

club!

DAS MAGAZIN DES BUSINESS CLUB HAMBURG



Mit dem Fußball nach oben: Günter Netzer

HAMBURG SPIELT GAMECITY ENTWICKELT SPIELE FÜR MILLIONEN

Interview **GÜNTER NETZER** ÜBER DISZIPLINIERTER ZOCKER, PROFIS MIT ZU VIEL MACHT
UND DIE KUNST DES RICHTIGEN RÜCKTRITTS Franchising EINER FÜR ALLE, ALLE FÜR EINEN
Gute Tat **HELFEN OHNE HONORAR** Brasilien-WM AM GRILL MIT PATRICK OWOMOYELA

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, Peer-Arne Böttcher,
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:

Peter Barber, Dr. Catrin
Gesellensetter, Detlef Gürtler,
Oliver Hardt, Jörg Marwedel,
Alexandra Maschewski, Uwe
Prieser, Gisela Reiners,
Norbert Scheid, Nina Schwarz

Grafik:

Carsten Lerch, Jasmin Nesch

Fotos Business Club Hamburg:

Martina van Kann

Lektorat:

Dr. Sigrid Schambach

Anzeigenleitung:

Dr. Norbert Wüpper
Telefon: 040 4 21 07 01-15
E-Mail: nw@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!**

zur Weltmeisterschaft in Brasilien, zur Zukunft des HSV, aber auch zu unserer Titelgeschichte, die sich diesmal mit Hamburg als Hochburg von Spieleentwicklern beschäftigt.

Netzer bevorzugt beim Spielen ganz klassisch den Roulettetisch, und staunt – wie vermutlich die meisten von uns – über die rasante Entwicklung in der Gamecity Hamburg. Die Fakten, die der Bericht „Hamburg spielt am besten“ (Seite 16) präsentiert, sind jedenfalls beeindruckend und verblüffend.

Oder wussten Sie, dass der Senat eine eigene Planstelle eingerichtet hat, um die junge Industrie zu unterstützen? Dass es Spiele im Internet gibt, auch aus Hamburg, die mehr als 50 Millionen Menschen auf der ganzen Welt spielen? Und dass Spieleentwickler tausenden Menschen einen Arbeitsplatz in Hamburg bieten?

Im Namen des gesamten Teams des Business Club Hamburg wünsche ich Ihnen eine unterhaltsame Lektüre.

Ihr

Peter Richard Stoffel

Spielfreude!

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

kann es einen geeigneteren Gesprächspartner geben, um die wichtigen Themen dieser club!-Ausgabe zu reflektieren? Er ist der kreativste Mittelfeldspieler, den Fußball-Deutschland je hervorgebracht hat, er ist Welt- und Europameister und er hat sich auch im Alter von fast 70 Jahren seine Freude am Spielen bewahrt – natürlich am Fußball, aber nicht nur. Günter Netzer hatte viel zu erzählen, als ihn die club!-Redakteure Andreas Eckhoff und Achim Schneider in seiner Wahlheimat Zürich trafen:



Günter Netzer (linkes Foto, Mitte) mit den Redakteuren Schneider (r.), Eckhoff (2.v.l.) sowie Fotograf Ivo von Renner (vorn) und seinem Team in Zürich. Oben: Redakteurin Nina Schwarz und Patrick Owomoyela beim Testessen der Club-Wurst am Elbstrand.



Gamecity Hamburg

Computerspiele boomen – vor allem in Hamburg. Rund 140 Unternehmen machen die Hansestadt zum Hot Spot der Gaming-Branche.

INHALT

03 EDITORIAL

Spießfreude!

06 DR. DOROTHEE STAPELFELDT PLANT DEN SOMMER

Die Zweite Bürgermeisterin und Wissenschaftssenatorin freut sich auf Erholung und Zeit mit ihrem Enkel.

Look & Feel

08 IM CLUB UND UNTERWEGS

Besuch bei Block Menü in Zarrentin, Talk mit Unternehmer Martin Kind, Exkursion zum Studio Hamburg, Flughafen-Chef Michael Eggenschwiler zum Airport Hamburg, Golf Matchplay Serie.

12 POLITIK-TALK

Jürgen Pfeiffer diskutiert mit Gästen die Frage: „Prügelknabe Brüssel – wozu brauchen wir Europa?“

Titelthema

16 HAMBURG SPIELT

Die Hansestadt ist Heimat erfolgreicher Computerspiel-Unternehmen. Vor allem Online-Games liegen im Trend. Das Projekt „GameCity“ unterstützt diese Entwicklung.

24 INTERVIEW

Fußball-Legende Günter Netzer spricht im Interview über Leidenschaft im Spiel, seine Erfahrungen im Spielcasino, Hamburg und den HSV.

30 MEINUNG

Clubmitglieder zum Thema „Hamburg spielt“.



TITEL

Mit dem Fußball nach oben: Für das Titelfoto der aktuellen club!-Ausgabe fotografierte Ivo von Renner den ehemaligen Nationalspieler, Manager und TV-Kommentator Günter Netzer im Club Baur au Lac in seiner Wahlheimat Zürich.



Logenplatz 42

Der Wirtschaftclub Düsseldorf – neues Zuhause in bester Innenstadtlage.



Feuer frei 62

Brasilianische Lebensgefühl in Hamburg bei Caipirinha, Grill und Samba.

32 GÜRTLERS GRÜTZE

club!-Kolumnist Detlef Gürtler über Spielerverhalten in der Arbeitswelt und eine „Work-Game-Balance“.

Wissen

34 FRANCHISING

Das Prinzip Franchising: Etablierte Geschäftsmodelle bieten einen erprobten Weg für unternehmerischen Erfolg. Was ist zu beachten? Für wen ist es geeignet?

40 MEINUNG

Clubmitglieder zum Thema „Franchising“.

