

club!

DAS MAGAZIN DES BUSINESS CLUB HAMBURG



Deutsche Bahn-Vorstand Rüdiger Grube auf einem alten Schienenstrang.

HAMBURG REIST DER TOURISMUS IST DIE SEELE DER STADT

Interview **BAHNCHIEF GRUBE ÜBER PÜNKTLICHKEIT, MOBILITÄT 3.0 UND ERLEBNISSE IM BILLIGBUS** **Crowdfunding** **SCHWARMFINANZIERUNG – AB 250 EURO IST JEDER DABEI** **Neu im Club** **HSV-CHEF DIETMAR BEIERSDORFER** **Genuss** **CHINAS GEHEIMNISSE FÜR GOURMETS**

NEU. ABER NIX FÜR ANFÄNGER.

Holsten Extra Herb und Holsten Stark.

**JETZT
PROBIEREN!**



IMPRESSUM**Herausgeber:**

BCH Business Club
Hamburg GmbH
Villa im Heine-Park
Elbchaussee 43
22765 Hamburg
Geschäftsführer: Peter Richard
Stoffel, Dörthe-Julia Zurmöhle,
Dr. Jan Kleeberg
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:

Sonja Álvarez, Peter Barber,
Detlef Gürtler, Oliver Hardt, Jörg Mar-
wedel, Alexandra Maschewski, Uwe
Prieser, Gisela Reiners, Norbert
Scheid, Nina Schwarz

Grafik:

Carsten Lerch

Fotos Business Club Hamburg:

Martina van Kann

Lektorat:

Dr. Sigrid Schambach

Anzeigenleitung:

Tina Morgenstern
Telefon: 040 4 21 07 01-18
E-Mail: tm@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:

11.000 Exemplare



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

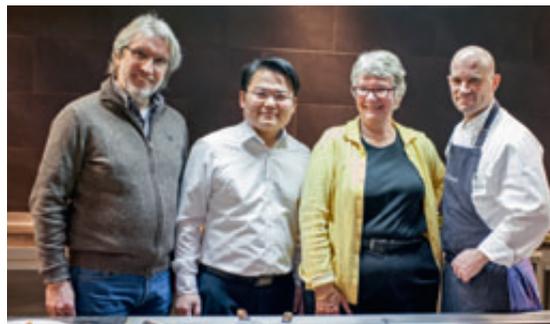
Reisefieber

Liebe Leser,

reisen Sie? Wer reist, ist immer auf einem guten Weg. Reisen bildet, Reisen befreit, Reisen erweitert Horizonte. Philosophen sagen, dem Reisen wohne ein existenzieller Sinn inne. Wir haben uns in dieser Ausgabe intensiv mit dem Thema Reisen beschäftigt. Erstaunliche Erkenntnisse sind dabei herausgekommen. Lesen Sie, was Prominenten wie der Schauspielerin Hannelore Hoger, dem Musiker Johannes Strate oder dem Sternekoch Christoph Ruffer das Reisen bedeutet. Erfahren Sie von einem berufsmäßigen Reiseprofi, dem Bahnchef Rüdiger Grube, wie sich unsere Mobilität in Zukunft verändern wird. Oder erleben Sie, wie der Fußballmanager Dietmar Beiersdorfer am Ende einer langen Reise durch Europa wieder da angekommen ist, wo er einst seine Karriere begann: in Hamburg bei seinem HSV.

Im Namen des gesamten Teams des Business Club Hamburg wünsche ich Ihnen eine erkenntnisreiche Lektüre und einen reiselustigen Frühling.

Peter Richard Stoffel



**Team am China-Grill: Redakteur Achim Schneider, Cop-
per House-Besitzer Qiuyi Chen, Autorin Gisela Reiners
und Business Club Hamburg-Koch Nils-Kim Porru (v. l.).**



**Bankgeheimnis: Dietmar Beiers-
dorfer (r.) und Redakteur Andreas
Eckhoff im HSV-Stadion.**



Hamburg reist

16

Touristen kommen, Touristen gehen: Hamburg ist seit vielen Jahrhunderten die Hauptstadt der Reisenden.

INHALT

03 EDITORIAL

Reisefieber

06 MARVIN WILLOUGHBY PLANT SEINEN FRÜHLING

Der Sportchef der Hamburg Towers freut sich auf kämpferische Spiele zum Saisonende und einen langen Urlaub danach.

Look & Feel

08 IM CLUB UND UNTERWEGS

Mit Musik für die Wirtschaft lernen, Maritimes Business-Frühstück, Talk mit Torralf Köhler von Hamburg.de, Länderabend Frankreich, Highlights der kommenden Wochen.

12 POLITIK-TALK

Jürgen Pfeiffer diskutiert mit Gästen die Frage: „Eiszeit oder Händedruck – was bringt Putin zur Vernunft?“

14 GOLF MATCHPLAY SERIE

Die Clubmitglieder Günter Erdmann und Claudia Schoenrock berichten über ihre ersten Golferfahrten beim Platzreifekurs auf Schloss Lüdersburg.

Titelthema

16 HAMBURG REIST

In keiner deutschen Stadt sind Hotels so ausgelastet wie hier, nirgendwo gehen so viele Reisende auf große Kreuzfahrt. Hamburg ist Spitze – als Ziel und als Ausgangspunkt.

24 INTERVIEW

Deutsche Bahn-Chef Rüdiger Grube erklärt, was die Bahn vom Silicon Valley lernen kann, wie die Zukunft seines Unternehmens aussieht und was er auf der Fahrt mit einem Billigbus erlebte.

28 MEINUNG

Clubmitglieder zum Thema „Hamburg reist“.



TITEL

Für das Titelmotiv inszenierte Fotograf Reto Klar Bahnchef Rüdiger Grube auf alten Schienensträngen in einem Waldstück – ausnahmsweise nicht in dessen Heimatstadt Hamburg, sondern im Park am Gleisdreieck am Hauptsitz der Bahn in Berlin.



Neuaufbau 48

Alles auf Anfang: Dietmar Beiersdorfer will den Hamburger SV wieder auf Erfolgskurs bringen.



Feine Sachen 60

Die Geheimnisse der chinesischen Küche sind ihre Gewürze und ihre aromatische Vielfalt.

30 GÜRTLERS GRÜTZE

Kolumnist Detlef Gürtler über Sehnsuchtsorte, Traumorte, Extremorte – und was Hamburg mit Lampedusa zu tun hat.

Wissen

32 CROWDFUNDING

Schwarmfinanzierung ist der neue Weg, in Unternehmen zu investieren. Dabei unterstützt eine Vielzahl von Menschen – die crowd – ein Projekt und macht es so erst möglich.

38 MEINUNG

Clubmitglieder zum Thema „Crowdfunding“.

Gute Tat

40 LERNEN OHNE GRENZEN

Das Forum Young Migrant Talents unterstützt Kinder aus Einwandererfamilien mit Bildungsangeboten – und sorgt so für die Ausbildung der Fachkräfte von morgen.

Partner

42 MARITIMES CLUSTER HAMBURG

Mit fast 25 Milliarden Euro Umsatz ist Hamburg wichtigster Standort der maritimen Wirtschaft. Das Maritime Cluster, Partner des Clubs, unterstützt die Hafenwirtschaft.

Special

46 PERSONALDIENSTLEISTUNGEN

Seit vielen Jahren vermittelt der Personaldienstleister Orizon Mitarbeiter in der Hamburger City. Zu seinen Kunden zählen Banken, Reedereien und Immobilienhändler.

Neu im Club

48 MENSCHEN UND IHRE GESCHICHTEN

HSV-Chef Dietmar Beiersdorfer, Gastrounternehmer Kemal Üres, Technik-Experte Jan Verlaat, Unternehmensberater und Kaffeeröster Christoph Riedel.

Special

58 NEUE SPRACHE FÜR NEUE MARKEN

Das Erscheinungsbild der zur Edeka-Gruppe gehörenden Ladenkette Hieber ist Musterbeispiel einer Markenentwicklung – und zeigt die Strategie der Agentur Neue Monarchie.

Gourmet & Genuss

60 CHINAS GEHEIMNISVOLLE KÜCHE

Die chinesische Küche besticht durch ihre kolossale Vielfalt. In jeder Region wird mit anderen, überraschenden Zutaten, Gewürzen und Aromen gekocht.

64 INTERVIEW

Dr. Margot Schüller (Leibniz Institut für globale und regionale Studien) über die Wirtschaftspartner China und Hamburg.

66 ROLF-PETER ROCKE BITTET ZU TISCH

Was der Schreibtisch über den Hamburger Anwalt und langjährigen ADAC-Chef verrät.

Service

03 IMPRESSUM

56 ALLES WISSENSWERTE ZUM CLUB

MARVIN WILLOUGHBY PLANT SEINEN FRÜHLING

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



Entspannt im Strandkorb: Noch hat der 2,02 Meter große Marvin Willoughby zwar keinen Urlaub, aber auf der Terrasse des Business Club Hamburg probiert er schon einmal.

„Ich finde mein Leben zur Zeit extrem spannend.“

Marvin Willoughby, 37, ist Sportdirektor der Basketball-Profilmannschaft Hamburg Towers und Vorsitzender des Vereins „Sport ohne Grenzen“. Der ehemalige Basketball-Nationalspieler und Teamkollege von Dirk Nowitzki leitet auch die InselAkademie, ein Sportförderprogramm in Wilhelmsburg.

„Für Leistungssportler ist das Frühjahr die wichtigste Zeit. Dann kommen die Wochen, in denen Titel vergeben und Meisterschaften entschieden werden. Für uns, ehrlich gesagt, in diesem Jahr wohl noch nicht. Den Hamburg Towers mangelt es für die Play-offs etwas an Kontinuität. Trotzdem möchten wir unsere erste Spielzeit in der zweiten Liga mit guten Auftritten abschließen. Dann haben wir drei extrem anstrengende Jahre hinter uns, in denen wir eine Menge aufgebaut haben. Wir haben ja nicht nur Profibasketball in Hamburg eingeführt, sondern das Projekt mit unserem sozialen Engagement „Learn for Life“ und der InselAkademie verzahnt. Wir haben dabei eine Menge gelernt. Aber in der nächsten Saison sind noch ein Menge weiterer Schritte zu gehen.

Ich finde mein Leben zur Zeit extrem spannend. An einem Tag sitze ich beispielsweise mit dem Innensenator an einem Runden Tisch für Olympia. Am nächsten Morgen erkläre ich in einer Stadteilschule in Wilhelmsburg Tyla, Idris und Marvin, warum es im Leben hilfreich sein kann, wenn man sich an Spielregeln hält. Diese Bandbreite zwischen Leistungssport, sozialer Arbeit und Politik empfinde ich als bereichernd. Ich bin stolz darauf, meine Stadt auf diese Weise ein bisschen mit gestalten zu dürfen.

Schön anstrengend – das ist mein Leben derzeit auch, weil ich neben den beruflichen Projekten auch ein privates „Großprojekt“ lebe. Ich bin gerade zum zweiten Mal Vater geworden – Niel und Henk sind jetzt 16 Monate und sechs Wochen alt. Wie gut, dass ich mit der Familie nach der Saison vier Wochen Urlaub machen kann – gefühlt habe ich das in meinem ganzen Leben noch nicht. Mein größtes Ziel für die Ferien ist, dass ich es schaffe, nur einmal am Tag das Handy anzuschalten; damit würde ich bei meiner Frau Sophie extrem punkten. Ansonsten bin ich aber im Urlaub eher der ruhige Typ. Ich kann schon mal längere Zeit entspannt am Strand liegen. Na gut, nach vier, fünf Tagen brauche ich dann doch etwas Abwechslung – Wellenreiten und Surfen sind meine bevorzugten Beschäftigungen.“

MONT
BLANC 

Montblanc Heritage Spirit Moonphase and Hugh Jackman

Crafted for New Heights

Die Montblanc Heritage Spirit Moonphase verfügt über eine Mondphasenkomplikaion, die nach den Maßstäben der traditionellen Feinuhrmacherei gefertigt wurde. Eingebettet in ein 39-mm-Gehäuse aus 18 K Rotgold, zeigt das Kaliber MB 29.14 mit Automatikaufzug die Mondphase in einer sichelförmigen Öffnung an und macht aus diesem Zeitmesser einen lebenslangen Begleiter. Visit and shop at [Montblanc.com](https://www.Montblanc.com)





Ein Mann und sein Kunstwerk: Was für die Beobachter zuerst wie ein wildes Gekritzeln wirkt, hat durchaus seinen Sinn. Den erklärt Musiker und Unternehmensberater Miha Pogacnik mit viel Power, Gestik und Humor.



1) Entspannt: Corinna Wilckens (Tchibo).



2) Gefesselt: Bernhard Pelzer, Friederike Hein und Axel Hein.



3) Konzentriert: Miha Pogacnik.



4) Interessiert: Die Gäste hatten nach dem offiziellen Teil noch viele Fragen.

MIT DER VIOLINE MANAGERN HELFEN

Der Besuch in der Villa im Heine-Park war für den weitgereisten Künstler eine Reise in vergangene Zeiten. „Ich bin hier fast zu Hause, habe 21 Jahre nicht weit von hier gelebt“, überraschte Miha Pogacnik seine Zuhörer. Viele Jahre war er mit seiner Violine in den Konzerthallen der Welt unterwegs. Dann wurde er Festivalveranstalter. Dabei kam ihm die Idee, Kunst und Wirtschaft miteinander zu verbinden. Der Musiker spürte viele Parallelen zwischen den künstlerischen und wirtschaftlichen Seiten auf und entwickelte Methoden, mit denen er Führungspersonal mit Hilfe von Analogien aus der Musik, Kreativität, Teamwork, Führungsstärke sowie Krisenmanagement näherbrachte. Sein Credo: „Kunst muss die Wirtschaft sponsern.“ Am Beispiel der Mond-Fuge von Bach machte Pogacnik den Gästen seine Thesen verständlich. Er animierte das Publikum zum Mitsummen, spielte darüber musikalische Variationen und lud immer wieder zum Mitmachen ein. Dieser kunstvolle Abend war für alle Anwesenden ein besonders lehrreiches Erlebnis.



Torralf Köhler, Pressesprecher der städtischen Internetplattform hamburg.de, sprach über die Entwicklung in der digitalen Welt.



IMMER UP-TO-DATE IN DER DIGITALEN WELT

Torralf Köhler sagt von sich selbst, dass er aus den letzten Atemzügen des Internet-Vorläufers btx Mitte der 90er Jahre direkt in die bunte Welt des Web übergegangen ist. Heute ist er Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für die Internetplattform hamburg.de. Mit viel Verve sprach er vor den Gästen im Business Club über die heutigen Trendsetter „Local, Mobile, Social“. Die Zuhörer erfuhren viel Neues aus der digitalen Welt.



Helfen ist ihm eine Herzensangelegenheit: Kapitän Ralf Krogmann ist viele Jahre auf den Seenotkreuzern über die Meere gefahren.

LEBEN RETTEN ALS PASSION

Bei einem Business-Frühstück referierte Kapitän Ralf Krogmann, Leiter der Hamburger Repräsentanz der Deutschen Gesellschaft zur Rettung Schiffbrüchiger, über die Arbeit der rund 1000 Seerettender auf deutschen Seegewässern. Seit mehr als 30 Jahren ist Krogmann für die DGzRS tätig. Die Gesellschaft, die im Mai 150-jähriges Bestehen feiert, hat in dieser Zeit mehr als 80 000 Menschen aus bedrohlichen Situationen gerettet.



Internationales Publikum im Club: Im Vordergrund Jürgen Tang (links), Felix Li (China Business Center Hamburg, Mitte), Karl-Heinz Gremnitz (Commerzbank, rechts).

CHINA – EINE CHANCE FÜR DIE WIRTSCHAFT

Das International Bankers Forum ist ein Zusammenschluss von Mitgliedern deutscher und international tätiger Banken. In Kooperation mit dem Business Club veranstaltete das IBF einen Gedankenaustausch zum Thema „China als globaler Investor – neue Chancen und Herausforderungen“. Mark Bösch (Manager Magazin) und die renommierten Experten Dr. Margot Schüller (GIGA Institute of Asian Studies) sowie Patrick Heid (Office Managing Partner GvW Graf von Westphalen, Shanghai) diskutierten angeregt über die Chancen, die sich der europäischen Wirtschaft durch die Neuausrichtung Chinas bieten.



China-Experten im angeregten Gespräch: Dr. Margot Schüller, Patrick Heid, Mark Bösch (von links).



Maike Sörensen (Euler Hermes Deutschland), Andreas Grube (UniCredit Bank), Klaus Frasch (von links).

VIVE LA FRANCE!

Beim Länder-Talk im Business Club ging es um Hamburgs Wirtschaftsbeziehungen zum französischen Nachbarn.

Interessante Vorträge, feine Speisen und gute Laune – das ist das Motto der Länder-Talk-Abende. Zur Einstimmung wurden die Gäste mit Musik von Edith Piaf und einem Glas Rosé Champagner begrüßt, den Moët Chandon Marketing Director Urs Hessenauer spendierte. Anschließend hielt Hamburg Ambassador Prof. Wolfgang Michalski einen Vortrag zu den wirtschaftlichen Beziehungen beider Länder, der die Gäste zu einem intensiven Meinungsaustausch animierte. Das Menü von Chefkoch Porru mit Boeuf Rossini und Trüffelsauce sowie Kartoffelstampf und einer Limonen-Tarte mit Milcheis zum Dessert rundeten den gelungenen und stimmungsvollen Abend ab.



01

01 Beifall für Professor Wolfgang Michalski: Meike Siemen, Jost Deitmar (Louis C. Jacob), Geschäftsführer Peter Stoffel.



02

02 Barbara Barberon-Zimmermann (deutsch-französisches Festival „arabesque“) im Gespräch mit Wolfgang Michalski.



03

03 Gut gelaunt am Dinner-Tisch: Bärbel Southwood (TAVA Consulting).

04 War vom Länder-Talk im Club begeistert: Hourvash Pourkian (Kulturbrücke Hamburg e. V.).



04

05 Feines Menü von Chefkoch Porru: Boeuf Rossini an Trüffelsauce und Kartoffelstampf.



05

EVENT TIPPS

Hier finden Sie einige Highlights der kommenden Wochen im Business Club Hamburg.

Mittwoch, 25. März, 19 Uhr
Podiumsdiskussion:

Volksbank Mittelstands-Talk

TV-Journalist Matthias Wolk diskutiert mit Ralf Sommer (Vorstandsvorsitzender IFB Hamburg) und Prof. Dr. Christoph Ihl (TUHH) über die Gründerkultur und ihre Chancen in Deutschland.

Dienstag, 5. Mai, 19 Uhr

Die Hamburger Hochbahn im Wandel der Mobilitätskultur

In seinem Vortrag gibt Günter Elste, Vorstandsvorsitzender der Hochbahn AG, einen Einblick in die Herausforderungen, die ein großes Verkehrsunternehmen bewältigen muss.



Sonntag, 31. Mai, 10 Uhr
Golffamilientag auf der Golfanlage Gut Wulfsmühle

Erstmals veranstalten Audi Zentrum Hamburg und Business Club Hamburg einen Golftag für die ganze Familie. Schnupperkurse, Einsteigerkurse, ein Turnier und zum Ausklang ein Barbecue mit Siegerehrung erwarten Sie.

Dienstag, 16. Juni, 19 Uhr
Unternehmer Corny Littmann im persönlichen Gespräch

Der Journalist Jens-Meyer Odewald spricht mit dem Ex-St. Pauli-Präsident und Chef des Schmitt-Theaters über Erfolge und Rückschläge im Leben.





Potenziert auf das Wesentliche.

Der 911 Carrera GTS.

**Ab sofort bei uns im Porsche Zentrum Hamburg
und Porsche Zentrum Hamburg Nord-West.**

Die 911 Carrera GTS Modelle können Sie live und hautnah bei uns erleben.

Selbstverständlich stehen wir Ihnen für ein persönliches Beratungsgespräch
oder zur Vereinbarung einer Probefahrt gerne zur Verfügung.

Wir freuen uns auf Sie.



PORSCHE

**Porsche Zentrum
Hamburg**

Porsche Niederlassung
Hamburg GmbH
Eiffestraße 498
20537 Hamburg
Tel.: +49 40 21105-0
Fax: +49 40 21105-234

www.porsche-in-hamburg.de

**Porsche Zentrum
Hamburg Nord-West**

Porsche Niederlassung
Hamburg GmbH
Holsteiner Chaussee 151
22523 Hamburg
Tel.: +49 40 557768-0
Fax: +49 40 557768-22

www.porsche-in-hamburg.de

PFEIFFER FRAGT

In einer neuen Runde des Politik-Talks im Business Club Hamburg diskutierte **JÜRGEN PFEIFFER** mit fünf hochrangigen Gesprächspartnern über das Thema: „Eiszeit oder Händedruck – was bringt Putin zur Vernunft?“



Eine hochkarätig besetzte Runde traf sich im Business Club Hamburg: Prof. Dr. Henning Vöpel (Direktor Hamburger Weltwirtschaftsinstitut HWWI), Manuel Sarrazin (Bündnis 90/Die Grünen, MdB, Europapolitischer Sprecher Bundestagsfraktion), Dr. Ralf Stegner (SPD, stv. Bundesvorsitzender, Fraktions- und Landesvorsitzender Schleswig-Holstein), Moderator Jürgen Pfeiffer, Wolfgang Kubicki (MdB, stv. FDP-Bundesvorsitzender, FDP-Fraktionschef Schleswig-Holstein) und Prof. Dr. Joachim Krause (Direktor des Instituts für Sicherheitspolitik ISPK, Universität Kiel).

DAS SAGEN DIE CLUBGÄSTE



AXEL GEDASCHKO
Präsident GdW – Bundesverband der deutschen Wohnungswirtschaft

„Das war heute ein intellektueller Schlagabtausch auf hohem Niveau. Die Diskussion hat die völlig verfahrenere Situation in der Ukraine widergespiegelt. Die zynischen und unglaublichen Handlungen Putins machen eine berechenbare Politik zur Zeit ja auch unmöglich.“



JENNIFER VOSTEEN
Geschäftsführende Gesellschafterin Newheads GmbH

„Einen schlaueren Durchblick habe ich nicht unbedingt bekommen. Das hatte ich auch nicht erhofft. Es ist sehr schwierig, eine Lösung zu finden. Und doch ist mir häufig zu viel drumherum geredet worden. Ein bisschen mehr Mut hätte ich mir schon gewünscht.“

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

Typisch für Moderator Jürgen Pfeiffer – schon in die Eingangsfrage hat er die versteckten Widersprüche, politischen Fallen und emotionalen Tretminen hineingepackt. „Eiszeit oder Händedruck – was bringt Putin zur Vernunft?“

Die Diskussion, die unsere Nation seit Monaten wie keine andere bewegt und beunruhigt, war gleich in vollem Gange. „Der Westen muss zu einer klaren Haltung finden, aber wir müssen auch die Hände offen halten, ohne Russland kann es keine Lösung geben“, beginnt Prof. Henning Vöpel, der Direktor des Hamburger Weltwirtschaftsinstituts mit einem Sowohl-als-auch. „Wir rennen zu sehr hinter Putin hinterher“, wird Manuel Sarrazin vom „Bündnis 90/Die Grünen“ schon angriffslustiger. „Die größte Niederlage für Putin wäre, wenn es uns gelänge, die Ukraine zu stabilisieren.“ – „Dann erklären Sie mir einmal, wie Sie die Ukraine stabilisieren wollen“, kommt unvermittelt der Konter von FDP-Mann Wolfgang Kubicki.

