steps for children“ fand der Unternehmer Dr. Michael Hoppe nach seinem Ausstieg aus dem Job eine neue Aufgabe – und sein persönliches Glück.



Majestätisch 40

Der neue Partnerclub Schloss Solitude bei Stuttgart ist ein prächtiger Ort zum Verweilen und Tagen.



Wilde Zeiten 60

Wildgerichte sind ursprüngliche Begegnungen mit der Natur, findet Chefkoch Nils-Kim Porru.

Wissen

30 DAS GEHEIMNIS DES ERFOLGS

Was ist Erfolg? Ein gefülltes Bankkonto, eine glückliche Familie oder das Hilfsprojekt in der dritten Welt? Die Antwort ist verblüffend: Der Mensch von heute setzt neue Prioritäten.

34 JOHN STRELECKY UND DIE BIG FIVE FOR LIFE

Der amerikanische Autor und Persönlichkeitstrainer über seinen persönlichen Weg zum Glück.

36 MEINUNG

Clubmitglieder zum Thema „Erfolg“.

Club & Partner

40 FEINE ADRESSE IN STUTTGART

An einem der schönsten und spektakulärsten Orte Stuttgarts befindet sich das Schloss Solitude. Besuch beim neuen Partnerclub des Business Club Hamburg.

Neu im Club

44 NEUE GESICHTER UND IHRE GESCHICHTEN

Tina Heine, Chefin des Elbjazz-Festivals, Rüdiger Behn, Erfinder von Küstennebel und Kleiner Feigling, Stefan Freyer, IT-Unternehmer, und Matthias Wolk, TV-Produzent.

Service

52 APP IN DEN CLUB

Mit der neuen App können Clubmitglieder Konferenzräume mit dem Smartphone buchen.

Interview

22 LOTTO KING KARL

Insiderwissen: Im Interview verrät Lotto King Karl, wie die Popbranche wirklich funktioniert und warum Casting-Shows im Fernsehen nichts mit dem wahren Leben zu tun haben.

66 ZEHN MINUTEN MIT ...

Clubmitglied Reinhold Wanner, Geschäftsführer Alles klar! Veranstaltungsservice GmbH

Gourmet & Genuss

59 MEINE SCHÄTZE IM GLAS

Club-Sommelière Anico Koch stellt Ihnen Raritäten vor, die sie am liebsten zu festlichen Anlässen entkorkt.

60 DER GESCHMACK DER NATUR

Herbstzeit ist Wildzeit. Warum die Klassiker Reh, Hirsch und Gans gerade jetzt besonders gut schmecken – und was Chefkoch Nils-Kim Porru für die Vorweihnachtszeit im Club vorbereitet hat.

Service

54 ALLES WISSENSWERTE ZUM CLUB

56 MEMBERS FOR MEMBERS

66 IMPRESSUM

CHRISTOPH LIEBEN-SEUTTER PLANT SEINEN WINTER

In jeder Ausgabe des club!-Magazins stellen wir eine bekannte Persönlichkeit vor, die es sich im Strandkorb auf der Terrasse des Business Club Hamburg bequem machen darf. Dort werden dann kleine und große, private und berufliche Pläne für die nahe Zukunft geschmiedet.

„Ich habe mich in
den Hamburger
Menschenschlag
verliebt.“



Warm angezogen im
Strandkorb: Christoph
Lieben-Seutter liebt die
Elbe auch im Winter.

Christoph Lieben-Seutter wurde am 3. Juni 1964 in Wien geboren und wuchs in einem musikalischen Elternhaus auf. Nach dem Abitur wurde er Software-Ingenieur bei Philips, ehe er als Direktionsassistent des Wiener Konzerthauses in die Musikbranche wechselte. Seit 2007 ist er Generalintendant der Elbphilharmonie und der Laeiszhalle.

Die Vorweihnachtszeit wird dieses Jahr nicht so beschaulich, wie wir es gern hätten. Doch trotz zahlreicher Termine, Veranstaltungen und Dienstreisen lassen wir es uns nicht nehmen, die Faszination Hamburgs zu genießen: die Elbe, die Alster, die Power des Hafens, Kräne, Schiffe. Seit fünf Jahren leben wir hier; Heimweh haben wir nicht. Ich habe mich einfach in den Hamburger Menschenschlag verliebt.

In den vergangenen Jahren haben wir Weihnachten in Hamburg verbracht, dieses Jahr folgen wir jedoch der Einladung der Großeltern nach Wien. Unsere älteste Tochter Pauline ist nicht dabei. Sie verbringt gerade ein Jahr an der High School in Santa Fe. Nach den Feiertagen geht es noch ein paar Tage nach Kitzbühel zum Skifahren, eine Leidenschaft, die wir in Hamburg leider nicht ausleben können. Aber dafür haben wir hier die Stadt am Wasser, das begeistert mich immer wieder. Ganz häufig setze ich mich aufs Fahrrad und fahre von Harvestehude an der Alster entlang ins Büro am Dammtorwall. Das ist Freude und Entspannung zugleich.

2013 warten große Aufgaben: Nach einer Konferenz in New York, auf der ich noch einige Künstler für uns verpflichten möchte, muss das Konzertprogramm 2013/14 finalisiert werden. Hinzu kommt unser Nachwuchs-Festival „Rising Stars“, und im Februar das Musikfest „Lux aeterna“: 25 Konzerte für die Seele mit Musik, die Ebenen in uns berührt, die im hektischen Alltag oft zu kurz kommen. Mit der Musik des „Ewigen Lichts“ kommen wir beschwingt durch den Winter.



P E R F E K T U M

MODERNISIERUNG NACH MASS

Perfektum modernisiert Hamburg

Das Premium-Angebot von **PERFEKTUM** setzt Maßstäbe bei Qualität und Dienstleistung rund ums Bauen und Modernisieren. Rund-Um-Service aus einer Hand. Stress und Unannehmlichkeiten bei der Modernisierung, Renovierung oder Erneuerung von Immobilien haben damit ein Ende. Wir beraten Sie gerne ausführlich über die Möglichkeiten, Ihren Wohnraum noch schöner und moderner zu gestalten.

Vereinbaren Sie einen Ortstermin oder besuchen Sie unseren Store in der Hamburger HafenCity.

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



Mit PERFECTUM zuverlässig, effizient und entspannt modernisieren

01



MÄNNER AM HERD

Beim Kochkurs in der Meridian Kochschule konnten Clubmitglieder schnibbeln, würzen, abschmecken – dann durften die Partnerinnen das Menü genießen. Das Ergebnis wurde hoch gelobt. Eins ist klar: Es muss eine Wiederholung geben.

01 Freude, Stolz und Gaumenschmaus: Nach der Arbeit lässt es sich lecker speisen. **02 Die Herren Köche** bei der Zubereitung des Menüs. **03 Schnibbeln mit Spaß:** Dennis Schäfer.

02



03



DESIGN-KÜNSTLER

Wenn ein Künstler wie Hadi Teherani den Business Club besucht, um über Formen, Stil und Entwicklungen zu sprechen, dann bleibt kein Sitzplatz frei. So war es auch diesmal, als der Top-Designer in der Villa im Heine-Park über Architektur, Städtebau und Produkte referierte. Bestens gelaunt präsentierte er auf einer großen Leinwand viele seiner innovativen Entwicklungen – von Aufsehen erregenden Bauten bis hin zur Eigenkreation eines City-Bikes. Zu jedem Bild hatte Teherani natürlich eine unterhaltsame Geschichte parat. Nach dem Vortrag hatten die Zuhörer bei Wein und Bier noch viele Fragen, die er gern beantwortete.

KLAUS SCHERER IM BUSINESS CLUB

ANSICHTEN EINES KENNERS

ARD-Korrespondent Klaus Scherer stellte im Club sein neues Buch „Wahnsinn Amerika“ vor und äußerte sich in club! zur Wiederwahl des amerikanischen Präsidenten Barack Obama.

club!: Was wird Obama in seiner zweiten und damit letzten Amtszeit anders machen?

Scherer: „Obama hat immer eine recht gerade Linie gehabt, diese verfolgt er sicherlich weiter. Der Vorteil ist, dass er jetzt nicht mehr der Versöhner sein muss, wo es nicht geht, und keine Rücksicht zu nehmen braucht auf Kritiker, die ihm die Wiederwahl kosten könnten. Er kann sagen, wohin er will und warum – wie zuletzt, als er das Jobgesetz zum Teil allein umsetzte. So ließe sich die Infrastruktur reparieren und die Bildungsreform anschieben.“



SEITENWECHSEL

Doris Tito (Programmleitung SeitenWechsel), Rodger Mahnke (Therapeutische Gemeinschaft Jenfeld) und Andreas Bartmann (Gründer Globetrotter) sprachen über den Seitenwechsel von Führungskräften – eine Woche ohne Handy und Notebook zu leben und in einer sozialen Einrichtung zu arbeiten. SeitenWechsel ist eine Initiative der Patriotischen Gesellschaft von 1765. Die Erlebnisse von Andreas Bartmann, der eine Woche lang Garten- und Küchenarbeiten und viele „intensive Gespräche“ in einer Einrichtung für Süchtige erlebte, beeindruckten die interessierten Gäste und sorgten für angeregte Diskussionen.



BUSINESS MEETING

Zum dritten Mal luden die Marketinginitiative Rostock mit Geschäftsführer Christian Weiß und der Business Club Hamburg mit der Unterstützung von Michael Meis (hkc GmbH) zum Baltic Business Meeting ein. Übernachtet wurde erstmals im Grand Hotel Heiligendamm. Nach einem „Come together“, Vorträgen und anschließendem Abendessen ging es am nächsten Tag auf der Ostsee beim Match Race zur Sache. Nach der Siegerehrung wurden noch ausgiebig die geschäftlichen Kontakte zwischen Rostock und Hamburg vertieft.

WETTEN, DASS...

...alle Teilnehmer beim Tag auf der Trabrennbahn ihren Spaß gehabt haben? Clubmitglied und Geschäftsführer Dr. Jan Kleeberg hatte die Idee, Clubmitglieder mit ihrer Familie in die Sulky-Lounge einzuladen. Während die Eltern auf Sieger und Platzierte „zockten“, konnten sich die Kids im Kinderparadies vergnügen.



01 Spannende Rennen auf der Bahn. 02 Gastgeber Jan Kleeberg begrüßt die Gäste. 03 Wettfieber bei Henrik Simonsen, Guntram Uhlig und Ole Valsgaard. 04 Entspannte Herren-Runde: Joachim Mangold, Jürgen Pfeiffer und Club-Geschäftsführer Peter-Richard Oppermann (v.l.).



YACHTARBEIT

In einem Audi-Korso (Jürgen Deforth vom Audizentrum stellte die Autos) fuhr eine Gruppe von Mitgliedern nach Flensburg zur Yachtwerft von Oliver Berking (Robbe & Berking Classics). Dort konnten die Gäste einen Blick hinter die Kulissen werfen und beobachten, wie Yachten in traditioneller Bauweise aus Holz und von Hand gefertigt werden.

EVENT TIPPS

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

Dienstag, 20. November

Exkursion ins Planetarium

Direktor Thomas W. Kraupe gibt überraschende und faszinierende Einblicke in das Zusammenspiel der Planeten im Weltall. Außerdem gewährt er einen Blick hinter die Kulissen des Planetariums.



Sonntag, 25. November

Faszination Porsche – Fahrspaß pur

Der Club und das Porsche Zentrum Hamburg laden zum Fahrspaß ein: Sie können vom 911er und Boxster über Cayenne bis zum Panamera unterschiedliche Modelle jeweils 60 Minuten testen.

Dienstag, 27. November

Dr. Jørn S. Jørgensen

Laserstrahl verschafft Durchblick

Der Gründer und ärztliche Leiter der EuroEyes-Kliniken wird Ihnen in seinem Vortrag erläutern, wie fortgeschritten die Lasertechnik ist und wie man damit vielen Augenpatienten helfen kann.



Mittwoch, 19. Dezember

David Harrington

„Tastenzauber“

Er war Dirigent und Pianist bei Musicals wie Cats, Phantom der Oper und Dirty Dancing. Heute ist er musikalischer Leiter im Schmidt's Tivoli. Genießen Sie den Auftritt von David Harrington.

Donnerstag, 17. Januar

„Pfeiffer fragt“

Meinung machen oder Meinung bilden?

Start einer neuen Diskussionsrunde im Club. Der Journalist Jürgen Pfeiffer hat zur Premiere der Talkrunde Heiner Bremer und Prof. Dr. Stefan Weichert sowie einen Überraschungsgast eingeladen.

In Hamburg. In Bremen.
Und darüber hinaus.

KEIN ZUFALL, WENN ES NACH OBEN GEHT...

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

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

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

ROBERT C. SPIES

GEWERBE UND INVESTMENT

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



EVENT
TIPP

Jetzt Startplätze sichern für die Golf Matchplay Serie 2013

„Beim Matchplay“, sagt Dieter Giesen, „lernt man seinen Mitspieler richtig kennen. Das macht Spaß.“ Der Mann muss es wissen: Schließlich war er bei der Premiere der Golf Matchplay Serie des Business Club Hamburg im vergangenen Jahr bis zum letzten Tag dabei – als Sieger.

Auch 2013 wird im Lochwettspiel „eins gegen eins“ abgeschlagen. Neu ist, dass es zunächst eine Gruppenphase mit je vier Teilnehmern gibt. „Viele fanden es schade, wenn man in der ersten Runde verliert und dann alles vorbei ist“, sagt Club-Geschäftsführer Peter Oppermann. „Deshalb haben wir den Modus etwas verändert. Jetzt spielt jeder viermal.“

Los geht's mit einem Kick off am 19. März 2013 im Business Club Hamburg, Halbfinale und Finale sind am 17. und 18. August auf Schloss Lüdersburg, und im September gibt es für alle Teilnehmer mit Partner/innen und Freunden ein großes Abschlussturnier plus Abendgala. Wegen der großen Nachfrage sind diesmal 64 statt bislang 32 Startplätze verfügbar. Anmeldungen sind ab sofort auf der Website des Business Club Hamburg möglich (www.bch.de).



01



02



03



04

Preisübergabe durch die Sponsoren bei der Siegerehrung der Matchplay Serie 2012 (jeweils von links): 01 Marika Eckert und Holger Liekefett (Holsen), 02 Dieter Giesen und Günter Erdmann (SchlarmannvonGeyso), 03 Bernd Vögele und Bernd Pastwa (Audi), 04 Michael Nielsen und Stefanie Carstens (Montblanc).

DIE MATCHPLAY SERIE:

Abgeschlagen wird auf den Partneranlagen der Hanse-Golf-Card. Die Teilnehmer spielen in Vierergruppen „jeder gegen jeden“. Somit sind bereits in dieser Phase drei Spiele garantiert. Der Gruppenerste qualifiziert sich für die Runde der letzten 16. Von da an geht es im K.o.-System weiter. Halbfinale und Finale finden auf Schloss Lüdersburg statt. Teilnehmer und Begleitung werden inklusive Übernachtung, Abendessen und Greenfees eingeladen.

Das Abschlussturnier:

Abschluss und Höhepunkt der Golf-saison des Business Club Hamburg ist ein Clubturnier im September mit anschließender Abendgala in der Villa im Heine-Park. Dieses Turnier ist für die Teilnehmer an der Matchplay-Serie inklusive. Lebenspartner und Freunde können ebenfalls dabei sein (Preis pro Person: 80 Euro).

Die Leistungen:

Im Startgeld von 200 Euro sind folgende Leistungen enthalten:

- Kick off-Event im Business Club am 19. März 2013
- Mindestens eine Hanse-Golf-Card im Wert von 145 Euro für vier Runden Golf (Spiele in der Gruppenphase und beim abschließenden Clubturnier). Spieler, die die K.o.-Runden erreichen, erhalten darüber hinaus eine weitere Hanse-Golf-Card mit vier Greenfee-Gutscheinen.
- Für die vier Teilnehmer am Halbfinale eine Einladung mit Begleitperson nach Schloss Lüdersburg inklusive Übernachtung mit Frühstück, Menü am Abend, Nutzung „Landsauna“ und je zwei Greenfee-Gutscheinen.
- Clubturnier im September mit Abendgala.
- Attraktive Preise der Sponsoren für Sieger und Platzierte.



Die Hanse-Golf-Card ist die Vorteils-karte für die Golfregion Hamburg. Partneranlagen sind: Schloss Lüdersburg, Gut Kaden, Treudelberg, Gut Glinde, Gut Waldhof, Brunstorf.



GIESEN Home...

...und Office



Ihre Möbel im BUSINESS CLUB und für Zuhause

PARTNER UND EINRICHTER DES BUSINESS CLUB HAMBURG

GIESEN Raumprägung • Barbara & Dieter Giesen
Ballindamm 33, 20095 Hamburg

Telefon: +49 (40) 30 37 920-0 • Telefax: +49 (40) 30 37 920-30

E-Mail: contact@giesen-raumpraegung.de

GOOD VIBRATIONS

Vor 50 Jahren begann Hamburgs Aufstieg zur Music City. Heute ist die Hansestadt uneingeschränkte Metropole für Bands, Labels und Clubs. Ein Blick hinter die Kulissen und sechs Begegnungen mit Stars der Szene.



FOTO: WWW.SPÄRBIER.DE



Hamburg rockt: Open Air-Konzerte, so wie hier das Elbjazz-Festival auf dem Werftgelände von Blohm+Voss, sind in der Music City angesagt.

Text: **Stefan Krulle**

Alle wollen sie nach Berlin. Die Stadt an der Havel, so sagt ihr Regierender Bürgermeister Klaus Wowereit, sei „arm, aber sexy“. Ersteres stimmt, Zweiteres müsste einer genaueren Überprüfung unterzogen werden. Denn sexy ist ja eigentlich dort, wo die Musik spielt. Und da hat Hamburg bundesweit die besten Karten auf der Hand, hütet sich aber in hanseatischem Understatement davor, das in alle Welt hinauszuposaunen.

Als am 11. September 2008 auf St. Pauli der Beatles-Platz dort eröffnet wurde, wo die Große Freiheit in die Reeperbahn mündet, waren gut 48 Jahre vergangen, seit die Liverpooler Fab Four am 17. August 1960 in der Hansestadt debütiert hatten. An ihnen und ihren Gastspielen im Starclub kommt keiner vorbei, der über die Musikstadt Hamburg nachdenkt. Was durchaus auch ein Problem der Stadt ist, sobald sie sich als Music City zu behaupten sucht. Musikgeschichte wurde hier seither eigentlich beständig geschrieben, nostalgische Erinnerungen muss niemand bemühen.

Von den Bedingungen, unter denen Rockbands und die Kiezclubs Indra, Kaiser Keller, Top Ten oder Starclub in den Sechzigern zu leiden hatten, sind hunderte unglaublicher Berichte erhalten. Von Liveclubs, wie sie Hamburg heute zieren, durfte damals nur geträumt werden, erst mit der Eröffnung der Fabrik in Altona 1971 erhielten Rockbands ein Venue, welches ihren Erfordernissen diente. Da war der Starclub schon Geschichte.

Business Club-Mitglied Peter Bischoff vom Musikverlag Bearsongs denkt beim Stichwort „Hamburg rockt“ noch als Erstes an „Fabrik, Markthalle, Logo. Weil ich dort zehn Jahre lang Programm gemacht habe und Bon Jovi, Guns & Roses, Bryan Adams, Metallica, Herman Brood, Udo Lindenberg und viele mehr veranstaltet habe.“ Mittlerweile aber verfügt der Westen von Hamburgs City über eine unvergleichliche Dichte an Clubs, die kurzen Wege im Bermuda-Dreieck von Übel & Gefährlich, Großer Freiheit 36 und Docks ermöglichten seit 2006 den Aufstieg des Reeperbahn Festivals zum mittlerweile größten europäischen Stadtfestival. Zudem bringt es die Hamburger Musikszene dorthin, wo sie in den Medien der Stadt schon immer und momentan leider zunehmend ein Schattendasein fristet: in die Öffentlichkeit.