Club & Partner

42 EINE FEINE ADRESSE

Traumlage, viel Platz, exklusives Design: Der Wirtschaftclub Düsseldorf bezieht neue Räumlichkeiten und stellt sich mit veränderten Strukturen für die Zukunft auf.

Specials

46 EIN TEAM FÜR ALLE FÄLLE

Industriebedarf Niemann-Laes bietet beim Beschaffungs- und Versorgungsmanagement alles aus einer Hand.

60 DAS BAUKASTEN-PRINZP

Die Nortax Treuhand GmbH von Ivo B. Goessler vereint drei Unternehmen unter einem Dach.

Neu im Club

48 MENSCHEN UND IHRE GESCHICHTEN

Thomas Brakensiek, Vorstand Hamburger Volksbank; Dietrich von Albedyll, Chef Hamburg Marketing und Hamburg Tourismus; Antje Hinz, Verlegerin; Önal Öncebe, Tchibo-Vertriebsdirektor.

Die gute Tat

56 PRAXIS OHNE GRENZEN

Prof. Dr. Peter Ostendorf und sein Team behandeln kostenlos Menschen ohne Krankenversicherung.

Gourmet & Genuss

62 SAMBA, SALSA, SCHARFE SACHEN

Passend zur bevorstehenden Fußball-WM geht es diesmal nach Brasilien. Küchenchef Nils-Kim Porru kreierte eine fabelhafte Grillwurst mit überraschenden Zutaten.

66 FRANK MASSEN BITTET ZU TISCH

Was der Schreibtisch über den CEO der Carlsberg Deutschland Gruppe verrät.

Service

03 IMPRESSUM

58 ALLES WISSENSWERTE ZUM CLUB

DOROTHEE STAPELFELDT PLANT IHREN SOMMER

*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 verraten.*



Entspannt trotz vollen Terminkalenders: Dr. Dorothee Stapelfeldt kam direkt von einer Dienstreise aus Stockholm in den Business Club.

„Ich freue mich darauf, im Urlaub richtig durchatmen zu können – und auf eine Woche mit meinem Enkel.“

Dr. Dorothee Stapelfeldt, 57, ist seit dem 23. März 2011 Zweite Bürgermeisterin und Senatorin für Wissenschaft und Forschung. Zuvor war sie unter anderem Präsidentin der Hamburgischen Bürgerschaft und Stellvertretende Vorsitzende der SPD-Fraktion. 1989 promovierte sie als Kunsthistorikerin an der Universität Hamburg.

„Bis zu den Ferien gibt es noch einige große Themen, die in der Bürgerschaft diskutiert werden. Dazu gehört das Hamburgische Hochschulgesetz, das der Senat im Januar beschlossen hat und das jetzt zur endgültigen Beratung ins Plenum geht. Ich bin zuversichtlich, dass wir unsere Arbeiten an anderen wichtigen Projekten, wie etwa der baulichen Modernisierung der Universität in Eimsbüttel, vor der Sommerpause abschließen können.

Anschließend freue ich mich darauf, im Urlaub richtig durchatmen zu können. Mitte Juli kommt mein anderthalbjähriger Enkel für eine Woche zu mir. Das ist etwas Besonderes, da er nicht in Hamburg lebt und wir das erste Mal eine Woche zu zweit verbringen werden. Ich möchte mit ihm aufs Land fahren nach Schleswig-Holstein, wo ich ein kleines Haus habe. Dafür brauche ich unbedingt noch eine Sandkiste, mit anderthalb Jahren buddeln Kinder ja gerne.

Für meinen Sommerurlaub im August muss ich mir dann noch etwas Schönes ausdenken. Generell fahre ich lieber ans Meer als in die Berge. Ich möchte den Urlaub nutzen, um neue Kraft zu tanken, bevor es in den Herbst geht und wir im Parlament die Beratung über den Haushaltsplan 2015/2016 haben.

Dieses Thema ist auch jetzt schon aktuell, da wir im Senat den Haushaltsplanentwurf bereits Ende Juni beschließen. Im August wird der Haushaltsplan dann der Bürgerschaft vorgelegt und ab da laufen die intensiven parlamentarischen Beratungen, bis voraussichtlich am Ende des Jahres der Beschluss über den Haushalt steht.“

**MONT
BLANC** 

Meisterstück and Hugh Jackman

Crafted for New Heights

Vor neunzig Jahren kreierte Montblanc ein Schreibgerät, das über die Dimension der Schreibkultur hinaus zu einer Ikone wurde: das Montblanc Meisterstück – ein Symbol für ewiges Streben nach Perfektion. Um diese 90 Jahre Meisterstück zu ehren, ist der Füllfederhalter aus der Meisterstück 90 Years Collection mit rot-vergoldeten Beschlägen und einer in die Feder gravierten „90“ verziert. Visit and shop at Montblanc.com



Meisterstück 90 Years Collection

Montblanc Boutique Hamburg

Neuer Wall 18 · 20354 Hamburg · Telefon: 040 35 11 75



Zwei Gesprächspartner, eine Wellenlänge: Matthias Wolk (links) und sein Gast Martin Kind unterhielten sich intensiv über Unterschiede und Gemeinsamkeiten in der Führung eines Fußball-Bundesligaklubs und eines Unternehmens.

EIN KIND IM OHR UND FUSSBALL IM KOPF

Martin Kind ist Erfolgsunternehmer und Präsident des Bundesliga-Klubs Hannover 96. Mit seinen kreativen Ideen hat er in der Hörgerätebranche für Furore gesorgt.