Doch an diesem Abend geht es nicht um Parteipolitik. Putin und der Ukraine Konflikt – dabei steht ein wichtiges Stück Zukunft für Europa und erst recht für Deutschland auf dem Spiel. Deshalb wird der Schlagabtausch auf dem Podium oft so heftig und leidenschaftlich geführt. „Für Sie ist Putin doch der Herrscher im Reich des Bösen“, wirft Kubicki dem Europapolitischen Sprecher der Grünen entgegen. Damit allerdings steht Manuel Sarrazin in Deutschland nicht alleine. „Aber ich muss doch null Sympathie für Putin und sein Handeln haben“, stellt Dr. Ralf Stegner, der in der SPD als Partei-Linker gilt, die Diskussion wieder fest auf den Boden. „Einzig entscheidend ist, was ist klug für uns? Schließlich hat Deutschland am meisten zu verlieren.“

Was aber bleibt, nach all den schwierigen Telefonaten und langwierigen Verhandlungen? Am Ende doch militärische Aufrüstung? „Was die Amerikaner vorhaben, halte ich für sinnvoll“, bekennt Prof. Joachim Krause, der Direktor des Instituts für Sicherheitspolitik in Kiel. „Die Separatisten, das sind doch

maximal nur 15 000 Bewaffnete. Wenn wir die ukrainische Armee stärken, wird sie mit denen fertig.“ Für einen Augenblick ist es still im großen Raum des Business Club Hamburg. Dann macht sich auf dem Podium Empörung breit. „Das ist absurd“, wird Wolfgang Kubicki laut. „Militärisch kann der Konflikt doch nicht gelöst werden.“ Und Dr. Stegner hält dem Professor entzweit entgegen: „Die Nato und die Bundeswehr aufzurüsten, ist doch ein Konzept von vorgestern.“

Bleiben also nur wirtschaftliche Sanktionen, um Putin zur Vernunft zu bringen? „Unsere Wirtschaft nimmt Milliardenverluste in Kauf und der Herr Poroschenko verkauft seine Schokolade weiter nach Russland“, wirft Kubicki dazwischen. Und erhält Applaus aus dem Publikum. „Zu glauben, man könne Putin und die Russen damit in die Knie zwingen, halte ich für völlig naiv. Die schlucken doch lieber Dreck, als nachzugeben.“

Noch in einem anderen Punkt sind sich Wolfgang Kubicki und Dr. Ralf Stegner einig. „Die Ukraine wird in absehbarer Zeit weder in die EU noch in die Nato aufgenommen“, bekräftigen beide. Warum aber findet keiner der politischen Führer in der EU den Mut, das auch den Menschen in der Ukraine klar und deutlich zu sagen?

Was also bleibt beim Blick nach vorn? „Ich finde es nicht naiv, daran zu glauben, dass die Mehrheit der Menschen in allen Ländern sich nach Frieden und Wohlstand sehnt“, so das Schlusswort von Dr. Stegner. „Wenn wir darauf hinarbeiten, sorgen wir für Stabilisierung – in Europa und in der Welt.“

WOLFGANG KUBICKI

„Militärisch kann der Konflikt doch nicht gelöst werden.“



REENO GRUMMER

Direktor Markets, Sales & Communications, BDO Deutschland

„Die Hilflosigkeit der Politik wurde ein weiteres Mal dokumentiert. Dabei ist die Macht der Kapitalmärkte stärker, als Politiker glauben. Die Oligarchen im Umfeld von Putin wollen doch mit ihren Ferraris an der Cote d’Azur entlangsausen und sich nicht von den Kapitalmärkten vertreiben lassen.“



FRANK BUDDENHAGEN

Geschäftsführer United Entertain GmbH & Co. KG

„Teilweise hat mich die Diskussion wütend gemacht. Beispielsweise bei der Frage, ob wir mit Wirtschaftssanktionen Putin und damit Russland zum Einlenken zwingen können. Nie und nimmer. Und was militärische Optionen betreffen? Darüber kann ich nur lachen.“



Die Fahne im Visier: Günter Erdmann versucht sich im Trainingszentrum von Schloss Lüdersburg beim Putten, Claudia Schoenrock und Golfpro Peter Dolan beobachten seinen Versuch.

FEUERTAUFE BEI 2 GRAD

*Wer an der Matchplay Serie des BGH teilnehmen möchte, sollte Golf spielen können. **GÜNTER ERDMANN** und **CLAUDIA SCHOENROCK** absolvierten deshalb auf Schloss Lüdersburg „Deutschlands schnellste Platzreife“ – jetzt können sie starten.*

Text: **Peter Barber** Fotos: **Martina van Kann**

Die Mützen tief ins Gesicht gezogen, aber ein Lächeln auf den Lippen. Die steife Brise bläst waagrecht über den Grasstreifen, auf dem Claudia Schoenrock und Günter Erdmann nicht nur tapfer gegen den Wind ankämpfen, sondern auch gegen die Tücken ihrer neuen Lieblingssportart Golf. Auf Schloss Lüdersburg, einer der schönsten Golfanlagen Deutschlands, schlagen die Management- und Personalassistentin und der Rechtsanwalt das erste Mal in ihrem Leben Golfbälle ab – um nach drei Tagen stolz die Urkunde für „Deutschlands schnellste Platzreife“ in Händen zu halten. Die benötigen sie nämlich, um an der Golf Matchplay Serie des Business Club Hamburg teilzunehmen, wie es in ihrer Kanzlei SchlarmanvonGeysso bereits mehrere Mitarbeiter mit Begeisterung tun.

Zwei Grad Außentemperatur und beißende Böen: „Das ist eine echte Feuertaufer“, sagt Claudia Schoenrock über die Bedingungen am ersten Tag des Kurses. Doch Peter Dolan, der Golfpro, kennt kein Erbarmen und schickt seine kleine Gruppe geradewegs auf die Driving Range. Einen Satz Golfschläger und einen nagelneuen Golfhandschuh hat er seinen Schülern gegeben. Eine Pyramide gelber Trainingsbälle liegt vor jedem von ihnen. Und dann geht's los. „Golf ist, üben, üben, üben“, sagt der frühere englische Profispieler.

Ein Ball nach dem anderen verlässt das kleine Plastikstäbchen namens Tee, auf den der Ball gelegt wird – manchmal nur ein paar Meter weit, manchmal nach links oder rechts, doch einige Male auch weit und geradeaus. „Da geht einem richtig das Herz auf, wenn bei einem Schlag dieses satte Geräusch zu hören ist“, freut sich Erdmann über die „Klongs“ seiner gelungenen Versuche. Immer wieder greift Trainer Peter Dolan ein und gibt kleine und größere Tipps. Nicht den Schläger zu fest anfassen, die Knie mehr beugen und locker bleiben. „Ihr müsst auf die flüssige Bewegung achten, dann geht's besser“, verspricht er.

Nach den Schwung- und Schlagübungen auf der Driving Range für die weiten Schläge werden die kurzen Schläge und das Putten geübt. Davor weicht sie der Pro noch in die Geheimnisse der vielen Schläger beim Golf ein. Einfache Regel: Je kürzer der Schaft und je steiler die Schlagfläche, desto höher fliegt der Ball. Die nächste Übung heißt: Chippen. Dabei wird der Ball mit wenig Schwung geschlagen, um ihn die letzten Meter einer Spielbahn auf das Grün und in die Nähe des Loches zu bugsieren. Gegen halb vier am Nachmittag ist nicht mehr allzu viel Golfadrenalin im Körper. Hände und Rücken schmerzen. Jetzt lockt eine warme Badewanne und die Sauna. Golf kann warten – bis morgen.

Allerdings nicht ganz. Nach dem Essen beim Italiener direkt neben dem Schlosshotel steht für den Abend noch das Büffeln von Regeln an. „Gut, dass uns Peter auf dem Platz alles gezeigt und erklärt hat“, sagt Günter Erdmann, „auf den Fragebögen klingt das doch viel komplizierter.“ So verstehen er und Claudia Schoenrock auch die etwas komplizierteren Fragen und bestehen die theoretische Prüfung am nächsten Morgen mit Bravour.

Nun lässt sich die Sonne blicken. Da sind bei den nächsten Schlagserien auf der Driving Range sogar die schweren Beine des Vorabends vergessen. Nur sein zwickender rechter Ellenbogen stört Günter Erdmann ein wenig. „Gibt es im Golf auch einen Tennisellenbogen?“, fragte er Trainer Dolan, der mit einem kurzen „Yes“ antwortet: „Günter hat wohl gestern den Schläger bei der Kälte etwas zu verkrampft geschlagen.“

Sonntag mittag. High Noon. Jetzt ist konzentrierte Spielen angesagt. Das erste Mal geht es auf den richtigen Golfplatz. Für Einsteiger gibt es auf Schloss Lüdersburg einen Vier-Loch-Platz. Der ist kürzer als die beiden Meisterschaftsplätze und macht am Anfang einfach mehr Spaß. Das erste Mal vom Abschlag bis zum Putten ins Loch eine ganze Bahn spielen: „Ein tolles Gefühl“, sagen Claudia Schoenrock und Günter Erdmann. Am Ende werden die Anstrengungen des Wochenendes mit der offiziellen Platzreife-Urkunde belohnt. Damit dürfen sie nun auf fast allen Golfplätzen der Welt abschlagen und selbstverständlich auch an der Matchplay Serie des Business Club Hamburg teilnehmen – wie ihre Kollegen und alle, die jetzt spontan noch einen schnellen Platzreifekurs machen (siehe Event Tipp).



Erste Lektionen: Golfpro Peter Dolan erklärt Günter Erdmann die Griffhaltung, während Claudia Schoenrock Bälle schlägt. Unten: Los geht's auf die erste Runde.



MATCHPLAY SERIE 2015: JETZT ANMELDEN

Die Golf Matchplay Serie 2015 beginnt am 17. März mit der Kick-off Players Night, bei der die ersten Paarungen ausgelost werden. Gespielt wird wie in den vergangenen Jahren zunächst in Vierergruppen „jeder gegen jeden“ auf den Partneranlagen der Heide-Golf-Card. Somit sind bereits in der ersten Phase der Serie vom 18. März bis 17. Mai 2015 drei Spiele garantiert. Der Gruppenerste qualifiziert sich automatisch für die K.o.-Runden.

Im Startgeld von 200,- Euro sind folgende Leistungen enthalten:

- + Kick-off Event im Business Club Hamburg inklusive Speisen und Getränke
- + Mindestens eine Heide-Golf-Card im Wert von 119,- Euro (drei Gruppenspiele und das Abschlussturnier)
- + Für die Teilnehmer am Halbfinale eine Einladung mit Begleitung nach Schloss Lüdersburg inklusive Übernachtung und Frühstück, Abendmenü und zwei Greenfee-Gutscheine
- + Clubturnier mit Abendgala
- + Attraktive Preise für die Sieger und Platzierten

DIE SPONSOREN 2015:

MS EUROPA 2

SCHLARMANNVORGEYSO
Rechtsanwälte Steuerberater Wirtschaftsprüfer Partnerschaft



MONT
BLANC

EVENT
TIPP

JETZT FIT WERDEN FÜR DIE MATCHPLAYS

Machen Sie spontan Ihre Platzreife und steigen direkt ein in die Matchplay Serie! Schloss Lüdersburg bietet einen Wochenend-Platzreifekurs nur für Clubmitglieder. Und nicht nur das: Sie haben die Möglichkeit, den Kurs allein zu absolvieren oder die Tage mit einem Kurzurlaub zu verbinden. Darin enthalten sind neben dem Platzreifekurs zwei Nächte im Hotel inklusive Frühstück, Halbpension und Wellness.

Fr., 13. 3. 2015 – So., 15.3. 2015
Schloss Lüdersburg
21379 Lüdersburg
Der Kurs kostet 150,- Euro (mit Hotelarrangement 280,- Euro).
Anmeldung: Tel. 04139 / 6970 0

Einmal hinaus in die Welt und zurück

Wenn die großen Schiffe auf der Elbe schippern, befällt einen das Fernweh. Hamburg und Ferne – das ist nicht nur ein Mythos. Für viele bedeutet in die Ferne reisen aber auch nach Hamburg reisen.





Text: **Uwe Prieser**

In Hamburg leben heißt mit der Ferne leben. Ein Weltgefühl, das zum Wesen der Stadt gehört. Hamburger werden damit geboren, zugezogene Hamburger werden davon erfasst. Das Düsenflugzeug hat das Verhältnis zur Ferne verändert. Die Ferne aber ist die Ferne geblieben. Und Ferne heißt Reisen. Ausfahrt und Heimkehr wie Ebbe und Flut.

„Nimm uns mit Kapitän auf die Reise...“ In dem Film „Käpt'n Bay-Bay“ singt Hans Albers vom „Haus an der Elbchausee im weiten grünen Binnenland“. Das ist gut sechzig Jahre her. Doch durchweht das Aroma dieses Lieds auch noch die Hamburger Moderne und von dort in die Zukunft der Stadt hinein. Hafen-City.

Auf der Kornhausbrücke den Zollkanal überqueren. Am Dar-es-Salaam-Platz links abbiegen zur Shanghaiallee. Geradeaus weiter zum Buenos-Aires-Kai an der Norderelbe, die Koreastraße kreuzen, Hongkong- und Yokohamastraße, Kobestraße. Am gegenüberliegenden Ufer des Wasserzuges liegt die U-Bahnstation Überseequartier, wo die San-Francisco-Straße zum Chicago-Kai und zum Cruise Terminal hinunterführt.

Hat da jemand gesagt, der alte Mythos von Ferne sei tot? Umgebracht von Massentourismus und Google Earth? Seit ewigen Zeiten werden in Namen Gefühle und Begriffe bewahrt.

Gewandelt hat sich indessen die Welt, die diesen Mythos übernommen hat. Doch weder die immer dichtere globale Vernetzung noch die Geschwindigkeit auf den Informationskanälen, auf denen acht Stunden Zeitunterschied zu einem Mausclick zerfallen, haben das Reisen, nein, mehr noch, die Erregung des Reisens abgeschafft.

Zwischen dem Dröhnen der Dampfhämmer in der Hafen-City, dem Kreischen der Kräne, dem Flüstern der Blattschreiber in Reedereibüros, Handelsgesellschaften, dem Summen elektronischer Kommunikationssysteme, den lautlosen Modulen, in denen sich Welten bewegen, hört man plötzlich den Urschrei der Ferne: das Signalthorn eines Kreuzfahrtriesen und direkt über seinem Kopf das Gezänk der Silbermöwen. Und durch alles zieht

sich das alte, von Käpt'n Bay-Bay besungene Aroma eines Hamburger Lebens: „...rochen nachts im Bett noch nach Teer. Wir heuerten am Waschfass an, wollten hinaus aufs Meer.“

Als Namenspatron hat es Hans Albers in der Schifffahrt lediglich bis zu einem Hadag-Dampfer gebracht. Im Eisenbahnverkehr gehört er als Eurocity Night „EN 491 Hans Albers“ zum Streckennetz eines der drei verkehrsreichsten Bahnhöfe in Deutschland und fährt vom Klosterwall in gut zwölf Stunden durch die Nacht bis nach Wien. Das Streckennetz der Eisenbahn ist nach der Elbe der zweitälteste Reiseweg von Hamburg in die weite Welt.

Für jeden Weg, jedes Land, jede Weltgegend findet man in der Hansestadt die geeigneten Touristikfachleute. Schiffsreisen, Flugreisen, Eisenbahnreisen, Busreisen, Reiterreisen, Musikreisen ... Spezialisten für Afrika und Safari, für Nord- und Südamerika, Australien, China, Mauritius, Alaska oder für Reisen mit der Transsibirischen Eisenbahn – ein Katalog von Anbietern und Experten, der die Gelben Seiten in allen Farben des Regenbogens schillern lässt.

Der jüngste Reiseweg, der das Verhältnis zur Ferne und damit auch das Reisen selbst veränderte, verbindet Hamburg über rund sechzig Fluggesellschaften weltweit direkt mit 115 Zielen. „Einmal noch nach Rio, einmal nach Hawaii“, wie Hans Albers alias Käpt'n Bay-Bay sang, gilt auch heute noch. Allerdings mit einmal umsteigen. Nach New York hingegen geht es direkt. „Durch den Suez und durch den Panama“, wie es im Lied heißt, muss jedoch heute niemand mehr auf seiner Reise in den Orient oder nach San Francisco.

Einmal aber kommen wir alle zurück. Ob mit dem Auto von der A1 über die Elbbrücken, über die Landebahn in Fuhlsbüttel, mit dem Zug – das Hamburg-Heimkehrgefühl wird immer noch geprägt von Elbe und Hafen, wo das besondere Verhältnis der Stadt zur Ferne entstanden ist. Und wie es Käpt'n Bay-Bay besungen hat: „...nimm mich mit Kapitän aus der Ferne, bis nach Hamburg, da steige ich aus.“



MARJANA VON BERLEPSCH

Schmuckdesignerin

In meiner Kindheit bin ich gar nicht so viel verreist. Das kam erst später, als ich als Stylistin für die Vogue gearbeitet habe. Manchmal saß man da wochenlang in den USA herum, aber ich habe immer versucht, etwas von diesen neuen Orten mitzunehmen. Habe mich umgeschaut, auch abseits der üblichen Wege. Habe es immer wieder gewagt, auch einmal um die Ecke zu schauen. Und tatsächlich war dahinter immer eine Überraschung, ein ganz besonderes Erlebnis verborgen. Heute liebe ich es, wenn mein Beruf mich nach Indien bringt. Immer habe ich Kontakt zu den Menschen, die dort leben und arbeiten. Wenn es geht, bin ich auch gern mit dem Rad unterwegs. Besonders kann ich mich für das Handwerk begeistern, bringe mir von meinen Reisen immer wieder schöne handgemachte Taschen als Mitbringsel mit. Meine aktuelle große Liebe ist Istanbul. Dieses Zusammentreffen von Orient und Europa fasziniert mich. Und auch in meiner Lieblingsstadt gilt: Wenn man auf Reisen ist, hat man plötzlich die Zeit, die man im Alltag nicht hat. Oder die man vielleicht einfach nicht wahrnimmt? Belohnt wird man mit Details. Und am Ende wartet immer die Inspiration.



FOTOS: ANATOL KOTTE, CARMEN LECHTENBRINK

HANNELORE HOGER

Schauspielerin

Reisen bedeutet für mich Ferien und Entspannung. Aber auch: Neugierde befriedigen. Dafür bin ich mit der Bahn, mit dem Flugzeug und häufig auch mit dem Fahrrad unterwegs. Mein Lieblingsziel sind die nahen Schönheiten wie die Inseln Sylt oder Rügen. Ich möchte aber auch gern einmal nach Kuba oder China reisen. Leider werde ich oft bestohlen. Und da bleibt es nicht nur bei der Handtasche. Eingebrochen wurde bei mir während des Urlaubs auch schon. Bei einem Aufenthalt in Rom habe ich selbst einmal meine Handtasche im Ristorante liegen gelassen. Aber die habe ich zum Glück wieder zurückbekommen.



MICHAEL EGGENSCHWILER

Geschäftsführer Flughafen Hamburg

Was für mich am Reisen das Schönste ist? Selbstverständlich der Flug. Ich mag es, die Welt von oben zu sehen. Und ich genieße es sehr, meine Ruhe zu haben. Sobald das Flugzeug in der Luft ist, beginnt der Urlaub. Auch auf Langstreckenflügen kann ich prima entspannen. Mein absolutes Highlight war ein Flug mit der Concorde über den Nordatlantik. Das ist bestimmt 25 Jahre her. Wir waren so hoch oben, dass man sogar die Erdkrümmung erkennen konnte! Bereist habe ich immer besonders gern die USA. Ich schätze die Abwechslung von Landschaft und Stadt – einmal die unendlichen Weiten, dann wieder Metropolen wie New York. In der Regel bereite ich mich vor, habe recht genaue Pläne, was ich sehen will. Wenn ich welche entdecke, bringe ich gern Bildbände über die besuchten Städte und Regionen mit nach Hause. Fotos mache ich außerdem, aber ich komme nie dazu, sie wirklich zu sortieren. Das hat noch Zeit. Vor Ort bin ich übrigens am liebsten zu Fuß unterwegs. Und wenn die Möglichkeit besteht, einen Kirchturm oder ein Hochhaus zu besteigen, dann zögere ich nicht lang. Denn da ist er dann wieder, dieser unvergleichliche Blick von oben.

CHRISTOPH RÜFFER

Chefkoch Vier Jahreszeiten

Ich habe Glück: Der Kochberuf ist natürlich prädestiniert fürs Reisen. Während meiner Lehr- und Wanderjahre habe ich kurz in Dubai, aber auch in Singapur gearbeitet. Nun bin ich für das Vier Jahreszeiten immer wieder als Gastkoch in der Welt unterwegs. So wie vor sechs Jahren in Kenia, wo uns die einheimischen Kollegen nicht nur mit auf den Local Market, sondern auch in ihre Familien genommen haben. Das soziale Gefälle in diesem wunderschönen Land hat mich damals sehr betroffen gemacht. Aber auch solche Erfahrungen gehören dazu, wenn man einen Blick hinter die Kulissen wirft. Im Urlaub mit meiner Familie bin ich vor Ort immer gern zu Fuß unterwegs. Wie oft habe ich so schon Besonderes entdeckt – natürlich auch Restaurants. Ich liebe es übrigens, Gewürze von meinen Reisen mitzubringen: Senfpulver aus London, Zitronenmyrte aus Dubai, Piment d'Espelettes oder Thymiansalz aus Frankreich. Mit diesen kulinarischen Souvenirs experimentiere ich später in meiner Hamburger Küche. Bald kommt sicher etwas Neues dazu – beruflich geht es als Nächstes nach Bangkok.



Willkommen an Bord: Wir möchten, dass Sie sich rundum wohl fühlen.



Emirates fliegt zweimal täglich ab Hamburg, Düsseldorf und München sowie dreimal täglich ab Frankfurt zu über 140 Destinationen weltweit.

Reisen Sie in Ihrer eigenen Welt – in den Emirates Private-Suiten der First Class oder strecken Sie sich auf Flachbetsesseln mit integrierter Massagefunktion der Business Class aus. Erleben Sie 2.000 Kanäle des preisgekrönten Entertainment-Systems inklusive WLAN an Bord und genießen Sie ausgewählte Gourmet-Menüs auf Sternenniveau.