Spätestens seit 2011 sprechen die aus aller Welt angereisten Besucher offen davon, dass die drei Tage auf dem Kiez mit dem angeschlossenen Campus für Fachpublikum die Popkomm in Berlin definitiv abgelöst haben. Letztlich aber ist die Zusammenkunft von 290 Künstlern und 25 000 Zuschauern an 60 Spielorten nur Ausdruck dafür, dass Hamburg in den letzten anderthalb Jahrzehnten zur ersten Größe im bundesdeutschen Wettbewerb →

herangewachsen ist. Zum einen stammen wegweisende Bands und Interpreten wie Fink, Tocotronic, Bernd Begemann, Tomte, Kettcar, Blumfeld, Boy oder Johannes Oerding vom Elbstrand, zum anderen ebnet ihnen die Plattenfirmen Hamburgs den Weg in die Charts. Zwar verließen die Major Labels mit löblicher Ausnahme von Warner Music alle ihre hiesigen Standorte, so dass bereits vom Niedergang der Medienstadt Hamburg gesprochen wurde. An ihre Stelle jedoch traten kleine, flexible und oft innovative Firmen, die sich vor allem auf dem nach wie vor wachsenden Livesektor des Musikgeschäfts engagieren.

Unternehmen wie Grand Hotel van Cleef, Hypertension, Tape-te, 105, Ferryhouse oder Herzog Records betreiben aktive Nachwuchspflege – und sie finden dafür Unterstützung bei den ortsansässigen Konzertveranstaltern und Clubs. Ob die Karsten Jahnke Konzertdirektion, FKP Scorpio, A.S.S. Concerts, Hamburg Konzerte oder die Funke Media, sie alle scheuen nicht das Risiko, sich um noch nicht etablierte Künstler zu kümmern. Die Karrieren von Hamburger Künstlern wie Annett Louisan, Cäthe, Johannes Oerding, Ina Müller oder Boy nahmen in der Heimatstadt ihren Anfang, nationale Newcomer wie Tim Bendzko oder Gisbert zu Knyphausen und internationale wie Katzenjammer oder Zaz fanden hier die passende Infrastruktur für den Karrierestart. Und seit dem Bau der Color Line Arena, inzwischen O2 World, machen auch die großen Acts wieder Halt in Hamburg.

Dass sich der Erfolg im Rock- und Popbusiness zuweilen auch auf eine gute Ausbildung gründen kann, erweist sich am Beispiel des Popkurses der Hochschule für Musik und Theater. 1982 als Modellversuch gegründet, liest sich die Liste seiner Absolventen drei Jahrzehnte später wie ein Who is Who der deutschen Popgeschichte. Von Tim Fischer bis zu Seead, von Cäthe über Ute Lemper, die Ohrbooten und Michy Reincke bis zu Wir sind Helden reicht der Bogen. Nicht wenige von ihnen nutzten anschließend die alles andere als übersichtlich zu nennende Studiolandschaft der Hansestadt. „Hamburg als Musikstadt ist ein Highlight an sich“, sagt Jörg Reitmann, Geschäftsführer vom Alsterradio, „neben den großen Locations, in denen die Weltstars regelmäßig zu Gast sind, haben wir die Reeperbahn und rundherum viele kleine Clubs. Diese Locations sind international angesehen, hier werden Stars geboren! Bei uns konnte man R.E.M. vor vielen Jahren als unbekannte Band im Knust entdecken oder Künstler wie die Toten Hosen im Molotow sehen. Außerdem prägen unsere Musiker und Produzenten die Szene. Udo Lindenberg, Fettes Brot oder Nena sind nicht mehr wegzudenken. Der Hamburger Studiobesitzer und Produzent Franz Plasa hat beispielsweise Künstler wie Depeche Mode, Mariah Carey oder Eminem in sein Studio und somit auch in unsere Stadt gelockt.“

Anders als in Berlin findet sich in Hamburg nur selten aufge-regt erzwungene Coolness, anders als in München verzichten die Clubs hier weitgehend auf Gesichtskontrollen, das Hamburger Publikum gilt unter internationalen Künstlern zwar als anspruchsvoll zur Euphorie zu überreden, aber eben auch als sympathisch bunt und neugierig – und es speist sich aus mittlerweile drei Generationen.

Dass kürzlich die Ausstellung „Beatlemania“ ihre Pforten auf der Reeperbahn schließen musste, ist zwar sehr bedauerlich. Vielleicht aber war das auch ein kleines Zeichen für Hamburgs Zukunft als Musikmetropole, in der man sich nicht nur alter Zeiten erinnert, sondern an vielleicht noch besseren neuen arbeitet. →

Stefan Krulle ist freier Journalist und exzellenter Kenner der Hamburger Club- und Musikszene. Als Autor und Musikkritiker schreibt er für „Die Welt“, „Welt am Sonntag“ und verschiedene andere Publikationen.

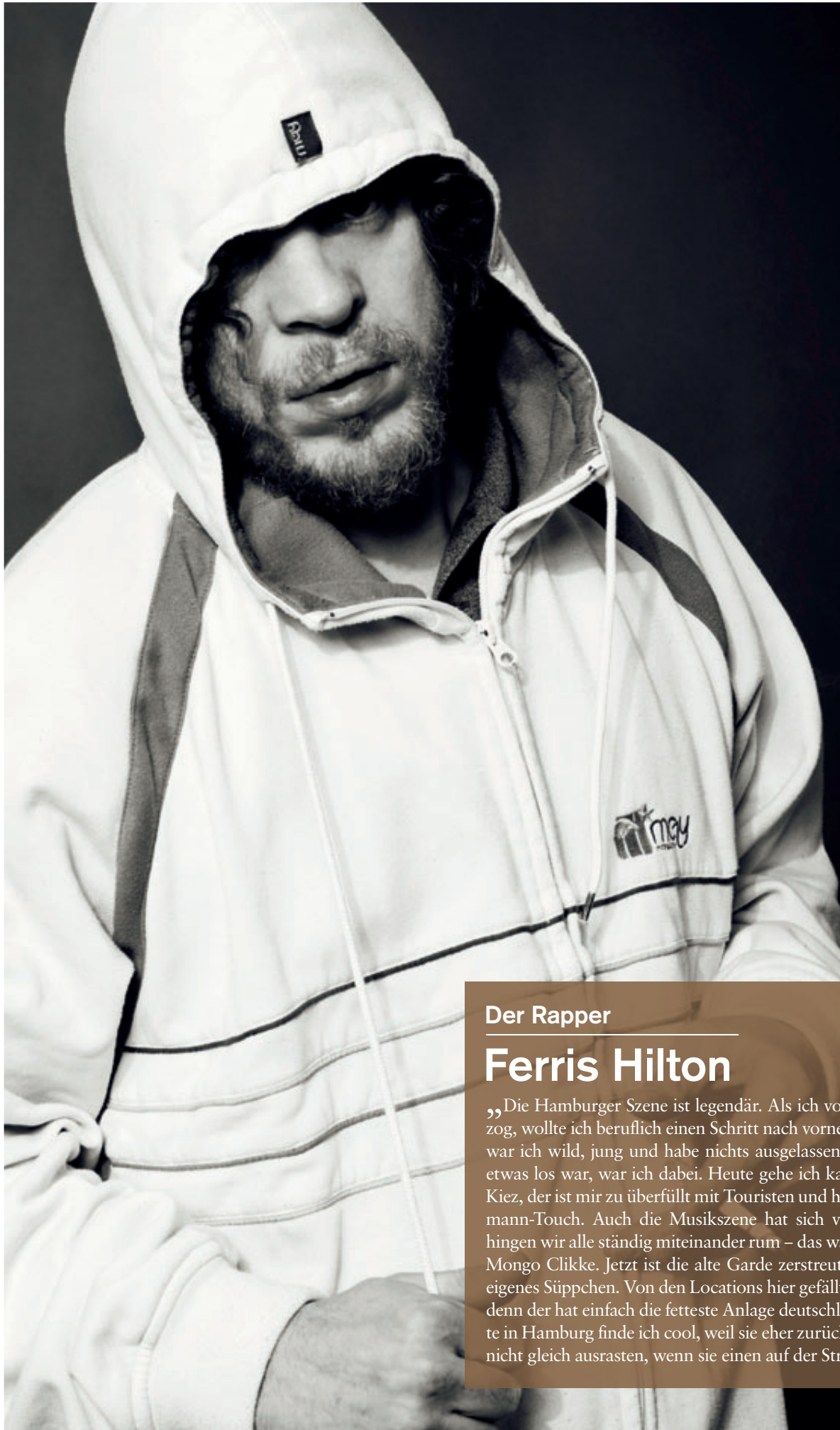




Die Gefühlvolle

Annett Louisan

„Als ich aus dem Osten nach Hamburg kam, war ich überwältigt von den vielen Möglichkeiten, die es hier gab. Die Musikszene war wie ein Magnet, der mich anzog. Meinen ersten Auftritt hatte ich im Sommer 2004 auf dem Kiez in der Lausch-Lounge. Da waren nur 50 bis 100 Leute, ganz intim. Obwohl ich in Hamburg studiert habe, meine Freunde und mein Label hier sind, war mein Verhältnis zur Stadt lange Zeit gespalten. Ich hatte immer ein wenig Fernweh. Drei Jahre war ich dann weg, in New York und Berlin. Jetzt schätze ich Hamburg sehr, auch für das Geschäftliche. Im Gegensatz zu Berlin ist es hier verbindlicher, man kann sich auf die Leute verlassen. Auch das Netzwerk der Musiker ist stärker. Die Leute kennen und helfen sich und das ist ein gutes Gefühl.“



Der Rapper

Ferris Hilton

„Die Hamburger Szene ist legendär. Als ich von Bremen hierher zog, wollte ich beruflich einen Schritt nach vorne machen. Damals war ich wild, jung und habe nichts ausgelassen. Wenn irgendwo etwas los war, war ich dabei. Heute gehe ich kaum noch auf den Kiez, der ist mir zu überfüllt mit Touristen und hat so einen Ballermann-Touch. Auch die Musikszene hat sich verändert. Damals hingen wir alle ständig miteinander rum – das war die Zeit mit der Mongo Klikke. Jetzt ist die alte Garde zerstreut, jeder kocht sein eigenes Stüppchen. Von den Locations hier gefällt mir der Baalsaal, denn der hat einfach die fetteste Anlage deutschlandweit. Die Leute in Hamburg finde ich cool, weil sie eher zurückhaltend sind und nicht gleich ausrasten, wenn sie einen auf der Straße sehen.“

Der Straßenrocker

Ingo Pohlmann

„Ich finde, Hamburg hat für eine Großstadt ein gewisses dörfliches Flair, in der man trotzdem das Gefühl hat, am Brennpunkt einer Szene zu sein, die sich spannend entwickelt und immer Neues gebärt. Früher, als ich noch in Münster lebte, fuhren wir oft mit meinem Ford Granada nach Hamburg und spielten auf der Reeperbahn an den Treppen zum Panoptikum, bis die Sonne aufging. Als ich dann als Kellner im BP in der Schanze anfang, eröffnete ich die „Rocker vom Hocker“-Veranstaltung. Da ging es von 21 bis etwa 11 Uhr vormittags ausschließlich ums Musizieren. Das war die beste Musikschule, die ich erleben konnte. Ich habe viele Musiker kennengelernt: Henning Wehland, Jan Plewka oder Sascha zum Beispiel und auch Leute, die noch an ihrer Zukunft schmiedeten. Da war die Sängerin Cäthe, die den Putz mit Schleifpapier bearbeitete oder Philipp Poisel, der mal mit dem letzten Zug aus Stuttgart kam und von Herrn Reimer sang. Zur Zeit ist für mich einer der spannendsten Tom Klose, der vor einem Jahr aus Flensburg nach Hamburg gekommen ist.“



Die Kosmopolitin

Oceana

„Ich bin immer schon viel durch die Welt gereist, aber meine Heimat ist Hamburg. Für mich ist es die schönste Stadt Deutschlands. Ich mag die trockene Art der Leute. Wenn man einmal mit ihnen warm wird, dann ist die Freundschaft für immer. Außerdem gibt es eine tolle Musikszene, die sehr international ist. Ende der 90er Jahre habe ich – das war ganz am Anfang meiner Karriere – mit der Band Echt zusammengearbeitet und war auch mit auf Tour. Seit ich den Song für die Fußball-EM dieses Jahr gesungen habe, reise ich noch mehr. Jetzt gerade bin ich als Support Act mit Lionel Ritchie unterwegs. Dadurch kann ich noch seltener in Hamburg sein, aber sooft es geht, komme ich hierher zu meiner Familie nach Wedel und besuche meine Oma, sie ist 95.“



Mr. Happy Sound

James Last

„Das Motto „Hamburg rockt“ finde ich gut. Im Grunde bin ich auch ein Rocker und habe hier eine spannende Zeit verbracht. Damals war ich beim NDR Orchester und habe im Studio Hamburg in Rahlstedt Platten aufgenommen. Heute wird ja viel zu Hause am Computer gemacht, aber damals gab es noch kein Homerecording. Die Hamburger Musikszene ist immer noch sehr lebhaft, wenn auch nicht mehr so wie früher. Viele Plattenfirmen sind abgewandert nach Berlin. Aber es gibt hier viele talentierte Musiker. Mit einigen habe ich zusammengearbeitet. Die Band Fettes Brot zum Beispiel ist einmal in mein Haus in Florida gekommen – ich habe dort ein kleines Studio – und wir haben einen Song aufgenommen. Auch zu Udo Lindenberg habe ich noch viel Kontakt.“

SPIELPLATZ FÜR JUNGE BANDS

Andreas Drees von satis&fy und Club-Geschäftsführer Peer-Arne Böttcher hatten die Idee: Bands wie Revolverheld (Bild) sollten eine Möglichkeit zum Üben bekommen. „Wir wollten jungen Musikern auf das Pferd helfen“, so Drees. Es fanden sich einige Sponsoren und das Projekt Wilhelmsrock wurde Wirklichkeit. Die guten Bedingungen haben sich herumgesprochen und „der Zulauf ist extrem“ (Drees). „Wir wollen es nicht zu hoch hängen, aber wir haben in Zukunft noch einiges mit Wilhelmsrock vor“, verspricht Drees.





Der Soulman

Stefan Gwildis

„Ich glaube, wenn man Hamburg begreifen will, muss man zum Hafen gehen. Viele aus meiner Familie waren dort aktiv. Mein Onkel und mein Großvater haben als Getreidekontrolleure gearbeitet, meine Oma hatte eine Kneipe im Portugiesenviertel. Ich dagegen habe sozusagen nach dem Abitur nichts Anständiges mehr gemacht. Durch Zufall bin ich in die verschiedensten Sachen hineingeglitscht. So war es zum Beispiel beim Thalia Theater. Als ich eines Tages dort vorbeikam, bin ich spontan reinmarschiert und habe den Pförtner gefragt, was man tun muss, um hier zu arbeiten. Der guckte mich etwas komisch an, ich hatte damals ja noch lange Haare und Bart. Dann sagte er, ich solle nächste Woche wiederkommen, da wäre ein Casting für „Die drei Musketiere“. Ich bin hingegangen und wurde genommen. Anschließend habe ich dort eine Ausbildung für Stunts und Fechtscenes absolviert. Eine tolle Phase war auch in den 80er Jahren, als ich im Schmidt Theater das Musical gemacht habe und das klasse reinknallte. Als echter Barnbeker wird mich wohl nie jemand ganz aus Hamburg wegbekommen. Angebote in anderen deutschen Städten habe ich schon ausgeschlagen. Immer wenn ich diesen Schnodder-Dialekt höre, dann weiß ich, hier bin ich zu Hause.“

„Ich mag es, wenn man sieht, wie ein Lied wächst“

LOTTO KING KARL ist mit ganzem Herzen Hamburger. Im Gespräch erzählt er über die Rockszenen der Stadt, erste Versuche als Songschreiber und „Hamburg, meine Perle“.

Text: **Andreas Eckhoff, Achim Schneider** Fotos: **Ivo von Renner**

club!: Lotto, Sie sind Hamburger und kennen die Musikszene der Stadt. Ist Hamburg eine Stadt, die rockt?

Lotto King Karl: Absolut. Hamburg hat eine vitale und traditionsreiche Szene. Es gibt hier sehr gute Musikclubs und natürlich hat die Stadt einen riesigen Standortvorteil mit der Reeperbahn und dem Kiez. Ich habe es immer so empfunden, dass Hamburg rockt.

club!: Es gab die Beatles, den Starclub und vieles mehr in den 60er Jahren. Wie würden Sie die Musikszene der Stadt heute einordnen?

Lotto: Grundsätzlich besteht die deutsche Musikszene aus zwei Welten. Es gibt die Medienwelt und die Musikwelt. Zur Medienwelt gehören die Castingshows und all diese TV-Geschichten. Das ist eine Scheinwelt, von der niemand leben kann. Aber es gibt eine Menge Bands und Künstler, die von der Musik leben, genauso wie wir. Das macht die Stärke von Hamburg aus.

club!: Ist es schwierig, sich in einer Stadt wie Hamburg als Musiker zu etablieren?

Lotto: Auf jeden Fall. Hamburg ist in Deutschland Champions League. Wir haben unsere Laufbahn im Knust begonnen, danach ging es ins Logo, in die Große Freiheit und dann weiter nach draußen. Das ist eine gute Sozialisation und perfekte Übung. So soll es sein. Es hat ja nichts mit Musik zu tun, wenn junge Leute im Fernsehen auf eine Riesenbühne gestellt werden und versuchen, eine Strophe und einen Refrain zu singen, die sie weder geschrieben haben noch deren Text sie verstehen. Das ist Entertainment für irgendeinen Zweck. Für das, was wir erlebt haben, sind Clubs nötig und natürlich die Fans.

club!: Hat man es als Musiker aus einer Großstadt leichter oder ist es egal, ob man aus Bremerhaven, Oldenburg oder Hamburg kommt?

Lotto: Wenn man in eine große Stadt will, weil dort viele Musikclubs sind, dann bleiben in Deutschland nicht viele Möglichkeiten. Das liegt daran, dass es nicht viele große Städte gibt. Außerdem gibt es unterschiedliche Schwierigkeitsgrade. In Berlin ist es schwierig, weil man dort nicht so einfach Promotion für etwas machen kann. Du hast das Gefühl, wenn Du dort die rechte Seite des Bauzauns fertig plakatiert hast, dann klebt auf der linken Seite schon ein anderer etwas über dein Plakat. Nicht weil die Leute boshaft sind, sondern weil dort unheimlich viel passiert. Auch im Ruhrgebiet ist es nicht einfach, weil es ein riesiges Ballungszentrum ist. In München gibt es nicht so viele Clubs. Aber das Problem, das Musiker haben, ist die Möglichkeit, in verschiedenen großen Locations zu spielen und dadurch zu wachsen. Dafür braucht man entweder ein Auto oder eben eine große Stadt wie Hamburg. Unterm Strich ist es egal, ob man in sechs Dörfern, drei Kleinstädten, zwei größeren oder in einer richtig großen Stadt geht.



club!: Sie haben gesagt, Hamburg ist für Musiker die Champions League. Was bedeutet das für einen Künstler?

Lotto: Hamburg ist die zweitgrößte Stadt Deutschlands und ich halte sie kulturell für die am meisten gewachsene und wichtigste Stadt. Berlin ist eine Medienstadt. Aber dort ist ganz viel künstlich hineingepumpt worden. Ich denke, viele Hamburger werden ihre Jugend mit Liveclubs in Verbindung bringen und das wird in anderen Städten nicht zwingend ein so hoher Prozentsatz tun. In den frühen 80er Jahren kam zum Beispiel aus Düsseldorf sehr innovative Musik. Kraftwerk war damals ganz weit vorn. Die Toten Hosen waren die Wiege der deutschen Punkszene. Es gab die Musik-Achse Düsseldorf – Hamburg – Berlin. Hamburg war immer mit dabei.

club!: Apropos Tote Hosen: Die Band schließt ein bisschen zu Ihnen auf mit ihrem Stadionsong für die Fortuna, oder?