Premiere für ein neues Talkformat im Business Club Hamburg: mehr als hundert Clubmitglieder wollten bei der ersten Veranstaltung von „Unternehmer im Gespräch“ live dabei sein. Auftaktgast Martin Kind (Kind Hörgeräte) unterhielt seine Zuhörer mehr als eine Stunde lang mit Weisheiten über seinen Aufstieg zum erfolgreichen Wirtschaftsboss („Man muss zu Entscheidungen stehen – mit allen Konsequenzen“, „Arbeit hält jung und ist ein Lebenselixir“). Aber auch Privates entlockte Moderator und Clubmitglied Matthias Wolk seinem Gast. So verriet der 70-Jährige, dass er ein leidenschaftlicher Fan von Bruce Springsteen ist und sich heute noch darüber freuen kann, dass es ihm vor ein paar Jahren gelungen ist, den amerikanischen Rockstar zu einem Konzert im Stadion von Hannover zu bewegen.

**EVENT
TIPP**

Die Gesprächsrunde mit prominenten Gästen wird mit Clubmitglied Albert Darboven fortgesetzt. Infos dazu bei den Veranstaltungs-Highlights Seite 10.



**01 Jörg Tamke,
Kirsten Seidensticker,
Rüdiger Radke**



**02 Bettina Kahlau,
Hans Rhien**

**03 Marc Schmidt,
Tina Morgenstern**





Bürgermeister Olaf Scholz (Mitte rechts) und Wladimir Klitschko (Mitte links) mit den Gastgebern Hinzpeter (l.) und Meyer-Odewald.

FREUNDSCHAFTLICHER SCHLAGABTAUSCH

Bei der 22. Hamburg Soiree diskutierten der Erste Bürgermeister Olaf Scholz und Boxweltmeister Wladimir Klitschko.

21-mal hat die Hamburg Soiree seit 2003 im Hotel Vier Jahreszeiten stattgefunden, die 22. Ausgabe führte 150 Gäste in den Business Club Hamburg. Es wurden 75 unterhaltsame Minuten, in denen die Gastgeber Jens Meyer-Odewald und Christian Hinzpeter die Themen Ukraine, HSV und Hamburg als Austragungsort Olympischer Spiele mit ihren Gästen diskutierten. Wichtigste Erkenntnis des Abends: Bei einer erneuten Bewerbung der Hansestadt wäre Klitschko dabei – als Olympia-Botschafter.



Michael Lehmann (r.), Chef der Studio Hamburg Produktion Gruppe, zeigt den Clubmitgliedern sein Unternehmen.

VON BECKMANN BIS ZUR SESAMSTRASSE

Clubmitglieder erlebten während einer Exkursion ins Studio Hamburg die Film- und Fernsehlandschaft hautnah.

„Ruhe bitte im Studio“, ruft die Aufnahmeleiterin. Kurz darauf verfolgt die Besuchergruppe, wie sich das rote Sesamstraßen-Monster Elmo mit einem Schmetterling anfreundet. Die nächsten Stationen der eindrucksvollen Exkursion auf dem Studio Hamburg-Gelände: ein hochmoderner, aber erstaunlich enger Übertragungswagen, das Set einer Werbespotproduktion sowie das Studio von Reinhold Beckmann.



NUR NICHT GLEICH IN DIE LUFT GEHEN

Michael Eggenschwiler, Vorsitzender Geschäftsführer des Hamburger Flughafens, war zu Gast im BCH.

Die aktuellen und zukünftigen Entwicklungen sowie die besonderen Herausforderungen des innerstädtischen Flughafens waren Kern des Vortrags von Michael Eggenschwiler. Trotz des begrenzten Platzangebots stehen die Ampeln auf Wachstum. Mit neuen Flugzeugtypen wird die Lärmemission weiter reduziert. Der Flughafen ist ein bedeutender Wirtschaftsmotor der Stadt und „mit über 251 Mio. Euro Umsatz und 14 Mio. Fluggästen ein Erfolgsmodell“.



Der Schweizer Airport-Chef Michael Eggenschwiler sprach im Club über das Erfolgsmodell Hamburger Flughafen.

KULINARISCHE REISE

Bei herrlichem Sonnenschein begab sich eine Gruppe von Clubmitgliedern zu einer Ausfahrt nach Zarrentin.

Das Wetter meinte es gut mit der „Reisegruppe“, die sich auf Einladung von Clubmitglied Jürgen Deforth im Audi-Zentrum Hamburg traf, um die neuesten Modelle auf einer Ausfahrt zu „testen“. Erste Station auf der Tour war die Block Menü GmbH in Zarrentin. Clubmitglied Michael Postinett nahm dort die Gäste in Empfang. Nach einer Keksverkostung wurden sie, ausgestattet mit Häubchen, Maske und Schutzanzügen, durch die Produktionsräume geführt. Nach einer weiteren Stärkung machte sich der Autocorso auf nach Ludwigslust zu einem Boxenstopp am Schloss. Zum Abschluss genoss die Runde ein Drei-Gänge-Menü im Hotel de Weimar.



01

01 Gut gelaunt posieren die Clubmitglieder vor dem Schloss Ludwigslust für das Gruppenbild.

02 Die „Testfahrer“ Bernd Hommels, Oliver Bayer und Tom Schmitt (v. l.) bei der Fahrzeugübernahme im Audi-Zentrum.

04 Das „Forscherteam“ und Jürgen Deforth bei Block Menü.



04



02



03



05

03 Brigitte C. Strunck und Christoph Kläne beim Tour-Talk.

05 Michael Postinett, Geschäftsführer Block Menü GmbH, erklärt die Produktionsstätten.

EVENT TIPPS

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



**Mittwoch, 18. Juni 2014
Albert Darboven im Gespräch**

Moderatorin und Clubmitglied Meike Siemen trifft in der Villa im Heine-Park den Hamburger

Kaffee-Unternehmer Albert Darboven. Sie unterhält sich mit ihm über Erfolg im Business, private Glücksmomente und insbesondere über seine Leidenschaft für den Pferdesport.

Montag, 30. Juni 2014

Trends frühzeitig erkennen

Christian Maar, Geschäftsführer der Immobilien-Plattform Immonet, spricht in seinem Vortrag über die Geschwindigkeit im digitalen Markt. Um erfolgreich zu sein, muss man die neue Größe „Geschwindigkeit“ für sich interpretieren und nutzen.