Komfort beginnt schon vor dem Start: Kostenloser Chauffeur-Service

Mit dem kostenlosen Chauffeur-Service für unsere First-Class- und Business-Class-Reisenden kommen Sie an über 70 Destinationen weltweit entspannt zum Flughafen und wieder zurück.

Für Reisende von Hamburg über Dubai in die Welt ermöglicht Emirates ab sofort verbesserte Anschlüsse zu vielen verschiedenen Zielen weltweit:

- 1. Abflug Hamburg: 16.00 / Ankunft Dubai: 01.10 Uhr**
- 2. Abflug Hamburg 20.30 / Ankunft Dubai: 05.50 Uhr**



Melden Sie sich noch heute für unseren Newsletter auf www.emirates.de an, um Angebote, Sondertarife und die aktuellsten Neuigkeiten von Emirates direkt per E-Mail zu erhalten.



JOHANNES STRATE

Revolverheld

Ich habe meinen Urlaub schon bis zum Frühjahr 2016 durchgeplant. Mallorca im Frühjahr, Teneriffa im Herbst – darüber freut sich auch unser zweijähriger Sohn. Und im Sommer definitiv Spiekeroog, die Insel meiner Kindheit. Das wird ein richtiges Familientreffen mit offenen Türen. Herrlich chaotisch! Und trotzdem die richtige Erholung vor dem großen Revolverheld-Abschlusskonzert am 19. 8. auf der Trabrennbahn. Wenn Emil etwas größer ist, möchte ich ihn in die USA mitnehmen. Mich haben so viele Musikerfreunde eingeladen, die Teil unseres internationalen Benefiz-Projektes „Feels like home“ sind – nicht nur die, die bei der aktuellen Tour im März in Hamburg auftreten. Ich bin selbst viel gereist mit meinen Eltern. Das hat mir früh klar gemacht: Es gibt nichts Spannenderes als andere Kulturen und Denkweisen! So ist eines meiner Ziele nicht nur Australien, sondern vor allem, meinem Sohn genau diese Weltoffenheit mit auf den Weg zu geben.

EMMANUEL PETERFALVI ALIAS ALFONS

Comedian

Als Kind wollte ich unbedingt Bauer werden. Beim Urlaub in der Provence bat ich meine Mutter, einen Nachmittag auf dem Hof helfen zu dürfen, auf dem wir unseren Käse kauften. Damals war ich neun Jahre alt – heute sind jene Menschen so etwas wie meine zweite Familie. Vergangenen Sommer konnte ich erstmals nicht bei der Lavendelernte helfen. Weil ich mit Frau und Kindern einen Monat mit dem Wohnmobil durch die USA gefahren bin. Ich liebe die Art zu Reisen, ein bisschen wie ein Nomade. Man zieht die Handbremse und entscheidet spontan: Heute ist das hier mein Wohnzimmer. Wenn ich den Kopf einmal ganz frei bekommen möchte, wandere ich allein in Frankreich, dort, wo man möglichst niemanden trifft. Mit nur dem Nötigsten auf dem Rücken bin ich bis zu zehn Stunden am Tag unterwegs. Ein Teil von mir braucht diesen Kontakt mit der Natur.



FREDERIK BRAUN

Geschäftsführer Miniatur Wunderland

Ich berichte gern von meinen Reisen, zeige Freunden begeistert Fotos auf dem Smartphone. Besonders viel habe ich damals von Panama erzählt. Wie wir weitergefliegen sind auf eine kleine Inselgruppe, die ausschließlich von einem Indianerstamm bewirtschaftet wird. Dessen Mitglieder haben uns dort gezeigt, was sie für sehenswert hielten. Das hatte nichts mit herkömmlichem Tourismus zu tun und nach drei Tagen waren wir uns sicher: Wir hätten auch drei Monate bleiben können! Dabei bin ich gar nicht festgelegt: Ich liebe Städte und Natur, habe wunderschöne Tage auf den Malediven verbracht und auf einem Antarktis-Expeditionsschiff Dinge gesehen, die ich mein Leben lang nicht vergessen werde. Nur eines ist sicher: Mir wird schnell langweilig. Ich weiß noch ganz genau, wie wir drei Jungs früher mit unserem Vater Männerurlaub im Wohnmobil gemacht haben. Wir waren in Südfrankreich unterwegs, sind verrückte Straßen gefahren, haben in wilden Flüssen gebadet – das habe ich geliebt. Heute habe ich einen Traum: Ich will Polarlichter sehen! Einmal habe ich deshalb sogar spontan mit einem Freund einen Flug nach Tromsø genommen – und dann war es bewölkt.



High Potentials erkennen, entwickeln, fördern

Mit den praxisnahen Weiterbildungsangeboten der NORDAKADEMIE Graduate School:

- Sechs berufsbegleitende Masterstudiengänge
- Fünf Zertifikatskurse
- Breite Palette an Management-Weiterbildungsmodulen

Qualifizieren Sie gemeinsam mit einer von der Wirtschaft getragenen Hochschule Ihren Führungsnachwuchs: vom einzelnen Weiterbildungsmodul, um Wissenslücken gezielt zu schließen, bis hin zum kompletten Masterstudium.

Das überzeugt:

- Vereinbarkeit mit Beruf und Familie durch berufsbegleitende Organisation der Weiterbildungsmaßnahmen
- Hoher Anteil an Präsenzphasen mit persönlichem Kontakt zu Dozenten und Kommilitonen
- Flexibilität der Studienorganisation durch E-Learning-Angebote und umfangreichen Service der Hochschule
- Hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis



Informieren Sie sich jetzt!

Studiengebühren

MBA-Programm: 15.000 €
Übrige Masterstudiengänge: 8.900 €
Weiterbildungsmodul (5 CP): 790 €
Zertifikatskurse (15/20 CP): 1.950/2.600 €

NORDAKADEMIE Graduate School
Hochschule der Wirtschaft · Im „Dockland“
Van-der-Smissen-Straße 9 · 22767 Hamburg
www.nordakademie-gs.de · Tel. 040 554387-300

NORDAKADEMIE
GRADUATE SCHOOL



PREMIUM
MBA Programm
2008

„Daten sind der Rohstoff der Zukunft“

*Im Interview mit club! spricht der Chef der Deutschen Bahn, **RÜDIGER GRUBE**, über verspätete Züge, Erlebnisse mit dem Fernbus und die Zukunft des Unternehmens.*



Der Chef ist immer im Bilde: Nach dem schweren Unwetter im Juni vergangenen Jahres machte sich der Vorstandsvorsitzende Rüdiger Grube mit einer Lok auf den Weg, um die zerstörten Gleisanlagen auf den Fahrstrecken in Nordrhein-Westfalen persönlich in Augenschein zu nehmen.

Die Fragen stellen: **Andreas Eckhoff und Achim Schneider**

club!: Herr Grube, wie häufig im Monat sind Sie mit der Bahn unterwegs?

Rüdiger Grube: Ich versuche, die Hälfte meiner Arbeitszeit vor Ort an der Basis bei meinen Mitarbeitern und Führungskräften zu verbringen, um zu erfahren, wo der Schuh drückt. Und dazu fahre ich natürlich, wenn es irgend geht, mit dem Zug – also drei- bis fünfmal die Woche. Am häufigsten bin ich auf unserer „Rennstrecke“ Hamburg–Berlin unterwegs.

Würden Sie uns bitte drei schlagende Argumente geben, warum Bahnfahren attraktiv und empfehlenswert ist?

Sicherheit, Zuverlässigkeit und Komfort. In welchem Verkehrsmittel können Sie effektiv arbeiten, entspannt aus dem Fenster schauen, gut essen gehen, ein Buch lesen oder mit den Kindern spielen? Außerdem ist die Bahn das umweltfreundlichste Verkehrsmittel.

Die Wertschätzung der Bahn in der Bevölkerung ist trotz allem nicht besonders hoch. Ist das ungerecht?

Die Eisenbahn als Verkehrsmittel finden alle gut. Wenn es um die Deutsche Bahn als Unternehmen geht, gibt es sicherlich auch kritische Stimmen. Das mag auch daran liegen, dass die Bahn zu Behördenzeiten Teil der staatlichen Daseinsvorsorge war und von vielen heute noch so wahrgenommen wird. Da gibt es Erwartungen, die wir nicht immer erfüllen können. Aber die Imagewerte steigen kontinuierlich. Niemand wünscht sich ernsthaft die Zeiten der Behördenbahn zurück.

Viele Kunden sagen, das Reisen sei nicht komfortabel genug, die Züge seien häufig unpünktlich, zu voll oder zu warm oder zu kalt, der Service sei schlecht.

Als Dienstleister muss man jeden Tag aufs Neue Bestleistungen erbringen. Wenn etwas schief geht, dann hat der Kunde nichts davon, dass es hundertmal vorher gut geklappt hat. Er ärgert sich zu Recht und erzählt es weiter. Dass wir auf dem richtigen Weg sind, beweisen die Fahrgastrekorde, die wir jeden Tag aufstellen. Noch nie waren so viele Menschen in Deutschland mit dem Zug unterwegs wie 2014. Noch nie hatten so viele Menschen eine Bahncard. Und Deutschland hat mit 34 000 Kilometern Streckenlänge das dichteste Eisenbahnnetz Europas.

Tatsächlich hatte sich die Bahn 2014 zum Ziel gesetzt, dass 80 Prozent der Fernzüge pünktlich ihr Ziel erreichen – das hat nicht geklappt. Warum nicht?

Nah- und Fernverkehrszüge waren in der Summe zu 95 Prozent pünktlich – das ist ein guter Wert. Im Fernverkehr haben wir mit 77 Prozent das Ziel verfehlt. Da haben uns vor allem das Sturmtief Ela im Juni 2014 in Nordrhein-Westfalen und die langen Streiks der Lokführergewerkschaft GDL einen Strich durch die Rechnung gemacht. Wären diese Ereignisse nicht gewesen, hätten wir sogar sehr viel bessere Werte als in der Planung gehabt.

Ist man als Bahnchef ein bisschen in der Rolle wie Fußball-Bundestrainer Joachim Löw – jeder der 80 Millionen Deutschen weiß im Prinzip immer alles besser?

Ich sehe das positiv. Es zeigt, dass sich alle für die Deutsche Bahn interessieren. Andere Konzernchefs würden sich darüber freuen, wenn ihr Unternehmen die gleiche Aufmerksamkeit bekäme. Aus den vielen Schreiben, die wir täglich bekommen, fische ich mir jeden Tag drei bis vier heraus und rufe die Kunden persönlich an. Ich kann dann manche Probleme lösen und viele Zusammenhänge erklären, und merke immer wieder: Kommunikation ist das A und O in unserem Geschäft.

Sie pendeln regelmäßig mit dem Zug zwischen Hamburg und Berlin. Bekommen Sie auf diesen Fahrten etwas von der Stimmung bei den Fahrgästen mit und gewinnen Sie dadurch Anregungen für Verbesserungen?

Ein klares Ja. Ich registriere, wie die Reisenden auf Durchsagen reagieren: Sind sie zu kurz oder zu lang? Ich nehme das Zugpersonal wahr: Reicht die Zeit für den Service am Platz? Ich spreche mit den Kollegen und erfahre: Ist die Unternehmensbekleidung zu warm oder zu kalt? Im Zug und auf den Bahnhöfen erfahre ich, wo der Schuh drückt. Außerdem möchte ich den Mitarbeitern zeigen, dass ich Wertschätzung und Respekt für ihre Leistungen habe. Das kann ich nicht im Berliner BahnTower tun, dazu muss ich raus an die Basis.

Die Konkurrenz an Verkehrsmitteln wächst, nicht zuletzt durch Fernbusse und preiswerte Zugangebote. Muss die Bahn in den Preiskampf einsteigen, um Kunden zu halten?

Ich bin für Wettbewerb, aber er muss zu gleichen Bedingungen stattfinden. Und Fernbusse zahlen keine Maut, während bei jeder Zugfahrt Entgelte für die Benutzung der Strecke anfallen. Das sind pro Person und Kilometer fünf bis sechs Cent, noch ohne Kosten für Personal und Strom – beim Fernbus ist das schon der Endpreis für den Kunden. Das zeigt: Auf einen ruinösen Preiskampf können und wollen wir uns nicht einlassen.

Sie sind inkognito mit dem Fernbus von Hamburg nach Berlin gefahren. Was haben Sie auf der Tour erlebt?

Ich habe mit meinem Smartphone den günstigsten Preis von zwölf Euro gebucht und saß morgens um sieben Uhr mit elf weiteren Reisenden im Bus. Die Fahrt hat deutlich länger als eine Zugfahrt gedauert, zumal der Bus noch eine Stunde Verspätung hatte. Aber ich habe gesehen, dass es Kunden gibt, für die die Reisezeit nicht das entscheidende Kriterium ist. Insgesamt kann man Busfahren nicht mit einer Fahrt im ICE oder Intercity vergleichen, denn der Zug ist deutlich komfortabler, man kann das Bordrestaurant besuchen und einiges mehr tun, was dem Buskunden verwehrt bleibt.

Ende vergangenen Jahres sickerten Pläne durch, die BahnCard abzuschaffen und durch ein neues Kundenbindungsinstrument zu ersetzen. Man las auch von Plänen, auf Nachtzüge zu verzichten oder andererseits stillgelegte Regionalstrecken wieder zu aktivieren.

Wir wären ja mit dem Klammerbeutel gepudert, wenn wir einen Verkaufsschlager wie die BahnCard einstellen würden. Das war eine dreiste Falschmeldung. Bei den Nachtzügen mussten wir allerdings schweren Herzens einige Verbindungen einstellen. Sie waren wegen der Konkurrenz durch steuersubventionierte Billigflieger und Fernbusse nicht mehr wirtschaftlich zu betreiben. Beim Nahverkehr haben die Bundesländer das Sagen. Die Bedienung der Strecken wird ausgeschrieben und im Wettbewerb entschieden. In den Ausschreibungen ist alles genau vorgegeben, vom Fahrplan über die Anzahl der Mitarbeiter bis zu den Haltepunkten.

Sie haben im vergangenen Jahr 20 Mitarbeiter ins Silicon Valley geschickt. Sie sollten nach Lösungen für Ihr Unternehmen suchen. Was haben die Kollegen gefunden?

Sie sollten erkunden, welche Innovationen die Mobilität verändern werden. Das Stichwort heißt Mobilität 4.0. Die Verknüpfung von realer und virtueller Welt nimmt immer stärker Einfluss darauf, wie wir wohnen, reisen oder die Freizeit gestalten. Das Gute ist, dass wir nicht bei Null anfangen. Schon heute werden jeden Tag drei Millionen Reiseauskünfte über das Internet abgerufen. Auch in der Logistik ist Big Data längst Realität. Aber wir müssen noch mehr daraus machen, denn Daten sind der Rohstoff der Zukunft. Diesen Aufbruch ins digitale Zeitalter werden wir selbst aktiv gestalten. Wir wollen Treiber und nicht Getriebener sein.

Glauben Sie, dass sich die Menschen in Zukunft mehr von Ort zu Ort bewegen oder ist vielleicht das Gegenteil der Fall? Weil sie dank besserer Kommunikationsmittel nicht mehr jeden Tag ins Büro fahren, sondern daheim arbeiten?

Ich bin überzeugt, dass die Mobilität weiter zunehmen wird, trotz Homeoffice und Videokonferenzen. Das ist kein Zweckoptimismus des Bahnchefs, der auf volle Züge hofft, sondern meine feste Überzeugung. Das persönliche Gespräch, der Kontakt von Angesicht zu Angesicht, ist auch in Zukunft nicht durch Technik zu ersetzen. Außerdem wird man die Fahrt im Zug immer besser auch als Arbeitszeit nutzen können. So ist die Umrüstung von

255 ICE-Züge zu rollenden Hot Spots fast abgeschlossen. Das 5200 Kilometer lange ICE-Netz ist komplett mit WLAN-Sendern ausgerüstet. Wir beobachten, dass der Stellenwert eines eigenen Autos für junge Menschen, vor allem in den Ballungsgebieten, immer weiter sinkt. Auch beobachten wir, dass für Schüler das Smartphone immer wichtiger wird.

Wenn wir an Zukunftsmobilität denken, reden wir von selbst fahrenden Autos, Urlaubsreisen ins All, über die Wiederaufrechterstellung von Passagierflugzeugen, die schneller sind als der Schall. Wie sieht Bahnfahren in Utopia aus?

Wir erleben im Zuge der Digitalisierung den größten Umbruch seit der Bahnreform im Jahr 1994. Die digitale Welt der Bahn bietet unerschöpfliche Potenziale zur Steigerung von Qualität und Effizienz, von denen unsere Kunden, Mitarbeiter und die Umwelt gleichermaßen profitieren werden. Jede Fahrt mit dem Auto verursacht im Durchschnitt das Dreifache an Kohlendioxid im Vergleich zum Zug, das Flugzeug sogar ein Vielfaches. Insbesondere im Güterverkehr ist die Schiene der mit Abstand umweltschonendste Verkehrsträger. Schon heute wird die S-Bahn Hamburg vollständig mit Strom aus regenerativen Energiequellen betrieben. Mit der BahnCard oder einer Streckenzeitkarte fährt man im ICE oder Intercity schon heute mit 100 Prozent Ökostrom. Den Umweltvorteil der Schiene werden wir weiter ausbauen. So wird bis 2020 der Ökostromanteil am Bahnstrommix auf über 40 Prozent steigen.



„Wir wollen Treiber und nicht Getriebener sein.“

der sogenannten Y-Trasse. Zusammen mit dem Land Niedersachsen haben wir ein Dialogforum gestartet und informieren politische Mandatsträger, Bürgerinitiativen und Verbände in zahlreichen Veranstaltungen über die aktuelle Machbarkeitsstudie mit ihren verschiedenen Streckenvarianten. Alle sind sich einig, dass für die wachsenden Seehafen-Hinterlandverkehre die Schieneninfrastruktur wachsen muss. Nun führen wir den Dialog darüber, wie das am sinnvollsten geschehen kann.

Als gebürtigem Hamburger vermuten wir bei Ihnen durchaus eine Affinität zur Hansestadt.

Ich bin auf einem Bauernhof in Moorburg aufgewachsen und habe in Finkenwerder Flugzeugbauer gelernt. Mein oberster Chef, Werner Blohm, hat mich dann gefördert. Mit seiner Hilfe konnte ich mein Abitur nachholen und in Hamburg studieren. Später habe ich bei der Deutschen Airbus gearbeitet. Ich bin also in der Hansestadt tief verwurzelt.

Und drücken jetzt Hamburg die Daumen für die Olympia-Bewerbung?

Jetzt darf ich nicht in die Falle tappen, denn es bewirbt sich ja auch Berlin, wo wir unseren Unternehmenssitz haben. Da bin ich natürlich zu Neutralität verpflichtet. Aber eins verspreche ich: Die Stadt, die sich durchsetzt, werden wir mit aller Kraft unterstützen, denn zu gelungenen Spielen gehört immer ein leistungsfähiger öffentlicher Personenverkehr. Bei der Fußball-WM 2006 haben wir das schon einmal erfolgreich bewiesen.

Wie wichtig ist die Bahn für den Standort Hamburg?

Hamburg ist mit 9000 Mitarbeitern ein ganz besonderer und großer Standort. Der Hauptbahnhof ist mit täglich 500 000 Reisenden der meistfrequentierte deutsche Bahnhof. 1350 Mitarbeiter sorgen für einen reibungslosen Betrieb. Auf 14 Gleisen fahren täglich über 800 Fern- und Regionalzüge sowie 1200 S-Bahnen. In Maschen, vor den Toren der Stadt, steht der größte Güterbahnhof Europas, den wir gerade für 230 Millionen Euro modernisiert haben. Der Hamburger Hafen ist unvorstellbar ohne die Schiene. Wir transportieren jedes Jahr über 25 Millionen Tonnen Güter.

Wie sehen Sie die Rolle der Bahn beim Wachstum des Wirtschaftsstandorts Hamburg?

Das prognostizierte Wachstum im Güter- und Personenverkehr kann ökologisch sinnvoll nur auf der Schiene bewältigt werden. Die Bahn ist also Motor und Lebensader für die dynamische Entwicklung der Hansestadt. Während die Y-Trasse noch im Planungsstadium ist, bauen wir für den Güterverkehr schon ganz konkret den sogenannten Ostkorridor aus. Das ist eine Trasse, die von den deutschen Seehäfen über Uelzen, Stendal, Magdeburg und Halle in Richtung Hof und Regensburg führt. Auch hier gilt: Der Ausbau vorhandener Strecken hat Vorrang vor prestigeträchtigen Neubauten.

Aber den Altonaer Bahnhof wollen Sie neu bauen.

Ja, aber mit hanseatischem Understatement: kein Protzbau, sondern modern und funktional. Die Planungen für den neuen Bahnhof Hamburg Altona am Standort Diebsteich haben schon begonnen. Der S-Bahnhof Altona, bleibt wo er ist, aber die 13 Hektar großen Flächen der Gleisanlagen des Fernbahnhofs hat die Hansestadt gekauft. Im Herzen von Altona wird ein Stadtquartier mit rund 2000 weiteren Wohnungen, Grün- und Freiflächen entstehen.

Was wird aus dem Hauptbahnhof? Der platzt schon jetzt zu Stoßzeiten aus allen Nähten.

Das stimmt. Bisher müssen die Züge nach den Halten im Hauptbahnhof und in Dammtor im Kopfbahnhof Altona die Fahrtrichtung wechseln, um ins Werk Eidelstedt zu fahren. Mit dem Durchgangsbahnhof in Diebsteich entfällt dieses aufwändige Manöver. Die Wege der Züge kreuzen sich nicht mehr – dadurch werden auch die Gleise im Hauptbahnhof entlastet. Auch die Planungen für die S4 sind ein wichtiger Schritt in die Zukunft.

Herr Grube, verreisen Sie eigentlich gern? Was bedeutet Ihnen das Reisen?

Ich bekomme den Kopf frei und eine andere Sicht auf die Dinge des Alltags. Das ist wichtig, wenn man einen 18-Stunden-Tag hat. Aber ehrlich gesagt: Ich verreise zu selten. Dafür laufe ich jeden Tag morgens eine Stunde und mache regelmäßig Halbmarathon. Das ist ein wichtiger Ausgleich.



Rüdiger Grube vor dem Hauptbahnhof: Der Bahnchef pendelt mit dem Zug zwischen Hamburg und Berlin.

RÜDIGER GRUBE, 63, ist in Hamburg-Moorburg geboren. Nach einer Ausbildung zum Flugzeugbauer studierte er an der Fachhochschule Hamburg (heute HAW Hamburg) Flugzeugbau. Im Anschluss an ein Zusatzstudium in Berufs- und Wirtschaftspädagogik arbeitete er als Berufsschullehrer und war Lehrbeauftragter an der Universität Hamburg. 1989 ging er in die Wirtschaft – unter anderem zu MBB, DASA und Daimler-Benz. Am 1. Mai 2009 übernahm er von Hartmut Mehdorn das Amt des Vorstandsvorsitzenden der Deutschen Bahn AG.