Lotto: Die Toten Hosen sind eine überragende Band. Mit denen messen wir uns auch nicht. Ganz ehrlich, man schreibt auch keinen Song, damit er eine Stadionhymne wird. Man versucht, einen guten Song zu schreiben. Und es fällt einem natürlich während des Komponierens auf, dass er vielleicht auch einen gewissen Zweck erfüllt. Wir haben einmal den Song „Laut“ gemacht. Das war eine Hommage an unseren Auftritt beim Heavy Metal Festival in Wacken, wo man uns ziemlich skeptisch begrüßt, aber sehr freundlich verabschiedet hat. Nicht, weil die Leute froh waren, dass es endlich vorbei war, sondern weil wir sie überzeugt →



LOTTO KING KARL wurde am 4. Februar 1967 als Gerrit Heesemann in Barmbek geboren. 1995 begann seine Karriere als Rockmusiker. Ein Jahr später veröffentlichte er mit seinen Barmbek Dreamboys das erste Album. Am liebsten singt er über Fußball, Reeperbahn und Elbe. Sein bekanntester Song ist „Hamburg, meine Perle“, die er vor jedem Spiel live im Stadion singt. Seit acht Jahren ist Lotto King Karl in der Imtech-Arena dabei. Mit seinem Label Northcoast Records gibt Lotto auch jungen Musikern die Chance, Alben aufzunehmen.

haben. Da weiß man beim Schreiben sofort, dass man diesen Song niemals in einem Fußballstadion hören wird.

club!: War „Hamburg, meine Perle“ schon beim Schreiben ein Stadionsong?

Lotto: Nein, das ist später passiert. Ich glaube, den Song gab es bereits vier oder fünf Jahre, als sich das erste Mal etwas in der Richtung regte. Irgendwie ist der Song von den Fans im Stadion installiert worden.

club!: Also weiß man vorher nicht, dass man einen Stadionsong geschrieben hat?

Lotto: So komplett auf Sicherheit zu gehen und zu sagen, das ist jetzt eine Fanhymne, das kann man nicht machen. Aber mit einem Song im deutschen Profifußball zu landen, der mit den Ligen in England, Italien, Frankreich und Spanien die wichtigste Marke auf der Welt bildet, ist kein schlechtes Gefühl.

club!: Wie wird man zum Songschreiber?

Lotto: Ich bin zufällig zur Musik gekommen und hatte irgendwann die Möglichkeit, ein Album zu machen. Ich hatte keine Ahnung davon und musste anfangen, mich mit der Masse der Lieder auf einem Album auseinanderzusetzen. Mittlerweile haben wir 13 Alben gemacht, und ich habe mich ein bisschen daran gewöhnt. Heute arbeiten wir, wie das eine richtige Band auch tun sollte.

club!: Wie schreiben Sie denn Ihre Songs? Auf der Sonnenliege auf Mallorca oder am Schreibtisch wie ein Beamter?

Lotto: Wir haben alles gemacht. Es gab Lieder, die ich irgendwo in einer Viertelstunde geschrieben habe. Es gab aber auch Songs, bei denen ich gesagt habe, ich finde die Musik super und ich rufe in drei Monaten an, wenn mir vielleicht ein Text dazu eingefallen ist.

club!: Texte schreiben kann ganz schön anstrengend sein. Wo fühlen Sie sich denn dabei am wohlsten?

Lotto: Ich schreibe gern am Computer. Es hat den Vorteil, dass man merkt, ob eine Zeile besser für diese oder eine andere Strophe passt. Ich mag es auch, wenn man sieht, wie ein Text wächst. Es kommt auch immer wieder vor, dass Leute uns komplette Songs anbieten. Aber natürlich ist es so, dass über 13 Jahre hinweg aus einer Hand voll Leuten ein Team entstanden ist, die die Songs immer mitschreibt. Und die den roten Faden zusammenhalten, der da heißt: Die Barmbek Dream Boys. Das ist eine Band mit vielen Leuten, die individuell dazu beitragen, dass ein Album so klingt, wie es klingt.

club!: Spielen Bands heute mehr Konzerte, um von der Musik leben zu können?

Lotto: Das glauben immer alle. Tatsächlich ist das nicht der Fall. Man kann gar nicht mehr so häufig spielen, weil sich viele Clubs selbst in einer schwierigen Lage befinden. Früher habe ich im Jahr sieben, oder achtmal häufiger gespielt als heute.

club!: Viele meinen, das Spielen auf der Bühne ist das Beste für einen Musiker.

Lotto: Vor Publikum zu spielen ist das, wofür wir letztendlich alles machen. Man durchläuft mit jedem Stück verschiedene Phasen. Man nimmt sie auf. Und dann kommt der Moment, in dem man die Stücke live aufführt. Das ist immer wieder spannend. Wir spielen neue Songs, von denen wir glauben, dass sie die Eckpfeiler eines Albums werden könnten, ein paar Mal live. Aus den Reaktionen der Fans sehen wir, ob das gelungen ist, was wir wollten. Es ist ein erstes vorsichtiges Herantasten an neue Songs.



Engagierter
Gesprächspartner:
Lotto beim Interview
im Hard Rock Cafe.

club!: Sie singen vor jedem Heimspiel des HSV Ihren Fußball-Klassiker „Hamburg, meine Perle“ live im Stadion. Welche Rolle spielt der Fußball in Ihrem Leben?

Lotto: Er ist meine Leidenschaft. Ich bin ein verbissener Fußball- und totaler HSV-Fan.

club!: Sind Sie so extrem wie der Arsenal-Fan und Buchautor Nick Hornby, der sagt, seinen Verein könne man sich ja nicht aussuchen. Das Verhältnis zu einem Club sei in etwa vergleichbar wie das zu Mutter und Vater?

Lotto: Recht hat er. Ich gehe mit dem Verein abends schlafen und wache morgens mit ihm wieder auf. Und daran kann ich nichts ändern.

club!: Dann erübrigt sich vielleicht die Frage, ob Sie richtig tief mitleiden, wenn Ihr HSV erfolglos spielt?

Lotto: Allerdings. Ich leide ja sogar doppelt. Denn was mache ich, wenn die Saison in die Hose geht? Nicht in dem Sinne natürlich, dass ich womöglich darüber nachdenken würde aufzuhören oder so, sondern: Was sage ich den Leuten dann? Ich muss in einem gewissen Maß meine Emotionen im Griff haben.

club!: Und jetzt ist der größte Fan Stadionsprecher beim HSV. Wie haben Sie das geschafft?

Lotto: Als ich bei Radio Hamburg (war Medienpartner des HSV, die Red.) gearbeitet habe, hat sich das einfach so ergeben. Nachdem der NDR wieder Medienpartner wurde, sind wir dabei geblieben. Und jetzt sind wir schon im achten Jahr dabei.

club!: Hat sich in der Zeit das Verhältnis zum Publikum verändert?

Lotto: Es ändert sich eigentlich alle zwei Wochen, weil beim Spiel immer eine andere Situation entsteht. Man merkt aber, dass man insgesamt durch die sportliche Situation, die in letzter Zeit sehr angespannt war, zusammengewachsen ist. Ansonsten habe ich keine große Veränderung wahrgenommen. Natürlich kennen die Jungen und Mädels im Norden den Song „Hamburg, meine Perle“, und es verändert sich dahingehend, dass man gemeinsam sich selbst repräsentiert. Es ist schon ein toller Moment, oben auf der Hebebühne vor den Fans zu stehen.

club!: Künstler wie Marius Müller-Westernhagen verlassen Hamburg und gehen nach Berlin. Udo Lindenberg droht immer wieder einmal mit seinem Abgang. Könnten auch Sie sich vorstellen, Ihre Heimatstadt irgendwann zu verlassen?

Lotto: Nein. Für mich ist es unmöglich, dass ich keinen Wohnsitz in Hamburg habe oder wegziehe. Das ist hier meine Heimat und für mich unumstößlich. Bei Westernhagen finde ich es aber nicht schlimm, der ist ja sowieso Düsseldorf. Ich habe nur seine Begründung nicht verstanden. Zuerst hat er ein Album in New York aufgenommen, weil da die Kreativität über allem stehen soll. Und dann ist er nach Berlin gezogen, weil es dort angeblich noch kreativer sein soll. Ehrlich, das ist doch wohl dummes Zeug. Dass Berlin kreativer und lebendiger sein soll als New York, ist ein Witz.

club!: Aber Udo Lindenberg hat jahrzehntelang das Atlantic Hotel als seine Heimat gepriesen.

Lotto: Bei Udo würde ich sagen, dass er mit dem Herzen nie so weit nach Berlin gezogen ist, wie es in einigen Zeitungen stand. Ich glaube, Udo ist Hamburger und bleibt es auch.

club!: Vielleicht will Lindenberg nur Druck machen, damit er endlich sein Museum in der Stadt bekommt?

Lotto: Letztendlich ist Udo ein Künstler, der bei einer Plattenfirma unter Vertrag ist, die in Berlin sitzt. Deswegen macht es vielleicht ja auch Sinn, dort eine Wohnung zu haben. Bei mir ist es anders. Ich habe mein eigenes Label und bin für die größeren Plattenfirmen quasi arbeitslos. Insofern kann ich auch wohnen, wo ich will.

club!: Sie sind „arbeitslos“? Das ist ein Witz. In Wahrheit sind Sie einer der erfolgreichsten Musiker Deutschlands.

Lotto: Aber wenn es nach „Wetten, dass ...“ oder anderen Fernsehsendungen geht, gibt es Lotto King Karl und die Barmbek Dream Boys überhaupt nicht. Richtig ist aber, dass wir regelmäßig in einem knallvollen Stadtpark auftreten, wo es von der ersten bis zur letzten Sekunde richtig abgeht. Jetzt ist die Frage: Ist „Wetten, dass ...“ die wahre Kultur und wir sind die Gegenkultur? Oder sind wir vielleicht die wahre Kultur? Schon lustig, oder? Aber dafür geht es uns ganz gut.

club!: Kommen junge Musiker zu Ihnen, um sich Tipps zu holen?

Lotto: Klar. Aber die kommen in erster Linie auch zu uns, weil sie einen Plattenvertrag haben wollen. Und da muss ich ehrlich sagen: Von denen, bei denen wir am Anfang glauben, dass sie vielleicht gut sind und erfolgreich werden könnten, scheiden 60 Prozent nach drei oder vier Gesprächen aus.

Club!: Warum?

Lotto: Weil immer alle gleich das große Geld wollen. Wenn ich ihnen dann sage, was wirklich machbar ist, heißt es gleich: Ihr glaubt wohl nicht an uns. In Wahrheit ist es umgekehrt. Diese Bands halten es nicht für möglich, mit ihrer Musik Geld zu verdienen. Aber wenn die schon nicht daran glauben, warum soll ich es dann tun?

Thomas Schmidt,
Geschäftsführer SMF
Wohndesign

„Als Tischler kann ich Ihnen sagen:
Gute Bank.“

Firmenkunden profitieren von umfassender und individueller Beratung beim „Haspa UnternehmerGespräch“.

Meine Bank heißt Haspa.

Haspa
Hamburger Sparkasse

firmenkunden.haspa.de

„Die erste Adresse für die Popkultur von morgen“

Clubmitglieder zum Thema „Hamburg rockt“

Claudia Hagn

Claudia Hagn Textile Designer
Inhaberin

Hamburg ist so vielschichtig und facettenreich wie keine andere Stadt in diesem Land. Durch meine stark trendorientierte weltweite Arbeit im Bereich Mode und Lifestyle wusste ich, dass ich nur in Hamburg meine eigenen themenbezogenen Marken und Konzepte – fernab vom gängigen Mainstream – optimal platzieren kann, um sie unter dem Motto „alle Sinne berühren“, den Menschen näherzubringen. Unterstützt wird dies durch die enge Zusammenarbeit mit erfolgreichen Hamburger Musikern, die für den Part „Hören“ ihren wertvollen Anteil zu meinen Kollektionen beigetragen haben.



STEFAN ECKERT

GoldenGround –
Personal dance coaching
Mitbegründer

Hamburg hat eine Vielzahl von Angeboten in der Musikszene. Das zeigt sich in Clubs, Bars, Konzerten, Musicals und vielem mehr. Wir entwickeln uns immer mehr Richtung Musicalhauptstadt in Deutschland und das bringt viele Besucher in diese wunderbare Stadt. Spannend ist auch die Nachfrage nach Tanztraining. Wer auf exklusive Weise tanzen lernen möchte, kann das bei uns tun – zu zweit oder auch allein. Wie gut man sich dabei bereits auf dem Parkett bewegt, spielt keine Rolle.



Mathias Pomplitz

KKS Hahn GmbH
Account Executive

Es muss nicht immer die Hauptstadt sein. Hamburg hat im Musikbereich alles zu bieten – von kleinen Gigs über großartige Festivals bis hin zu den Spektakeln in den Arenen der Hansestadt. Unzählige tolle Künstler rocken in unserer Stadt mit leisen und natürlich auch mit lauten Tönen. Wir freuen uns, im Hintergrund dabei zu sein und die Künstler vor und nach ihren Auftritten nach dem Motto „You Rock – We Roll“ chauffieren zu dürfen.



Friedhelm Osada

Your Gala Ringling & Osada GmbH
Geschäftsführer

Keine andere deutsche Stadt hat eine so hohe Affinität zur Musik. Hamburg ist von der Couleur der Locations, wie zum Beispiel Knust, Grünspan, Molotow, Große Freiheit oder Fabrik, unübertroffen. Es gibt für jedes Genre Kapazitäten – deshalb kommt kein Künstler an Hamburg vorbei.



Benedikt Lökes

Warner Music Group Germany
Director Corporate Communications
Central Europe

Mit der sensationellen Entwicklung des Reeperbahn Festivals ist Hamburg endgültig zu Deutschlands erster Adresse für Popkultur von morgen avanciert. Als Teil des weltweit operierenden Netzes der Warner Music Group vermarkten wir an unserem Firmensitz in der Speicherstadt Weltstars wie die Red Hot Chili Peppers oder Green Day für unsere Region und haben nationale Top-Acts wie Seedorf oder Udo Lindenberg unter Vertrag. Als Hamburger Unternehmen ist es uns besonders wichtig, dass die Subkulturen und die szenischen Umfelder unserer Stadt mit dem gleichen Engagement unterstützt werden wie Großprojekte wie die Elbphilharmonie oder seinerzeit die Color Line Arena.



mit uns fließt saubere Energie!

elbstromsolar.de



Kommt ganz sicher:
2013%
Strompreiserhöhung



NICHT FÜR SIE!

WENN SIE SICH FÜR IHR PRIVATES ÖKO-KRAFTWERK ENTSCHEIDEN.

Machen Sie sich unabhängig von ständig steigenden Strompreisen.

Mit einer eigenen Photovoltaikanlage machen Sie sich nicht nur unabhängig von steigenden Stromkosten, sondern leisten auch einen wertvollen Beitrag an die Umwelt. Sehen Sie der Zukunft entspannt entgegen.

PRODUZIEREN - SPEICHERN - EINSPEISEN

Solaranlagen . Solarstrompeicher
Solarcarports & Terrassenüberdachungen

**JETZT
HANDELN!**

THANK YOU FOR THE MUSIC INDUSTRY



Von **Detlef Gürtler**

Hätte man vor 20 Jahren schon gewusst, was man heute weiß; und könnte man jetzt noch mal von vorne anfangen – die Musikindustrie wäre der strahlende Sieger der Medienrevolution. Sie hätte so etwas wie Napster und iTunes und YouTube selbst erfunden, sie hätte aus dem Konzertgeschäft eine neue Goldgrube gemacht und den Weg von Walkman über iPod bis Smartphone beschritten; und die wertvollste Firma der Welt hieße heute Sony oder Universal und nicht Apple.

Klar, hinterher ist man immer schlauer. Aber die Musikindustrie hätte tatsächlich auch vorher schlauer sein können. Schon 1993, der Musikmanager Tim Renner erinnert sich noch wie heute, gab es einen Workshop bei seinem damaligen Arbeitgeber Polygram, bei dem ein paar Nachwuchs-Führungskräfte den Top-Managern sehr deutlich sagten, was auf sie zukomme: der Tod. Und was sie dagegen tun könnten: Individualisierung des Musikererlebnisses statt Massenproduktion von Tonträgern. Aber damals ging es der Branche noch zu gut, um scheinbar ohne Not einen solchen Radikalumbruch zu starten. Aber als nach ein paar Jahren die Not dann da war, war es zu spät, um das Steuer herumzureißen: Die Musikindustrie wurde das erste Opfer der Digitalisierung.

Ein bisschen Musikindustrie gibt es heute in jeder Branche. Entweder ist sie schon mitten im Onlinestrudel, wie die Schwesterbranchen Film und Buch und Zeitung und Fernsehen. Und wie die Medienmärkte, Schuhläden und ein paar Dutzend weitere Einzelhandelssegmente. Oder sie hat den Strudel noch vor sich, wie Auto- oder Finanzindustrie. Auch und gerade diejenigen, denen es noch zu gut geht, um scheinbar ohne Not einen Radikalumbruch zu starten.

Eigentlich, ja eigentlich könnten sich doch die Musikmanager jetzt als Umbruchberater verdingen. Denn weil die Musikindustrie den anderen Branchen schon so weit voraus ist, zeigt sie ihnen ein bisschen, wie man aus dem Schlamassel wieder herauskommt. Nicht das kopierbare Massenkonsumprodukt bringt den Profit, sondern das individuelle Erlebnis: Die Kids geben kein Geld mehr dafür aus, um Musik zu hören, aber dafür deutlich mehr als früher, um Musik zu sehen, live in concert. Bühnenpräsenz wird honoriert, für reine Studio-Tüftler wie Alan Parson oder Frank Farian ist die Zeit vorbei.

Und die gesamte Wertschöpfungskette muss man beherrschen, oder zumindest gut genug kennen, um sich in die Segmente hineinbegeben zu können, mit denen sich noch Geld verdienen lässt. „Warum bauen Autokonzerne keine Fahrräder?“, fragte Tim Renner vor vier Jahren – sie sollten sich gefälligst nicht mehr als Blechmonteure verstehen, sondern als Mobilitätsdienstleister. Heute gibt es von Smart ein E-Bike zu kaufen, und sowohl der Kleine aus dem Hause Daimler als auch der Mini aus dem BMW-Stall sind im City-Mietwagengeschäft mit eigenen Angeboten präsent – Mobilität wird geboten, kein Autokauf aufgezwungen.

Haben die Autokonzernbosse vielleicht tatsächlich auf Tim Renner gehört, aus dem Schicksal der Musikindustrie für sich die richtigen Schlüsse gezogen? Schön wär's: Die Mobilitäts-Offensive der Kleinen zielt auf das Erfüllen der EU-Auflagen zur durchschnittlichen CO₂-Produktion der Neuwagen eines Konzerns. Je mehr von den kleinen Sparmobilen man als Stadtfliker in Dienst stellen kann (auch ohne dass die tatsächlich viel fahren), desto üppiger dürfen die Verbrauchsdaten der Dickschiffe aus der Konzern-Produktion sein.

Ach ja: Eine Lehre hat die Pionierbranche Musikindustrie noch parat: Das langsame, beharrliche Aufbauen von Talenten zahlt sich nicht mehr aus, Neueinsteiger müssen schneller und schriller daherkommen. Wohl kein Zufall ist es, dass die Flutwelle der Castingshows just in dem Moment answoll, als das Internet die alten Geschäftsmodelle der Plattenindustrie zertrümmerte. Jetzt können wir jedes Jahr einen Superstar und ein Supertalent und eine Popstars-Band und einen X-Factor-Sieger und einen Grand-Prix-Teilnehmer küren, in der Hoffnung dass uns auch in Deutschland eines Tages nicht nur ein Küblböck oder Medlock, sondern eine Lady Gaga oder ein Spy aus dem Fernseher entgegenspringt.

Hm. So etwas wie Gangnam Style als die Hoffnung der Branche? Vielleicht war das System mit den Platten doch gar nicht so schlecht...

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

Dänisches Design am Fischmarkt. Wo sonst.



Lassen Sie sich
im größten
BoConcept Store
Deutschlands
inspirieren.



**Herzlich willkommen bei
BoConcept am Fischmarkt!**

Hanseatischer Lifestyle und dänische Leidenschaft:
Wie stilvoll sich diese Kombination ergänzt, sehen
Sie bei uns am Hamburger Fischmarkt. Auf 1.000 m²
Verkaufsfläche bieten wir Möbel und Accessoires für
das urbane Leben von heute.

In persönlicher Atmosphäre beraten wir Sie gerne zu
Einrichtungsfragen – in unseren Ausstellungsräumen
oder direkt bei Ihnen zu Hause. Die passenden Möbel,
Stoffe und Farben präsentieren wir Ihnen in einer
3D-Darstellung. So erhalten Sie ein auf ihre Bedürfnisse
zugeschnittenes Designkonzept.

Wir freuen uns auf Sie!