Montag, 8. September 2014

Einblicke ins Hamburger Rathaus

Clubmitglieder erhalten bei einer Führung mit Pressesprecher Ulfert Kaphengst einen Blick hinter die Kulissen der Bürgerschaft. Im Anschluss gibt es ein Gespräch mit der Bürgerchaftspräsidentin Carola Veit.



**Mittwoch, 10. September 2014
Sich immer wieder neu erfinden**

Geschäftsführer Lars Lunge referiert über den steten Wandel seiner Sportschuh-Manufaktur und verrät, wie sein Unternehmen sich als Spezialist in einer Nische behauptet.

NORTAX



TREUHAND GMBH
STEUERBERATUNGSGESELLSCHAFT

AUF DEM SPIELFELD DER STEUERBERATUNG SIND WIR UNGESCHLAGEN.

www.nortax.de

Wir bieten Ihnen professionelle Lösungen und unterstützen Sie in allen nationalen und internationalen Fragen rund um Steuergesetze und Rechtsprechung, damit Sie Ihr Unternehmen erfolgreicher führen können.

NORTAX
UNTERSTÜTZT
DIVERSE
STIFTUNGEN

PFEIFFER FRAGT

*Kurz vor der Europawahl diskutierte Moderator **JÜRGEN PFEIFFER** im Business Club Hamburg mit seinen vier Gesprächspartnern über das Thema „Prügelknabe Brüssel – wozu brauchen wir Europa?“*



Die Expertenrunde zum Talk im Business Club Hamburg: Dr. Reinhard Göhner (Hauptgeschäftsführer Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände), Dr. Werner Hoyer (Präsident der Europäischen Investitionsbank EIB), Moderator Jürgen Pfeiffer, Joachim Bitterlich (Außenpolitischer Berater des ehemaligen Kanzlers Helmut Kohl), Prof. Peter Behrens (Direktor des Europa Kollegs in Hamburg).

DAS SAGEN DIE CLUBGÄSTE



UWE KERN

Inhaber
Uwe Kern Coaching

„Als besonders erfreulich und wohltuend habe ich empfunden, wie ausgewogen und offen Fachleute diskutieren und streiten, wenn sie nicht parteipolitischer Doktrin verhaftet sind. Vermisst aber habe ich ein stärkeres Bekenntnis zu der großen Idee eines gemeinsamen Europas.“



VOLKER BUSSMANN

Inhaber
Bussmannpartner

„Ich bin als kritischer und eher zögerlicher Europäer zu diesem Talk gekommen. Das große Plus des Abends war, sich einmal mit der Fachmeinung von Menschen auseinanderzusetzen, die dieses Europa machen und total begeistert davon sind. Das hat mich Europa ein Stück näher gebracht.“

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

„Prügelknabe Brüssel?“ Die Frage zieht. „Wozu brauchen wir Europa?“, setzt Jürgen Pfeiffer beim Beginn seiner Talk-Runde im Business Club Hamburg noch eins drauf. Dann aber überlässt er einem seiner zahlreichen Gäste im Publikum die nächste Frage. „Warum verkauft sich Europa so schlecht?“, möchte der von der Runde erfahren. Ist Europa also viel besser als sein Ruf? Mit dieser positiven Frage ist das Spannungsfeld abgesteckt, in dem eine halbe Milliarde Menschen in 28 Ländern über dieses Europa diskutieren und streiten, ihre Hoffnungen besingen, aber auch ihre Ablehnung hinausschreien.

„Ist Brüssel denn nun der Prügelknabe?“, wendet sich Jürgen Pfeiffer an den Mann zu seiner Linken, Joachim Bitterlich, den einstigen Sicherheitsberater von Helmut Kohl. „Europa ist der bequemste Prügelknabe, den man sich vorstellen kann“, kommt die Antwort spontan und Zorn klingt mit. „Unsere klassischen Parteien sind nicht in der Lage oder auch nicht gewillt, den Menschen klar zu machen, für was dieses Europa wirklich steht.“ „Für Schulden machen auf anderer Leute Kosten, fürs Geld verschwenden, für die 20 000 Lobbyisten und für ein Heer von mehr als 30 000 Beamten und Angestellte. Und die kümmern sich dann um die Krümmung der Gurken.“ Das übrigens ist, so erfahren wir, von Großmarktbetreibern angestoßen und von der Bundesregierung auf den Weg gebracht worden. Brüssel also vorgeschoben und missbraucht für das Versagen einzelner Regierungen. Und bleiben am Ende nur abschreckende Vorurteile als einzige Gemeinsamkeit unter den Europäern? „Nehmen wir nur die ausufernde Bürokratie“, hält Dr. Reinhard Göhner vom Arbeitgeberverband dagegen. „Die Stadt Köln beschäftigt 18 000 Beamte und Angestellte. Da darf ganz Europa doch wohl 30 000 haben.“ Und als der Interessenvertreter der Arbeitgeber geradezu leidenschaftlich daran erinnert, „dass es uns in Deutschland so gut geht, liegt entscheidend an diesem viel geschmähten Europa“, applaudieren ihm die Zuhörer im Business

Club Hamburg fast geschlossen. „Aber es geht beim Zusammenwachsen Europas um mehr als nur die Wirtschaft“, ermahnt Dr. Werner Hoyer, „das wird vielen Menschen durch die Ukraine-Krise erst wieder bewusst.“ Joachim Bitterlich erzählt dazu von einem Gespräch in Shanghai. „Was halten Sie von Europa, habe ich einen jungen chinesischen Internet-Unternehmer gefragt. Der hat die Frage an seine User weitergegeben. Mehr als zwei Drittel der 2,5 Millionen Antworten stimmten darin überein: Europa ist ein großes geglücktes Experiment für Frieden und Demokratie.“

Manchmal muss man Abstand gewinnen, um wieder klar urteilen zu können. Wir erleben täglich, wie die Welt enger zusammenwächst, wie radikal die Globalisierung unser aller Leben verändert. Und doch sehnen wir uns nach der Bank unter dem Apfelbaum, auf der schon Vater und Großvater saßen. Sieben Jahre Finanz- und Wirtschaftskrise mit all dem politischen Gezänk und all den Schuldzuweisungen. Das hat dieses Europa zerzaust und abmagern lassen. Höchste Zeit, dass wir bewahren und retten, was schon erreicht worden ist. Und dass wir endlich wieder nach vorn schauen. Das haben die vier überzeugten Europa-Macher auf dem Podium angemahnt. Und die Gäste im Business Club Hamburg haben ihnen kräftig applaudiert.