„Hamburg ist ein lohnenswertes Reiseziel“

Clubmitglieder zum Thema „Hamburg reist“



IVO GOESSLER

Nortax Treuhand GmbH
Steuerberatungsgesellschaft
Geschäftsführer

Hamburg und sein Umland sind wunderschön. Zwar sind wir keine Residenzstadt mit Schlössern oder Burgen, aber Alster und Elbe sind nun mal ein Touristenmagnet. Ich habe festgestellt, dass jedoch viele Hamburger ihre Elbe bei Blankenese gar nicht kennen. Auch wenn ich persönlich kein begeisterter Kreuzfahrer bin, halte ich Kreuzfahren für einen ganz wichtigen Wirtschaftsfaktor. Der Bekanntheitsgrad von Hamburg wird durch die Touristen deutlich erhöht. So weltoffen wir in Hamburg sind, für Geschäftsreisende ist die Stadt als Ausgangspunkt einer

Reise einfach furchtbar. Als ich kürzlich nach Florida flog, musste ich zweimal umsteigen. Bei reinen touristischen Zielen wie Mallorca sind die Verbindungen glücklicherweise in den letzten Jahren spürbar besser geworden.

NADJA KAHN

KahnEvents Incentives & Concepts
Geschäftsführende Gesellschafterin

Hamburg ist ein lohnenswertes Reiseziel – und wie! Als Anbieter für Veranstaltungen und Incentives überall dorthin, wo es schön ist, freue ich mich immer wieder, wenn die Wahl unserer Kunden auf Hamburg fällt. Und meistens sind die Gäste überrascht von der Vielfalt, die unsere Stadt sowohl kulturell als auch kulinarisch zu bieten hat. Hamburg hat sehr viele Touristen, was Fluch und Segen zugleich ist. Aus Umweltsicht ist die Zunahme der Kreuzfahrer und der damit verbundene Ausstoß an Schadstoffen bedenklich, auch für die Bewohner der meistbesuchten Stadtteile. Demgegenüber stehen jedoch viele Unternehmen, Restaurants und Hotels, Einzelhandel und Museen oder Anbieter von Freizeitaktivitäten, die vom Tourismus leben. Letztlich braucht Hamburg Touristen.



HOLGER PÜTTING

Partner Earthbar Germany Holding GmbH
Geschäftsführender Gesellschafter NEST ONE GmbH

Auch wenn es sich wie eine Floskel anhört: Hamburg ist für mich die schönste Stadt der Welt. Die Stadt bietet auch für Urlauber unheimlich viel. Das kulturelle Leben mit den Künstler und Clubs ist für alle Besucher von hohem Reiz. Ich kann Hamburg als Reiseziel empfehlen. Einzig das Reisen von Hamburg mit dem Flugzeug finde ich nicht so attraktiv. Da ist Hamburg kein Drehkreuz und viele Orte sind von hier aus nicht nonstop zu erreichen. Ich selber mache am liebsten Uralub ohne ein festes Ziel und gern auch ungeplant. Es müssen nicht zwei Wochen am Strand oder auf Safari sein. Ich verlasse mich gern auf Empfehlungen und lasse mich dann vor Ort navigieren.



PETER MERCK

GOLF LOUNGE GmbH
Geschäftsführer

Hamburg ist für mich nicht nur die schönste Stadt der Welt, sie bietet auch alles, was eine attraktive Metropole ausmacht. Kultur, Sehenswürdigkeiten und Sport. Hamburg ist die Sportstadt Nummer eins, und daher bin ich auch ein großer Befürworter der Feuer-und-Flamme-Olympiakampagne. Hamburg ist die Stadt am Wasser – mit unendlich schönen Spaziergängen rund um Alster und Elbe. Als Musical-Hochburg werden besonders Kurzurlauber angezogen. Die vielen Touristen in unserer Stadt empfinde ich selbstverständlich als Segen. Wir profitieren doch alle davon. Touristen aus aller Welt bereichern das Stadtbild und beleben die Hansestadt.



46 cm², die sich lohnen

Investieren Sie in Ihre Mitarbeiter und Ihr Unternehmen

PLUSCARD

Ab 5 € pro Monat und Mitarbeiter investieren Sie nicht nur in die Zufriedenheit Ihrer Mitarbeiter, sondern auch in Ihren eigenen Unternehmenserfolg:

- + Incentivierung der Belegschaft
- + Mitarbeiterbindung und -motivation
- + Positionierung als attraktiver Arbeitgeber

Die PlusCard enthält eine betriebliche Krankenzusatzversicherung unseres Partners **Debeka** Krankenversicherungsverein a. G. und ermöglicht Ihnen und Ihren Mitarbeitern den Zugang zu einer neuen Gesundheitswelt.

Neben Privatpatienten-Komfort profitieren Sie und Ihre Mitarbeiter von Zusatzleistungen und der vielfältigen Vorteilswelt unserer Partner.

Ihr Ansprechpartner

Patrick Steeger

Regionalleiter Kooperationsmanagement Nord-West

Wir für Gesundheit GmbH

c/o HELIOS ENDO-Klinik Hamburg

Holstenstr. 2 | 22767 Hamburg

patrick.steeger@wir-fuer-gesundheit.de

0152 54 77 70 75





WIE EIN FRÜHES LAMPEDUSA

Text: **Detlef Gürtler**

Es gibt ja Orte, da will man hin. Sehnsuchtsorte wie Venedig („sehen und sterben“), Traumorte wie Paris („eine Messe wert“), Superzentren wie New York City („if you can make it here you'll make it everywhere“), Extremorte wie der Mount Everest („Dach der Welt“) und all die über die Welt verstreuten Sehenswürdigkeiten-Orte, von Taj Mahal über Machu Picchu bis Grand Canyon.

Und dann gibt es Hamburg. Ein Ort, der seine touristische Größe dadurch erreicht hat, dass die Menschen, die hierherkamen, nicht hierhin wollten. Sondern woandershin. Im 19. Jahrhundert platzten Hamburg und sein Hafen aus allen Nähten, weil die Auswanderer hier Zwischenstation machten, um auf das nächste Schiff ins gelobte Land Amerika zu warten – die Stadt war damals in etwa das, was Lampedusa heute ist. Einer der größten Konzerne Hamburgs, Hapag-Lloyd, verdankt seinen Aufstieg nicht zuletzt der Servicefunktion für all jene, die die Schnauze voll hatten von Armut und Hoffnungslosigkeit in Deutschland. Touristisches Wachstum mit Migrationshintergrund.

Auch die heutige Hauptattraktion Hamburgs – die Reeperbahn natürlich – begann ihre Karriere nicht als Ziel an sich, sondern als Service für Durchreisende. Da wurde geboten, was halt Seeleute so brauchen, wenn sie irgendwo hängenbleiben, weil ihr Schiff entladen oder repariert werden muss, oder wenn sie auf die nächste Heuer warten. Und so attraktiv, dass die Handelsschiffe wegen der Reeperbahn Hamburg ansteuerten, war St. Pauli denn doch nicht – die Pfeffersäcke waren wichtiger.

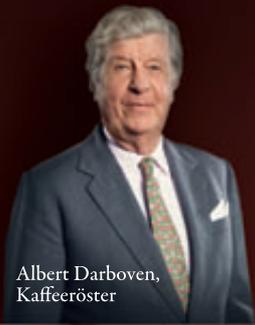
Man muss sich für diese touristische Tradition der Zwischenstation nicht schämen. Alle Hafenstädte der Welt teilen dieses Schicksal mit Hamburg; zumindest alle, die vor der Erfindung des Containers entstanden sind, da diese Innovation ja die Lade- und Liegezeiten so sehr reduziert hat, dass die Besatzung kaum noch die Zeit hat, mal über die Reeperbahn zu schlendern, schon gar nicht nachts um halb eins. Häfen sind nun mal, so der geografische Fachbegriff, Bruchpunkte des Verkehrs, Orte, an de-

nen umgeladen, Zwischenstation, Pause gemacht werden muss. Furten, Passstraßen, Grenzen und Oasen haben verkehrshistorisch eine ähnliche Funktion.

Und wenn Pause gemacht werden muss, dann spricht ja wohl alles dafür, es sich dabei auch gemütlich zu machen – mit Gast-, mit Bet-, mit Freudenhäusern, mit Märkten und Dienstleistungsbetrieben aller Art. Womit solche „Bruchpunkte“ zu einer der wichtigsten Wurzeln der Stadtentstehung geworden sind, denn sie stellten einen Kristallisationskeim dar, aus dem heraus sich Unternehmens- und Bevölkerungswachstum entwickeln konnten. In vielen Weltregionen lassen sich diese Wurzeln immer noch auf der Landkarte ablesen. Probieren Sie's mal dort aus, wo die Händler auf langen Überlandstrecken unterwegs waren – die Orte liegen etwa so weit auseinander, wie ein Händlertross oder eine Karawane an einem Tag reisen konnte, in Deutschland etwa 30 Kilometer. Für größere Städte (und längere Zwischenstationen) musste dann allerdings noch mehr dazukommen als nur eine Übernachtung – oft eine lokale Produktspezialität, mit der zu handeln sich lohnte.

Manche dieser Spezialitäten breiteten sich durch die Reisen dann über die ganze Welt aus. So wie ein Erzeugnis des ungarischen Kleinstädtchens Kocs, das sich vor allem dadurch auszeichnete, dass es an der ziemlich langen Landstraße zwischen den Metropolen Wien und Budapest lag. Und weil auf dieser Strecke nicht nur Händler mit Ochsenkarren, sondern auch hohe Herrschaften mit Bequemlichkeitswunsch unterwegs waren, fanden die örtlichen Handwerker ein interessiertes Publikum für ihre Spezialität: gefederte Reisewagen. Die „Kocser Wagen“ wurden zum Markenzeichen – von ihm wurde der Begriff „Kutsche“ abgeleitet.

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



Albert Darboven,
Kaffeeröster

Manche sagen »kreatives Schreiben« dazu.
Wir nennen es Kaffee trinken.

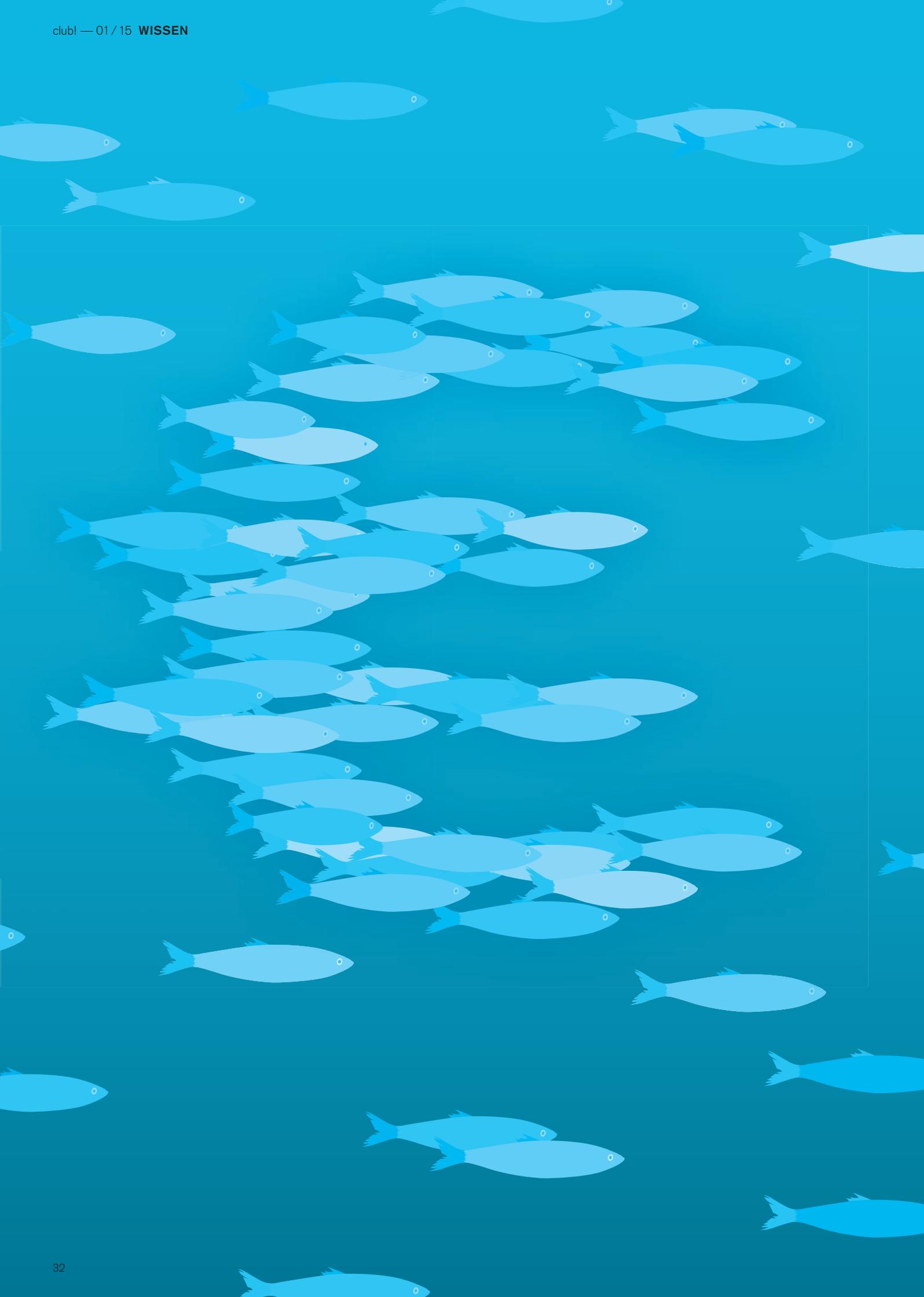


IDEE KAFFEE. Der Kaffee, der inspiriert.

Das patentierte Darboven-Veredelungs-Verfahren verringert Reiz- und Bitterstoffe, der volle Koffeingehalt bleibt erhalten. So sorgt IDEE KAFFEE für neue Inspiration. Wann immer Sie wollen.

www.darboven.com · www.facebook.com/jjdarboven


J.J. DARBOVEN
SEIT 1866



Schwärme für kreative Köpfe

Für Unternehmer ist es oft schwierig, an Kapital zu kommen. Jetzt aber gibt es einen neuen Weg, Projekte und sogar ganze Unternehmen zu finanzieren: Crowdfunding. Alle machen mit – so kommen manchmal Millionen zusammen.

Text: **Sonja Álvarez** Illustration: **Carsten Lerch**

Maya ist klein, kompakt und sie hat ein großes Sicherheitsbedürfnis. Mehr als eine Million Euro ist das ihren Kunden insgesamt wert – jetzt bitte keine falschen Schlüsse ziehen. „Maya“ ist ein Computer, genauer: ein persönlicher Cloud-Speicherdienst, der Daten besonders gut schützen soll. Die Hamburger Firma Protonet hat „Maya“ entwickelt. Um das System produzieren zu können, sind die Macher bislang einen eher noch ungewöhnlichen Weg gegangen: Sie haben sich das Geld nicht etwa von einer Bank geliehen, sondern sie haben ihre Kunden um Unterstützung gebeten. Per Crowdfunding sammelten sie im vergangenen Juni über die Plattform Seedmatch.de 750 000 Euro ein – in weniger als eineinhalb Stunden. Weltrekord. Noch am selben Tag wurden es insgesamt 1,5 Millionen Euro. Protonet zeigt damit, wie erfolgreich Crowdfunding von Unternehmen genutzt werden kann, um Projekte zu realisieren.

Das Besondere am Crowdfunding: Eine Vielzahl von Menschen – die Crowd – unterstützt ein Projekt finanziell und macht es damit erst möglich („funding“). „Schwarmfinanzierung“ wird diese Methode deshalb auch genannt. Anfang der 2000er Jahre wurde sie zunächst von US-Bands genutzt, um unabhängig von großen Plattenfirmen Alben zu produzieren. Fans spendeten Geld, bekamen dafür die Platte und die Band konnte die übrigen Alben verkaufen. Mittlerweile werden auch Projekte, Produkte und Start-ups von der Crowd finanziert.

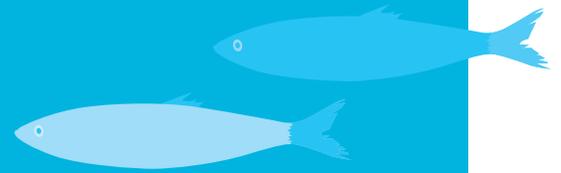
Als Mittler zwischen der „Crowd“ und dem „Funder“ dienen jeweils Onlineplattformen, über die das Geld gesammelt wird. Mehr als 100 solcher Plattformen gibt es inzwischen in Deutschland. Einige sind wie Seedmatch auf Start-ups spezialisiert, andere wie Startnext konzentrieren sich auf Kreative, Künstler, Erfinder und Gründer, dazu gibt es auch lokale Ableger, wie

Nordstarter oder Finmar in Hamburg. Wie populär Crowdfunding inzwischen hierzulande ist, zeigen die enormen Wachstumsraten: 8,7 Millionen Euro wurden nach Erhebungen des Portals „Für Gründer“ 2014 über deutsche Crowdfunding-Plattformen gesammelt, was einem Zuwachs von 61 Prozent im Vergleich zum Vorjahr entspricht. 1058 Projekte seien erfolgreich finanziert worden (2013: 922). Kickstarter, die weltweit agierende Plattform, verzeichnete im vergangenen Jahr sogar mehr als 22 000 erfolgreich finanzierte Projekte, die über eine halbe Milliarde US-Dollar einsammelten.

Zwei Jahre bevor Protonet den Weltrekord aufstellte, hatte das Unternehmen bereits positive Erfahrungen mit Crowdfun-

Die Firma Protonet hat an einem Tag mehr als 1,5 Millionen Euro gesammelt.

ding gemacht. 200 000 Euro Kapital sammelten sie 2012 in nur 48 Minuten über Seedmatch ein für den Bau des Servers „Carla“, die große Schwester von „Maya“. Zwar haben die Protonet-Unternehmensgründer Ali Jelveh und Christopher Blum auch andere Wege genutzt, wie Förderungen und Business-Angels, doch für die Finanzierung der Server sei Crowdfunding die beste Möglichkeit gewesen, erklärt Unternehmenssprecher Philipp Baumgaertel: „Denn zusätzlich zu dem Geld ist Crowdfunding eine sehr gute Möglichkeit, um Publicity zu bekommen und →



10 Tipps für Crowdinvestoren

1.) Wer kann Crowdinvestor werden?

Grundsätzlich kann jedermann über 18 Jahre Crowdinvestor werden. Viele Plattformen fordern, dass ein deutsches Bankkonto vorhanden sein muss.

2.) Wo finde ich Start-ups, die Investoren suchen?

Mehr als 100 Crowdfunding-Plattformen gibt es in Deutschland. Eine sehr gute Übersicht bietet die Webseite www.Crowdfunding.de.

3.) Muss für die Nutzung der Plattformen gezahlt werden?

Nein, die Nutzung der Crowdfunding-Plattformen ist für Investoren in der Regel kostenlos.

4.) Gibt es einen Mindestbetrag, der investiert werden muss?

Die Höhe des Investments variiert von Plattform zu Plattform. Anbieter wie Seedmatch oder Finmar geben einen Mindestbetrag von 250 Euro vor.

5.) Wer entscheidet, an welche Start-ups das Geld fließt?

Investoren können sich auf den Plattformen ihre Lieblings-Start-ups aussuchen. Die jungen Unternehmen präsentieren sich hier mit einem Portfolio und ihrem Businessplan. Oft können den Gründern auch direkt Fragen gestellt werden.

6.) Was bekommt der Investor für sein Geld?

Der Investor ist in der Höhe seines Investments an den Gewinnausschüttungen des jeweiligen Start-ups und vor allem langfristig am wirtschaftlichen Erfolg der Unternehmen beteiligt, betont Seedmatch. Dazu halten viele Start-ups für ihre Investoren besondere Rabatte bereit.

7.) Welche Rechte haben die Investoren?

Rein rechtlich sind mit einem Investment durch das patriarchische Nachrangdar-

lehen keine Mitspracherechte verbunden. Dennoch schätzen viele Gründer den Austausch mit ihren Investoren. Die Informationsrechte werden dagegen vertraglich genau definiert.

8.) Welches Risiko gibt es?

Ein Investment in Form des patriarchischen Nachrangdarlehens ist ein Risikodarlehen, bei dem der Totalverlust des Investments möglich ist.

9.) Was passiert, wenn das Fundingziel des Start-ups nicht erreicht wird?

In einem solchen Fall bekommen die Investoren ihr Geld zurück.

10.) Kann der Investmentvertrag vorzeitig gekündigt werden?

Crowdfunding ist langfristig orientiert, damit sich die Start-ups entwickeln können. Deshalb gibt es wie bei Seedmatch in der Regel eine Mindestvertragslaufzeit von fünf Jahren.

in Kontakt mit potentiellen Kunden zu treten.“ Tatsächlich kann Crowdfunding auch stets als eine Art Markttest gesehen werden, erklärt Jörn André Le Cerf, stellvertretender Geschäftsführer der Handelskammer Hamburg. „Eine erfolgreiche Finanzierung kann ein positives Signal für den weiteren Erfolg sein, zumal auch die Geldgeber ein Interesse am Gelingen haben und sich oft als Kunden beziehungsweise ‚Botschafter‘ für das Unternehmen engagieren. Für viele Unternehmen ist diese Aufmerksamkeit in sozialen Netzwerken und durch persönliche Empfehlungen ein wesentlicher Grund für die Wahl dieser Finanzierungsform.“

Man unterscheidet zwischen vier verschiedenen Crowdfunding-Modellen.

Doch bevor es losgeht, muss zunächst die passende Crowdfunding-Form gewählt werden. Zwischen vier verschiedenen Modellen wird dabei unterschieden: Klassisches Crowdfunding, Crowdfunding, Spenden-Crowdfunding und Crowdlending.

Beim klassischen Crowdfunding erhalten die Unterstützer ein nicht-finanzielles Dankeschön wie beispielsweise das Album, für

dessen Produktion eine Band Geld brauchte. Populär war zuletzt auch die Kampagne des Berliner Start-ups Einhorn, das das erste faire und nachhaltig produzierte Kondom auf den Markt bringen möchte. Für 15 Euro gab es als Dankeschön beispielweise zwei Tüten mit je sieben Kondomen, für 50 Euro eine Kondomspende an den Verein Jugend gegen Aids und für 10 000 Euro eine Reise zur Kautschuk-Produktion nach Malaysia mit den zwei Einhorn-Gründern. Die Fundingschwelle von 50 000 Euro war bereits nach wenigen Tagen erreicht.