Ihr Ole Valsgaard & das BoConcept Team am Fischmarkt



BoConcept Hamburg am Fischmarkt
Große Elbstraße 39 • 22767 Hamburg
Tel.: 040 380 876-0



facebook.com/
BoConcept.Hamburg.Fischmarkt

BoConcept®

Dänisches Design am Fischmarkt. Wo sonst.



WAS IST EIGENTLICH ERFOLG?

Die moderne Gesellschaft hat den Begriff des „Erfolgs“ zum Statussymbol erhoben. Wer ihn hat, hat's gut. Wer nicht, sollte daran arbeiten. So weit, so klar. Bleibt nur eine Frage: Wie?

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

Wer es im Leben zu etwas bringen will, muss eigentlich nur die richtige Lektüre wählen. Dieser Eindruck zumindest entsteht, wenn man die Angebotspalette einschlägiger Buchhändler inspiziert. Ab einem Preis von 6,95 Euro dienen sie dem geneigten Kunden eine kaum zu überblickende Bandbreite von Ratgebern an. Sie alle versprechen, ihren Leser zu einem besseren, weil erfolgreichen Menschen zu machen.

Klangvolle Titel à la „Die Gesetze der Gewinner: Erfolg und ein erfülltes Leben“ stehen im Regal direkt neben Kladden wie „Die 7 Wege zur Effektivität: Prinzipien für persönlichen und beruflichen Erfolg“ oder „Der längere Atem: Die fünf Prinzipien für langfristigen Erfolg im Leben“. Mal berufen sich die Autoren auf die „zeitlosen Einsichten östlicher Weisheitslehren“, andere versprechen, ihrem Leser die „Erfahrungen und Methoden moderner Erfolgsmenschen“ nahezubringen.

Wie vielen das tatsächlich gelungen ist, weiß niemand. Doch das Geschäft floriert. Schließlich gilt Erfolg in unserer Gesellschaft noch immer als Grundlage für ein auskömmliches, erfülltes und vor allem glückliches Leben – und das möchte schließlich jeder haben. Eine allgemeinverbindliche Definition, was unter dem Begriff eigentlich zu verstehen ist, bleiben die Autoren allerdings schuldig. Aus gutem Grund. Es gibt sie nämlich nicht.

„Erfolg, das ist eine unberechenbare Mischung aus Talent, Glück und Arbeit, und oft auch ein Missverständnis (Carl Zuckmayer, deutscher Dramatiker)“

Zwar wird niemand bestreiten, dass zum Beispiel der mexikanische Telekommunikations-Magnat Carlos Slim ein erfolgrei-

cher Mann ist: Mit einem geschätzten Vermögen von mehr als 47 Milliarden Euro führt der 72-Jährige die aktuelle Forbes-Liste der reichsten Menschen der Welt an. Umgekehrt lässt sich jedoch nicht leugnen, dass auch Mutter Teresa ein erfülltes Leben geführt hat – obwohl oder gerade weil sie mit der Anhäufung materieller Güter wohl nichts am Hut hatte.

Reichtum und Erfolg sind also keineswegs Synonyme – und es scheint, als würden sie auch immer seltener als solche betrachtet. „Die Zeiten, in denen Erfolg von den meisten Menschen fast reflexartig mit dem Dreiklang „Geld, Macht und Einfluss“ gleichgesetzt wurde, sind vorbei“, sagt Alexander Dill, Philosoph, Soziologe und Buchautor. Seine These: Mögen selbsternannte Gurus noch so viele Wege zum Heil predigen oder mit Aussagen wie „Erfolg ist machbar“ die Hoffnung auf ein vermeintlich besseres Leben schüren – für Dill sind das leere Versprechungen. Im bedingungslosen Streben nach Erfolg sieht er sogar ein „krankes Leitbild“, dessen hässliche Fratze sich inzwischen für jedermann sichtbar in den Auswirkungen der Finanzkrise offenbart. Allerdings ist der Wissenschaftler auch überzeugt: Die Deutschen haben ihre Hausaufgaben gemacht – und beginnen umzudenken.

„Bis auf wenige unbelehrbare Investmentbanker werden Sie heute auf der Straße kaum noch jemanden finden, der Erfolg allein an seinem eigenen, materiellen Wohlergehen misst“, ist der Forscher überzeugt. Arbeiten, allein um Geld zu verdienen, war gestern, meint der Amerikaner John Strelecky, dessen Bücher bereits in 20 Sprachen übersetzt wurden, „heute lautet das Ziel: arbeiten, um persönliche Erfüllung zu finden“ (lesen Sie auch das Interview auf den folgenden Seiten).

Auch eine stehengebliebene Uhr zeigt zweimal am Tag die richtige Zeit an. So kann sie im Laufe der Jahre auf eine nicht enden wollende Reihe von Erfolgen verweisen. (Marie von Ebner-Eschenbach, österreichische Schriftstellerin)

Doch wenn es nicht mehr um Geld und Karriere geht – worum geht es dann? Einer, der diese Frage für sich beantwortet hat, ist Jan Schierhorn. Als Gesellschafter einer gutgehenden Agentur für Sample-Promotion und Ambient Media muss er sich um sein finanzielles Auskommen wenig Gedanken machen, er lebt in Hamburg in bevorzugter Lage und auch wenn er dem Klischee des klassischen Werbe-Menschen nicht entspricht (und nicht entsprechen will): Auf seine hellgrünen Marken-Sneakers will er ebenso wenig verzichten wie auf gutes Essen oder ein schönes Glas Wein. „Ich lebe gerne gut“, räumt er ein. „Und ich bin dankbar, dass ich mir das leisten kann.“

Doch wenn es nicht um Geld und Karriere geht – worum geht es dann?

Alles bestens also? Ja und Nein. Denn die finanzielle Unabhängigkeit allein war Schierhorn auf Dauer zu wenig. Klar hatte er viel erreicht und sich nach oben gearbeitet. Doch dieser Erfolg alleine genügte ihm nicht mehr. Er wollte mehr als „nur“ Chef eines profitablen Unternehmens sein. „Spätestens wenn man Kinder hat, stellt man sich zwangsläufig Fragen, welche Werte einem wichtig sind und in welcher Gesellschaft man leben möchte“, erzählt der dreifache Vater. „Und irgendwann wird aus diesen Gedanken mehr – ich wollte aktiv werden.“

In Schierhorns Fall reifte die Idee dazu im wahrsten Sinne vor seiner Haustür heran. Es war im Spätsommer 2008. Der Apfelbaum im Schierhorn'schen Garten bog sich schier unter der Last der Früchte. Unmöglich, die gesamte Ernte zu verwerten. Die meisten Menschen hätten wohl geseufzt und den Äpfeln beim Faulen zugesehen. Doch Schierhorn dachte weiter. Wenn, so die Überlegung des 43-Jährigen, auch in anderen Gärten Obst im Überfluss herumlag – dann müsste sich damit doch etwas Sinnvolles anstellen lassen.

Erlaubt ist, was gelingt. (Max Frisch, Schweizer Schriftsteller)

Seit jenem Abend sind mittlerweile vier Jahre vergangen – und aus Schierhorns Idee ein mehrfach ausgezeichnetes, gemeinnütziges Unternehmen geworden, die „Das Geld hängt an den Bäumen GmbH“. Das Geschäftsmodell ist einfach: Äpfel, die im Normalfall nicht verwertet würden, ernten nun Menschen mit geistigen oder körperlichen Behinderungen. Danach werden die Früchte in einer Slow-Food-Mosterei zu naturtrübem Direktsaft verarbeitet. Und dessen Verkauf finanziert die Beschäftigung der Mitarbeiter. Inzwischen gibt es 20 – einige davon sogar in Festanstellung.

Diese Entwicklung erfüllt den Geschäftsmann mit Stolz. Er wertet sie als Erfolg. Dass er mit seinem eigentlichen Beruf als Werber deutlich mehr verdienen könnte und sein Unternehmen manchem klassischen Businessstrebenden wohl nicht effizient genug wäre – egal. „Viele meiner Mitarbeiter sind mehrfach gehandicapt; da brauchen vermeintlich einfache Handgriffe eben schon

WAS DIE DEUTSCHEN GLÜCKLICH MACHT

Für die meisten Deutschen ist „Glück“ inzwischen der ultimative Erfolgsfaktor. Doch welche Faktoren spielen dabei eine Rolle? Eine aktuelle Studie kommt zu erstaunlichen Ergebnissen.

Geld spielt keine Rolle

Die wichtigsten Glücksbringer sind aus Sicht der Deutschen: Gesundheit, Partnerschaft und Freunde. Als die schwersten Probleme gelten Scheidung, Tod des Partners und Arbeitslosigkeit.

Gemeinsam sind wir stark

Vertrauen und Lebenszufriedenheit hängen eng zusammen. Wer Vertrauen zu Mitmenschen hat, ist deutlich zufriedener, als argwöhnische Zeitgenossen.

Schöner wohnen, besser leben

Der Wohnort spielt für die Zufriedenheit der Deutschen eine entscheidende Rolle. Am wohlsten fühlen sich in ihrer Stadt die Hamburger – am unzufriedensten mit ihrem Umfeld sind die Menschen in Essen.

Alles für die Kleinen

Faktoren wie die innere Sicherheit oder die Finanzsituation der eigenen Heimatstadt sind für die Zufriedenheit der Bürger weniger wichtig als das Zusammengehörigkeitsgefühl oder die Angebote für Kinder und Familien.



EVENT TIPP

WAS IST EIGENTLICH ERFOLG?

Clubmitglied Jan Schierhorn referiert zum Thema „Was ist eigentlich Erfolg? Die Geschichte einer ungewöhnlichen Geschäftsidee“ über Idee, Entwicklung und Zukunft seines preisgekrönten Projektes „Das Geld hängt an den Bäumen“. Dabei steht auch die große Frage im Mittelpunkt: Was ist eigentlich wichtig im Leben?

**Dienstag 5. Februar 2013, 19 Uhr,
Business Club Hamburg, Elbchaussee 43.
Kostenbeitrag pro Person von 20 Euro für
Clubmitglieder, 30 Euro für Gäste (inklusive
kulinarischem Ausklang).**

mal etwas länger“, sagt er. Das allerdings spielt bei „Das Geld hängt an den Bäumen“ eine untergeordnete Rolle. Im Gegenteil. Schierhorn steht zu 100 Prozent hinter seinem Projekt. Denn: „Erfolg bedeutet eben nicht nur, mehr Macht und mehr Geld zu erarbeiten, sondern auch, meine Zeit und meine Möglichkeiten für etwas Sinnvolles zu nutzen.“

Eine solche Einstellung muss man sich aber natürlich auch leisten können. „Es ist ein Privileg, dass ich meine Vision in die Tat umsetzen kann“, sagt Schierhorn. „Wer von einem kleinen Gehalt seine Familie durchbringen muss oder auf Hartz IV angewiesen ist, kämpft mit ganz anderen Problemen als der Frage nach der Sinnhaftigkeit seiner Arbeit.“

Es gibt nur einen Erfolg: auf deine eigene Weise leben zu können. (Christopher Darlington Morley, amerikanischer Dichter)

Hängt Erfolg – und die Möglichkeit zu nachhaltigem Handeln – am Ende also doch wieder von den verfügbaren Mitteln ab? „Nein“, sagt Soziologe Dill. Denn nicht nur individuelle Leistungen würden inzwischen als Erfolge gewürdigt, sondern auch der Dienst an der Gemeinschaft. „Die Menschen entdecken ein neues Wir-Gefühl“, beobachtet der Wissenschaftler. Damit einher gehe eine Rückbesinnung auf alte, bis vor kurzem noch als spießbürgerlich geschmähte Werte. „Familie, Natur, Zeit mit dem Partner – auch junge Menschen setzen in diesen Bereichen ganz eindeutige Schwerpunkte und schlagen dafür bewusst prestigeträchtige, hochdotierte Stellenangebote aus.“

Selbst jene, die Jahre, vielleicht Jahrzehnte lang damit beschäftigt waren, ihre Karriere zu optimieren, scheinen sich nun immer häufiger eines Besseren zu besinnen. „In der Schweiz gehört Teilzeitarbeit inzwischen auch für Männer in der Chefetage zum guten Ton“, erläutert Dill. Und auch in Deutschland steigt die Zahl der Führungskräfte, die sich Sabbaticals gönnen, Elternzeit beantragen – oder ganz einfach Downshiften. Kein Geringerer als Friedrich Joussen, Chef der deutschen Tochter des Telefonanbieters Vodafone, propagierte vor einiger Zeit sogar, dass auch das Amt des „Teilzeit-Vorstandes möglich sein müsste.“

Ein Tabubruch? Vielleicht. Vielleicht hat sich Joussen aber auch einfach nur durch die aktuelle Bestsellerliste gearbeitet. Dort findet sich derzeit unter anderem das „Handbuch zum Glücklichen sein.“ Dessen Autor konfrontiert den Leser gleich zu Beginn mit einer fast schon ketzerischen Frage. „Was hat sich noch nie jemand auf dem Sterbebett gedacht?“ – und gibt die Antwort: „Ach, hätte ich doch nur mehr Zeit im Büro verbracht.“

Der Satz dürfte so manchen klassischen Erfolgsmenschen zum Nachdenken anregen. Es bleibt festzuhalten: Wer es im Leben zu etwas bringen will, muss nur die richtige Lektüre wählen.

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

ORTHOPÄDISCHE PRIVATPRAXIS GOSSLERS PARK

Akupunktur | Sportmedizin | Rheumatologische Frühdiagnostik
CT-interventionelle Wirbelsäulenbehandlung | Naturheilverfahren
Arthrosetherapie | Schwerpunktpraxis für Schulter- und Wirbelsäulenerkrankungen | Chirotherapie | ESWT – Stoßwellentherapie



PRAXIS DR. DÖBBER

ORTHOPÄDIE GOSSLERS PARK
BLANKENESE

Das therapeutische Spektrum der orthopädischen Privatpraxis am Gossler's Park reicht von den Naturheilverfahren bis zum Einsatz modernster Technologien.

Seit Oktober können Patienten in meiner Praxis mit einem kombinierten radiären/fokussierten Stoßwellengerät mit integriertem Ultraschall und Vibrationskopf behandelt werden – einem von bisher 2 Geräten in Hamburg und Schleswig-Holstein. Informieren Sie sich gerne über die Einsatzbereiche der Stoßwelle auf meiner Homepage.

Dr. med. Renate Döbber

Fachärztin für Orthopädie und Unfallchirurgie

Blankeneser Landstraße 2a
22587 Hamburg
Tel.: 040/866 939 80-0 | Fax: -20

www.orthopaedin-hamburg.de

„ZIELE? MAN MUSS DAS TUN, WAS MAN LIEBT“

*Arbeiten, um persönliche Erfüllung zu finden: Das ist für den Bestsellerautor **JOHN STRELECKY** eine Garantie für den Unternehmenserfolg. Mit seiner Methode „Big Five for Live“ will er Unternehmer und Angestellte inspirieren.*

Text: **Nina Schwarz**

club!: Herr Strelecky, Sie sagen, jeder sollte mit einem Lächeln zur Arbeit gehen. Tun Sie das wirklich jeden Tag?

John Strelecky: Ja, absolut. Ich liebe, was ich tue.

club!: Was ist Ihr Rezept, um erfolgreich und glücklich zu werden?

Strelecky: Jeder sollte herausfinden, welches seine Lebensziele sind. Ich nenne sie „The Big Five for Life“. Viele Menschen wissen nicht, was sie überhaupt tun wollen und denken, ihnen bliebe jede Menge Zeit. Statistisch gesehen lebt ein Mensch in Deutschland durchschnittlich 28 900 Tage – und die gehen schnell vorbei.

club!: Erklären Sie Ihre Methode der „Big Five for Life“ genauer.

Strelecky: Sie beruht im Wesentlichen darauf, fünf Dinge zu bestimmen, die Sie in Ihrem Leben tun, sehen oder erleben wollen. Dies kann ein einmaliges Event sein, wie nach Afrika zu fahren und Tiere zu beobachten. Es kann aber auch langfristig angelegt sein, zum Beispiel wenn Sie sagen: „Ich will ein gesundes Leben führen.“ Sobald Sie Ihre Big Five erkannt haben, machen Sie diese zu Ihren Leitprinzipien, für die Sie Zeit, Energie und Ressourcen aufwenden.

club!: Wie finde ich meine persönlichen Lebensziele heraus?

Strelecky: Sie können sich eine einfache Frage stellen: Was machen Sie gerne in der Freizeit? Die Antwort ist ein entscheidender Hinweis. Viele Menschen denken, sie könnten mit ihrer Leidenschaft kein Geld verdienen. Das ist ein Irrglaube. Sagen wir, Ihr Hobby ist Radfahren und Ihr Fachgebiet der Vertrieb. Sehr gut! Werden Sie Verkaufsleiter in der Fahrradbranche! Es ist sehr einfach, seine Passion zum Beruf zu machen.

club!: Aber nicht jedes Hobby bringt viel Geld ein, oder?

Strelecky: Jeder muss selbst entscheiden, wie wichtig ihm ein hohes Gehalt ist. Stellen Sie sich vor, Sie verdienen 80 000 Euro im Jahr, arbeiten 16 Stunden am Tag und sind ständig gestresst. Wie viele wertvolle Minuten erleben Sie? Sagen wir, die Alternative ist,

40 000 Euro zu verdienen und sechs Monate frei zu haben, so dass Sie mit dem Rucksack durch Südostasien reisen können. Dann hätten Sie zwar weniger Geld, aber mehr Lebensqualität.

club!: Was tue ich, wenn meine Lebensziele nicht mit meinem Job vereinbar sind?

Strelecky: Es gibt zwei Möglichkeiten: Sie können Ihren Job als Mittel betrachten, das Ihnen Geld einbringt und Ihnen somit ermöglicht, Ihre Leidenschaft zu verwirklichen. Oder Sie finden einen Weg, wie Sie für die Ausübung Ihrer Lebensziele bezahlt werden.

club!: Wie können Führungskräfte das Konzept der „Big Five for Live“ im Unternehmen umsetzen?

Strelecky: Wenn Sie die Big Five Ihrer Mitarbeiter kennen, können Sie für jeden eine Position finden, die er mit seinen persönlichen Lebenszielen in Einklang bringen kann. Darüber hinaus sollten Sie für Ihre Angestellten ein familienähnliches Umfeld schaffen und dafür sorgen, dass sie sich wohlfühlen. Ich kenne eine Firma, die seit 30 Jahren im Geschäft ist und noch nie einen Kunden verloren hat. Die Firmenzugehörigkeit der Mitarbeiter beträgt durchschnittlich 16 Jahre, die Abwanderungsrate liegt bei null Prozent. Diese Firma hat eine Arbeitszeit von 37,5 Stunden in der Woche vorgeschrieben. Niemand darf länger arbeiten.

club!: Wie wirkt sich Ihre Methode konkret auf den Unternehmenserfolg aus?

Strelecky: Ein entscheidendes Resultat ist die Steigerung der Produktivität. Die meisten Firmen erreichen eine Produktivität im Bereich zwischen 50 und 60 Prozent. Das heißt, die Mitarbeiter machen gerade genug, um nicht gefeuert zu werden. Wenn jeder Angestellte eine Tätigkeit ausübt, die mit seinen Lebenszielen im Einklang steht, steigert sich die Produktivität auf mindestens 70 Prozent. Dies führt zu einer dramatischen Verbesserung der finanziellen Performance der Firma. Eine weitere Konsequenz ist





JOHN STRELECKY, 43, ist Autor mehrerer Bestseller, darunter „Big Five for Life“. Der Amerikaner gilt als eine der einflussreichsten Führungspersönlichkeiten im

Bereich Leadershiptraining und Persönlichkeitsentwicklung. Seine Werke wurden in 20 Sprachen übersetzt. Nach dem Erfolg seiner Bücher begann er, Vorträge und Seminare zu halten und zertifizierte Coaches auszubilden. Kontaktperson in Deutschland ist Peter Dunkhorst, Big Five for Life Deutschland, Tel: 04178 81 92 83, E-Mail: pd@mybig5.de

eine geringe Fluktuation. Mitarbeiter, die sich wohlfühlen und persönliche Erfüllung finden, bleiben ihrer Firma treu und wandern nicht ab. Und das sollte das Ziel sein.

club!: Was macht eine gute Führungspersönlichkeit aus?