JOACHIM BITTERLICH

„Europa ist der bequemste Prügelknabe, den man sich vorstellen kann.“



DÖRTHE-JULIA ZURMÖHLE

Geschäftsführung
Nordlicht Agentur

„Ich bin in Holzminden aufgewachsen, habe in Portugal, der Schweiz und Griechenland gearbeitet. Ich bekomme Bewerbungen von Japanern, Chinesen, Australiern. Facebook vereint die Welt – und die vereinigten Staaten von Europa. In meinem Herzen lebe ich die längst.“



CHRISTIAN TEPPE

Inhaber
Teppe Rechtsanwälte

„Wir müssten mutiger dangehen, die unterschiedlichen Kulturen und Fähigkeiten zu verschmelzen. Deutsche Gründlichkeit, dazu die Entspanntheit des Mittelmeerraumes und ein Schuss englischer Humor. Ich habe keine Angst davor, dass Deutschland europäischer wird.“



Christian Köhler ist Geschäftsführer der Deutschen Golf Marketing GmbH. Das Unternehmen der Clubhaus AG vertreibt die Hanse-Golf-Card, mit der die BCH Matchplay Serie gespielt wird, und konzipiert Dienstleistungen für den Golfmarkt.

„DIE IDEE IST KOMPLETT AUFGEANGEN“

Im dritten Jahr ihres Bestehens ist die Matchplay Serie ein voller Erfolg – für Teilnehmer, Sponsoren und Ausrichter.

club!: Herr Köhler, die Golf Matchplay-Serie im Business Club Hamburg ist ein großer Erfolg. Was sind die Gründe dafür?

Christian Köhler: Wir haben eine Spielform gesucht, die besonders gut zu einem Business Club passt. Die Philosophie des Clubs lautet „Geschäfte werden zwischen Menschen gemacht“. Beim Golf-Matchplay lernen sich Clubmitglieder neu kennen. Entweder weil Sie sich tatsächlich noch gar nicht kannten oder weil Sie sich bei einer vierstündigen Golfrunde anders begegnen. Meist geht es dann ja am 19. Loch noch zur leiblichen Stärkung. Deshalb ist die Idee komplett aufgegangen und die Serie im dritten Jahr ihres Bestehens mit 64 Mitspielern ein voller Erfolg.

club!: Was ist das besondere an diesem Club-Turnier?

Köhler: Die Ernsthaftigkeit, mit der die Spielpartner sich sportlich messen, und zum anderen auch die Großzügigkeit, wenn es denn in einem Ausnahmefall mit dem Termin nicht klappt, eine weniger ernsthafte Lösung zu finden. Ein Beispiel: Zwei Spieler haben es im vergangenen Jahr nicht geschafft, einen Termin für Ihr Matchplay zu finden. Statt dessen haben sie sich im Business Club getroffen und, wenn Sie so wollen, in einem Indoor-Putt-Wettbewerb den Sieger ermittelt. Golfen, menschliche Begegnungen und viel Spaß – das macht diese Matchplayserie aus.

club!: Wie wichtig sind die Preise, die es am Ende zu gewinnen gibt?

Köhler: Wichtig, weil wir mit ihnen die Sponsoren sehr charmant einbinden. Für die Spieler steht aber etwas anderes noch mehr im Vordergrund. Zeit. Ich habe im ersten Jahr mit den Halbfinalisten zusammen gesessen, die ja mit Begleitung für ein Wochenende nach Schloss Lüdersburg eingeladen werden. Sie sagten, das Schönste sei, sich zwei Tage tatsächlich die Zeit genommen zu haben füreinander und für dieses Finalwochenende.

club!: Welche Idee steckt hinter dem Abschlussturnier im September?

Köhler: Einzig und allein: den Teilnehmern einen wirklich schönen Tag zu bereiten. Und ein Turnier zu haben, das gute Laune macht, ohne dass es gleich die ach so wichtigen Club Open sein müssen.



MATCHPLAY: SO GEHT'S!

EVENT TIPP

64 Golfspieler sind in 16 Gruppen zur ersten Runde der Golf Matchplay Serie 2014 an den Start gegangen. Die Gruppenersten stehen jetzt im Achtelfinale. Am 16. und 17. August werden beim Halbfinale und Endspiel auf Schloss Lüdersburg die Sieger ermittelt. Am 5. September geht die Matchplay Serie mit einem Scramble-Turnier und einer großen Players Party im Business Club Hamburg zu Ende. Dann werden auch die Preise verteilt.



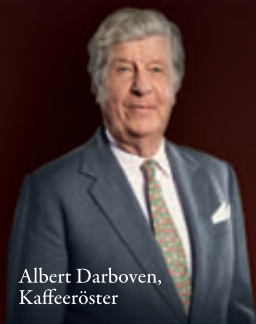
**1 Kristin Keller, Peter Dunkhorst (oben),
2 Michael Niemeyer, Oliver Barenthin**

Sponsoren 2014: Hanse-Golf-Card, Carlsberg Brauerei, Montblanc, MS Europa 2, SCHLARMANNvonGEYSO.