Protonet nutzte dagegen das Crowdfunding-Modell. Dabei bekommen die Unterstützer im Gegenzug für ihr Geld Anteile am Projekt beziehungsweise an dem Gewinn, der mit dem finanzierten Projekt gemacht wird. Auch die rund 1800 Einzelpersonen, die Protonet Geld für die Produktion von „Maya“ gaben, bekamen Gewinnanteile in Höhe der jeweiligen Unternehmensbewertung. 250 Euro mussten mindestens investiert werden. Dazu hielt Protonet noch einen besonderen Anreiz bereit: Wer 2000 Euro oder mehr investierte, bekam „Maya“ ohne Zusatzzahlung dazu. 1399 Euro kostet der Server ansonsten im Onlineshop.

Anders läuft es dagegen beim Spenden-Crowdfunding. Hier wird Geld gespendet ohne eine materielle oder finanzielle Gegenleistung – dafür aber gibt es das Gefühl, etwas Gutes getan zu haben. In Hamburg betreiben beispielsweise der HSV mit „Der Hamburger Weg“ und der FC St. Pauli mit den „Kiezhelden“ solche Spenden-Crowdfunding-Plattformen. →

Vier starke Marken - unter einem Dach!



Komb. Kraftstoffverbrauch l/100 km /
CO₂-Emission g/km / Effizienzklasse:10,5-4,0/245-106/D-A

Das Großkundenzentrum Hamburg: **Effizient, kompetent, vielseitig.**

Mit den 4 Konzernmarken unter einem Dach, **Volkswagen PKW, Audi, Škoda** und **Volkswagen Nutzfahrzeuge**, haben wir das Leistungsangebot für die Kunden der Audi Hamburg GmbH und der Volkswagen Automobile Hamburg GmbH weiter ausgebaut. Durch kürzere Wege und effizientere Arbeitsabläufe gewährleisten wir Ihnen eine noch höhere Flexibilität sowie Professionalität.

Das Großkundenzentrum Hamburg bietet eine große Produktvielfalt in Kombination mit systematischer Beratung. Und alles aus einer Hand. Wir würden uns freuen, wenn Sie sich selbst von unserem einzigartigen Service überzeugen und unser Fuhrparkwissen testen.



Großkundenzentrum Hamburg

www.grosskundenzentrum-hamburg.de

Volkswagen Automobile Hamburg GmbH
Audi Hamburg GmbH

Fruchtallee 53, 20259 Hamburg
Tel.: 040 / 41 15-551



Wir sind für Sie da.

Astrid Krippgans
Vertriebsleiterin
Audi, Volkswagen,
Volkswagen Nutzfahrzeuge, Škoda

[astrid.krippgans@
grosskundenzentrum-hamburg.de](mailto:astrid.krippgans@grosskundenzentrum-hamburg.de)

Ein Bereich, der aktuell besonders boomt, ist das Crowdlending. Dahinter steht die Idee eines P2P-Kredits (Privat zu Privat). Hier verleiht die Crowd Geld an die Initiatoren, die dieses dann verzinst zurückzahlen. Zahlen sind hier eher schwer zu ermitteln, die Plattform „Für Gründer“ geht aber nach Recherchen davon aus, dass 2014 mehr als 35 Millionen Euro an Kreditvolumen für Selbstständige und Unternehmen durch Crowdlending aufgebracht wurden. Auch der Hamburger Möbelladen Lokaldesign hat davon profitiert. Für einen Messeauftritt benötigte der Laden, der am Schulterblatt Produkte von talentierten Nachwuchsdesignern vertreibt, 12 000 Euro. Über die Crowdfunding-Plattform Finmar.com sammelten die beiden Macherinnen Julia Oertel und Katharina Roedelius das Geld ein, im Gegenzug boten sie einen Zinssatz von sechs Prozent auf den jeweils investierten Betrag bei einer Laufzeit von 60 Monaten. Auch sie bekamen die benötigte Summe mithilfe von 24 Investoren zusammen. „Ich empfehle Crowdlending definitiv weiter und würde diese Form der Finanzierung künftig einer Bankenfinanzierung vorziehen, weil man damit relativ schnell und unbürokratisch Geld für ein bestimmtes Projekt bekommen kann“, sagt Roedelius. Was sie jedoch kritisiert, ist die Mindestinvestitionssumme von 250 Euro, die bei Finmar, Seedmatch und auch anderen Plattformen üblich ist.

Trotz solcher positiven Erfahrungen, wie sie Protonet und Lokaldesign gemacht haben, warnt Michael Gebert, Crowdsourcing-Experte und Gründer des inzwischen 280 Mitglieder

Wer eine Crowdfunding-Kampagne startet, muss sich über Risiken bewusst sein.

zählenden deutschen Crowdsourcing-Verbands, davor, den Aufwand einer Crowdfunding-Kampagne zu unterschätzen: „80 Prozent des Erfolgs macht eine gute Vorbereitung aus und die sollte mindestens sechs Monate vorm Start der Kampagne beginnen.“ Neben der Auswahl der richtigen Plattform gehöre beispielsweise auch die Entwicklung einer Social-Media-Kampagne dazu, Videos müssten gedreht und Homepages bestückt werden. Nach dem Start gebe es dann oft einen Hype unter Investoren, der aber schnell wieder abebbe. „Hier müssen die Gründer dann dranbleiben und über Marketing und Pressearbeit versuchen, weitere Investoren zu gewinnen“, sagt Gebert.

Wer eine Crowdfunding-Kampagne startet oder in eine solche investieren möchte, muss sich auch über mögliche Risiken im Klaren sein. „Der Unternehmer haftet gegenüber der Öffentlichkeit und seinen Geldgebern mit seiner persönlichen und unternehmerischen Reputation. Das kann sich insbesondere dann nachteilig auswirken, wenn sich die Erträge nicht plangemäß entwickeln und man Probleme mit der Tilgung hat. Von daher sollte ein Unternehmen sich nicht ausschließlich auf Crowdfunding verlassen, sondern auch um Zugang zu anderen Finanzquellen bemühen“, warnt Le Cerf von der Handelskammer.

Um Unternehmen mit eher geringen Erfolgchancen vorab auszusieben, müssen die Start-ups bei Seedmatch beispielsweise zunächst einen Bewerbungsprozess durchlaufen, bevor die Kampagne freigeschaltet wird. Die Auswahl ist streng. Nur drei Prozent der interessierten Start-ups würden es am Ende auf die Plattform schaffen. Kosten für die Nutzung der Plattform fallen für die Gründer nur bei erfolgreichem Crowdfunding an, das

EVENT
TIPP

CROWDINVESTING IM BEREICH IMMOBILIEN

Clubmitglied Tim Bütdecke, Geschäftsführender Gesellschafter der Hamburger Finanzhaus GmbH & Co. KG lädt zum Business Frühstück in den Club ein. Bütdecke ist Mitbegründer der neuen Crowdfunding-Plattform Exporo und spricht über das Start-up, das den Kunden die Möglichkeit bietet, in Immobilienprojekte zu investieren und so ihr eingesetztes Kapital zu verzinsen.

Mittwoch, 15. April 2015, 9 Uhr
Business Club Hamburg, Elbchaussee 43,
22765 Hamburg.
Anmeldung: www.bch.de

Honorar beträgt zwischen fünf und zehn Prozent der gefundeten Summe. Bei Startnext bestimmen die Unternehmer dagegen nach einer erfolgreichen Kampagne selbst, mit welchem Betrag sie die Plattform unterstützen möchten. Das gilt allerdings nur für Crowdfunding, bei Crowdinvesting erhebt Startnext eine Gebühr von 595 Euro.

Aber nicht nur die Unternehmer, sondern auch die Investoren tragen ein Risiko. „Bei jedem Investment ist ein Totalverlust des Kapitals möglich“, so Seedmatch auf seiner Homepage. Start-ups seien junge Unternehmen, noch auf der Suche nach einem nachhaltigen Geschäftsmodell. Die Wahrscheinlichkeit, das Geld zu verlieren, sei deshalb größer, als eine Rendite auf das eingesetzte Kapital zu erzielen. Investiert werden sollte deshalb nur so viel Geld, wie der Investor bereit sei zu verlieren. Er trage das unternehmerische Risiko des Start-ups in Höhe seines Investments. Für eine kurzfristige Geldanlage sind Investitionen in Crowdinvesting-Kampagnen nicht geeignet. „Wir sprechen von Langzeitinvestments. Was anderes würde für Start-ups wenig Sinn ergeben. Junge Unternehmen brauchen Zeit, um sich zu entwickeln“, erklärt Seedmatch-Sprecherin Sabine Drotbohm. Investorensseitig könne der Investmentvertrag nach fünf Jahren gekündigt werden, von Seiten der Start-ups nach acht Jahren.

Wann der Investor das Geld zurückerhalte, sei im Investmentvertrag zwischen Start-up und Investor geregelt. „Darin sind auch die Rückzahlungsmodalitäten definiert. Das Darlehen wird aber üblicherweise nach Kündigung oder Exit zurückgezahlt“, sagt Drotbohm. Selbstverständlich erhalte der Investor wie auch beim Crowdlending-Modell während der Laufzeit des Vertrags Zinsen auf sein investiertes Geld. Neben einem jährlichen Basiszins gebe es noch einen gewinnabhängigen Bonuszins und einen einmaligen Bonuszins im Fall eines Exits oder einer Kündigung. Neben den Risiken, die die Investoren tragen, betont Seedmatch jedoch auch, wie wichtig Investments in Start-ups seien – „für die Wirtschaft, denn Innovationen sind der Motor für die Leistungsfähigkeit unseres Landes. Und für die Start-ups selbst.“ Ein Crowdinvestor bringe mit seinem Geld eine neue Gründergeneration voran und leiste somit nicht nur einen finanziellen, sondern auch einen volkswirtschaftlichen Beitrag.

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



**LAN
SER
HOF**
TEGERNSEE



EUROPAS MODERNSTES GESUNDHEITSRESORT



RE-START YOUR LIFE

Modernste Medizin und Diagnostik trifft auf traditionelle Naturheilverfahren: Das LANS Med Concept verbindet Gesundheit, Genuss und nachhaltige Regeneration zu einem einzigartigen Erlebnis. Buchen Sie jetzt Ihren persönlichen Neustart im neuen Lanserhof Tegernsee. Wir freuen uns auf Sie. Sieben Übernachtungen im Doppelzimmer inklusive medizinischen Basispakets ab 3.130 EUR p.P.

Weitere Informationen erhalten Sie kostenlos unter 00800 8000 06 06 sowie unter info.tegernsee@lanserhof.com oder www.lanserhof.com



„Crowdfunding ist keine kurze Zeiterscheinung“

Clubmitglieder zum Thema „Crowdfunding“



JAN MAERTINS

EBNER STOLZ
Wirtschaftsprüfer, Steuerberater

Crowdfunding eignet sich für innovative Start-up-Unternehmen mit skalierbaren Geschäftsmodellen. Idealerweise können die Produkte emotionale Bindung zu ihren Käufern aufbauen, die gut geeignet sind, sich über soziale Netzwerke weiterempfehlen zu lassen. Crowdfunding braucht für den Erfolg eine schnelle Verbreitung im Internet, um einen Kaskadeneffekt zu erzeugen. Für Existenzgründer ist es eine gute Ergänzung oder Alternative zur herkömmlichen Gründungsfinanzierung. Ich denke, Crowdfunding ist keine kurze Zeiterscheinung. Man könnte schon heute sagen, dass es sich auch in Deutschland etabliert hat. Es gibt eine Vielzahl von Anbietern, von denen sich einige bereits mit BaFin-Zulassung zu den größeren Playern entwickelt haben.



ANDREAS MANSFELD

Hamburger Sparkasse AG
Bereichsleiter Unternehmerkunden

Die Idee von demokratisierten, dezentral organisierten Finanzierungen mit direktem Kontakt zu Kunden und Investoren passt in unsere Zeit. Der Faktor Risiko sollte aber nicht aus dem Blick geraten. Ab einer gewissen Größenordnung braucht man ein System mit klar definierten Regeln und kontrollierten Standards. Da gilt der Spruch: Kinokarten sind kein Problem – Kinos schon. Crowdfunding-Plattformen sind zum überwiegenden Teil nicht reguliert. Das Risikomanagement kann aber nicht über Nacht auf den Schwarm übertragen werden. Die Fremdfinanzierungen über Banken und Börsen bleiben daher weiter unverzichtbar.

TIM BÜTECKE

Hamburger Finanzhaus GmbH und Co. KG
Geschäftsführer

Ich bin davon überzeugt, dass Crowdfunding nicht nur ein notwendiges, sondern auch zukunftsweisendes Mittel ist, um Firmen oder Projekte zu finanzieren. Diese Art von Geldsammeln ist schon eine Konkurrenz für alteingesessene Finanzierungsformen. Gerade Start-ups haben oft nicht die Chance, überhaupt an Geld zu kommen. Selbst wenn man eine spannende Idee hat, bekommt man kaum Geld dafür. Crowdfunding kann hier helfen. Aber es eignet sich nicht nur für Start-ups, sondern für fast jeden Finanzierungsbedarf. So werden Musikprojekte, Filme oder auch Immobilienprojekte mit Hilfe der Crowd finanziert. Das gab es vorher nicht. Crowdfunding ist ein Part, der in Deutschland noch recht klein ist. Die internationalen Märkte sind viel weiter, so hat allein die US-Plattform Kickstarter 2014 über 500 Mio. Dollar für verschiedenste Projekte gesammelt.

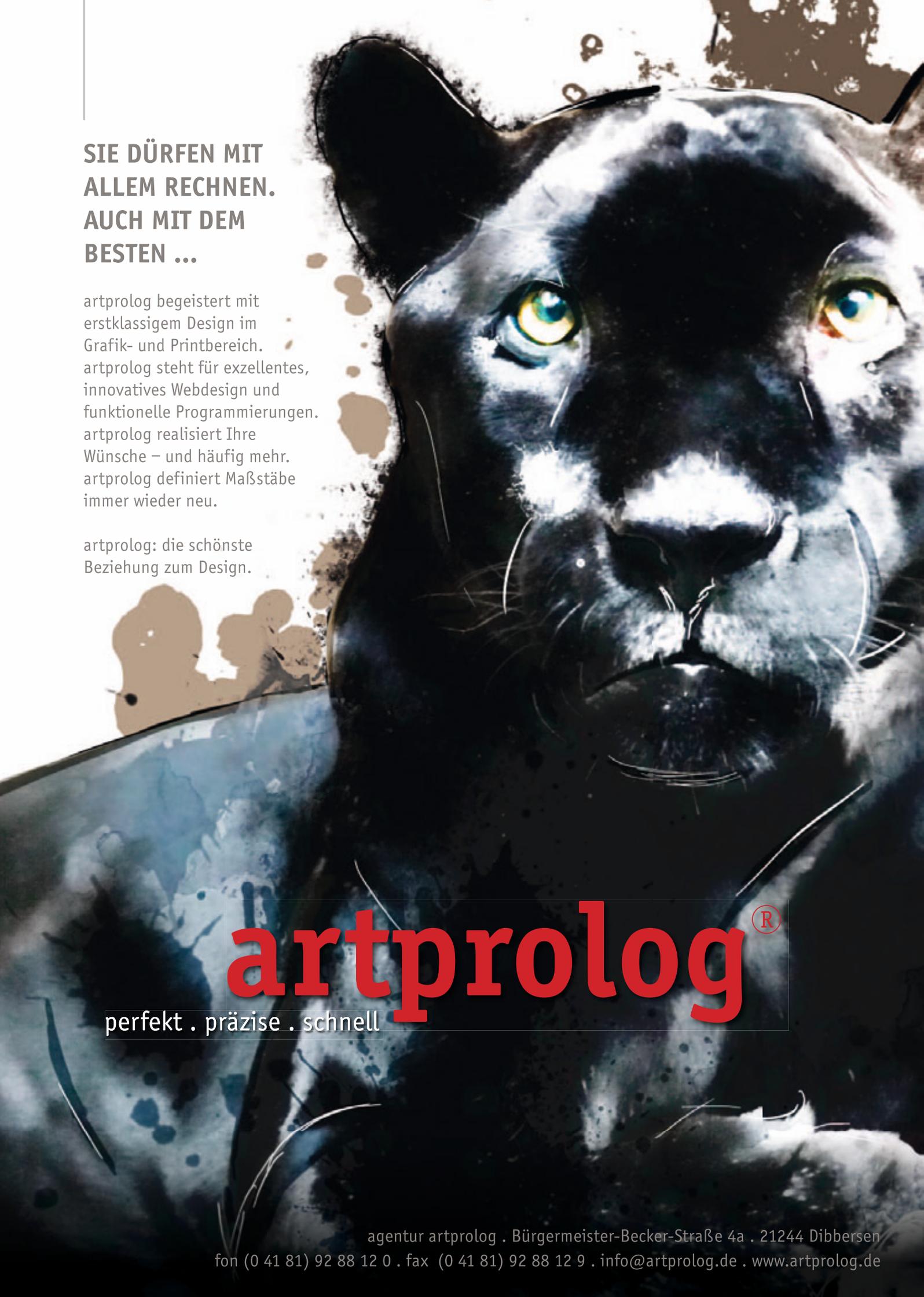


DR. HORST TISSON

Tisson & Company GmbH
Geschäftsführer

Das Crowdfunding ist eine gute Alternative zu anderen Finanzierungsformen. Es gibt einige aktuelle Beispiele, wie in relativ kurzer Zeit gutes Geld eingesammelt wurde. Proton ist solch ein Beispiel. Geld einzusammeln über das Internet ist ein Weg, wenn Investoren „kleines Geld“ beisteuern wollen. Aber auch für diejenigen, die eine Idee gut finden und einfach nur einmal bei solch einer Aktion mitmachen wollen. Als Geldgeber hat man beim Crowdfunding meist nicht den tiefen Einblick darüber, was angeboten wird. Aus meiner Sicht sind von zehn Deals einer oder zwei gut. Das sollte man immer bedenken. Für mich ist wichtig, dass das Unternehmen ein gutes Konzept hat, aber vor allem zählt eine gute Mannschaft. Denn was nützt das beste Konzept, wenn das Team nicht in Lage ist, die gestellten Anforderungen zu erfüllen?





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

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

artprolog: die schönste
Beziehung zum Design.

artprolog®

perfekt . präzise . schnell



Die Gründerin und Direktorin des Forums Young Migrant Talents, Barbara Seifert, und einige ihrer Schüler im Institut an der Großen Elbstraße.

Lernen ohne Grenzen

*Ein Schritt zu mehr Bildungsgerechtigkeit: **FORUM YOUNG MIGRANT TALENTS** ist eine Erfolgsgeschichte auf einem konfliktbeladenen Feld. Hier wird Jugendlichen geholfen, aber auch der Gesellschaft und der Wirtschaft mit Fachkräften von morgen.*

Von der Großen Elbstraße in Altona sieht man auf die Schiffe und auf den Strom hinaus. Für die Schüler in dem Haus Nummer 131 ist dieser Blick eine Metapher: der Blick in die Welt. Hier ist der Verein Forum Young Migrant Talents (YMT) zu Hause. Ihr Ziel: mit Potential begabte Kinder und Jugendliche aus Einwanderungsfamilien zu fördern.

2007 in Hamburg gegründet, ist YMT schnell zu einer ermutigenden Erfolgsgeschichte auf einem konfliktbeladenen Feld geworden. Stichwort: Bildungsgerechtigkeit. Fast die Hälfte der YMTs, wie sie sich selber nennen, hatte zunächst die Haupt- oder Realschule besucht, war häufig sprachlich, kulturell, sozial unzureichend integriert. Über 95 Prozent von ihnen machten später das Abitur. Die übrigen knapp 5 Prozent erreichten den Mittleren Schulabschluss, absolvierten eine Ausbildung. Heute absolvieren fast 100 Prozent das Abitur.

Aimen, dessen Familie aus Tunesien stammt, war im November 2007 bei der Eröffnung des Projektes Forum YMT mit 14 Jahren der jüngste Teilnehmer. Höchst mittelmäßige Leistungen in der Schule, schlechte Prognose für seine Zukunft. Begleitet von YMT, machte er nacheinander Hauptschulabschluss, Realschulabschluss, Abitur – und in diesem Januar bekam er gerade seinen Studienplatz für Betriebswirtschaft an der Universität Göttingen.

Zeleikha Foladi wurde in Hamburg geboren, ihre Eltern flüchteten 1989 aus dem kriegsgeschüttelten Afghanistan. Sie war begabt, schaffte den Sprung aufs Gymnasium – mit der deutschen Sprache allerdings hatte sie Probleme. Zu Hause wurde nur in der Heimatsprache Pastunisch gesprochen. Durch Vermittlung eines Lehrers in den Förderkreis von YMT gelangt, ist aus ihr eine eloquente junge Studentin mit guten Zukunftsperspektiven geworden.

Sergej Beskrownych war 13 Jahre alt, als er mit seiner Familie, deutsche Spätaussiedler, vor 14 Jahren aus Kasachstan kam. Zu Hause wurde meistens Russisch gesprochen. Sein Deutschlehrer riet ihm, sich bei YMT zu bewerben. Heute ist der Masterstudent der Elektrotechnik einer von rund zwei Dutzend Dozenten bei YMT und zudem Teamleiter.

Drei Kapitel einer Erfolgsgeschichte, die von Jahr zu Jahr weitergeschrieben wird. Formale Aufnahmekriterien gibt es bei YMT nicht. Einem Aufnahmegespräch folgt eine vierwöchige Probezeit. Das Kernalter der Schüler liegt laut Gründerin und Direktorin Barbara Seibert zwischen 16 und 20 Jahren, kann aber auch bis zu 10 Jahren hinunter – und bis Mitte zwanzig hi-

naufreichen. Um Schüler werben muss das Forum nicht. An Hamburger Schulen hat es sich bei Lehrern wie bei Schülern herumgesprochen: Wer bei YMT lernt, verbessert in kurzer Zeit seine Zensuren – und seine Zukunftsaussichten.

Das Forum YMT ist für die Schüler kostenfrei, lediglich eine Jahresgebühr von höchstens 80 Euro wird erhoben. Finanziert wird der Verein durch Spenden und Sponsoren von Stiftungen, Unternehmen, Verbänden – und in diesem Jahr besonders auch mit verschiedenen Aktivitäten, wie Tombolas, vom Business Club Hamburg. Eine Unterstützung, die nicht nur den einzelnen Schülern zugute kommt, sondern weit und auf unabsehbare Zeit in die Gesellschaft hineinwirkt.

„Diese Initiative hilft nicht nur den Jugendlichen, sondern auch der Gesellschaft und der Wirtschaft. Die Teilnehmer von YMT bieten viele Qualitäten, die auf dem deutschen Arbeitsmarkt händierend gesucht werden“, heißt es beim Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA), einem der einflussreichsten Wirtschaftsverbände Europas, der 2009 mit seiner Unterstützung für Young Migrant Talents begann.