Strelecky: Ein guter Chef versteht, was das übergeordnete Ziel des Unternehmens ist. Viele wissen darüber nicht Bescheid und können dieses Ziel ihren Mitarbeiter nicht vermitteln. Darüber hinaus sollte eine Führungskraft nur neue Leute ins Team bringen, deren persönliche Big Five zum Ziel des Unternehmens passen.

club!: Personalverantwortliche sollten beim Einstellungsverfahren also die Lebensziele der Kandidaten abklopfen?

Strelecky: Genau. Das ist es doch, was ein Chef wissen will. Wenn ich zum Beispiel entscheide, dass das Ziel meiner Firma ist, die Liebe für den Kajaksport zu vermitteln, dann engagiere ich jemanden, der Kajakfahren liebt. Es klingt offensichtlich, aber Sie wären erstaunt, wie viele Firmen Mitarbeiter einstellen, nur weil der Lebenslauf gut aussieht.

club!: Ihre Methode klingt simpel, aber ist sie auch realistisch?

Strelecky: Das Prinzip mag manchen utopisch erscheinen. Dies liegt daran, dass die meisten Firmen anders arbeiten. Je mehr Zeit man aber in Unternehmen verbringt, die es gut machen, desto mehr wird man erkennen, dass das Big Five for Life-Prinzip eine Garantie für Erfolg ist. In Hamburg haben Sie ein Paradebeispiel: das Miniatur-Wunderland. Ein Kindheitshobby, das Spiel mit der Modelleisenbahn, hat sich zu einem hochprofitablen Imagerträger für die Stadt entwickelt. Wer hätte das am Anfang gedacht?

club!: Wie beeinflussen uns die heutigen Technologien, wie Smartphones, Internet oder iCloud?

Strelecky: Neue technische Entwicklungen eröffnen viele Möglichkeiten, besonders für Unternehmer. Aber man muss vorsichtig mit ihnen umgehen, sonst kann es gefährlich werden und vieles

verhindern. Die Erholung zum Beispiel. Wer im Urlaub 20-mal am Tag auf sein iPhone schaut, wird kaum den Kopf frei bekommen.

club!: E-Mails checken im Urlaub ist also tabu?

Strelecky: Es ist wichtig, seine Freizeit wirklich als freie Zeit wertzuschätzen. Wenn Sie verreist sind, seien Sie nicht erreichbar und entspannen Sie sich! Die Welt wird von Erwartungen regiert und wir vergessen oft, dass wir die Kontrolle darüber haben. Wenn Sie im Urlaub Ihre E-Mails beantworten, denken die anderen: „Toll, sie ist erreichbar“ und schicken weitere. Viele Angestellte arbeiten zu Beginn von 9 bis 17 Uhr, später bis 19 oder 20 Uhr, um immer mehr zu erledigen. Der Chef denkt: „Aha, das ist also, was sie schaffen kann“ und gibt ihnen weitere Projekte. Gute und talentierte Mitarbeiter haben die Möglichkeit und die Verantwortung zu sagen: „Ich bin um 17 Uhr weg, während ich hier bin, mache ich einen tollen Job, und das ist es, was ich leisten kann.“ Wer sich zu viel zumutet, wird früher oder später zusammenbrechen.

club!: Kann Ihre Methode das Burn-out-Syndrom verhindern?

Strelecky: Einer der Gründe für Burn-out ist, dass Menschen viele Stunden in ihren Job investieren, aber keinen Weg sehen, Abstand zu gewinnen. Das ist deprimierend. Wer seine Big Five kennt, sollte zumindest am Wochenende seine Lebensziele verwirklichen. Das kann erstaunlich viel bewirken. Eine Frau zum Beispiel singt jeden Sonntag eine Stunde. Sie sagt, diese eine Stunde mache sie zu einer besseren Mutter, besseren Partnerin und Mitarbeiterin.

club!: Ist der Leistungsdruck heutzutage zu hoch?

Strelecky: Viele Menschen haben Angst, ihren Arbeitsplatz zu verlieren und überfordern sich. Das ist schade. Denn wer gut ist in dem, was er tut, für den wird es immer einen Platz geben. Und wissen Sie, was der beste Weg ist, besser zu sein als der Durchschnitt? Das zu tun, was man liebt.

„Erfolg ist, die gesteckten Ziele zu erreichen“

Clubmitglieder zum Thema Erfolg



RON LAST

Life • Sport • Business
Coaching Central Europe

Erfolg definiert sich für jeden Menschen anders. Für den einen bedeutet er, den nächsten Tag zu erleben, für den anderen vielleicht die nächste Million zu verdienen oder eine Medaille bei Olympia zu gewinnen. Neben der individuellen Definition ist Erfolg das Erreichen von persönlichen oder auch beruflichen Zielen. Um als Erfolg zu gelten, muss dieser allerdings auch erkannt und anerkannt werden, sowohl von einem selbst als auch von außen, sonst ist er nichts wert.



ULRIKE STRATMANN

Montblanc Deutschland
Niederlassungsleiterin

Erfolg beruht darauf, dass wir uns einer Aufgabe verschreiben, die uns erfüllt. Diese wird nicht durch Geld definiert, sondern durch die Emotionen, die uns in der Tätigkeit vermittelt werden. Außerdem bedeutet Erfolg für mich, dem persönlich angestrebten Ziel beständig einen Schritt näher zu kommen.

ANDREAS TETZLOFF

Porsche Zentrum Hamburg
Sprecher der Geschäftsführung

Erfolg ist das Ergebnis konsequenten und gleichzeitig leidenschaftlichen Handelns. Da Erfolg jedoch schnell vergänglich ist, muss dieser jeden Tag aufs Neue bestätigt werden.



OLAF PUTTLITZ

Starcar GmbH
Geschäftsführer

Erfolg ist, wenn es gelingt, die gesteckten Ziele zu erreichen. Ein besonderer Erfolg für uns war, dieses Jahr im Wirtschaftsmagazin Focus Money als Testsieger in der Studie „Fairster Autovermieter“ hervorzugehen.



FLORIS HELMERS

Air Hamburg und Flugschule Hamburg
Geschäftsführer

Erfolg ist, wenn sich die Begeisterung der Mitarbeiter für das firmeneigene Produkt auch auf die Kunden überträgt. Unsere große Leidenschaft ist das Fliegen. Viele Kunden, die uns vor Jahren auf Flügen mit der Cessna 172 nach Sylt kennengelernt haben, sind heute treue Kunden im Businessjet-Segment. Diese Kundenbindung ist für mich Erfolg.



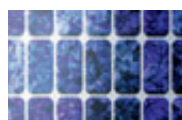
Von: Stephan Ott
An: E.ON Vertrieb
Betreff: Sonne

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

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

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

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



e-on



Glückliche Kinder und ein strahlender „Helfer“: Dr. Michael Hoppe erhielt für sein Projekt „steps for children“ die Friedenstaube der United Nations Awards.

**EVENT
TIPP**

**VOM UNTERNEHMER ZUM
SOCIAL ENTREPRENEUR**

Dr. Michael Hoppe kommt für eine Veranstaltung in den Business Club Hamburg.

Das Thema seines Vortrages lautet: Unternehmerisches Engagement – ein Weg zur Nachhaltigkeit in der Entwicklungszusammenarbeit.

**Dienstag, 12. Februar 2013, 19 Uhr, Business Club Hamburg, Elbchaussee 43.
Kostenbeitrag pro Person von 20 Euro für Clubmitglieder, 30 Euro für Gäste.**

Schritt für Schritt zum Glück

DR. MICHAEL HOPPE war erfolgreicher Unternehmer. Irgendwann hatte er genug vom Job und stieg aus. Er suchte eine neue Aufgabe. Mit seinem Hilfsprojekt „steps for children“, das Waisenkinder in Namibia unterstützt, fand er sein Glück.

Text: **Uwe Prieser**

Michael Hoppes Augen ist anzusehen, dass sie viel und an vielen Orten in die Sonne gesehen haben. Er kam gerade aus Namibia zurück, wo er die Aufgabe seines zweiten Lebens fand. Ein Leben, das inzwischen zahllose Fußabdrücke hinterlassen hat: „Steps for children“.

„Der Abdruck, den dein Fuß hier im Sand hinterlässt, wird niemals vom Winde verweht“, sagte der traditionelle Stammes-Chief Kambazembi im August 2005 in Okakarara, als er Hoppe das Einverständnis der Gemeinde für „steps for children“ mitteilte. Weder er, noch sein Gegenüber ahnten, dass dieses Projekt eines Tages mit der „Friedenstaube“ des United Nation Awards ausgezeichnet würde, den auch die Friedensnobelpreisträger Michail Gorbatschow und die burmesische Freiheits-Ikone Aung San Suu Kyi erhalten hatten.

Okakarara ist eine kleine Stadt. Sechstausend Einwohner, vielleicht mehr... Die meisten Menschen in den Slums und Camps sind nicht registriert. Dort begann „steps for children“ mit einer Suppenküche, einer Vorschule für 30 Kinder, zwei Lehrern, einer Köchin und einem lokalen Manager. In Gobabis kamen später Patenfamilien in Slums hinzu, die Waisenkinder bei sich aufnehmen und dafür unterstützt werden. Das ist jedoch erst eine Hälfte des Projekts. Hoppe nennt sie die „sozialen Steps“.

Die andere Hälfte besteht aus „Einkommen erzielenden Steps“: Eine Nähstube, eine Computerschule mit Internet-Café, Verkauf gebrauchter Fahrräder, Oliven- und Gemüseanbau, ein Tischlerwerkstatt. Die dort erzielten Profite fließen in die „sozialen Steps“. Ein ans Wunderbare grenzender Kreislauf: Die Hilfebedürftigen finanzieren ihre eigenen Hilfsprogramme.

Überdies werden Arbeitsplätze geschaffen in einem Land, dessen Arbeitslosenquote in manchen Bereichen bei 60 bis 65 % liegt. „Wir haben jetzt 20 bis 25 Mitarbeiter“, erzählt Hoppe. „Doch wer in Namibia Geld verdient, versorgt bis zu zehn weitere Menschen.“

Die Idee eines sich selbst finanzierenden Hilfsprojektes, um unabhängig von Spendern zu werden, konnte nur von einem Mann mit unternehmerischer Logik und Fantasie kommen. Beides trat in Michael Hoppes Lebenslauf früh zutage. Mit 22 Jahren gründete er als Student sein erstes Unternehmen, ein kleines Marktforschungsinstitut. Das Unternehmen wuchs kontinuierlich, verband sich 1995 mit internationalen Partnern, und stieg zum weltweit drittgrößten Unternehmen seiner Art auf.

Dr. Michael Hoppe war als Mitglied des „International Management Board“ ständig weltweit in wichtigen Missionen unterwegs. Und als er im Jahr 2002, nun 54 Jahre alt, auf einmal statt

250 Mitarbeitern 500 hatte, stand er plötzlich einer Frage gegenüber, für die ihn bis dahin das Leben keine Zeit gelassen hatte: „Was möchte ich eigentlich mit meinem Leben noch machen?“

„Es war keine Sinnkrise“, sagt er, „denn mein Leben war ja nicht sinnlos gewesen.“ Die Frage aber war nun einmal da. Und sie veränderte sein Leben, noch ehe er eine Antwort hatte. Hoppe verkaufte seine Unternehmensanteile – und stieg aus. Finanziell unabhängig, brauchte er ein neues Ziel. Also machte er sich auf den Weg, und weil er das Ziel noch nicht kannte, führte dieser Weg nach innen.

Zwei Wochen mit Mönchen in einem Kloster. Eine Pilgerreise über den Jakobsweg. Und schließlich in Nevada 14 Tage allein in der Wüste, der klassischen Stätte der Erkenntnis. Nichts als Wasservorräte, Schlafsack, ein Zelt. „Ich musste diesen Abstand haben, um neu zu mir zu kommen.“ Als er zurückkam, hatte er manches neu geordnet, auch seine Spiritualität, sein Verhältnis zu Welt und Leben. Und er wusste, dass er etwas machen wollte, dessen Wirkung langfristig war, etwas mit Kindern...

Afrika, hörte er von allen Seiten, geh doch mal nach Afrika. Er ging zum Jahresbeginn 2005 und erlebte unvorstellbares Elend, sah zum ersten Mal Menschen auf der Straße sterben. War in Kenia, Südafrika, in Namibia blieb er dann hängen.

Inzwischen gibt es dort drei Projekte. Weitere sollen hinzukommen. „Wir geben den Kindern nicht nur zu essen, sondern auch Schulgeld, eine Ausbildung bis zum Studium. Hoffnung und die Chance auf ein besseres Leben“, sagt Michael Hoppe. Dafür gibt es das „Schutzengel-Programm“. Ein Schutzengel ist ein Mensch, der mit 96 Euro jährlich ein Kind auf seinem Weg in eine bessere Zukunft unterstützt. Zur Zeit seien es erst 40, doch jedes Jahr kämen neue hinzu.

Und weil Schutzengel Menschen sind und gerne auch mal ein Bier trinken, stiftet Carlsberg zur Weihnachtszeit im Business Club Duckstein Bier aus der Braukunst Edition 2012, „das pro Flasche für 30 Euro plus zu erwerben ist“. Der Erlös bringt „steps for children“ wieder einen kleinen Schritt voran.

„Wenn ich 100 bin, möchte ich das 100. Projekt einweihen“, sagt Michael Hoppe und seinen Augen ist dabei anzusehen, dass sie viel in die Sonne gesehen haben. Und dies an Orten, wo sie immer wieder neu aufgeht – in Kinderaugen.

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

Majestät lässt bitten

Vor gut 250 Jahren ließ Herzog Carl Eugen von Württemberg das Schloss Solitude erbauen. Heute genießt der neue Partnerclub des Business Club Hamburg die Atmosphäre des Hauses.

Nein, das ist nicht die Herzogin des Schlosses Solitude. Es ist eine „Zofe“, die Besucher durch den feudalen Palast führt.

Das Schloss Solitude wurde von 1763 bis 1769 im Rokokostil erbaut. Über zwei geschwungene Treppen findet man Einlass in den prunkvollen Bau.



Text: Jürgen Löhle

Kann das sein? Diese plötzliche Ruhe und dann auch noch dieser Blick? Es kann, aber es ist doch ziemlich unwirklich. Vor 15 Minuten sind wir in der pulsierenden Stuttgarter Innenstadt gestartet, raus aus dem Talkessel und vor allem nach oben. Gerade noch auf der kurvigen Bergheimer Steige mitten im Wald, weitet sich jetzt die Straße zu einer schnurgeraden Kopfsteinpflasterallee: Der Wald weicht einem grünen Höhenzug mit locker eingestreuten Bäumen, auf einer kleinen Koppel grasen Pferde, der Blick fällt auf das Schloss Solitude. Er hatte schon ein feines Auge, der Herzog Carl Eugen von Württemberg, der Ende des 18. Jahrhunderts das Rokoschloss als Jagd- und Repräsentationsdomizil erbauen ließ.

Heute ist das Gelände mit seinen Gebäuden um das Schloss eine Art Lustgarten für Ruhe suchende Stuttgarter. Und der Wohnsitz des Ministerpräsidenten des Landes Baden-Württemberg. Eigentlich, denn Winfried Kretschmann, dem ersten grünen Ministerpräsidenten der Republik, ist das Anwesen zu groß und zu feudal. Wie übrigens schon seinem Vorvorgänger Erwin Teufel von der CDU. Beide wohnten lieber zu Hause und pendelten nach dem Dienst hinaus aufs Land. Für Notfälle gab es eine kleine Stadtwohnung, Kretschmann begnügt sich mit einem Bett in seinem Amtssitz Villa Reitzenstein.

Für die Besucher ist die Abwesenheit der Politspitze eher ein Vorteil, weil damit auch der obligate Personenschutz die Höhe geräumt hat und man völlig ungestört den Blick auf Stuttgart genießen kann. Kurzum – einen schöneren Ort hätte sich das Ehepaar Mink für den „Business Club Schloss Solitude“ in der Landeshauptstadt nicht suchen können. Jörg Mink ist seit mehr als 15 Jahren einer der renommiertesten Gastronomen in der Stadt, sein „Gasthaus zur Linde“ eine Institution für alle, die hervorragende schwäbische Küche ohne Schnickschnack, aber in stilvoller Umgebung zu schätzen wissen. Mink exportierte die Spezialitäten Süd um Maultaschen und Rostbraten auch nach Berlin, war mit „Oma Mina“ am Potsdamer Platz und später dem „Mink’s“ am Kudamm erfolgreich und zählte Promis wie Sabine Christiansen oder Udo Walz zu seinen Stammgästen. Aber am liebsten ist der Schwabe immer noch zu Hause, weshalb Mink nicht lange zögerte, als er vor vier Jahren die Chance hatte, die Gastronomie im Schloss Solitude zu übernehmen. „Das hier“, sagt Mink und deutet mit der Hand über die Anlage, „kommt einem Traum doch sehr nahe.“ Und so endete das Berlin-Gastspiel des Gastronomen noch zu einer Zeit, als die Immigranten aus Südwest da noch wohlgekommen waren, was sich ja ziemlich geändert haben soll.

Schwaben sind aber eher fürs Schaffen als fürs Träumen bekannt, und in Mink und seiner Frau Daniela schlummerte schon lange die Idee, ein Forum für Gleichgesinnte zu gründen. Der „Netzwerker aus Leidenschaft“ (Mink über Mink) sah die Chance, die ihm die klassizistischen Räume und Säle (im Gegensatz zum äußeren Baustil) mit ihren kunstvollen Stuckwänden, gemütlichen Holzböden, edlen Kronleuchtern und großen Spiegeln direkt neben der Gastronomie boten. Die Idee führte schließlich im Januar 2011 zur Gründung des „Business Club Schloss Solitude“. „Ein Ort“, sagt Mink, „an dem sich die Leute sofort wohlfühlen und die Krawatte lockern sollen.“ Die Minks wollen eine Atmosphäre schaffen, in der sich Menschen austauschen, gut essen oder sich einfach entspannen können. Man sieht sich zwar in der Tradition englischer Wirtschaftsklubs, aber ohne steife Kleiderordnung, auch wenn es das Ambiente durchaus hergeben würde. 60 Mitglieder hat der junge Club schon, Ende des Jahres sollen es 75 sein, „stetiges, aber vernünftiges Wachstum“ (Mink) ist das Ziel.

Und auf Stuttgarts edlen Höhen durchaus erreichbar. Sogar Parkplätze gibt es direkt vor dem Eingang genug, ein seltenes Privileg im sonst durch die Kessellage engen Stuttgart. Der Club mit seinem Speisesaal, der Bar und der gemütlichen Zigarren-Lounge ist nur durch eine Tür vom „großen Speisesaal“ getrennt, in dem einst der Herzog zu dinieren pflegte. Der herrschaftliche Raum mit den wunderbar knarrenden Dielen gehört zum Restaurant, kann von den Mitgliedern des Clubs für Geschäftsessen oder private Feste aber zu Sonderkonditionen gebucht werden. Insgesamt besticht das Konzept durch die räumliche und personelle Verzahnung zwischen Minks Restaurant und Club. Und auch durch den neuen Koch. Seit Oktober 2012 hat Bernd Genzel das Sagen in der Küche, ein Mann mit Namen. Genzel wurde einst zum besten Jungkoch des Jahres gekürt und vereint 14 Gault-Millau-Punkte auf sich. „Unsere Begegnung war ein absoluter Glücksfall“, sagt Jörg Mink und von dem können jetzt auch die Mitglieder profitieren. Genzel versteht sich auf die schwäbische Küche, erweitert sie aber auch. Der Koch arbeitet gern mit ungewöhnlichen Gewürzkombinationen und bietet neben dem Heimischen auch asiatisch oder mediterran beeinflusste Gerichte. Auf Schwäbisch würde man sagen: Für jeden ebbes.