MS EUROPA 2

SCHLARMANNvonGEYSO
Rechtsanwälte Steuerberater Wirtschaftsprüfer Partnerschaft





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



Hamburg spielt am besten

*Computerspiele sind der Renner. Die Branche boomt. Das gilt ganz besonders für die **GAMECITY HAMBURG**. Die Stadt hat sogar ein Projekt zur Unterstützung von Spieleentwicklern ins Leben gerufen.*



Ist das etwa die Schlacht um die Hammaburg? Nicht ganz. Aber für Gamer ist das Spiel „Pirate Storm“ von Bigpoint ein echter Klassiker.

Text: **Alexandra Maschewski**

Hamburg mag es verspielt. Passt nicht zur eher konservativen Stadt der Kaufleute? Passt schon. Denn die Hansestadt ist mit 140 Unternehmen und insgesamt rund 4000 Mitarbeitern ein Hot Spot der Games-Branche. Und diese ist jung, lebendig und ständig im Wandel. Allein im vergangenen Jahr gab es 20 Neugründungen und ein Dutzend Neuansiedlungen zwischen Alster und Elbe. Dass sich Hamburg also „Gamecity“ nennen darf, versteht sich für alle wichtigen Akteure von selbst.

So auch für Stefan Klein, den Projektmanager der gleichnamigen und mehrfach ausgezeichneten Public-Private-Partnership „gamecity:Hamburg“ – mit mehr als 2000 Akteuren das größte regionale Netzwerk der Games-Branche in Deutschland. „Die Branche ist in den vergangenen Jahren überproportional gewachsen. Es handelt sich um einen äußerst profitablen Markt, der Arbeitsplätze schafft.“ Hamburg sei der Standort für Online-spiele, die sogenannten Browsergames.

„Onlinespiele, egal ob auf dem PC, Mac oder Smartphone, sind definitiv der weltweit größte Trend“, sagt Khaled Helioui, Geschäftsführer des Unternehmens Bigpoint, das vor zwölf Jahren gegründet wurde und das die „Free-to-Play-Games“ in Europa eingeführt hat. Am Gänsemarkt und am Berliner Alexanderplatz arbeitet das Unternehmen, das weltweit 550 Mitarbeiter beschäftigt, an internationalen Erfolgen wie dem Rollenspiel „Drakensang Online“, dem Piraten-Action-Game „Seafight“ oder auch dem Kult-Bauernhofspiel „Farmerama“. Die kontinuierliche Weiterentwicklung bestehender Titel hat für Geschäftsführer Helioui einen besonders hohen Stellenwert. Dabei sei das Feedback derjenigen, die diese nutzen, enorm wichtig. „Das ist ein Grund für unseren Erfolg: Wir hören auf unsere Spieler“,

sagt Khaled Helioui. Die Bigpoint-Community umfasst momentan immerhin rund 340 Millionen Menschen. Das Hamburger Unternehmen mit Büros in San Francisco und Istanbul will in naher Zukunft vor allem auf dem asiatischen Markt noch präsenter werden, der Fokus liegt auf China und Japan.

Christian Wawrzinek, einer der Gründer von Goodgame Studios und damit verantwortlich für erfolgreiche Titel wie Goodgame Empire mit seinen momentan rund 56 Millionen Spielern, ist ebenfalls fest davon überzeugt, dass die Zukunft der Spiele ausschließlich im Netz zu finden ist: „Die Möglichkeiten werden

Spielen ist absolut lebensnotwenig, weil wir spielerisch lernen und uns mit anderen messen können.

immer vielfältiger, und es gibt immer weniger technische Hürden. Wir haben diesen Trend frühzeitig erkannt und konnten uns daher im Onlinemarkt besser positionieren als klassische Publisher.“ Damit sind Verleger gemeint, die viel Geld in die Entwicklung eines Spieles investieren, das dann zu einem Preis um die 50 Euro pro Kopie auf den Markt kommt. Natürlich gibt es gigantische finanzielle Erfolge mit Titeln wie „Grand Theft Auto 5“ oder „World of Warcraft“. Trotzdem schrumpft der traditio-



Reine Handarbeit: Mit einem elektronischen Stift verfeinert ein Entwickler von Goodgame Studios direkt auf dem Bildschirm das Königreich seines bekanntesten Spiels „Empire“.



Mit 110 Millionen Spielern gehört InnoGames zu den erfolgreichsten Entwicklern und Anbietern von Onlinespielen weltweit. Zu seinen beliebtesten Games gehören „Die Stämme“, „Grepolis“ sowie „Forge of Empire“.



nelle Vertrieb von Spiele-CDs seit Jahren. Nicht wenige Neuerscheinungen finanzieren sich gerade so oder floppen gar.

Das Thema Onlinespiele entdeckte Christian Wawrzinek 2009 zusammen mit seinem Bruder als vielversprechendes Geschäftsfeld. Gemeinsam schufen sie die Marke Goodgame Studios mit ihren momentan 900 Mitarbeitern. Schon 2020 will man zu den zehn umsatzstärksten Spieleunternehmen weltweit gehören. Ehrgeizige Pläne, doch Christian Wawrzinek ist optimistisch: „Monatlich stellen wir etwa 50 neue Mitarbeiter ein, bis Ende des Jahres möchten wir auf eine Größe von 1200 Mitarbeitern anwachsen. Unser hoher Personalbedarf folgt dabei nur unserem starken Umsatzwachstum. Wir finanzieren uns somit auch rein aus dem Cashflow und sind sehr profitabel.“ Momentan lautet auch in diesem Unternehmen die Devise „Mobile first“: Alle Titel werden zunächst für Smartphones beziehungsweise Tablets entwickelt und erst danach gegebenenfalls auch als Browser Spiel verfügbar sein. Für 2014 plant Goodgame Studios drei neue Spiele.