Von der Großen Elbstraße 131 geht der Blick in die Welt, in die Zukunft. Denn hier geht es nicht um Nachhilfe-Unterricht, sondern um die Erweiterung des persönlichen Horizonts. Dialoge mit Personen, die als „role model“ dienen können, Diskussionen, Exkursionen, Vorträge, Expertengespräche, die von den Schülern selbst vorbereitet werden. Allerdings: „Wir bieten Strukturen und öffnen Türen. Ihren Platz in der Gesellschaft erarbeiten die YMTs sich dann selbst“, sagt die Gründerin Barbara Seibert.

SO KÖNNEN CLUBMITGLIEDER HELFEN

Der Business Club Hamburg wird in diesem Jahr sämtliche Einnahmen von Charity-Aktionen dem Verein „Forum – Young Migrant Talents“ spenden. Wenn auch Sie den jungen Schülern und dem Verein helfen wollen, können Sie das gern tun, indem Sie Ihre Spende auf folgende Bankverbindung überweisen:

Forum – Young Migrant Talents e. V.
Hamburger Volksbank AG
KTN: 70017808
BLZ: 20190003



Die Monte Olivia der Reederei Hamburg-Süd im Hafen. 5000 Container passen auf das Schiff, das mit 270 m aber nicht zu den größten gehört. Im Januar etwa besuchte die CSCL Globe Hamburg – mit 400 m Länge das größte Schiff der Welt.

KOMPETENZ MIT TIEFGANG

*Firmen zusammenführen, Erfahrung und Wissen austauschen und im besten Fall den Weg zu Produktinnovationen ebnen: Das **MARITIME CLUSTER NORDDEUTSCHLAND** hilft der Wirtschaft auch über Ländergrenzen hinweg.*

Text: **Norbert Scheid**

Hamburg und seine Wirtschaft – das ist eine Erfolgsgeschichte seit Jahrhunderten, vor allem wegen kluger Anpassung und mutigem Wandel. Aber bei allen Veränderungen, das Herzstück Hamburgs ist der Hafen. Und das seit 1000 Jahren. Der Hafen, das ist vor allem der majestätische Einlauf der Queen Mary 2 und all der anderen Kreuzfahrtschiffe, das ist das Staunen über 400 Meter lange Containerriesen und das sind die langen Stahlfinger der Entladekräne im Abendlicht. Hamburg maritim, das ist moderne Schifffahrt und ein bisschen alte Romantik.

Was sich aber in und rund um den Hafen, im Schiffbau und in der Seefahrt an Firmen behauptet und an Neuem entwickelt hat, darüber haben selbst alteingesessene Hanseaten längst den Überblick verloren.

Um sich den zu verschaffen, muss man in dem nüchternen Behördenkomplex in der Wexstraße in den zehnten Stock fahren. Dort steht „Maritimes Cluster Norddeutschland“ an einer Tür. Und dahinter wartet Jessica Werner, eine junge Diplom-Ingenieurin aus Mainz. Geschäftsstellenleiterin Hamburg steht auf ihrer Visitenkarte. Jessica Werner hat Raum- und Umweltplanung studiert und ihre Diplomarbeit über Wirtschaftsförderung durch Cluster geschrieben. „Meine seemännischen Erfahrungen beschränkten sich zu Beginn allerdings auf einen Segeltörn mit meinem Vater“, bekennt sie lachend. „Die Anfänge vor vier Jahren waren sehr herausfordernd“, fügt sie an. „Inzwischen aber kenne ich immer mehr Firmeninhaber, Geschäftsführer, Entscheidungsträger aus der maritimen Wirtschaft persönlich. Man klingelt durch, man redet, knüpft neue Kontakte.“

Wer könnte mit wem? Also Firmen zusammenführen, die Erfahrung und Wissen austauschen und im Glücksfall daraus ein

neues Produkt oder einen neuen Service entwickeln. Das ist Sinn und Zweck eines Netzwerkes. „Die Basis einer Clusterinitiative ist eine hohe Firmenkonzentration in einer bestimmten Branche“, erläutert Jessica Werner. Was das betrifft, verblüffen allein die Zahlen und Fakten aus der Metropolregion Hamburg. Mit annähernd 2000 Firmen und mehr als 65 000 Beschäftigten ist Hamburg mit seinem Umfeld der bedeutendste Standort der maritimen Wirtschaft in Deutschland. Der Umsatz beträgt jährlich mehr als 24,5 Milliarden Euro.

Das Branchennetzwerk ist von Hamburg, Schleswig-Holstein und Niedersachsen aufgebaut worden. Seit Beginn des Jahres haben sich Bremen und Mecklenburg-Vorpommern angeschlossen. Insgesamt 220 Mitglieder hat das Cluster inzwischen, 65 davon in Hamburg.

„Zu den Firmen, die sich rund um Hafen und Seefahrt entwickelt haben, gehören ja auch Schiffsfinanzierer und Rechtsanwälte, Betriebe, die dem Schiffbau zuliefern und Schiffe mit moderner Unterhaltung versorgen“, umreißt Jessica Werner ihr tägliches Arbeitsgebiet.

Das Wichtigste dabei, das ist der persönliche Kontakt. „Morgen früh bin ich bei SAM Electronics“, zählt sie auf. „Die sind einer der großen Player.“ SAM rüstet Kommandobrücken auch der größten Containerschiffe mit Navigations- und Steuerungstechnik, mit Technik für die Kommunikation und die ges-

amte Schiffselektronik aus.

„Was die Zulieferindustrie für den Schiffbau betrifft“, betont Jessica Werner, „da sind norddeutsche Unternehmen Weltspitze. In dieser Branche hat das Made in Germany noch einen extrem hohen Stellenwert.“ Am Abend steht noch das Thema Maritime LNG-Plattform auf der Agenda. Was das ist? Ein entschei- →



Jessica Werner ist Leiterin der Geschäftsstelle Hamburg des Maritimen Clusters.



Vier große Containerterminals sorgen dafür, dass der Hamburger Hafen im vergangenen Jahr mit 145,7 Millionen Tonnen einen neuen Umschlagrekord erzielte. Dabei wurden fast zehn Millionen Container bewegt. Hamburg ist hinter Rotterdam der zweitgrößte Hafen Europas.

dendes Stück Zukunft für unsere Stadt und unser Land. Das LNG steht für Liquid Natural Gas, für Flüssiggas also. Wenn damit erst die gewaltigen Schiffsmotoren angetrieben werden können, wird unsere Umwelt kräftig durchatmen dürfen.

Da wir gerade einen Blick in die technische Zukunft werfen. Irgendwo auf dem Grund des Pazifischen Ozeans sind Ingenieure und Wissenschaftler gerade dabei, für Deutschland ein neues Ruhrgebiet zu erproben. Rohstoffabbau in Meerestiefen, auch ein gefördertes hoffnungsvolles Zukunftsgeschäft für die maritime Industrie.

„Technologisch hat der Seeverkehr allerdings noch ordentlich Nachholbedarf“, sagt Cluster-Mitglied Holger Ritter, der mit seiner Firma Drynet in Kiel für effektive Telekommunikation mit den Schiffen auf den Weltmeeren sorgt. Praktische Erfolge des maritimen Clusters und seiner Hamburger Geschäftsstellenleiterin zeigt er an einem besonderen Beispiel. „Als ich vor vier Jahren das erste maritime Frühstück inszenierte, hatte ich Mühe, etwa zehn bis fünfzehn Interessierte zu gewinnen. Jetzt, im Februar, beim 20. Frühstück im Hamburger Business Club waren wir an die 40 Gäste. Über das Cluster-Netzwerk hat sich das Interesse weit mehr als verdoppelt. Das Wichtigste dabei ist der Wissensaustausch unter unterschiedlichen Mitspielern. Wir haben dadurch bereits Partner für drei neue Projekte gewinnen können.“

Norbert Scheid ist Autor und lebt in Hamburg ganz in der Nähe des Hafens. Er war lange Jahre Reporter der Zeitschrift „HörZu“ und schreibt heute unter anderem für das Hamburger Abendblatt.

DAS MARITIME CLUSTER: DIE FAKTEN

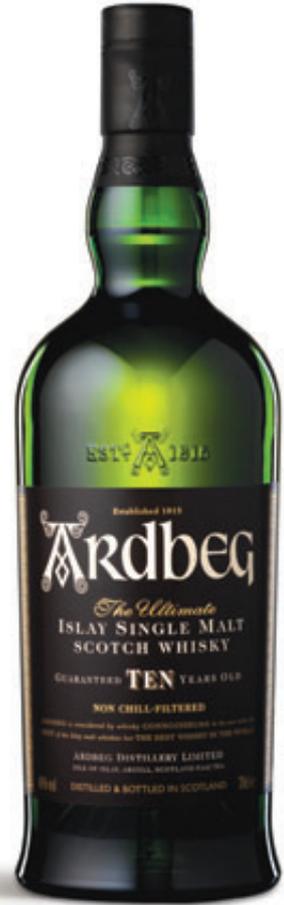
Das Maritime Cluster konzentriert sich auf die maritime Wirtschaft mit ihren Sektoren Werften und Zulieferer, Offshore- und Meerestechnik sowie die Verknüpfungen mit Schifffahrt, Reedereien und Hafenwirtschaft. Die zentrale Aufgabe liegt darin, über die Ländergrenzen hinweg Kooperationsprojekte zu initiieren, die bestehenden Netzwerke auszubauen und die regionalen Kompetenzen zu stärken. Ein weiterer Schwerpunkt der Clusterarbeit ist das Thema Ausbildung und Qualifizierung, da der Fachkräftemangel ein nicht zu unterschätzendes Entwicklungshemmnis für die maritime Industrie darstellt. Das Maritime Cluster Norddeutschland und seine Geschäftsstelle in Hamburg gibt es seit 2011.

EVENT TIPP

MARITIMES BUSINESS-FRÜHSTÜCK IM CLUB

Die Firma Silpion IT Solutions GmbH lädt die Clubmitglieder zu einem informativen Business-Frühstück in der Villa im Heine-Park ein. Referentin Birgit Knapp, Senior Sales Manager des Unternehmens, spricht über die Chancen und Möglichkeiten digitaler Geschäftsmodelle und deren Anwendungen für die maritime Branche.

Dienstag, 21. April 2015, 9 Uhr
Business Club Hamburg,
Elbchaussee 43, 22765 Hamburg
Anmeldung: www.bch.de



**ONE'S BIG AND UNTAMED.
THE OTHER'S AN ELEPHANT.**

**ARDBEG.
BEST SCOTCH WHISKY OF THE YEAR**

*3 years in a row**

*Ardbeg Ten Years Old, Ardbeg Uigeadail, Ardbeg Supernova – Jim Murray's Whisky Bible 2008, 2009 & 2010

ZU FUSS ZUM ERFOLG

Seit vielen Jahren vermittelt **STEPHAN OERTLE** vom Personaldienstleister Orizon Mitarbeiter in der Hamburger City und im Großraum Hamburg. Zu seinen Kunden zählen hauptsächlich renommierte Unternehmen aus der Hamburger Wirtschaft.

Text: **Peter Barber**

Wenn Stephan Oertle auf Kundenbesuch geht, tut er es im wahrsten Sinne des Wortes: Er geht. „60 Prozent unserer Klientel haben ihre Büros in der Hamburger Innenstadt“, sagt der Geschäftsführer des Personaldienstleisters Orizon Hamburg GmbH – und das ist von seinen Geschäftsräumen im Großen Burstah ein Katzensprung. Zu seinen Hauptkunden zählen viele namhafte Firmen aus allen Branchen der Hamburger Wirtschaft, wie zum Beispiel Banken und Reedereien, Logistiker und Wirtschaftsprüfer, Notare und Anwälte, Autohäuser, Produktions- und Handelsunternehmen. „Wir in Hamburg sind die Spezialisten für das Kaufmännische“, sagt Oertle, „wir sind ein jahrelang eingespieltes Team und finden punktgenau, was der Kunde wünscht.“

Eine große Unterstützung für die erfolgreiche Vermittlung und Überlassung von Fach- und Führungskräften ist neben dem intimen Hamburger Know-how vor allem der bundesweite Orizon-Bewerberpool mit rund 45 000 aktuellen Kandidatenprofilen. Die Kandidaten werden mittels eines sehr ausgefeilten Bewerbermanagements rekrutiert. In den letzten drei Jahren konnte das Unternehmen dank eines umfangreichen Personen- und Datennetzwerks über 1235 Mitarbeiter erfolgreich an Kunden zur direkten Festanstellung vermitteln. Bei dieser passgenauen und schnellen Kandidatensuche übernimmt Orizon den gesamten Prozess, angefangen bei den individuellen Stellenanzeigen bis hin zur Vorselektion und Einstellung der Kandidaten. Oertle: „Das bedeutet nicht nur eine erhebliche Zeit- und Kostenersparnis für die Kunden, sie finden auch den richtigen Mitarbeiter für die jeweilige Vakanz.“

Orizon entstand durch den Zusammenschluss mehrerer Personaldienstleistungsunternehmen und ist mit 80 Standorten der neuntgrößte und einer der führenden Personaldienstleister in Deutschland. Die Hauptverwaltung ist in Augsburg angesiedelt. Die Orizon Hamburg GmbH ist eine selbstständige Tochtergesellschaft, die 190 Unternehmen in der Metropolregion betreut. Derzeit stehen bei Orizon bundesweit nahezu 8000 Arbeitnehmer unter Vertrag, der Jahresumsatz 2013 betrug 261 Millionen Euro.

Die spezielle Hamburger Kundschaft mit den idealen Mitarbeitern zufriedenzustellen, funktioniert nur mit geschultem und zufriedenen Personal. Orizon bietet seinen Zeitarbeitnehmern

attraktive Konditionen. So kommen Mitarbeiter durch Branchenzuschläge und Mindestlohn auf einen durchschnittlichen Bruttolohn von 13,98 Euro. Seine Wertschätzung bringt das Unternehmen zudem mit dem umfangreichen Mitarbeiterbonusprogramm „Orizon PlusPunkte“ zum Ausdruck, das fester Bestandteil im Arbeitsvertrag aller Mitarbeiter ist. Geboten werden darin unter anderem eine arbeitgebergeförderte Altersvorsorge, Maßnahmen zur Gesundheitsförderung wie die Betreuung durch Betriebsärzte, Gratifikationen oder Unterstützung bei der Familienplanung. Die Mitarbeiter wissen das zu schätzen: Über 20 Prozent der fast 8000 externen Orizon-Mitarbeiter haben eine Betriebszugehörigkeit von mehr als zwei Jahren – das ist ein Spitzenwert in der schnelllebigsten Branche.

Neben der klassischen Personalüberlassung sowie der direkten Vermittlung bietet Orizon die Durchführung hochwertiger Personalprojekte für alle Branchen und Sparten an, in Hamburg hauptsächlich im kaufmännischen Bereich. Dazu zählen On-Site-Management, Outsourcing und Interim Services. Die Anforderungen der Kunden bestimmen dabei das Lösungskonzept, das maßgeschneidert umgesetzt wird. Als externer Berater sieht Orizon die Herausforderungen seiner Kunden aus einer anderen Perspektive – die berühmte Draufsicht des Experten – und generiert so eine effiziente und nachhaltige Umsetzung.

Das erfahrene Team von Stephan Oertle hat jederzeit ein offenes Ohr für Mitarbeiter, Kunden und Bewerber. „Der persönliche Kontakt ist ein wichtiger Schlüssel für unseren Erfolg“, sagt der Chef und geht wieder auf Termin.

KONTAKT

Orizon Hamburg GmbH
Stephan Oertle
Großer Burstah 23
20457 Hamburg
Tel: 040 22 60 61-62
Mobil: 0175 4364977
Mail: s.oertle@orizon.de
www.orizon.de

Orizon 
Unser Job ist gutes Personal



Stephan Oertle ist
Geschäftsführer des
Personaldienstleisters
Orizon Hamburg GmbH.

RICHTIGER MANN AM RICHTIGEN PLATZ

Seit vergangenem Sommer ist **DIETMAR BEIERSDORFER** Vorstandsvorsitzender des Hamburger SV. Seitdem versucht er, den aus den Fugen geratenen Traditionsclub wieder in Form zu bringen – sportlich, wirtschaftlich und kulturell. Eine heikle Mission.

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

Aus der Wand hängen lose Steckdosenschalen, die neu gezogenen Wände sind Gerippe aus Stahl und die Fenster sind mit blauen Plastikfolien verhängt. Nach wenigen Schritten überzieht grauer Kalkstaub die dunkelbraunen Wildlederschuhe. „Unsere große Baustelle“, sagt Dietmar Beiersdorfer. „Hier stand alles unter Wasser. Deshalb müssen wir es jetzt komplett neu bauen.“ Dietmar Beiersdorfer, 51, seit vergangenem Sommer Vorstandsvorsitzender des Hamburger SV, zeigt den neuen Mannschafts- und Behandlungsbereich in der demnächst wieder Volksparkstadion genannten Arena, aber eigentlich könnte er auch das ganze Unternehmen meinen. Auch der HSV ist – eine Baustelle.

Die Erfolge der Mannschaft bewegen sich weiter am Existenzminimum. Die finanziellen Möglichkeiten sind überschaubar. Neue Investoren sind noch nicht in Sicht. Und nach der Ausgliederung der Profis aus dem Gesamtverein ist Beiersdorfer als Mediator gefragt, um jene Mitglieder wieder hinter sich zu bringen, die diese Idee nicht ganz so toll fanden. „Dieser Club braucht Identität, Richtung und Kultur“, sagt der Vorstandsvorsitzende.

Beiersdorfer könnte genau der richtige Mann am richtigen Platz sein. Seine ruhige Art, sein diplomatisches Geschick, sein Fachwissen, all das könnte ihn zum Glücksfall für den HSV machen. Gleich nach seiner Karriere hat Beiersdorfer ein Betriebswirtschaftsstudium begonnen. Ein ungewöhnlicher Schritt für einen ehemaligen Profi; nicht für ihn. „Ich finde, man sollte die Türen im Leben immer einen Spalt weit offen lassen“, sagt Beiersdorfer, „so dass immer nochmal etwas Neues hereinkommen kann.“ Das Studium hat er nicht nur beendet, sondern danach für die Unternehmensberatung KPMG gearbeitet. Und hätte er nicht im letzten Moment auf die Bremse getreten, wäre womöglich ein Steuer- oder Buchprüfer aus ihm geworden. „Aber dafür bin ich dann doch nicht der Typ“, sagt Beiersdorfer. Wenn schon etwas anderes machen, dann läge sein Interesse eher in einer Tätigkeit an der Universität. Auch das hat er bereits ausprobiert und auch die Promotion war schon in Arbeit. Die ersten hundert Seiten liegen fertig im Schrank.

Dann aber rief doch wieder der Fußball. Fast sieben Jahre dauerte seine erste Zeit als Sportchef beim Hamburger SV, von 2002 bis 2009. Danach lernte er im Ausland den Beruf auch noch aus anderen Perspektiven kennen. In Salzburg war er zwei Jahre für

das Fußballgeschäft des Red Bull-Imperiums mit Profiteams in Salzburg, Leipzig und New York verantwortlich. Und erfuhr von Red Bull-Boss Dietrich Mateschitz, was es heißt, Tradition zu ignorieren und Vereine wie Marketingabteilungen zu führen. Er fand das interessant, einzelne Aspekte fließen heute in seine Arbeit ein, seine Welt aber war es nicht.

Später in St. Petersburg lernte er wieder eine andere Seite des Geschäftes kennen. In der hierarchischen Struktur des Vereins galt die Meinung der Klubbesitzer mehr als die Expertisen des Sportdirektors. Mehr als einmal verpflichtete der Klub Spieler, die weder auf der Vorschlagsliste des Sportdirektors noch auf der des Trainers standen. „Es hieß dann, man möchte gern, dass dieser oder jener Spieler im Verein spielt“, sagt Beiersdorfer. Die durchaus vorhandenen Reize der exotischen Stadt konnten deshalb die Grenzen des beruflichen Einflusses nicht lange wettmachen. Dass er gefrustet war von dem Job, klingt bei dem diplomatischen Beiersdorfer so: „Ich war bereit für etwas Neues.“ Das Neue war dann das Alte: sein HSV. Und der Job der des Vorstandsvorsitzenden. Beiersdorfer ist jetzt also ganz oben.

Das Spannungsfeld, in dem er sich bewegt, findet er reizvoll. Er möchte die Tradition des Vereins bewahren, ohne den Aufbau von innovativen Strukturen zu erdrücken. „Vergangenheit und Tradition spielen eine wichtige Rolle“, sagt Beiersdorfer. Viele Fans erzählen von ihren Vätern und Großvätern, die schon mit dem HSV gezittert haben. Beiersdorfer: „Das müssen wir ehren, aber wir dürfen uns auch nicht den Regeln der Zeit verschließen.“ Das Alte bewahren, etwas Neues schaffen – so könnte man die Aufgabe von Dietmar Beiersdorfer beim HSV zusammenfassen. Es ist wahrlich kein leichter Job.

KONTAKT

HSV Fußball AG
Sylvesterallee 7
22525 Hamburg
Telefon: 040 41 55-10 50
info@hsv.de
www.hsv.de



Beiersdorfer, der Baumeister: Nicht nur in den Katakomben des Stadions wird abgerissen, renoviert und neu gemacht. Der ganze Verein steckt mitten in einem schwierigen Umbruch. Wichtigstes Ziel: bloß nicht absteigen.

VISIONÄR MIT SYSTEM

Mit der Daily Company bietet **KEMAL ÜRES** Geschäftsleuten Kaffee sowie schnell servierte warme Speisen – und er entwickelt ständig neue Vertriebs- und Geschäftsideen.

Text: **Nina Schwarz** Foto: **Martina van Kann**

„Es gab diese Momente in meinem Leben“, sagt Kemal Üres, als er von seiner Unternehmerlaufbahn erzählt, „in denen ich nicht viel gedacht, sondern einfach gemacht habe.“ Schlüsselmomente nennt der ausgebildete Kaufmann und Gastronom diese Begebenheiten, die für ihn vieles veränderten.

So geschehen auch vor fünf Jahren. Damals hatte Üres eine neue Geschäftsidee: ein systemgastronomisches Angebot für Business-Menschen, welches „das Kaffeeangebot mit einem Konzept für warme Speisen verbindet“. Seine Überlegung: Geschäftsleute haben wenig Zeit und einen unregelmäßigen Tagesablauf. Sie wollen „den Spagat zwischen schnell, praktisch und gesund essen – und das mit Lifestyle und Komfort“. Das Ergebnis steht auf dem Kaffeebecher neben ihm: „DAILY – Your Coffee & Food Company“ – ein Volltreffer, mitten hinein in die hungrigen Mägen zahlreicher Büromenschen.

Zu Anfang basierte sein Unternehmen auf zwei Säulen: den Restaurants – Üres nennt sie „Stores“ –, die handgemachtes, frisches Essen mit hoher Geschwindigkeit servieren, sowie dem Business Catering, mit dem die Speisen direkt zum Kunden gelangen. „Ich dachte, du musst sein wie ein Schnellboot“, sagt der 37-Jährige und lacht. „Am liebsten wollte ich ein Zalando oder ein Amazon für Essen erschaffen.“ Inzwischen gehen immer mehr Bestellungen online ein.