Und so sollen auch die Aktivitäten des Clubs sein. Neben der reinen Möglichkeit sich zu treffen gibt es auch Veranstaltungen wie das Kaminesgespräch, bei dem schon Rüdiger Grube aufgetreten ist. Der Bahnchef dürfte es genossen haben, in Stuttgart auch Mal →



über ein anderes Thema als den umstrittenen Tiefbahnhof zu sprechen. Die Clubmitglieder auch, die 50 Plätze waren ausgebucht. Natürlich sieht sich der junge Club auch als Wirtschafts-Netzwerk, drei Mitglieder haben schon zusammen eine Firma gegründet und wer etwas Besonderes zu Repräsentationszwecken braucht, kann den schlosseigenen Rolls-Royce Silver Dawn samt Chauffeur mieten. Jörg Mink stellt aber eines klar: alles geht, nichts muss. Natürlich ist die Anbahnung von geschäftlichen Beziehungen durchaus möglich, aber sicher nicht der Alleinzweck des Clubs. „Zuerst einmal muss die Atmosphäre stimmen“, sagt er, „das andere ergibt sich von allein.“ Daniela Mink ergänzt: „Leute, die hier nur Visitenkarten tauschen wollen, passen nicht zu uns.“

Zur gelungenen Atmosphäre gehört sicher auch das Angebot, am Montagmorgen die Woche mit einem Yoga-Frühstück zu beginnen. Das ist zwar ziemlich weit weg vom schwäbischen Schafferverständnis, kommt aber an. Das Flair des Clubs scheint tatsächlich eine beruhigende Wirkung zu haben, und wenn man im Sommer von der Terrasse aus über die Höhe schaut, spürt man das auch. Winters wirkt der Schnee wie eine Ruhedecke. Ja, den gibt es hier tatsächlich. Das Schloss liegt 500 Meter über dem Meer und damit ein bisschen über der Höhenlinie, nach der sich der Winter noch zeigt. Während 250 Meter tiefer, auf dem Stuttgarter Schlossplatz, im Winter der Regen prasselt, fallen hier oft Flocken. „Aber keine Angst“, erklärt Jörg Mink, „das Schloss liegt in einer Zone, die bevorzugt geräumt wird.“ Und die Mitglieder werden bevorzugt behandelt – weltweit. Der Stuttgarter Club gehört zur Organisation „International Associate Clubs“. Damit stehen den Mitgliedern weltweit 250 Clubs zur Verfügung, die sie kostenlos besuchen können. Auch mit dem Business Club Hamburg besteht ab sofort eine Partnerschaft, die die Gäste aus der Hansestadt nutzen können. Vom Flughafen zum Schloss Solitude dauert es gerade mal 15 Minuten. Ähnlich zügig schafft man es vom Bahnhof.

Langsam geht es nun die Allee wieder zurück, das Schloss verschwindet im Rückspiegel. Es geht abwärts, hinunter in die Stadt. Und dort spürt man drastisch, wie entspannt es doch auf der Solitude ist. Er hatte wirklich ein feines Gespür, der Herzog Carl Eugen. Und die Minks haben eine Perle entdeckt und veredelt.

Jürgen Löhle hat als Reporter zahlreiche Preise gewonnen. Sein Roman „Patchwork“ und das Sachbuch „Garantiert positiv – mein Leben im Radsport“ erzielten eine Auflage von mehr als 100.000 Exemplaren.

Der große Speisesaal ist mit Kronleuchtern, Stuck und antiken Spiegeln verziert. Hier können bis zu 100 Gäste essen.

Club-Geschäftsführer Jörg Mink und TV-Star Sabine Christiansen bei einer Veranstaltung im Business Club Schloss Solitude.

Neuer Kooperationspartner: Business Club Schloss Solitude

Der Club Schloss Solitude bietet Mitgliedern des Business Club Hamburg zahlreiche Services. Das Haus ist Montag bis Freitag von 11 bis 24 Uhr geöffnet (Küche 11.30 bis 22 Uhr). Neben der hervorragenden Restauration gibt es eine Bar-Lounge mit Raucherbereich. Konferenzräume können auf Wunsch angemietet werden. Möchten Sie den Club Solitude besuchen, wenden Sie sich bitte – wie bei allen Partnerclubs des Business Club Hamburg – an unser Veranstaltungsteam (040 42 10 70 01 42), das Ihnen gern hilft.

Business Club Schloss Solitude
Solitude 2
70197 Stuttgart
Tel: +49 711 46 90 77 14
www.businessclub-schloss-solitude.de



PARTNER DES CLUBS

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

Havanna Lounge Bremen
www.havannalounge.de

Wirtschaftsclub Düsseldorf
www.wirtschaftsclubduesseldorf.de

Airport Club Frankfurt
www.airportclub.de

Rotonda Club Köln
www.rotonda.de

National Liberal Club London
www.nlc.org.uk

Club International Leipzig
www.club-international.de

Haute Zürich
www.haute.ch

Gild International Club Barcelona
www.gild-international.com

DAS FRÜHSTÜCK MIT ELBBLICK

Jeden Sonntag in der Villa im Heine-Park

Sie möchten sich am Sonntagmorgen mit Freunden oder der Familie an einen gedeckten Tisch setzen, den Blick über die Elbe schweifen lassen und ein fantastisches Frühstück genießen? Unser Küchenchef und das Serviceteam freuen sich darauf, Sie zu verwöhnen.

**Reservieren Sie Ihren Tisch
für ein „Frühstück mit Elbblick“
in der Villa im Heine-Park**

Mehr Informationen:

Tel: 040 42 10 70 188

www.villa-im-heine-park.de

E-Mail: event@villa-im-heine-park.de

Öffnungszeiten: sonntags 9 bis 14 Uhr



Das Leben als freie Improvisation

*Musik liegt ihr im Blut. Doch Musikerin wollte sie nie werden. Stattdessen liebt es **TINA HEINE**, hinter den Kulissen zu wirken. Mit ihrem Elbjazz-Festival hat sich die geschäftstüchtige Unternehmerin einen Traum erfüllt.*

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

Wer Tina Heines Lebensgeschichte kennt, findet es nur allzu logisch, dass sie zur Erfinderin des Elbjazz-Festivals wurde. Nur, dass ihr Leben in bisher 39 Jahren keiner Logik gefolgt ist, sondern dem Impuls.

Möglicherweise hat der Impuls seine eigene Logik, doch die liegt so tief im Verborgenen, dass ein von ihm hervorgebrachtes Leben wie eine freie Improvisation erscheinen muss. Genauso hat Tina Heine bisher gelebt. Eine Biographie wie aus dem Saxofon von Charlie Parker.

Sie war erst „zehn oder zwölf Jahre alt“, als ihr Vater sie zu den Konzerten der *Jazz-Initiative* in Celle mitnahm. Eines Tages, sie ging noch zur Schule, gehörte sie selbst diesem Verein an. „Ich weiß gar nicht so genau, warum. Ich mochte diese Atmosphäre, dieses zwischen den Musikern und den Nachtschwärmern zu sein und da hinter den Kulissen zu wirken.“ Und wenn sie nun, eingebunden in die Organisation, von den Konzerten nicht mehr so viel mitbekam, weil sie backstage für die Musiker Schnittchen schmierte, dann machte ihr das gar nichts aus. „Ich fand es schon immer besser, nicht auf der Consumerseite, sondern auf der Produzentenseite zu sein“, sagt sie heute.

Musik gehörte für Tina Heine von klein auf zum Alltag. „Doch ich könnte nicht sagen, dass ich eine ganz besondere Liebe zur Musik hätte. Ich habe eine besondere Liebe zur Literatur. Ohne die könnte ich nicht leben.“ Vor Hemingway kam jedoch erst einmal Bach. „Mit 13 oder 14 Jahren“ machte sie bereits ihren Orgelschein und spielte in der Kirche zum Gottesdienst. „Ich weiß nicht, warum ich Orgel gespielt habe. Es hat mich gereizt.“ Vorher hatte sie Posaune gelernt, denn „die fand ich vom Jazz her schon immer toll“.

Saxofon spielen brachte sie sich später in den Sommerferien selbst bei. Doch niemals dachte sie daran, Musikerin zu werden. Als sie in einer Big Band spielte, erlebte Tina Heine, wie die anderen stundenlang Tonleitern und Harmonien übten. „Diese Gekuld hatte ich nie und ich wusste ja, ich würde niemals richtig gut werden.“ Ein Bekenntnis ohne Reue. Sie war leicht entflammbar, brannte dann lichterloh – und weiter ging's zur nächsten Flamme.

Als sie im Abitur saß, hatte sie keinen Schimmer, was sie anschließend machen wollte. Plötzlich war ein Gedanke da: Au-Pair in Amerika. Also ab in die USA. Nach Boston.

In Boston arbeitete sie an der Schule mit. Machte Spaß. Als sie mit 21 Jahren aus den USA zurückkam, begann sie auf Lehramt zu studieren. Es war ein Entschluss, irgendwo in der unsicheren Zone zwischen logischer Konsequenz und Zweckmäßigkeit. „Ich hatte schon geahnt, dass das nichts wird...“

Ihre Ahnung trog sie nicht: Als Studentin jobbte sie auf einer Messe und erlebte am Nachbarstand etwas Wunderbares: eine Donutmaschine. Donuts am Fließband, die Leute standen Schlange. An ihrem Stand (für eine mexikanische Biersorte) war es flau. Nur in ihr selbst nicht, denn dort war schon der nächste Impuls.

Sie erkundigte sich am Nachbarstand, flog nach Amerika, besichtigte eine Großbäckerei – und kam mit einer Donutmaschine zurück. „Mit einem Freund habe ich dann bei Events wie Duhner Wattrennen oder Lüneburger Open Air einen Stand aufgebaut und Donuts und Kaffee verkauft. „Wahrscheinlich“, sagt sie im Rückblick, „bin ich eine geborene Unternehmerin. Ich hatte schon immer alle möglichen Geschäftsmodelle im Kopf gehabt.“ Auf die Fußwärmer allerdings, die sie ebenfalls importieren wollte, hat sie verzichtet. Stattdessen machte sie mit 22 Jahren in Hamburg ein Café auf.

Ein alter Freund aus Celler Tagen war dabei, eine Immobilie weiterzuentwickeln und hatte sie und einen Freund gefragt, ob sie nicht Lust auf ein Café hätten. Ein Café!! „Schon als Fünfzehnjährige habe ich es geliebt, in Cafés zu sitzen, Henry Miller und Anais Nin zu lesen und mich in die Bohème der Zwanziger und Dreißiger Jahre in Paris zu versetzen.“

Sie schmiss das Studium. Ihr Café nannte sie „Hadley's“ nach der ersten Frau von Ernest Hemingway, die mit ihm jene wilden Pariser Jahre erlebt hatte. In Celle hatte es während ihrer Schulzeit ebenfalls ein „Hadley's“ gegeben. Mit dem Namen kehrte auch der Jazz zurück. Der Montag wurde in „Hadley's Café“ zum Jazz-Tag.

Von den Jazz-Musikern erfuhr sie, wie dürftig die Auftrittssituation in Hamburg war... Und wieder ein Impuls fürs Leben: Hamburg braucht ein Jazz-Festival! Das war 2008. Vier Jahre später hatte ihr „Elbjazz-Festival“, das dritte, 20 000 Besucher und strahlt nun weit über Hamburg hinaus.

Tina Heines gelebte Improvisation ist damit freilich nicht abgeschlossen: „Also ich finde es sehr schön und es beruhigt mich auch, heute noch nicht zu wissen, ob ich in zehn Jahren noch Elbjazz mache.“ Duke Ellington sagte einmal: „Jazz ist die Freiheit, viele Formen zu haben.“ So soll ihr Leben sein.

KONTAKT

Elbjazz GmbH
Große Elbstraße 277 a
22767 Hamburg
Tel: 040 85 38 87 11
www.elbjazz.de

Immer neue Ideen im Kopf: Im Moment organisiert Tina Heine gemeinsam mit ihrer Freundin Nina Sauer das größte Jazz-Event der Stadt.



ELBJAZZ 2013 IN BESONDERER ATMOSPHERE

Mehr Komfort beim Hörgenuss: Club-Mitglieder erhalten ab sofort Silverbirdtickets zum Sonderpreis. Darin enthalten sind überdachte Plätze auf dem Blohm+Voss-Werftgelände, Getränke und der Zugang zum überdachten Komfortbereich vor den Haupttribünen. Darüber hinaus verlosen wir unter allen Käufern 2x2 „Meet-and-Greet-Tickets“ mit Musikern.

Freitag/Samstag, 24./25. Mai 2013, Blohm+Voss Werftgelände, HafenCity, Hansahafen. Das Silverbirdticket kostet für Clubmitglieder 169,- statt 199,- Euro. Bestellhotline: 01805 85 38 52.

Kreativ an der Küste

*In vierter Generation leitet **RÜDIGER BEHN** die von seinem Urgroßvater gegründete Waldemar Behn GmbH in Eckernförde. Für ungewöhnliche Ideen hat der Getränke- und Spirituosenhersteller stets ein offenes Ohr.*



„Hall of Fame“ der Spirituosen: Rüdiger Behn, 55, ist stolz auf die vielfältige Produktpalette des Familienbetriebes.

Text: **Nina Schwarz**

Der kleine Feigling hat seine Augen überall. Sie kleben auf Kugelschreibern, Gläsern, Laptops – und auf dem Firmen-Twingo draußen vor der Tür. Im Hauptgebäude der Waldemar Behn GmbH in Eckernförde kommt man an dem berühmten Augenpaar der weltweit bekannten Spirituosenmarke nicht vorbei. Andere Produkte des Hauses haben in der Eingangshalle einen Platz gefunden: Zwei Fläschchen Küstennebel liegen in einem Mini-Strandkorb, der schwedisch inspirierte Sanddorn-Likör Andalö weilt zwischen zwei Liegestühlen am Fenster und Cremelikör Dooley's residiert in einer Vitrine umgeben von seinen zahlreichen Auszeichnungen.

Rüdiger Behn, Geschäftsführer des norddeutschen Getränke- und Spirituosenherstellers, kommt die Treppe herunter. Er hat einen kräftigen Händedruck und wenig Zeit. Heute Abend steht ein Termin in Hamburg an, morgen in Salzburg, dann geht es auf eine Messe nach Cannes. „Das Reisen macht mir nichts aus“, sagt er und lächelt. „Sonst hätte ich den falschen Beruf.“ Entspannt setzt er sich auf einen Stuhl im Konferenzraum und faltet die Hände vor der Brust. „Ich erzähle Ihnen gerne etwas über unsere Firma“, beginnt er und überlegt kurz: „Ein wenig muss ich aber doch in der Zeit zurückgehen.“ Ganz ohne Geschichte geht es nicht.

Die Waldemar Behn GmbH ist ein Familienunternehmen mit langer Tradition. Rüdiger Behns Urgroßvater war es, der 1892 die Firma gründete. Damals begann er, das von seinem Vater in Hamburg-Ottensen gebraute Bier in Gettorf, einem Nachbarort von Eckernförde, zu verkaufen. Seine Abnehmer: Arbeiter, die zu jener Zeit den Nord-Ostsee-Kanal bauten. Später, 1906, übernahm er in Eckernförde eine Brauerei und erweiterte sein Sortiment um alkoholfreie Getränke und Spirituosen. Sein Sohn Richard manövrierte das Unternehmen durch den Zweiten Weltkrieg. Auf ihn folgte Harro Behn – und schließlich Rüdiger, der heute das Unternehmen zusammen mit seinem Bruder Waldemar führt. Die Aufgaben sind klar verteilt: Während Rüdiger Behn sich um die Spirituosenmarken „Behn Originale“ sowie die Schwestergesellschaft „Nannerl“ in Österreich kümmert, ist Bruder Waldemar für das Handelsgeschäft „Behn Getränke“ zuständig. „Auf diese Art gibt es im Alltagsgeschäft keine unnötigen Komplikationen“, erklärt Rüdiger Behn.

Zwischen Leergutkisten und Lastwagen sind die Behn-Brüder in das Familienunternehmen hineingewachsen. „Eine Trennung zwischen Familie und Firma gab es kaum. „Da wurde der Virus früh aufgegriffen“, erzählt der 55-jährige Geschäftsführer. Nach der Schule macht Rüdiger Behn dennoch erst einmal eine Banklehre. Dann verlässt er den Norden für ein BWL-Studium in Nürnberg. Mit dem Abschluss in der Tasche kehrt er zurück und steigt direkt in den Familienbetrieb ein. „Das war nicht ideal“, gesteht er im Rückblick. „Es wäre besser gewesen, die typischen Anfangsfehler in einem anderen Unternehmen zu machen.“

Geschadet hat es nicht. Die Firma Behn ist weiter auf Erfolgskurs. Wer im nördlichen Schleswig-Holstein etwas zu trinken kauft, landet mit hoher Wahrscheinlichkeit bei den Produkten aus

Eckernförde. Rund eintausend Gastronomiebetriebe beziehen die Behn'schen Getränke. „Wir sind Marktführer von der dänischen Grenze bis zum Nord-Ostsee-Kanal“, erzählt der Chef. Und nicht nur das. In 60 Ländern fließen die Produkte aus Norddeutschland die Kehlen hinunter. Ein Viertel des Absatzes erfolgt im Ausland. Von den insgesamt 300 Mitarbeitern arbeiten etwa achtzig im eigens erbauten Hauptgebäude zwei Kilometer entfernt von der Eckernförder Innenstadt. Die Produktionsstätte liegt direkt hinterm Haus. Wer im Konferenzraum sitzt, kann die Lastwagen durchs Fenster beim Be- und Entladen beobachten.

Es ist ein idyllischer Standort hoch oben an der Ostsee. Für das tägliche Leben von Rüdiger Behn „wie gemalt“. Keine Staus, keine horrenden Mietpreise – und auch kulturell ist „richtig Dampf in der Stadt“, versichert er. Auch wenn sie oben in der norddeutschen Ebene „so manchen Impuls manchmal zu spät mitbekommen“ und ausländische Partner sie in Hamburg leichter finden würden – eine Standortverlegung in die Großstadt kann er sich nicht vorstellen. „Unser Herz schlägt für Hamburg, aber die Lebensqualität ist hier höher“, sagt er und fügt hinzu: „Und nach Büroschluss kann man in der Ostsee baden gehen.“

Die Kreativität an der Küste kennt keine Grenzen. „Wir haben mehr Ideen in der Schublade, als der Markt verträgt“, sagt Rüdiger Behn. Das Problem ist die Vermarktung. Während in den 80er Jahren der TV-Spot mit dem Spruch: „Kennen Sie den? – der ist von Behn“ durch nahezu jedes Wohnzimmer tönte, sind die Medien heute „zu fragmentiert“. „Der Werbemarkt ist zu laut, da findet man kein Gehör“, erläutert Behn. Und trotzdem wagt sich der umtriebige Geschäftsmann immer wieder an neue, auch ungewöhnliche Projekte – sei es, einen Feigenschnaps in New York einzuführen oder einen Cocktail in Plastiktütchen auf den Markt zu bringen. „Das ist zwar keck, aber wir machen es trotzdem“, lacht er. Nicht umsonst gelten die Behns als kreativ und risikofreudig. Und das soll auch in Zukunft so bleiben. Fünf potenzielle Nachfolger stehen bereit: Rüdiger Behn hat zwei, Bruder Waldemar drei Kinder. Wer das nächste Führungsduo bilden wird, ist noch offen. Immerhin hat Rüdiger Behns Nachwuchs gerade das Alter, um die vom Vater vertriebenen Getränke offiziell probieren zu dürfen. Also wird vorerst weiter er selbst die Marken „made in Eckernförde“ in die Welt hinaustragen. Und damit, das ist ihm wichtig, ein Stück weit, „die norddeutsche Trinkkultur pflegen“.

KONTAKT

Waldemar Behn GmbH
Kadekerweg 2
24340 Eckernförde
Tel: 04351 47 90
info@behn.de
www.behn.de

Welt ohne Grenzen

*Als die Info AG gegründet wurde, spielte **STEFAN FREYER** noch mit seinem Homecomputer. Mittlerweile sitzt er im Vorstand des IT-Anbieters und kümmert sich neben Outsourcing und Consulting mit viel Spaß um den Bereich Innovation.*



Chancen nutzen: Stefan Freyer sieht die Informationstechnologie als Möglichkeit, Freizeit und Arbeitszeit bewusst zu gestalten.

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

Es klingt ein bisschen überhöht und doch drückt sich darin bloß der Alltag aus: Stefan Freyer macht seit rund 20 Jahren den Wandel der Welt an der Stelle mit, wo er sich in dieser Zeit am schnellsten vollzieht: in der Informationstechnologie (IT). Bei der Hamburger Info AG, unter dem Dach der QSC, einer der führenden IT-Anbieter in Deutschland, vertritt er im Vorstand neben Outsourcing und Consulting den Bereich Innovation. Innovation ist hier ein Sonderfall, der zum Alltag gehört.