Wer Christian Wawrzinek, selbst Jahrgang 1980, nach seiner mutmaßlich vor allem jungen und männlichen Zielgruppe fragt, bekommt eine interessante Antwort. „Wir definieren unsere Zielgruppe ja gern als 100 Prozent, denn die Begeisterung für Spiele steckt genetisch tief verwurzelt in jedem von uns. Mehr noch, das Spielen ist absolut lebensnotwendig, weil wir insbesondere spielerisch lernen und uns so auch mit anderen messen können. Spielen ist also kein Hype, sondern seit Jahrtausenden ein menschliches Grundbedürfnis.“ Jeder zweite Deutsche spielt, knapp die Hälfte davon seien Frauen. Fakten also, die Außenstehende selten vor Augen hätten, wenn es um die „Gamer-Szene“ ginge. Dabei handelt es sich schon lange nicht mehr bloß um blasse Halbwüchsige, die nicht vom Computerbildschirm wegzulocken sind, sondern um Menschen, die zum Beispiel zwischendurch gern kleinere Spiele spielen. Und niemals von sich behaupten würden, „Gamer“ zu sein. Sogenannte „Casuals“ sind absolut im Trend – man muss nur in Bus, Bahn oder Flugzeug die Augen offen halten.

Nach qualifizierten Mitarbeitern sucht das Unternehmen Goodgame Studios mit Sitz in Bahrenfeld und Zweigstellen in Japan und Korea übrigens rund um den Globus. Bewerber von Hamburg zu überzeugen, ist laut Christian Wawrzinek ein Leichtes: „Hamburg ist eine sehr attraktive Metropole. Mit der sehr guten Infrastruktur und dem einzigartigen Flair überzeugt sie viele, sich hier dauerhaft niederzulassen.“

Die Attraktivität der eigenen Stadt wird auch von Michael Zillmer angeführt, wenn es um Standortvorteile geht. Der 31-Jährige leitet zusammen mit den Brüdern Eike und Hendrik Klindworth das Unternehmen InnoGames. Gerade ist man von Harburg in die City Süd gezogen – mehr Fläche war nötig. 300 Menschen aus 25 Nationen arbeiten zurzeit für die drei Gründer aus Stade, in den modernen Büros in Hammerbrook ist schon einmal Platz für 500. Michael Zillmer lobt das gute Netzwerk in der Hansestadt: „Es gibt einen starken Austausch unter den Mitbewerbern. Und jede Maßnahme, die Hamburg stärkt, stärkt

ONLINE-GAMER IM CLUB

EVENT TIPP

Freuen Sie sich auf einen spannenden Abend im Club: Zuerst können Sie mit den führenden Köpfen der Branche diskutieren. Danach erproben Sie Ihr Geschick an den Spielterminals. Gäste von Talkmaster Matthias Wolk sind: Kahled Helioui (CEO Bigpoint), Michael Zillmer (COO InnoGames), Dr. Christian Wawrzinek (COO Goodgames), Dr. Stefan Klein (gameCity:Hamburg).

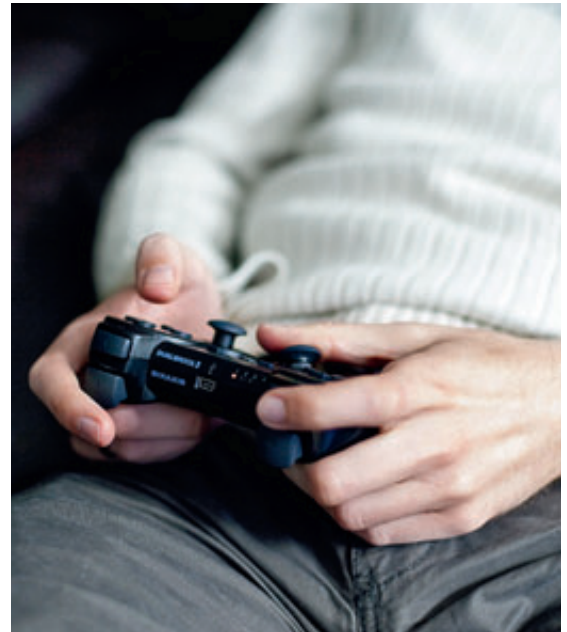
Montag, 29. September 2014, 19 Uhr,
Business Club Hamburg, Elbchaussee 43,
22765 Hamburg. Anmeldung: www.bch.de

den Einzelnen.“ Anders als die Chefs der Goodgame Studios, haben die InnoGames-Gründer einen für die Branche nicht unüblichen Werdegang. Michael Zillmer kann sich noch gut daran erinnern, wie er als Jugendlicher seinen 486er zu Gleichgesinnten „geschleppt“ hat, um die Rechner anschließend mit Kabeln zu verbinden und gemeinsam zu spielen. Zusammen mit den Brüdern Klindworth programmierte er vor fast elf Jahren „mit nicht zu viel Aufwand“ das Spiel „Die Stämme“ und die Community wuchs rasant. „Anfangs vergaben wir sogar noch ein Passwort, das wäre heute undenkbar“, erzählt der Fachinformatiker. Die leidenschaftlichen Gamer machten dann 2007 offiziell ihr Hobby zum Beruf – das erste Büro lag noch im Gründerzentrum Stade. Heute kann InnoGames auf eine Community von mehr als 110 Millionen registrierten Spielern bauen. Und Gäste werden in der neuen Firmenzentrale in Konferenzräumen →

empfangen, die nach berühmten Spielen gestaltet wurden. In „Monkey Island“ stehen rustikale Holzmöbel und über dem White Board hängt eine Piratenflagge, in „SimCity“ prangt eine bunte Tapete mit Großstadt-Skyline an der Wand.