Die Bilanz nach fünf Jahren ist beeindruckend. Rund 600 Kunden in der Innenstadt beliefert das Daily Catering, darunter Anwaltskanzleien, Notariate, Baufirmen. Gleichzeitig strömen jeden Tag Menschen aus ihren Büros in die Daily-Stores in Hammerbrook und auf der Fleetinsel, um sich Pizza, Pasta, Reis, Salate, Snacks und wechselnde Mittagsgerichte einzuverleiben. Rund 70 Mitarbeiter sind bei Kemal Üres beschäftigt.

Wie schnell das Konzept angenommen wurde, hat ihn überrascht. „Wenn ich mir überlege, was das Daily in so kurzer Zeit erreicht hat, kann ich das gar nicht richtig realisieren.“ Und sein „Baby“ wächst weiter. Als dritte Säule ist „Daily Events“ entstanden, für Veranstaltungen wie Betriebs- und Weihnachtsfeiern. Ab Juni soll zudem das „Daily Premium Catering“ für anspruchsvolle Abendveranstaltungen an den Start gehen. Sogar ganze Betriebskantinen werden beliefert und bei Bedarf geleitet. Weitere Stores, in Hamburg und anderen Städten wie Berlin, München und Hannover sind in Planung.

Der Erfolg ist so groß, dass der Gründer sich aus dem Tagesgeschäft herausgezogen und es an Geschäftsführer Manuel Hauck abgegeben hat. „Das war wichtig, da man sonst das große Ganze nicht mehr sieht“, sagt Kemal Üres. Die Position im Hintergrund gefällt ihm ohnehin besser. Denn: „Ich bin eher der anonyme Typ. Meine Stärke ist, der Visionär zu sein, zu sehen,

was wir brauchen und wo wir hin müssen. Ein klassischer Wirt war ich nie.“ Hinter der Theke fing für den gebürtigen Baden-Württemberger die Karriere in Hamburg 1999 an. Als der damals 22-Jährige mit dem Zug am Hauptbahnhof eintraf, hatte er nicht viel mehr als eine Tasche und seine Gastronomieausbildung mit Spezialkenntnissen in der Barbranche im Gepäck. Er übernachtete im Hostel und begann einen Job als Barkeeper in der Marley's Bar im Madison Hotel. Später heuerte er im Shark Club des Park Hyatt Hotels an, wurde dort unter anderem Barchef, Clubmanager und später Bar & Lounge Manager. Dann musste er sich entscheiden: Für das Hotel sollte er ins Ausland gehen. Doch Üres, inzwischen liiert, wollte in der Hansestadt bleiben und wählte den Schritt in die Selbstständigkeit. Er ging in verschiedene Gastronomiebetriebe hinein, die ihm gefielen, und erkundigte sich nach Kaufmöglichkeiten. Im Eimsbütteler Restaurant „La Paz“ wurde er fündig – ein weiteres Schlüsselmoment in Üres' Leben. Er kaufte das Lokal und machte aus seiner „ersten Selbstständigkeit“ einen der beliebtesten Gastrotreffs des Stadtteils. Als es Zeit für Neues wurde – „mir wird schnell langweilig“ –, übergab er das operative Geschäft – und setzte sein Daily-Konzept um.

Vor rund einem Jahr gründete Kemal Üres mit seinem Partner Frank Kittel die F & K Daily Holding GmbH. Zu ihr gehören die Daily Systemgastronomie GmbH, die Daily Franchise GmbH, das „La Paz“ sowie das Weiterbildungsunternehmen Eisberg-Seminare GmbH. Um Letzteres kümmert sich vorrangig sein Partner, aber auch Üres ist als Coach aktiv und lehrt Systemgastronomen, wie sie maximalen Erfolg mit geringem Widerstand erzielen. „Für den Erfolg ist es wichtig, dass ein Unternehmer Spaß, Leichtigkeit und vor allem die Balance in allen Lebensbereichen Tag für Tag lebt“, erklärt er. Privat versucht er, sich durch Sport, Lesen, Meditation, Musik und viel Zeit mit Frau und Tochter einen Ausgleich zu schaffen. In der Systemgastronomie sieht er weiterhin großes Potenzial und wünscht sich für die Zukunft der Branche vor allem eins: „noch mehr Konzepte, die System und Leidenschaft miteinander verbinden“.

KONTAKT

Daily Systemgastronomie GmbH
Hammerbrookstr. 89
20097 Hamburg
Tel: 040 40 18 85 64
info@daily-company.de
www.daily-catering.de



Kemal Üres beim Fototermin im Restaurant in Hammerbrook: Der Selfmademan ist über der rasanten Aufstieg seines Unternehmens, zu dem neben zwei Restaurants ein Catering- und ein Event-Service gehören, selbst überrascht.

FRÜH DIE ZUKUNFT IM BLICK

*Zuerst war er sich nicht sicher, ob er es wollte. Dann entschied sich **JAN VERLAAT**, als Nachfolger in das Unternehmen seines Vaters einzusteigen. Eine gute Entscheidung.*

Text: **Achim Schneider**

Wenn erfolgreiche Unternehmer sich Gedanken um ihre Nachfolge machen, dann kommt häufig der Sohn ins Spiel. So auch bei der Familie Verlaat. Vater Jens hatte die Firma Verlaat Elektrotechnik 1985 in Hamburg-Schnelsen gegründet und in 30 Jahren zu einem erfolgreichen Anbieter in den Bereichen IT-Dienstleistungen, Elektrotechnik und Kommunikationstechnik aufgebaut. Als Sohn Jan mit 18 Jahren das Abitur machte, fragte der Vater ihn, ob er sich vorstellen könnte, irgendwann ins Unternehmen einzusteigen. Der Sohn zuckte mit den Schultern. „Ich konnte zu dem Zeitpunkt noch keine Entscheidung treffen“, sagt Jan Verlaat. Er benötigte Bedenkzeit.

Dann entwickelte der junge Mann einen Plan, dessen Punkte er Stück für Stück abarbeitete. Er entschied sich für den dualen Bildungsweg, ging nach Lübeck und begann eine handwerkliche Ausbildung zum Elektrotechniker. Parallel dazu absolvierte er ein Studium der Betriebswirtschaftslehre. „Mir war wichtig, einen handwerklichen Beruf zu erlernen. Man lernt dabei, sich zu entwickeln und man begreift, was eine Arbeitsstunde auf der Baustelle wert ist. Weil mich auch die kaufmännische Seite interessiert, habe ich den dualen Weg gewählt“, sagt er. Während dieser Zeit hat er auch den Entschluss gefasst, zukünftig in der Firma des Vaters zu arbeiten. Nach dem Abschluss als Bachelor of Science absolvierte er erfolgreich die Meisterschule in Elektrotechnik. Dann stieg er in die Firma ein.

Mittlerweile ist Jan Verlaat als drittes Mitglied der Geschäftsführung für den Bereich Projektmanagement verantwortlich. Er plant Bauvorhaben, kontrolliert die Ausführung der Arbeiten und kümmert sich um das Neukundengeschäft. Der Junior hat sich mit seinem Ehrgeiz innerhalb kürzester Zeit einen Spitznamen bei seinen Kollegen erarbeitet – er wird der Optimierer genannt. Probleme hat er damit nicht. Er stellt alles auf den Prüfstand und stößt immer wieder Veränderungen an: „Man kann immer an Punkten schrauben, um das Qualitätsniveau zu erhöhen.“ Letztendlich diene alles dazu, dem Kunden das Bestmögliche anzubieten und damit besser als die Konkurrenz zu sein.

Kompetenzprobleme kennt der junge Geschäftsführer nicht. Der Vater hat seinen Einstieg „sehr gut vorbereitet“. Natürlich kannten ihn alle schon von klein auf, aber was er fachlich konnte, wusste niemand. „Die Mitarbeiter beobachteten zu Anfang jeden meiner Schritte und ich musste mir genau überlegen, was ich wie sage“, schmunzelt Verlaat. Heute ist das kein Thema mehr. Die Kollegen holen sich Input, schätzen seine Ideen und Verbesserungsvorschläge. Manchmal jedoch muss Verlaat-Junior bei seinem Tatendrang von den Geschäftsführerkollegen eingefangen werden. „Ich bin viel zu ungeduldig, weil manche Sachen nicht schnell genug vorangehen.“

Den Firmen-Leitsatz „Zukunft gemeinsam erleben“ hat Jan Verlaat bereits verinnerlicht. Seine Vision besteht nicht darin, die Größe der Firma zu verdoppeln. Vielmehr ist es sein Ziel, „das Unternehmen auf der Basis des Bestehenden weiterzuentwickeln und somit höchste Zufriedenheit bei den Beschäftigten und den Kunden zu erzielen“.

Bei diesen Aussichten kann sich Firmengründer Verlaat Senior beruhigt zurücklehnen. Seine Firma ist in guten Händen.



Eine perfekte Übergabe: Juniorchef Jan Verlaat führt übergangsweise zusammen mit seinem Vater Jens das Familienunternehmen.

KONTAKT

Jens Verlaat Services GmbH
Am Redder 4
24558 Henstedt-Ulzburg
Tel: 04193 75 75 75
info@verlaat.de
www.verlaat.de

Klare Formensprache, natürliche Materialien.

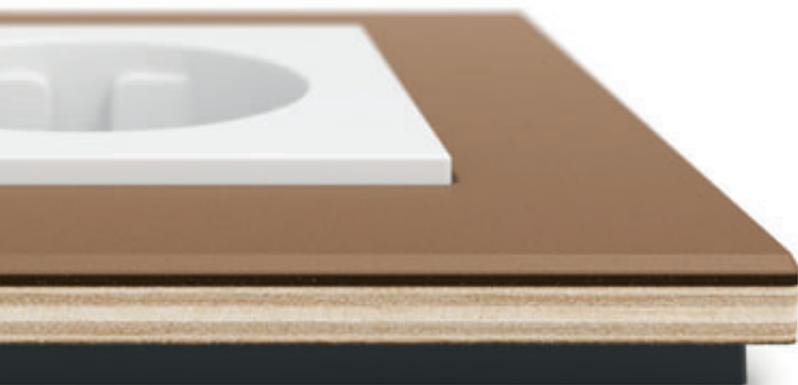
Gira Esprit
Linoleum-Multiplex

Gira Esprit Linoleum-Multiplex vereint erstmals in einem Schalterprogramm zwei natürliche Materialien, die sich perfekt ergänzen: Linoleum und Multiplex bestehen aus nachwachsenden Rohstoffen, sind robust, vielseitig einsetzbar und seit jeher beliebt bei Architekten und Designern. Rahmen in sechs attraktiven Farben bieten Spielraum für vielfältige Kombinationsmöglichkeiten in der Raumgestaltung. Gira Esprit Linoleum-Multiplex ist die ideale Wahl für Einrichtungskonzepte, in denen eine klare Formensprache und natürliche Materialien bevorzugt werden.

Die hochwertigen Rahmen zeichnen sich durch sorgfältige Materialauswahl und handwerklich präzise Verarbeitung aus. Eigens für Gira Esprit Linoleum-Multiplex wurde ein spezielles und anspruchsvolles Fertigungsverfahren entwickelt. In vielen Arbeitsschritten und unter stetiger Qualitätskontrolle entstehen auf diese Weise einmalig filigrane und zugleich äußerst robuste Rahmen.

Auszeichnungen:
iF Design Award 2015,
Iconic Awards Winner 2014,
Plus X Award, Bestes Produkt
des Jahres 2014,
Plus X Award für High Quality,
Design und Funktionalität 2014

www.gira.de



Rahmen in sechs
attraktiven Farben:
Anthrazit
Hellgrau
Hellbraun
Dunkelbraun
Blau
Rot

KAFFEE AUF DEM DACH

Zusammen mit Freunden hat sich **CHRISTOPH RIEDEL** einen Traum erfüllt: die eigene Kaffeerösterei. Das neue Unternehmen eröffnet ihm sogar die Chance, sein rastloses Leben als Unternehmensberater ein bisschen zu entschleunigen.

Text: **Andreas Eckhoff**

Das Wochenende beginnt mit einer guten Tasse Kaffee. Dieser Satz könnte einem Fernsehspot entnommen sein, ist er aber nicht. Tatsächlich beschreibt er das wahre Leben, das Leben von Christoph Riedel. Wenn der in ganz Europa aktive Unternehmensberater freitagnachmittags nach getaner Arbeit wieder in Hamburg und in seiner Wohnung auf der Uhlenhorst angekommen ist, ist die erste Tat ein Ritual. Er brüht sich eine Tasse Kaffee, steigt auf seine Dachterrasse, genießt den Blick auf die Stadt und das Aroma der Biobohnen. Wunderbar sei das, sagt der 48-Jährige, perfekt, um sich auf das Wochenende einzustimmen. Dass der Kaffee dabei seit geraumer Zeit aus der eigenen Rösterei kommt, ist die besondere Pointe dieser Geschichte.

Vor drei Jahren saß Riedel mit zwei Freunden zusammen. Die drei Männer waren nicht frustriert vom Leben, aber durchaus bereit für einen neuen Kick. Familienvater Riedel beschlich das Gefühl, dass „ich nicht mehr an vier von fünf Tagen in der Woche im Flugzeug sitzen möchte“. Sein Freund Dirk Mandel, Besitzer der Yakitori Bar in Winterhude, spielte mit dem Gedanken, auszusteigen und aufs Land zu ziehen. Und Robert Heuveldop, erfolgreicher Einkäufer bei einem großen Kaffeimporteure, hatte Spaß am Träumen und die Hand berufsbedingt ganz nah an dem Rohstoff, der das Leben verändern sollte.

Das Ergebnis der Planspiele trägt heute den Namen Kaffee Rösterei Elbe und liefert als einziger Hersteller in Deutschland dank Mitsstreiter Heuveldop Kaffeemischungen, die sowohl hundert Prozent bio also auch hundert Prozent fairtrade sind. „200 Prozent sauber also“, sagt Riedel, der Zahlenmensch, der in dem Unternehmen für das Geld und Marketing zuständig ist.

Partner Dirk Mandel hat tatsächlich zusammen mit seiner Familie in Trebel in der Nehmitzer Heide ein altes Hofensemble gekauft. Dort wird nun geröstet. Kleine Notiz am Rande: Der Röstofen befindet sich nicht, wie geplant, in einem der Gebäude, sondern auf einem Kleinlaster. Beim Umbau gab es Ärger mit den Behörden. Nun freuen sich alle, dass es so gekommen ist. Der Wagen ist eine echte Attraktion, etwa auf Wochenmärkten. Entscheidungen für etwas Neues im Leben liegen im Trend. Immer häufiger stellen Menschen wie Christoph Riedel fest, dass ihre Lebensträume mit denen ihrer Lebenswirklichkeit kollidieren. Und dass sich der Traumjob nicht über Geld, Macht und Provisionen definiert, sondern besser auch Berufung sein sollte.



Beste Bohne: Christoph Riedel mit selbst gerösteten Kaffeebohnen und einer guten Tasse in der Alsterperle in Hamburg.

Alles eine Frage der Balance, meint Riedel. Und wird natürlich seine erste Karriere auch dann nicht gänzlich an den Nagel hängen, wenn die Rösterei in die geplanten Dimensionen gewachsen ist. Seit 2003 ist er selbstständig, Fachmann für so genannte ERP-Systeme, wie sie IT-Riesen wie SAP oder Oracle entwickeln. Wenn Unternehmen diese Systeme implementieren, ist Riedel ein gefragter Experte. Sogar die Nato steht auf seiner Kundenliste. Er kann seinen Job und er macht ihn auch gern. Nur möchte er eben nicht mehr jeden Morgen irgendwo in Europa ins Flugzeug steigen. Sondern lieber in Hamburg-Uhlenhorst auf der Dachterrasse eine Tasse Kaffee trinken.

KONTAKT

Kaffee Rösterei ELBE GmbH
Marleben 29
29494 Trebel
Tel: 05848 2 26 01 01
kontakt@elbe-kaffee.de
www.elbe-kaffee.de

Viel mehr als eine elektronische Geldbörse!

Business mit Yapital.

Entdecken Sie Yapital für Ihr Unternehmen. Die sichere, kanalübergreifende Zahlungsmethode, die sich nahtlos in Ihre bestehende Infrastruktur einfügt.

- ✓ Erhalten Sie garantierte Zahlungen – mit Transaktionen in Echtzeit
- ✓ Steigern Sie Ihren Umsatz, indem Sie Marketing- in Vertriebskanäle umwandeln
- ✓ Sorgen Sie für mehr Kundenzufriedenheit durch einen vereinfachten Bezahlprozess
- ✓ Höchste Datensicherheit bei geringster Datenabfrage

So geht Business The Yapital Way – einfach, schnell und sicher:



ONLINE



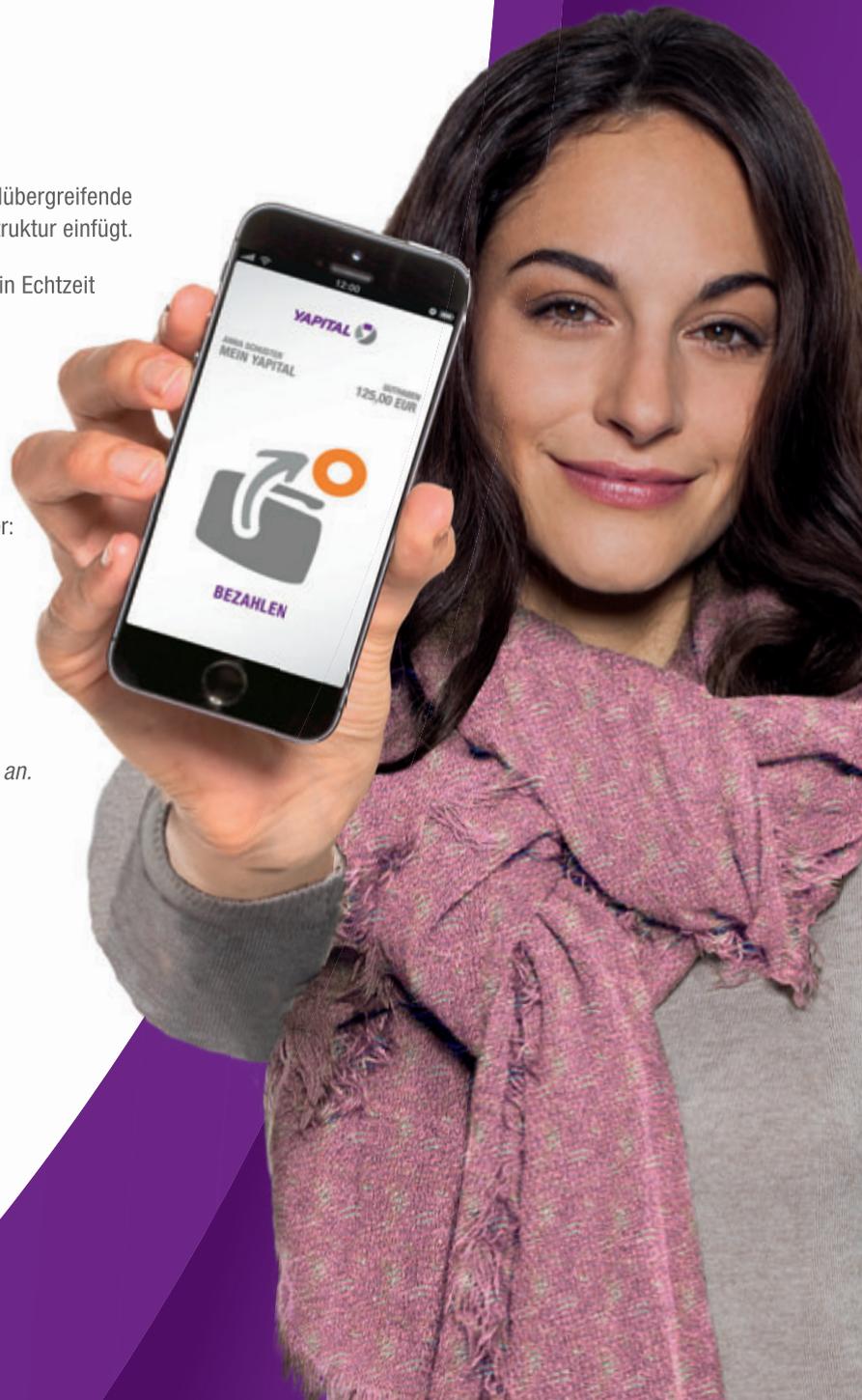
IM GESCHÄFT



AUF RECHNUNG

Sprechen Sie unser Business Development Team noch heute an.
00800-927 927 30 (gebührenfrei)
business.support@yapital.com

Für weitere Informationen.
www.yapital.com/business



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 Netzwerk und umfassendes Serviceangebot.*



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 Hochzeiten, Konfirmationen und Taufen sowie Geburtstagsfeiern exklusiv buchen.

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

PARTNER

Havana Lounge Bremen
Capital Club Bahrain
Capital Club Dubai
Capital Club East Africa Nairobi
Wirtschaftsclub Düsseldorf
The Royal Scots Club Edinburgh
Airport Club Frankfurt
Rotonda Club Köln
Club International Leipzig
National Liberal Club London
Business Club Prag
Business Club Schloss Solitude Stuttgart
Diplomatic Council Wiesbaden
Haute Club 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 100 Veranstaltungen im Jahr aus den Bereichen Kultur, Politik und Wirtschaft
- Kultur: Konzerte, Ausstellungen, Charity, Kulinarik
- Politik-Talk mit Spitzenpolitikern
- Wirtschaft: Vorträge, Podiumsdiskussionen, Exkursionen, Business Matching
- Open Club – jeden ersten Donnerstag ab 19 Uhr treffen sich Mitglieder und Gäste im Club
- Golf Matchplay Serie und Speedsailing beim Baltic Business Meeting

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 Business Club moderner Prägung. Seit November 2009 ist unsere Heimat die Villa im Heine-Park an der Elbchausee 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 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.)

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%

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



Der Blick auf die erneuerte Marke: Visuelle Einheit von der Brötchentüte über die Verpackung für den Fleischsalat bis zur Fassade des Gebäudes. Die von den Kunden von jeher geliebte Kirsche als Symbol der Frische ist als roter Punkt erhalten geblieben.

In Hieber-Läden geht der Kunde durch eine Warenlandschaft. Raumdesign und Laden-Leitsysteme gehören ebenso zur Markenentwicklung wie eine Zeitschrift mit modernen Themen und modernem Look.