„Jeder Tag bringt Innovationen“, sagt Stefan Freyer. „Deshalb muss sich ein IT-Unternehmen jedes Jahr neu erfinden. Das ist für mich die größte Herausforderung. Aber es ist auch das, was am meisten Spaß macht.“

Die Info AG von heute ist ein ganz anderes Unternehmen als jenes, in das Freyer 1997 als Diplom-Informatiker eintrat und in dem er die Verantwortung für den Bereich Vertriebslogistik übernahm. Nur der Name ist noch derselbe. „Strukturell und in dem, was wir heute anbieten, hat sich das Unternehmen völlig verändert.“

Als das Unternehmen 1982 gegründet wurde, war Stefan Freyer ein Gymnasiast mit einem Computer als Hobby. Bis das Internet die Menschen eroberte (auch wenn es oft anders herum dargestellt wird), sollte noch knapp ein Jahrzehnt vergehen. Wenn er sich heute bewusst macht, dass auch er – im Gegensatz zu seiner 17-jährigen Tochter – in einer Welt ohne Informationstechnologie gelebt hat, kommt es ihm so unwirklich vor, dass er darüber in Lachen ausbricht.

Eine Welt ohne IT? Das gab es mal? Zu komisch! Erst kürzlich ist ihm in einer Diskussion mit seiner Tochter der enorme Abstand aufgegangen zwischen der Welt, in der sie aufwächst und jener seiner eigenen Jugendzeit. Es ging um das Internet. „Ich sagte, ob ihr bewusst sei, dass Facebook auch bloß ein Unternehmen ist, das vielleicht auch mal verschwinden kann“, erzählt er. „Sie hat mich bloß fassungslos angesehen.“

Da wurde ihm wieder einmal die ungeheuerere Veränderung bewusst, die die öffentliche Verbreitung des Internets auch für seine IT-Branche bewirkte. Als er noch Student der Wirtschaftsinformatik war, steckte das Internet in seiner heutigen Breitenwirkung noch in den Kinderschuhen. Ebenso das Thema Mobilität. „Mobile Devices, Smartphone, an diese Dinge war damals noch gar nicht zu denken“, erinnert er sich.

Doch das Internet hat den Innovationsschub in der Informationstechnologie nicht nur bewirkt – es hat ihn als Konsequenz auf seine scheinbar grenzenlosen Möglichkeiten geradezu erzwin-

gen. „Aus meiner Sicht hat es die IT-Entwicklung extrem verändert und auch geprägt“, meint Stefan Freyer. „Aktuelle Themen wie Cloud Computing, soziale Netzwerke, und e-Commerce sind Geschäftsmodelle und Funktionalitäten, die ohne das Internet überhaupt nicht vorstellbar wären. Und sie alle beruhen letztlich auf Informationstechnologie.“

IT – das Werkzeug für die Veränderung unserer Lebenswelt. Und damit auch unseres Verhaltens, weit hinausgehend über die bloße Teilnahme an sozialen Netzwerken. In einer erst kürzlich veröffentlichten Studie der Firma zur „IT-Infrastruktur des Deutschen Mittelstands“ findet sich ein bemerkenswerter Satz: „Der wachsende Einsatz mobiler Endgeräte trägt entscheidend dazu bei, die Grenzen zwischen Berufs- und Privatleben verschwimmen zu lassen und den Arbeitsplatz der Zukunft immer mehr Realität werden zu lassen.“

Dass eine solche Zukunftszuversicht in die Symbiose von Produktion und Privatheit auch ihre Schrecken hat, gibt Freyer zu. „Wenn man sie negativ interpretiert, ist die Vorstellung erschreckend in dem Sinne, dass es kein Entrinnen mehr gibt. Auf der anderen Seite glaube ich, dass gerade die Generation der jüngeren Mitarbeiter, der nach 1982 Geborenen, mit ihrer „Work-Life-Balance“ bewusster umgehen. Wenn man das Gefühl hat, man wird von der Technologie und den Arbeitgebern überrannt, ist es erschreckend. Wenn man aber die Technologie als Mittel nutzt, seine Freizeit und Arbeitszeit in einem fließenden Übergang bewusst miteinander zu gestalten, dann ist es auch eine riesige Chance.“

Dann führt die technologische Innovation zur Innovation der Lebensgestaltung. Eine Entwicklung, die Freyer für unaufhaltsam hält, denn „das Innovationstempo wird sich nicht verlangsamen“. Mit Henning Reinecke, Vorstand für Betrieb und Marketing, und Michael Poß, Direktor und Vertriebsleiter Nord, arbeitet er täglich zusammen daran, dieses Tempo mitzubestimmen. Da war es nur konsequent, dass sie gleich alle drei in den Club eingetreten sind.

KONTAKT

Gesellschaft für Informationssysteme AG
Grasweg 62 - 66
22303 Hamburg
Tel: 040 271 36-0
info@info-ag.de
www.info-ag.de

Alles im grünen Bereich

*Er wollte lieber Filme machen als selbst vor der Kamera zu stehen. Jetzt ist **MATTHIAS WOLK** ein erfolgreicher Web-TV-Produzent.*



Kreativer Kopf der realTV group: Matthias Wolk.

Text: **Jörg Marwedel**

Vielleicht hätte Matthias Wolk, 42, eine richtige TV-Moderatorenkarriere wie etwa Jörg Pilawa hinlegen können. Er finanzierte sein Studium in Bielefeld und Hamburg mit Radio- und Fernsehbeiträgen. Später nahm kein Geringerer als „Wetten-dass?“-Erfinder Frank Elstner ihn unter seine Fittiche, weil Wolk ihm einfach geschrieben hatte, er sei ein junger Mann mit vielen guten Ideen. Doch weil sich der gebürtige Bielefelder nicht nur fürs Moderieren interessierte, sondern auch fürs Produzieren, hatte er schon 1998 eine weitere Idee: Er gründete die One-Man-Show Wolk-TV und bediente diverse Fernsehsender mit Reportagen.

Das war die Basis der heutigen Firma realTV group, die inzwischen sieben Angestellte und viele freie Spezialisten hat – von Cuttern und Kameraleuten bis zu Producern und Redakteuren. Das klassische TV aber ist heute nur noch eine Art Hobby. Verdient wird das Geld jetzt hauptsächlich im Internet oder mit Image-Produktionen für Unternehmen, die zum Teil sogar aus dem Mittelstand kommen. Auch für die Hamburger Hochbahn, die Reederei Hamburg-Süd oder die Hamburger Biersorten Astra und Ratsherren hat die Firma schon Filme gedreht.

Für das Hobby ist in erster Linie der Wolk-Ableger real nature zuständig. Da geht es um Expeditionen, Forschung und Abenteuer. Kürzlich drehte man mit dem Polarforscher Arved Fuchs in Grönland. Wolk selbst war schon in Spitzbergen, Island, Namibia und Südafrika. Im Januar 2013 soll es nach Indien gehen zu einer Rikscha-Rallye. Spannende Themen, für die sich sogar schon die britische BBC interessierte. Doch die Naturfilme werden mäßig bezahlt.

Das Online-Branded-Entertainment kennt dagegen praktisch keine Grenzen. Und an Einfällen mangelt es Wolk und seinen Mitarbeitern auch heute nicht. Die Unternehmen Audi und SAP etwa sponsern die Live-Reportagen der realTV group von der Kieler Woche – weil sie Segler für potenzielle Käufer ihrer Produk-

te halten. Am Kieler Rathausmarkt und in Schilksee kann man die Regatten auf Bildschirmen verfolgen. 45 Leute werden benötigt, um so ein Event an Land zu präsentieren. Zudem wird das Audi Sailing Team Germany auf dem Weg zu den Olympischen Spielen 2016 in Rio de Janeiro begleitet. Auch über Boxen, Golf und Trabrennen in Hamburg hat die realTV group schon Filme gemacht.

Im Internet, glaubt der kommunikationsfreudige Wolk, habe man einen „Wissensvorsprung“ vor der Konkurrenz, weil man schon seit sieben Jahren für das Web-TV produziere und wisse, wie das Netz funktioniert. Etliche der Filme der realTV group sind zu sehen etwa bei Geo-TV, Wetter.com oder beim Globetrotter-Sender „Four Seasons“. Denn die Anbieter wollen ihren Internetkunden Themen bieten, die sie anregen. Im Netz können Firmen viel genauer ihre Zielgruppe finden. Dafür brauchen sie attraktive Beiträge abseits ihrer Produkte. Die neue Idee der realTV group ist eine Gartenserie mit dem Namen „Alles im grünen Bereich“. Die wird voraussichtlich bald ein namhafter Baumarkt kaufen. „Wir haben da“, sagt Matthias Wolk, „total den Nerv getroffen.“

Die schwierigen Anfangsjahre, in denen man „viel Geld versammelt hat“, so Wolk, sind längst Vergangenheit. Die Hamburger Firma mit Dependancen in Kiel und Bielefeld schreibt inzwischen ordentliche Gewinne.

KONTAKT

realTV group GmbH & Co.KG
Hegestraße 40
20251 Hamburg
Tel.: 040 36 19 18 90
info@realtvgroup.com
www.realtvgroup.com



BESUCHEN SIE UNS AUF
WWW.SYSTEMCARD.DE

CHIPKARTEN MIT SYSTEM

Wir bieten Ihnen ein multifunktionales Chipkartensystem mit Hard- und Software für verschiedene Bereiche.

- Kundenkarten
- Bonussysteme
- Golfkarten
- Kurkarten
- Kassensysteme
- Kartenleser zur Zahlung an Automaten
- Kartenleser zur Zutrittsfreigabe
- Kartenleser zur Bonusspeicherung



KONTAKT: SystemKom GmbH | Kulemannstieg 28 | 22457 Hamburg |
Tel.: +49 40 539 33 99-0 | Fax: +49 40 539 33 99-10 | www.systemcard.de | info@systemcard.de

APP IN DIE LOGE

Der **BUSINESS CLUB HAMBURG** bietet seinen Mitgliedern einen neuen Service: Konferenzraum buchen per App. Aktivieren Sie die Logen-App einfach auf Ihrem Smartphone und suchen Sie sich den richtigen Raum zur passenden Zeit. Nur ein paar Klicks und die Loge ist gebucht. Hier steht alles, was Sie wissen müssen.

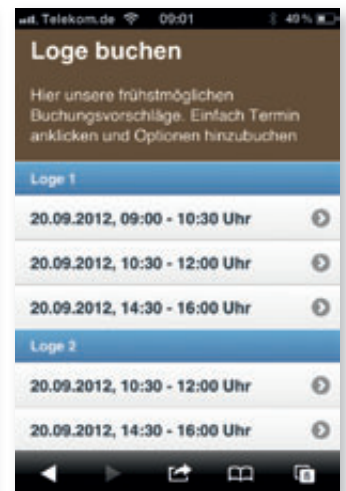
Homepage

Sie können die App auf iPhones und Androids nutzen. Die App aufs iPhone laden: www.mobile.bch.de anklicken. Mit dem Home-Button auf „zum Homebildschirm“ gehen und „Hinzufügen“ drücken – die BCH-App erscheint auf Ihrem iPhone.



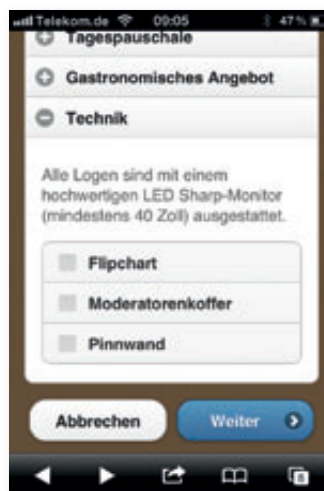
Termin und Loge wählen

Bei „Flexibler Termin“ können Sie Ihre Wünsche angeben und Optionen wählen (Bild). Bei „Fester Termin“ werden Ihnen direkt Terminangebote gezeigt.



Angebote erhalten

Nach Eingabe Ihrer Optionen wie Teilnehmerzahl, Zeitraum, Stundenzahl drücken Sie „Loge suchen“. Sie erhalten Vorschläge zur Logenbuchung.



Zusätzliche Angebote

Haben Sie sich für eine Loge entschieden, können Sie weitere Optionen wie Tagespauschale, Gastronomie oder Technik auf der nächsten Seite wählen.



Buchung

Zum Schluss können Sie noch einmal alle eingebuchten Optionen sowie den Preis überprüfen, Anmerkungen machen und die gewünschte Loge buchen.

Unsere
Experten
für Ihre
Gesundheit



M A R I E N
K R A N K E N H A U S

KOMPETENZ UND NÄCHSTENLIEBE

13 Fachabteilungen, über 1.600 Mitarbeiter, ein gemeinsames Ziel: Ihre Gesundheit!



Onkologie
Prof. Dr. med. Udo Vanhoefer

Schwerpunkte:
Zertifiziertes Onkologisches Zentrum; Immuntherapien inkl. schonender OP-Techniken bei sämtlichen Tumorerkrankungen; Chemotherapie; Strahlentherapie; Schmerztherapie. Kontakt: 040 / 25 46 - 25 02



Kardiologie/Präventivmedizin
Prof. Dr. med. Andreas van de Loo

Schwerpunkte:
Zertifizierte Chest Pain Unit; MRT-Vorsorgeuntersuchungen (Herzinfarkt, Schlaganfall, Gefäße); Sport-Leistungsscheck; Angiologie; Intensivmedizin. Kontakt: 040 / 25 46 - 21 02



Geburtshilfe
Priv. Doz. Dr. med. Holger Maul

Schwerpunkte:
Sanfte und sichere Geburten im Perinatalzentrum Level 1; Betreuung von Risikoschwangerschaften; Pränataldiagnostik; Neugeborenen-Intensivstation. Kontakt: 040 / 25 46 - 16 62



Gynäkologie
Prof. Dr. med. Gerhard Gebauer

Schwerpunkte:
Zertifiziertes Brust- und Gynäkologisches Krebszentrum; Tumorbehandlung und Wiederherstellungschirurgie; Endoskopische Operationen; Beckenbodenzentrum. Kontakt: 040 / 25 46 - 16 02



HNO-Heilkunde
Prof. Dr. med. Wolfgang Kehl

Schwerpunkte:
Kopf-Hals-Tumor-Zentrum; Behandlung von Erkrankungen der Nase und Nasennebenhöhlen; Ohrchirurgie; Schilddrüsenchirurgie; Cochlea Implantate. Kontakt: 040 / 25 46 - 23 02



Urologie
Dr. med. Salvador Fernandez De la Maza

Schwerpunkte:
Zertifiziertes Prostatazentrum; Behandlung von Nieren- und Prostataerkrankungen; Extrakorporale Stoßwellen-Lithotripsie (ESWL); Nerv- und gefäßschonende Prostatektomie (Hydrojet-Technik). Kontakt: 040 / 25 46 - 24 02



Anästhesiologie/Schmerztherapie
Prof. Dr. med. Norbert Rolf, DEAA

Schwerpunkte:
Klinische Anästhesiologie; Operative Intensivmedizin; Postoperative Schmerztherapie; Multimodale Behandlung chronischer Schmerzen; Palliativmedizin. Kontakt: 040 / 25 46 - 11 02



Orthopädie
Dr. med. Roman Feil

Schwerpunkte:
Zertifiziertes Lokales Traumazentrum; Wirbelsäulenzentrum; Gelenkendoprothetik inkl. minimal-invasiver Verfahren; Fuß- und Handchirurgie; Versorgung von Frakturen. Kontakt: 040 / 25 46 - 15 02



Neurologie
Prof. Dr. med. Thomas Weber

Schwerpunkte:
Zertifizierte Stroke Unit; Behandlung von Schlaganfällen, Epilepsie, Multipler Sklerose, Parkinson und chronischen Kopfschmerzen. Kontakt: 040 / 25 46 - 26 02



Chirurgie
Prof. Dr. med. Christian Müller

Schwerpunkte:
Zertifiziertes Darmzentrum; Tumorchirurgie (Speiseröhre, Leber, Bauchspeicheldrüse); Thoraxchirurgie; Gefäßchirurgie; Stoma-Operationen; minimal-invasive Techniken. Kontakt: 040 / 25 46 - 14 02



Altersmedizin
Dr. med. Helmut Bühre

Schwerpunkte:
Rheumatologie; Alterstraumatologie; Internistische Geriatrie; Physikalische Therapie. Kontakt: 040 / 25 46 - 22 02



Altersmedizin
Priv. Doz. Dr. med. Daniel Kopf

Schwerpunkte:
Internistische Geriatrie; Gerontopsychiatrie und Psychotherapie (Behandlung von Demenz, Depression); Endokrinologie und Diabetologie. Kontakt: 040 / 25 46 - 22 02



Radiologie
Dr. med. Herwig Denkhau

Schwerpunkte:
Digitale Radiographie; Computertomographie; MRT; Brustdiagnostik (Mammographie); Angiographie; Ultraschall; Gefäßinterventionen; CT-gesteuerte Schmerztherapie. Kontakt: 040 / 25 46 - 17 02



Weitere Informationen
Kath. Marienkrankenhaus
Alfredstraße 9 | 22087 Hamburg
Telefon 040 / 25 46 - 0
www.marienkrankenhaus.org
info@marienkrankenhaus.org

SO PROFITIEREN SIE VOM BUSINESS CLUB HAMBURG

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



GASTRONOMIE

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

WOCHENENDE

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

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

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

PARTNER

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



RAUMANGEBOT

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

PROGRAMM

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

KONTAKTE

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

WER WIR SIND

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

WAS WIR BIETEN

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

PHILOSOPHIE

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

MITGLIEDSCHAFT

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

MITGLIEDER

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

EINLADUNG

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

Members for Members

Jedes Mitglied des **BUSINESS CLUB HAMBURG** erhält beim Kauf von Produkten, Dienstleistungen und Services vieler anderer Mitglieder attraktive Konditionen. Wie es funktioniert, erfahren Sie direkt per QR-Code oder unter www.bch.de/mfm



PERSONAL  www.delphi-hr.de	GOLF  www.golflounge.de	FIRMEN-DATEN  www.databyte.de	HOTEL  www.grand-elysee.com
LIFESTYLE  Dänisches Design am Fischmarkt. Wo sonst. www.boconcept.de	FITNESS  Fitness. Wellness. Bodycare. www.meridianspa.de	HOTEL  www.novum-hotels-hamburg.de	DIGITAL PUBLISHING  Digital Publishing. Done simple. Done right. www.pressmatrix.de
GOLF  www.schloss-luedersburg.de	RENT A CAR  www.starcar.de	FINANZDESIGN  www.fairvendo.de	EINRICHTUNGEN  Wohnen. Objekt. Licht. Töne. Planung. Anfertigung. Ausführung. www.giesen-raumpraegung.de
SCHWARZES BRETT  ... so will ich das! www.kwizzme.com	NEW TV  www.realtvgroup.com	IT LÖSUNGEN  www.is-solution.de	GESAMTPLANUNG  CONSULTING ENGINEERS & ARCHITECTS www.ifb-hh.eu



Bühnenreife Sauberkeit.

Erfahren Sie mehr: www.grg.de/eventreinigung.htm



HAMBURGS BESTES WEIHNACHTSPLÄTZCHEN



Ein Verwöhntag im MeridianSpa macht Freude und tut richtig gut!

Verschenken Sie zu Weihnachten einen Tag „Urlaub im Alltag“! Mit einer Wellness-Tageskarte oder einem unserer Verwöhnpakete bestehend aus Tageskarte + Bodycare-Behandlung schenken Sie IHR oder IHM Gesundheit, Entspannung und Wohlfühl. Diese und weitere Gutscheine erhalten Sie in jedem Hamburger MeridianSpa oder im E-Shop auf www.meridianspa.de/eshop mit Versand an Ihre Wunschadresse oder zum Selbstaussdrucken.

**Wir wünschen Ihnen eine entspannte Weihnachtszeit
und schöne Stunden im MeridianSpa!**

WANDSBEK • CITY • EPPENDORF • ALSTERTAL
☎ 65 89 0 • www.meridianspa.de



MERIDIANSPA
Fitness. Wellness. Bodycare.