NEUE SPRACHE FÜR NEUE MARKEN

*Die Werbung wandelt sich mit der Zeit. Damit wandeln sich auch die Aufgaben einer Werbeagentur. **DIE NEUE MONARCHIE** hat mit der Entwicklung von Marken einen neuen Schwerpunkt und neue Herausforderungen gefunden.*

Text: **Uwe Prieser**

Jede Marke bildet ihr eigenes Königreich, ein Territorium, bevölkert von ihren Produkten. Beide jedoch wandeln sich mit der Zeit und das Königreich muss modernisiert, mitunter sogar neu erfunden werden. Schließlich ist die Identität von Produkt und Marke sein Fundament. An diesem Punkt übernimmt die Neue Monarchie das Zepter. „Es gibt immer mehr Kunden, die sich der Relevanz der eigenen Marke bewusst werden. Das war in dieser Intensität früher nicht der Fall“, sagt Bianca König, Gründerin und Geschäftsführerin der Neuen Monarchie am Hopfenmarkt. Mehr und mehr sei ihre Werbeagentur in den vergangenen Jahren zu einem Markenentwickler geworden.

„Die Marke“, erklärt sie, „ist ein neuer Schwerpunkt in unserer Arbeit, bei dem wir uns viel konkreter mit ganzen Markenbildern beschäftigen als allein mit Werbung.“ Dabei ist die Neue Monarchie mit dem Steilpass eines neuen Logos bereits ins „Kaiserland“ gestürmt – auf das Fußballfeld. Mit neu entwickelten Markenauftritten für die 3. Liga und die Frauen-Bundesliga.

Das jüngste Musterbeispiel einer Markenentwicklung ist im Erscheinungsbild der zur Edeka-Gruppe gehörenden Ladenkette Hieber zu besichtigen: Ein Familienunternehmen, das mit seinen zwölf, rund um den Schwarzwald platzierten Filialen der Marktführer seiner Region ist.

„Wir waren total begeistert von der Qualität des Angebots, der Modernität der Läden, ihrer hochwertigen Innenausstattung“, schildert Bianca König ihren Eindruck, als sie zum ersten Mal Filialen der Hieber-Kette besuchte. „Aber etwas stimmte nicht. Das traditionelle Markenbild entsprach nicht mehr der Realität der Läden.“ In der Außenansicht erschienen die Läden in Schriftbild, Farbe, Werbesprache als althergebrachter Supermarkt. Sobald man sie betrat, befand man sich in einer hochmodernen Warenwelt. Eine First Lady der Supermärkte, gekleidet im Tante-Emma-Look.

Der Dialog begann als Monolog. Nämlich des Kunden zur Agentur, denn in der Neuen Monarchie wird „das Talent, nichts zu sagen“ hoch geschätzt. Zuhören, sich in den Kunden hineinversetzen. Dazu Rechercharbeit, Checks vor Ort. Und Gespräche, Gespräche...

„Wir haben uns mit den Menschen und ihrer Marke auseinandergesetzt, mit der Qualität beschäftigt“, erzählt Bianca König. „Und schließlich haben wir das Ganze zu einem Logo verarbeitet, in dem es sich symbolisch wiederfindet.“ Am Ende stand ein renoviertes Markenbild, mit dem zwanzig,

dreißig Jahre Rückstand im äußeren Erscheinungsbild übersprungen wurden.

„Nach außen gibt es viel Neues, innen ist alles beim Alten geblieben.“ Das Leitthema des neuen Markenbildes war zugleich eine Botschaft des Unternehmens Hieber an seinen Kundentamm: Es ist noch immer der Laden, den Sie gewohnt sind – und den Sie sich leisten können. „Auch wenn er“, so Bianca König, „in Stil und Qualität einem teuren Feinkostladen nicht nachsteht.“

Das neue Markenbild verlangte nach einer neuen Sprache, neuen Begriffen, von der Kundenzeitschrift über die Einkaufsstütle bis zu Kleidung des Personals. Die bisherige Bezeichnung „Frische Center“ war überholt. Ebenso die Kleidung im traditionellen Edeka-Blaugelb, die in ein elegant-trendiges Grau umgewandelt wurde.

„Wir haben lange darüber nachgedacht, wofür steht das Ganze?“ Ein Familienunternehmen, das in diesem Jahr fünfzig Jahre alt wird, vor nicht langer Zeit erst vom Vater auf den Sohn übertragen, in der Region verwurzelt, seinen Kunden von den Großeltern bis zu den Enkeln vertraut. „Was sollten wir denen auf die Fahne schreiben?“, erzählt Bianca König. Wie so oft lag die große Lösung in einem einfachen Satz: „Hieber. Mein Leben. Mein Laden.“ Und die Neue Monarchie hatte einem Königreich wieder einmal ein neues Gesicht gegeben. Zum ersten Mal geschah das vor zehn Jahren.

„Damals haben wir ein international agierendes Musical-Unternehmen in seinem Erscheinungsbild auf links gedreht. Logo, Corporate Design, Sprache, Visualisierung nach innen und außen – alles.“ Die Vergnügtheit, mit der Bianca König davon erzählt, macht ein Motto der Agentur lebendig: „Wir tragen unser Herz aufs Papier und in die Köpfe der Kunden.“

KONTAKT

Neue Monarchie
Agentur für Kommunikation GmbH
Hopfenmarkt 31
20457 Hamburg
Tel: 040 5 22 99 33-10
kontakt@neuemonarchie.com
www.neuemonarchie.com

Happen, die das Herz berühren

Chinas Küche ist breit gefächert. Je nach Provinz gibt es besondere Traditionen – mal mit Fisch, mal mit Rind, Huhn oder Schwein. Eins haben alle Gerichte gemein: ihre aromatischen Gewürze.



Chefkoch Nils-Kim Porru war beim Fotoshooting im Restaurant Copper House in der Davidstraße von der Kochkunst seiner asiatischen Kollegen begeistert.





Es ist angerichtet: Das fein geschnittene Gemüse und die frischen Gambas wurden auf dem Grill erhitzt. Business Club-Chefkoch Porru richtete das Minigericht in einer eigens mitgebrachten Glasschale an und dann durfte – stilecht mit Stäbchen – probiert werden.

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

Der Küchenchef muss passen. Ehrlich bekennt Nils-Kim Porru: „Authentisch chinesisches kochen kann ich nicht.“ Das fange schon bei den verschiedenen Teigen für gefüllte Taschen an und höre bei den Küchengeräten noch lange nicht auf. „Zum Beispiel eine Pekingente herzustellen erfordert Zeit, einen speziellen Ofen, Technik und viel Erfahrung. Das kann ich mit meinem Team nicht leisten“, sagt Porru. Muss er auch nicht. Im Business Club Hamburg werden die Geheimnisse der chinesischen Küche mit Zutaten von Hamburger Lieferanten hergestellt; und die sind auch frisch und von hoher Qualität.

Und bei Tisch muss man sich auch nicht unbedingt an den chinesischen Tischsitten orientieren. „Die sind nämlich sehr speziell“, sagt Porru mit feinem Lächeln. Er hat sie in den Chinatowns von London und New York selbst erlebt. Essen ist für Chinesen eine gesellschaftliche Veranstaltung. Man sitzt an runden Tischen, gern mit einem drehbaren Aufsatz, auf dem gleichzeitig alle bestellten Gerichte platziert werden. Und dann darf jeder von allem kosten. Sogar Kleckern und genüssliches Schmatzen ist ausdrücklich erlaubt – es zeigt an, dass es besonders gut schmeckt.

Porru ist fasziniert von der fernöstlichen Küche, ihren Gewürzen, ihrer Vielfalt, den Gemüsen, Kräutern, Fischen, Geflügel und anderen Tieren. „Mich würde es sogar einmal reizen, Insekten zu essen“, sagt Porru. „Wie die wohl schmecken? Wahr-

scheinlich müssen wir uns ja langfristig ohnehin Gedanken machen, wie wir Insekten als Protein-Lieferanten in unsere Speisepläne einbauen, wenn die Weltbevölkerung weiter wächst.“ Recht hat er.

Im „Copper House“ in St. Paulis Davidstraße, dem Ableger des Wandsbeker Traditions-Chinesen „Ni Hao“, kommen Insekten natürlich (noch) nicht auf den Teppanyaki-Grill. Das ist eine große Herdplatte aus Edelstahl, mit einem Gasbrenner darunter und einem Loch in der rechten unteren Ecke, in die der Koch Reste von Öl und Angesetztem schiebt. Dazu lässt er seine Hände mit zwei breiten Spateln ein flinkes Ballett tanzen. Sie flitzen über die Fläche, und werden aneinander geschabt, bis die Platte glatt und makellos und frei von Rückständen ist.

Porru, der die Kollegen zwecks Inspiration besucht, bekommt glänzende Augen: So einen Grill hätte er auch gern. Und so einen Wok-Ofen, der mit fauchender Gasflamme Gemüse, Fleisch, Soßen erwärmt, brät, sautiert, dünstet oder kocht. Ständig wird das Gargut in Bewegung gehalten, denn in dem halbkugelförmigen Topf aus Gusseisen wird alles rasant schnell fertig. Ein Highlight ist auch der Ofen für Dim Sum, mit Fisch, Fleisch und/oder Gemüse gefüllte, hauchdünne Taschen aus Mais-, Reis- oder Weizenteig: Gas erhitzt eine große Pfanne voll Wasser, die bedeckt ist mit einer Platte voller kreisrunder Löcher. Über den Löchern stehen Bambuskörbchen mit gitterartigem Boden. Der

heiße Wasserdampf steigt auf und gart die Leckereien, die nicht nur gut schmecken, sondern auch hübsch anzusehen sind.

„Dim Sum sind schon etwas Typisches“, sagt Porru. Ansonsten sei die chinesische Küche schwer ein- bzw. abzugrenzen. Wo hört die eine auf und fängt die malaiische, thailändische, koreanische an? Je nach Provinz gibt es andere Traditionen der Zubereitung, mal mehr von Fisch bestimmt, mal mehr von Schwein, Rind, Huhn oder Ziege. Immer aber seien die Gewürze wichtig, Ingwer, Knoblauch, Zitronengras, Kardamom, Zimt, Chili. Auch im Westen bekannt sind Sojasoße, Austern- und Hoisin-Soße, die ihre Würze zum Teil aus fermentierten Sojabohnen beziehen, aus Süßkartoffeln und Sesamöl.

Scharf, süß, sauer und salzig sind je nach Region vorherrschende Aromen. Eine Speisenfolge wie in Europa – Vorspeise, Suppe, Hauptgericht, Nachtisch – gibt es im Chinesischen nicht. Da meist alles gleichzeitig oder kurz hintereinander auf den Tisch kommt, kann jeder essen, was er will. Nur der Reis, der hier meist zum Essen kommt, wird dort erst später allein gegessen. Die Suppe genießt man am Schluss, weil sie – so die Vorstellung – die verbliebenen Hohlräume ausfüllt. Süße Desserts sind unüblich. Da Dim Sum, die übersetzt „Happen, die das Herz berühren“, heißen, zum Tee gereicht werden, ist Süßes wie Kuchen oder eine Cremespeise im Wesentlichen unbekannt.

So wenig wie Naseputzen bei Tisch erlaubt ist, so wenig gern wird es gesehen, wenn jemand seine Schüsseln blank putzt. Das bedeutet, der Gastgeber hat zu wenig Essen aufgefahren – ein herber Gesichtsverlust. Also immer etwas übrig lassen! Wenn allerdings Porru einen glasierten Schweinebauch servieren sollte, mit allerlei kurz gegarten Gemüsen, die wie Zwiebeln, Karotten, Möhren, Sojasprossen, Paprika und Pilzen, bei uns wie in China gern gegessen werden, dann darf gern aufgegessen werden. Und vermutlich darf man sich auch noch auf Nachtisch freuen.



Gekochte Spinat-Teigtasche gefüllt mit Fleisch und Knoblauchblättern

Zutaten für 4 Personen:

250 g Mehl, 200 g Paket Spinatblätter, 100 g Knoblauchblätter, 100 g Schweinebauchfleisch, 50 g Rucolasalat, Sesamöl, gemahlene Fischstücksauce, Salz, Pfeffer, Zucker

Und so geht's:

Spinat fein pürieren und mit dem Mehl zu einem festen Teig zusammenrühren. Salz hinzugeben. Jetzt die Füllung herstellen. Dafür werden die Knoblauchblätter in feine Stücke geschnitten, ebenso der Schweinebauch. Im Anschluss alles mit Salz, Pfeffer, Zucker und Sesamöl würzen und abschmecken.

Jetzt den fertigen Teig ausrollen und in Stangen mit jeweils 3 cm Durchmesser und jeweils 1,5 cm Länge schneiden. Diese Stücke erneut ausrollen, bis wir runde Scheiben mit einem Durchmesser von ca. 8 cm haben. Jetzt kommt die Füllung auf die Teigstücke und dann werden diese verschlossen. Anschließend kommen die fertigen Teigtaschen so lange in kochend heißes Wasser, bis sie nach oben getrieben werden.

Beim Anrichten garnieren wir den Teller mit dem Rucolasalat und legen dann die Teigtaschen darauf. Ganz zum Schluss wird das Gericht noch einmal mit der „Fischsauce“ abgeschmeckt.



Das ganze Rezept finden Sie im Internet unter www.bch.de. Einfach QR-Code mit Ihrem Smartphone scannen und Sie gelangen automatisch zur Rezeptseite.

EVENT TIPP

Business Frühstück – Finanzieren in China

Immer mehr deutsche Unternehmen wagen den Schritt nach China und errichten dort eigene Betriebsstätten. Der Aufbau und die Finanzierung ist gerade für kleine und mittlere Unternehmen nicht einfach zu realisieren. Referent Dr. Michael Bormann, Steuerberater und Gründungspartner von bdp Bormann Demant & Partner, bdp Venturis Management Consultants GmbH, gibt einen Überblick zu allen relevanten Themen und Fragestellungen rund um ein China-Investment.



Dienstag, 31. März 2015, 9 Uhr
Business Club Hamburg,
Elbchaussee 43, 22765 Hamburg.
Anmeldung: www.bch.de

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

„Der wichtigste Partner für den Hafen“

Wie wichtig ist China für Hamburg und seine Wirtschaft? Das beantwortet hier

DR. MARGOT SCHÜLLER, China-Expertin vom GIGA Institute of Asian Studies.



club!: Welchen Stellenwert haben die wirtschaftlichen Beziehungen zwischen Hamburg und China?

Dr. Margot Schüller: Hamburg und China verbindet eine lange Geschichte der wirtschaftlichen Partnerschaft, die bereits 1731 mit dem Einlaufen des ersten chinesischen Frachtschiffes in den Hamburger Hafen begonnen hat. Die wirtschaftlichen Beziehungen umfassen heute nicht nur Handels-, sondern auch Investitionsströme in beide Richtungen. Rund 120 Hamburger Unternehmen sind in China über Niederlassungen oder Produktionsbetriebe aktiv. Umgekehrt gibt es rund 500 chinesische Unternehmen in Hamburg, die hier Niederlassungen besitzen, im Außenhandel aktiv sind oder hier produzieren.

Spielt China auch für andere Bereiche als den Handel eine Rolle für Hamburg?

China spielt neben den traditionellen Handelspartnern in der EU und in Amerika eine wichtige Rolle. Der Ausbau der politischen und kulturellen Beziehungen im Rahmen der Städtepartnerschaft mit Shanghai und der Gründung des ersten chinesischen Generalkonsulats in Hamburg erleichterte auch die Ausweitung der Beziehungen in anderen Bereichen. Deshalb haben nicht nur Handel und Investitionen zugenommen, sondern auch die Zusammenarbeit im Umwelt- und Klimaschutz, im Tourismus sowie in der Wissenschaft und Bildung.

Wie wichtig ist dabei der Hamburger Hafen?

Über den Hamburger Hafen läuft mehr als die Hälfte des gesamten deutsch-chinesischen Außenhandels. Mit 2,7 Millionen

Container-Einheiten und einem Anteil von rund 30 Prozent am gesamten Umschlag war China der wichtigste Handelspartner für den Hamburger Hafen im Jahr 2013.

2002 hat der Senat eine umfassende Initiative mit dem Ziel gestartet, die Beziehungen der Stadt zu China auszubauen. War diese Initiative erfolgreich?

Der Ausbau Hamburgs zu einem europäischen Brückenkopf nach China ist gelungen. Gegenüber 2002 verdoppelte sich die Zahl der in Hamburg ansässigen Unternehmen. Heute leben, studieren und arbeiten rund 10 000 Chinesen in Hamburg, also fünfmal mehr als noch 2002. Mit dem alle zwei Jahre stattfindenden „Hamburg Summit – China meets Europe“ ist im Jahr 2004 eine hochrangige Konferenzserie begonnen worden, an der inzwischen regelmäßig auch die Spitze der politischen Führung aus China und Europa teilnimmt.

Wo sehen Sie die besten Möglichkeiten für eine wirtschaftliche Zusammenarbeit zwischen Unternehmen aus Hamburg und China?

Hamburg weist eine Reihe wichtiger Cluster auf, die für chinesische Unternehmen attraktiv sind. Neben der Logistik und dem Transport, die direkt mit der Hafenwirtschaft zusammenhängen, bieten sich beispielsweise die Bereiche Luftfahrt, Stadt- und Verkehrsplanung, Architektur, Gesundheitsökonomie und Umwelttechnologien an.

HAMBURG IST DIE NUMMER EINS BEIM HANDEL MIT CHINA

Rund 500 Unternehmen aus der Volksrepublik China sind in Hamburg und von Hamburg aus aktiv. Damit ist die Hansestadt der Standort Nummer eins in Europa für chinesische Firmen. Bereits 1984 wurde die China United Trading Corporation GmbH als chinesischer Brückenkopf nach Europa in Hamburg gegründet. Die Unterstützung chinesischer Unternehmen durch die Stadt hat eine starke Sogwirkung ausgeübt. Die meisten chinesischen Firmen sind Handelsunternehmen, die Hamburg als Drehscheibe für Dienstleistungen oder den Export nützen. Ausdruck der intensiven Zusammenarbeit zwischen der Hansestadt und Fernost ist der „Hamburg Summit: China meets Europe“, der jedes Jahr im Herbst von der Handelskammer Hamburg veranstaltet wird. In Hamburg haben sich über die Jahre viele soziale Kontakte zwischen Hanseaten und Chinesen entwickelt, nicht nur in den 200 China-Restaurants. Es gibt chinesische Schulen und Kindergärten und sogar einen Lehrstuhl für chinesische Medizin.



DARUM NENNT MAN ES BRAUKUNST.



Gebraut mit erlesenen Zutaten, gereift auf Buchenholz. Erst dadurch entfaltet unsere obergärige Bierspezialität ihr komplexes Aroma und die klare, rotblonde Farbe. Der Kenner genießt sein Duckstein aus dem eigens für das Bier entwickelten Sommelierglas und weiß: Darum nennt man es Braukunst.

www.duckstein.de

BIER
BEWUSST
GENIESSEN.
DIE DEUTSCHEN BRAUER.



Rolf-Peter Rocke

... BITTET ZU TISCH

*Ein Schreibtisch verrät viel über seinen Besitzer. In jeder Ausgabe blicken wir auf einen – diesmal auf den von **ROLF-PETER ROCKE**.*

Zu seinem Schreibtisch hat Rechtsanwalt Rolf-Peter Rocke eine innige Beziehung. Er begleitet ihn seit seinem Einstieg ins Berufsleben vor beinahe 50 Jahren. Damals, 1967, war das Möbelstück aus rötlichem Holz bereits gebraucht – aber für den „bodenständigen“ Rocke war es Liebe auf den ersten Blick. Der Anwalt braucht die großflächige Tischplatte, um den Überblick in seinen Akten zu behalten. Für seine Gäste bietet der Schreibtisch ein kleines Schmankele: eine Lade zum Herausziehen, auf der man „alles Mögliche“ ablegen kann. Trotz der beeindruckenden Größe passt allerdings immer noch nicht alles auf die Tischplatte und deshalb hat sich Rocke von einem Fachmann den gleichen Tisch in Klein nachbauen lassen – für den Computer. „So ein moderner Tisch hätte einfach nicht gepasst“, sagt er.

Auch Persönliches findet Platz auf dem Schreibtisch. Zum Beispiel das rote Herz aus Kunststoff, das ihm seine Frau geschenkt hat. „Immer wenn ich Stress habe, soll ich es in die Hand nehmen und zusammendrücken“, sagt er. Das hat er in 15 Jahren noch nie gemacht. Der kleine gelbe VW-Käfer ist in Wahrheit ein USB-Stick mit Daten des ADAC, dem er 20 Jahre vorstand. Etwas abseits steht ein Pokal – die Siegetrophäe einer Journalistenrallye. Früher war Rolf-Peter Rocke ein passionierter Autofahrer. Heute liebt er es dagegen eher gemütlich.

■ Rolf-Peter Rocke, 77, ist Anwalt im Verkehrs-, Jagd- und Waffenrecht. Er war Vorsitzender des ADAC Hansa und Verkehrsexperte für TV- und Printmedien. KONTAKT: Rolf-Peter Rocke, Tel: 040 2 36 71-101, E-Mail: rocke@rocke-rechtsanwaelte.de, Internet: www.rocke-rechtsanwaelte.de



Enjoy responsibly - www.massvoll-geniessen.de



FONDÉ  EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE
★

SUCCESS IS A MATTER OF STYLE

MS EUROPA 2

DIE GROSSE FREIHEIT:
Unendlich viel Platz, um
sich ganz nah zu sein.



Ausgezeichnet mit der Höchstnote 5-Sterne-plus!*

An Bord der EUROPA 2 erwarten Sie:

- Überlegenes Platzangebot – maximal 500 Gäste
- Ausschließlich Suiten ab 35 m² – alle mit eigener Veranda
- 1.000 m² Spa- und Fitnessbereich mit Meerblick
- Sieben Gourmetrestaurants – alle ohne Aufpreis und mit flexiblen Tischzeiten

Entdecken Sie mit der EUROPA 2 die wilde Romantik Korsikas. Das sagenumwobene Capri. Die Kraft des Feuers auf den Liparischen Inseln. Erleben Sie die ganze Faszination mediterraner Inselwelten. Genießen Sie auf Sizilien den Ausblick auf den rauchenden Ätna, den aktivsten Vulkan Europas. Valletta, eine der schönsten Hauptstädte Europas, bildet den würdigen Abschluss von sieben faszinierenden Tagen im Mittelmeer.

CIVITAVECCHIA (ROM) – VALLETTA

22.08. – 29.08.2015 | 7 Tage | Reise EUX1524

pro Person ab € 4.490

in einer Garantie-Veranda/-Ocean Suite mit 28 m² Wohnbereich und 7 m² Veranda. Seereise inklusive An-/Abreisepaket (Doppelbelegung)



* It. Berlitz Cruise Guide 2015

Persönliche Beratung und Buchung bei
bei Hapag-Lloyd Kreuzfahrten GmbH,
Ballindamm 25, 20095 Hamburg
unter Tel.: 040 3070 3070
info@hl-kreuzfahrten.de, [f](#)/hl.kreuzfahrten

Verlängertes
Vergnügen!
Kombinieren Sie diese
Reise mit der EUX1525
und Sie sparen
p. P. € 400!



Hapag-Lloyd
Kreuzfahrten