Meine Schätze im Glas

*Für besondere Anlässe sollte man sich einen besonderen Tropfen gönnen. Sommelière **ANICO KOCH** stellt Ihnen ihre persönlichen Highlights der Club-Vinothek vor.*

Text: **Achim Schneider**

Wahre Schätze im Weinglas sollen für immer im Gedächtnis bleiben. Sie sollen Auge, Nase und Zunge beören. Außerdem sollten es Raritäten sein, die nicht an jeder Ecke zu finden sind. Ein paar solcher Schätze möchte ich Ihnen in dieser Ausgabe vorstellen. Denn es ist bald Weihnachten und Silvester – und da darf es zum festlichen Menü gern etwas Besonderes sein.

Mein erster Schatz ist ein Pouilly Fumé, ein Sauvignon Blanc aus dem Weingebiet der Loire. Er ist sortenrein, was für französische Weine eine Ausnahme darstellt. Der Kalk- und Feuersteinboden des Anbaugebietes sorgt für seine intensive Mineralität. Dieser edle Weiße ist kein Massenprodukt. Er ist fast ein bisschen frühlingshaft, duftet nach weißen Blüten und Orangenschale. Die Lagerung im Barrique verleiht ihm zudem ein leicht rauchiges Aroma. Am Gaumen entwickelt der Franzose eine Frische von Zitrone, er ist somit etwas säurebetont. Ich kann ihn besonders zu Fischgerichte empfehlen.

Jetzt wird es elegant. Mein roter Schatz ist ein Rioja Crianza Mileto vom Weingut Lar de Sotomayor, das südlich von Pamplona beheimatet ist. Sein leichter Tannin-Geschmack macht ihn so besonders. Er ist sehr fruchtig und hat einen Hauch von Schokoladengeschmack. Die Winzer, Vater und Sohn Jarauta, füllen von ihrer Ernte lediglich 10 Prozent in Flaschen ab, das verspricht eine überragende Qualität des Weines. Der ideale Wein für Wildgerichte mit Preiselbeeren und kurz angebratenes Rinderfilet.

Zum Schluss gibt's etwas Süßes für den Gaumen. Der Banyuls Rimage „Mas Cornet“ ist ein fantastischer Dessertwein. Seine Trauben (Grenache) sind bis Ende Oktober am Stock, sie sind bereits trocken wie Rosinen. Nach der Lese wird die Maische mit Alkohol vermengt – das ergibt einen hochprozentigen Süßling. Sein Geschmack ist beerig, schokoladig. Er passt zu Cassis Sorbet genauso wie zu kräftigem Käse und darf nicht zu kalt serviert werden. 10 bis 11 Grad ist die optimale Temperatur.



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



DIE EMPFEHLUNGEN:

2010 Pouilly Fumé, trocken Yvon & Pascal Tabordet

Preis pro Glas: 10,80 €
Preis pro Flasche: 36,- €
Preis außer Haus: 14,- €

2008 Rioja Crianza Mileto Domeco de Jarauta, Rioja

Preis pro Glas: 9,90 €
Preis pro Flasche: 34,- €
Preis außer Haus: 12,- €

2010 Banyuls Rimage, trocken Cave de l'Abbé Rous, Banyuls

Preis pro Glas: 10,80 €
Preis pro Flasche: 36,- €
Preis außer Haus: 14,- €

WILDE ZEITEN

*In den Wochen vor Weihnachten kommt endlich wieder Wild auf den Teller, auch im Business Club Hamburg. Für Chefkoch **NILS-KIM PORRU** ist es die Zeit der Rückbesinnung auf Ursprünglichkeit und Natur.*



FOTO: XXXXXXXXXXXXXXXXXX



Nahaufnahme: Chefkoch Nils-Kim Porru beim Fotoshooting auf Schloss Lüdersburg. Zum Schloss gehören eine der größten Natur- und Jagdschulen Deutschlands, ein Hotel und zwei Golfplätze.



Der Küchenchef in seinem Element: Nils-Kim Porru bedient Pfanne und Messer virtuos, wenn es gilt, etwas Feines auf den Teller zu bringen.



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

Draußen wehen die letzten Blätter von den Bäumen, Regen läuft an der Fensterscheibe herab, und die Temperaturen sind schon recht frostig. Aber drinnen strahlt Nils-Kim Porru, Küchenchef im Business Club Hamburg. Denn Herbstzeit ist Wild-Zeit. Und Wild ist „etwas Tolles“, sagt Porru. „Das ist so etwas Ursprüngliches. Schon immer ging der Mensch auf die Jagd und brachte das erlegte Wild nach Hause. Heute ist Wild zwar etwas Besonderes, nichts Alltägliches mehr, aber eben immer noch etwas unfälscht Leckeres.“

Wild im Winter kommt Porrus Hang zu regionalen und jahreszeitlichen Gerichten genau entgegen. „Es ist zwar nicht billig, aber etwas ganz Natürliches. Die Tiere sind nicht hochgezüchtet, nicht mit Wachstumshormonen und Antibiotika gefüttert und versorgt worden, sondern ganz auf sich gestellt aufgewachsen.“ Seine Favoriten sind Reh und Hirsch, wenngleich er gegen Fasan, Hase und Rebhuhn, Enten und Schnepfen auch nichts einzuwenden hat. Wildschwein liege nicht allen, sagt er, deshalb verzichte er darauf und bevorzuge Rücken und Keule von Rehen und Hirschen.

Wenn Porru in der Zeit vor Weihnachten Wild auf die Karte setzt, sowohl auf die für die Mitglieder im Restaurant wie auch auf die für Veranstaltungen, so ist das doch keine Absage an die beliebte Weihnachtsgans. Die wird es auch in diesem Jahr wieder „to go“ geben, also zum Mitnehmen und Fertigbraten, allerdings auf Vorbestellung.

Bei der Zubereitung ist es dem Küchenchef wichtig, den Wildgeschmack nicht zu übertönen, sondern aromatisch zu ergänzen. Er beginnt zu schwärmen: „Gedörrte Pflaumen, Aprikosen und

Kirschen passen wunderbar zu Wildgerichten, aber auch Süßes, wie in Weißwein pochte Birnen und Äpfel.“

Den Sud aromatisiert er mit Sternanis und Nelken. Auch Cranberries, am besten die großen, amerikanischen, sind ein attraktives Obst, das passt, auch zu Enten. Kirschen kann man einlegen in einen Sud aus Portwein, Balsamico, Zucker, schwarzem Pfeffer und Nelken. Das lässt sich auch zu Hause machen, denn die Zutaten sind meist vorhanden. Die Kerne und Körner sollte man besten nicht klein mörsern, sondern nur anstoßen. Sonst wird der Geschmack zu intensiv. Die Kirschen können aus dem Glas oder tiefgekühlt sein.

Leuchtende Augen bekommt Porru beim Thema Steinpilze. „Dieses Jahr ist ein gutes Jahr für Steinpilze. Es gibt sie jetzt in guter Qualität und Menge. Ich bekomme sie frisch aus Bayern vom Lieferanten meines Vertrauens. Die sind einen Tag nach dem Sammeln hier.“ Aber auch alle möglichen Wurzeln aus der Region seien verfügbar und eine köstliche Begleitung für Wild. „Trüffeln passen natürlich auch ganz wunderbar, sind aber teuer. Wenn jemand Trüffeln für das Essen bei seiner Veranstaltung haben möchte, besorge ich sie natürlich. Aber für die tägliche Speisekarte eignen sie sich nicht so sehr.“ Ein verschmitztes Lächeln begleitet den Satz.

Unter Wild versteht man nur die für die Jagd in Frage kommenden Tiere. Alle anderen sind Wildtiere. War das Wild in der Steinzeit unerlässlich für die Ernährung, wird heute nur noch sehr wenig Wild gegessen. Verschlingt der Deutsche etwa pro Jahr um die 60 Kilogramm Fleisch aller Art, so liegt der Wildanteil mal →

IN DIESER
KLASSE
BLEIBT MAN GERNE
SITZEN.

Die neue Mercedes
A-Klasse schon für
249,- pro
Woche



STARCAR
Autovermietung



0180/55 44 555

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



„Schon immer ging der Mensch auf Jagd und brachte das erlegte Wild nach Hause.“

**Gebratener Rehrücken mit
Orangen-Wacholdersauce,
geröstetem Ofengemüse und
Artischockenpüree (4 Personen)**

ZUTATEN:

Rehrücken:

950 g Rehrücken ohne Knochen und Haut, 400 g Speck in dünnen Scheiben, Salz, Pfeffer, Knoblauch, Thymian, Olivenöl, Butter

Farce (Füllung):

80 g Geflügelfleisch, 100 ml Sahne, Salz, Pfeffer, Petersilie

Sauce:

600 ml Wildfonds, 200 ml Orangensaft, drei Wacholderbeeren, 100 ml Portwein, 3 EL Essig hell, 20 g Zucker

Artischockenpüree:

4 Stück. geputzte Artischockenböden, 40 g Butter, 70 ml Sahne, 1 Zitrone, Salz, Pfeffer, Wasser, Weißwein, Olivenöl

UND SO GEHT'S:

Ein schöner Rehrücken gehört für mich zur Vorweihnachtszeit einfach dazu. Damit Ihnen dieses wunderbare Essen gelingt, habe ich das Rezept hier aufgeschrieben. Es ist gar nicht so schwer. Das Fleisch wird mit Salz und Pfeffer gewürzt in der Pfanne angebraten; danach kaltgestellt. Für die Farce pürieren Sie Geflügelfleisch mit Sahne, Salz und Pfeffer und streichen alles durch ein Sieb. Danach Petersilie hinzufügen, Speckstreifen auf eine klare Folie legen und mit der Farce bestreichen. Nun kommt der Rehrücken wieder ins Spiel. Wickeln Sie ihn in die Folie mit den Speckstreifen und stellen ihn etwa 1,5 Stunden kalt. Danach das Fleisch aus der Folie nehmen, in der Pfanne langsam anbraten und anschließend für acht Minuten bei 160 Grad in den Ofen. Jetzt nochmal acht Minuten ruhen lassen – und fertig.

Das ganze Menü finden Sie im Internet (www.bch.de). Einfach QR-Code mit Ihrem Smartphone scannen und Sie gelangen automatisch zum Rezept.



gerade bei etwa einem Kilo. Manches Wild hat Schonzeiten im Jahr, manches nicht. Wildschweine sind meist nicht geschützt, Rehböcke dagegen dürfen in der Regel nur von Mai bis November gejagt werden, wobei es Unterschiede in den Bundesländern gibt. Die Zeiten sind gesetzlich geregelt.

An den Jagd- und Schonzeiten ist erkennbar, dass es Wild meist nicht das ganze Jahr über gibt. Kenner allerdings sagen, dass es bei Rehen und Hirschen keinen Unterschied macht, ob sie frisch oder tiefgekühlt in die Küche geliefert werden. Das Fleisch enthält fast kein Fett, das Schaden nehmen könnte. Beim Wildschwein liegt die Sache anders: Es enthält mit der Schwarte reichlich Fett, das nach mehr als einem Jahr im Tiefkühler nach dem Auftauen nicht mehr lecker sein könnte.

Der Herbst ist die klassische Zeit für die Jagd. Rot-, Dam- und Rehwild dürfen in der Regel bis einschließlich Januar geschossen werden. Da die Tiere jedoch frei leben, kommt nicht jeder Jäger dann zum Schuss, wenn er gerade unterwegs ist. „Es gibt nur, was es gibt“, sagt auch der Club-Küchenchef. Schließlich kann er nicht im Supermarkt jede gewünschte Menge einkaufen.

Der Hubertustag am 3. November gilt als Auftakt für die großen Jagden. Hubertus soll ein adliger Jäger im 8. Jahrhundert gewesen sein, dem an einem Karfreitag ein Hirsch mit einem leuchtenden Kreuz zwischen den Geweihstangen erschien. Aus ihm soll Christus gesprochen haben: „Hubertus, warum verfolgst du mich?“ Der Angesprochene kniete nieder, ließ sich zum Christentum bekehren und wurde später heilig gesprochen. Er gilt als Schutzpatron der Jäger und Hüter des Wildes. Jäger allerdings fra-



WEIHNACHTLICHE ELBMOMENTE

Lassen Sie sich von unseren drei Weihnachts-Highlights inspirieren: „Ihre Weihnachtsfeier im Club“ mit einem weihnachtlichen Menü für Ihre Gruppe ab 15 Personen; das „Weihnachts-Menü an der Elbe“ mit Rehrücken als Hauptgang am 1. Weihnachtstag oder die „Gans fürs Fest zu Hause“ fix und fertig zum Abholen.

Reservierungen und Bestellungen ab sofort unter 040 42 07 01 41 oder event@bch.de oder persönlich bei Ihrem nächsten Besuch im Club.

gen sich, wie der ausgewachsene Hirsch im Frühjahr ein Geweih tragen konnte, denn in der Regel wird es zuvor abgeworfen und wächst zu dieser Zeit neu. Heute gilt der Hubertustag als Zeit der Besinnung auf die waidgerechte Jagd.

Nicht jedes Restaurant, das jetzt Wildgerichte anbietet, hat das Fleisch aus heimischer Jagd bezogen. Das Ausland liefert gern und vor allem billig. Man sollte also Vertrauen in die Qualität der Küche haben können – oder gleich im Club bei Porru einen Tisch bestellen.

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



NICOLE JAESCHKE
IMMOBILIEN

„Glück ist Liebe. Wer lieben kann, ist glücklich.“

Hermann Hesse

www.2ddesign.de



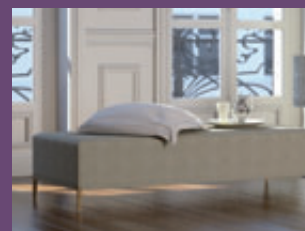
Aus Liebe zum Detail



Aus Liebe zu Hamburg



Aus Liebe zu Immobilien



Aus Liebe zum Wohnen



Deshalb sind wir für Sie da!

10 Minuten mit ...

REINHOLD WANNER

Geschäftsführer Alles klar! Veranstaltungs-Service GmbH



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

Weil es in der Eventbranche extrem spannend ist, kundenorientierte, kaufmännische und organisatorische Aufgaben zu verbinden und gleichzeitig Menschen glücklich zu machen, indem sie sorgenfrei und unbeschwert feiern können. Man feiert eben nur einmal seinen sechzigsten Geburtstag und der soll dann auch perfekt sein. Dabei dürfen wir helfen. Und all die Menschen, die auf dieser Party waren, empfehlen uns weiter. Wir haben eben ein sehr schönes Produkt und es macht viel Spaß, dieses zu verkaufen.

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

Natürlich gibt es Dinge, die mir nicht gefallen. Ich glaube, wie jeder andere Mensch, der seinen Job über viele Jahre praktiziert, durchlebe ich immer wieder Situationen, die mir weniger Spaß bringen. Man hat halt beim Führen einer Firma mit Ereignissen zu tun, auf die man durchaus verzichten könnte. Aber positive Situationen gibt es bei weitem mehr.

Haben Sie ein Lebensmotto?

Genieße jeden Tag, als wenn es dein letzter wäre. Versuche so viel wie möglich Spaß zu haben, denn kein Mensch hat durch permanentes Nachdenken über seine Sorgen und Nöte seine Situation verbessert. Und man muss sich entschleunigen können. Hektik, zeitliche Überforderung und Stress nehmen in der heutigen Zeit überhand. Auch und gerade in unserem Business. Immer just in time. Leider gelingt mir das Entspanntsein auch nicht immer. Ich arbeite daran.

Was ist Ihre große Stärke?

Ich glaube, dass ich Menschen sehr gut motivieren, ja begeistern kann. Ich kann ihnen in vielen Bereichen positiv etwas vorleben. Zudem mache ich aus Visionen Ziele und setze diese um. Dazu gehören unter anderem Disziplin, Organisationsgeschick, Durchsetzungsvermögen und die Fähigkeit, Situationen zu analysieren und die richtigen Schlüsse zu ziehen. Ich gebe nur auf, wenn sich die Situation so verändert, dass ein Weitermachen negative Auswirkungen auf die gesetzten Ziele hätte. Meine langjährige Erfahrung hilft mir dabei sehr.

Gibt es eine Schwäche, die Sie sich eingestehen würden?

Wie schon gesagt bin ich manchmal zu emotional. Das ist mitunter hinderlich. Und ich lasse gefühlt zu viele Dinge zu nah an mich heran, mache mir Gedanken darüber. Sich selbst zu erkennen und sich zu entwickeln, ist eine schöne Sache und natürlich, wie bei jedem Menschen, eine Lebensaufgabe.

Können Sie sich vorstellen, irgendwann eine Auszeit vom Job zu nehmen?

Wer könnte das nicht? Klar kann ich mir das sehr gut vorstellen. Im Moment fehlt mir, glaube ich, ein wenig der Mut und der wirtschaftliche Background, ein Sabbatjahr einzulegen. Aber es wäre bestimmt sehr spannend, sich neu zu orientieren. So oft bekommt man die Chance nicht, Zeit zu haben, um sich selbst zu finden.

Wofür würden Sie sich engagieren?

Als gut informierter Mensch, der auf der Sonnenseite des Lebens steht, weiß ich, wie viel Elend es auf dieser Welt gibt. Wenn du die Menschen, die Pflanzen und Tiere auf dieser Erde liebst, wenn du deine Umwelt erhalten willst, dann ist es nahezu egal, wo und wie du hilfst.

Alles klar! ist einer der führenden Anbieter für professionelle Vermietung von Ausstattungen für Feste und Veranstaltungen. An 16 Standorten in Deutschland vermietet das Unternehmen Artikel wie Glas, Geschirr, Küchentechnik, Mobiliar, Tischwäsche, Loungemöbel oder kleine Zelte. Kontakt: Reinhold Wanner
Tel.: 040 84 05 68 - 0 E-Mail: hamburg@allesklar-verleih.com Internet: www.allesklar-verleih.com

IMPRESSUM

Herausgeber:

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

Konzept und Realisation:

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

Chefredaktion:

Andreas Eckhoff, Achim Schneider

Art Director:

Tom Leifer, Tom Leifer Design

Redaktion und Autoren:

Peter Barber, Dr. Catrin Gesellensetter, Detlef Gürtler, Oliver Hardt, Stefan Krulle, Jürgen Löhle, Jörg Marwedel, Uwe Prieser, Gisela Reiners, Norbert Scheid, Nina Schwarz

Grafik:

Jasmin Nesch, Tom Leifer Design

Fotos Business Club Hamburg:

Cornelius Kalk, Martina van Kann

Lektorat:

Dr. Sigrig Schambach

Anzeigenleitung:

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

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:

10.000 Exemplare



IN DIESEN KULISSEN WIRD IHR EVENT UNVERGESSLICH!

ZU JEDEM ANLASS ...

- Weihnachtsfeier
- Firmenjubiläum
- Mitarbeiter- und Kunden-Incentives
- VIP-Events

... EIN EINZIGARTIGES EVENT!

- Individuelle Konzeption
- Detaillierte Planung
- Professionelle Ausführung
- Exzellenter Service

Nutzen Sie die besondere Atmosphäre im TUI Operettenhaus, Stage Theater Neue Flora oder Stage Theater im Hafen. Erleben Sie den einzigartigen Zauber unserer Musicals, der Ihr Event zu einem motivierenden und unvergesslichen Ereignis macht.

Fragen Sie uns nach den speziellen Konditionen für Business Club Hamburg-Mitglieder.

HAMBURG – STADT DER MUSICALS



Weltpremiere
November 2012



Anfragen richten Sie bitte an Stage Entertainment, Regionalvertrieb Nord
Tel.: 040 43165-565 • E-Mail: Hamburg.vertrieb@stage-entertainment.de



GARANTIERT DIE BESTEN
MUSICALS & SHOWS



Save the Date:
10. Mai 2013 –
MS EUROPA 2 freut sich auf
ihre Taufe in Hamburg!

DIE NEUE ART,
LUXUS ENTSPANNT
ZU GENIESSEN.

MS EUROPA 2

Legerer Luxus, 5-Sterne-Niveau und maximal 516 Gäste. Die neue EUROPA 2 verbindet Eleganz mit Leichtigkeit und schafft das perfekte Ambiente für Ihre exklusive Auszeit auf See. Ob in den weiträumigen Suiten mit eigener Veranda, im großzügigen OCEAN SPA oder in einem der acht Restaurants ohne feste Tischzeiten: An Bord der EUROPA 2 genießen Sie mehr Platz und Freiheit als auf jedem anderen Schiff.

www.hlkf.de

 **Hapag-Lloyd**
Kreuzfahrten