Das stets weiterentwickelte Spiel „Die Stämme“ gibt es mittlerweile in 35 verschiedenen Sprachversionen, es folgten die Strategie-Games „Forge of Empires“, 2013 als bestes Browserspiel ausgezeichnet, und „Grepolis“. Alles „Free-to-Play“-Versionen – der Umsatz wird unter anderem mit sogenannten „In-Game Purchases“ generiert, Spielvorteile, die in der Regel Cent-Beträge kosten. Die Spiele seien grundsätzlich so ausgerichtet, dass es keine stundenlangen Game Sessions gebe, sondern immer mal wieder über den Tag verteilt ein paar Minuten investiert würden. Ideen für neue Konzepte kommen von den Game-Designern, die laut Michael Zillmer nicht nur Ideenreichtum brauchen, sondern auch „gut in Mathe“ sein müssen.

Einer der Orte, an dem in der Stadt ausgebildet wird, ist die Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (HAW) am Berliner Tor. Dort gibt es seit 2009 den Teilstudiengang „Games-Master“ mit 20 Studienplätzen pro Jahr und einem Vielfachen an Bewerbungen, die etwa aus den Disziplinen Design, Informatik oder angrenzenden Bereichen stammen. „Neben der fachlichen Qualifikation ist es uns besonders wichtig, dass die Bewerber Teamplayer sind und Freude an der Arbeit mit anderen



Spiele gehören zum Job: Jeder Entwicklungsschritt eines Computerspiels muss natürlich getestet werden.

Games-Entwicklung ist heute durch spezielle Software längst nicht mehr so kompliziert wie früher.

haben“, sagt Ralf Hebecker, Professor für Game-Design und -produktion. „Auch in den Bachelor-Studiengängen ‚Media Systems‘ und ‚Medientechnik‘ erstellen die Studierenden in den letzten Jahren vermehrt Games-Projekte.“ Dort studierten noch einmal etwa 20 bis 50 Leute mit direkten Games-Projekten pro Semester.

Ralf Hebecker liebt selbst die Vielfalt seines Berufes. „Dass man einen Tag mit Leuten über automatisch generierte Dialoge nachdenkt und am nächsten versucht, den perfekten Klang für ein Unterwassermonster zu kreieren.“ Selbstverständlich werde auch viel experimentiert, dabei gehe es etwa um „Interaktion über fühlbare Sensorik oder auch interaktive Installationen im Raum“. Der Experte ist sich sicher: „Spielerische Elemente werden uns überall umgeben, sei es in unserer Kleidung, auf Hausfassaden oder auf mobilen Geräten.“ Wie und wie viel wir sie in der Zukunft ständig in unseren Alltag integrierten, sei eine andere Frage. Ralf Hebecker weiß, dass zunehmend auch neue Gruppen – Amateure etwa oder Künstler – Zugang zu dem Medium erhalten. „Games-Entwicklung ist durch Editoren und spezielle Softwares bei Weitem nicht mehr so kompliziert wie früher.“

Zur HAW gehört auch ein eigenes Gründerlabor. Neuzugang im schlichten Bürotrakt ist das dreiköpfige Team von „Osmotic Studios“ mit Daniel Marx, Melanie Taylor und Michael Kluge. Marx und Taylor sind im vergangenen Jahr in der Kategorie Nachwuchskonzept mit dem „Deutschen Computerspielpreis“ ausgezeichnet worden, Michael Kluge ist in diesem Jahr nomi-

niert. „Groundplay“ ist der Name des ausgezeichneten Spieles, das aus einem Projekt im letzten Studiensemester hervorgegangen ist. Hauptfigur ist ein Spielzeugkater, der sich in einem recht skurrilen Kinderzimmer im Tim-Burton-Stil bewegt. „Uns geht es nicht bloß um einen Zeitvertreib, mit dem man sich kurz ablenkt“, sagt die 28-jährige Melanie Taylor. Im besten Fall solle ein Spiel zum Nachdenken anregen. So auch die neueste Idee, bei der es um das aktuelle Thema Datenspionage geht. „Das Thema Datenspionage wirft die große Frage auf, wie weit man für die Sicherheit gehen darf – und genau in diesen Konflikt zwingen wir auch unsere Spieler“, erklärt Daniel Marx.

Eingeplant hat das junge Team zwölf bis 14 Monate für die Verwirklichung seiner Idee. Genauso wichtig wie der Projekt- ist auch der Finanzplan, schließlich arbeiten alle drei in Vollzeit für ihre noch junge Firma. „Wir sind in unserem Studium immer wieder ermutigt worden, selbst eine Firma zu gründen“, sagt Daniel Marx. Laut Melanie Taylor liberalisiert sich der Markt gerade, es sei einfacher geworden, selbst zu veröffentlichen, etwa sogenannte Indie-Games. Dabei handelt es sich um weniger bombastisch produzierte Spiele, die man etwas günstiger direkt im Onlinestore kaufen kann. Das Team blickt optimistisch in die Zukunft. „Man muss mit dem Herzen dabei sein“, sagt Melanie Taylor. Denn auch, wenn es sie gibt, die unglaublichen Geschichten wie die des vietnamesischen Entwicklers, der mit seiner App „Flappy Bird“ irgendwann Tausende Dollar am Tag verdiente – Erfolg ist nicht programmierbar.

Beherzt daran arbeiten lässt sich jedoch schon. Auch Stefan Klein von gamecity:Hamburg kann sich noch gut daran erinnern, wie die „Fischköpfe“ damals mit ihrem ersten Gemeinschaftsstand auf der Games Convention in Leipzig empfangen wurden. Heute, auf der gamescom in Köln, da sei der „Fischbrötchen-Empfang mit Astra“ fast schon legendär. „Wir sind eine Marke geworden.“

Alexandra Maschewski ist langjährige Redakteurin. Ihre Geschichten und Reportagen erscheinen in der Welt am Sonntag und im Hamburger Abendblatt. Für „Hamburg spielt“ ist sie tief in die große weite Welt der Onlinespiele eingetaucht.



DEUTSCHER

COMPUTERSPIELPREIS 2014

In Berlin werden alljährlich die besten Spieleentwickler und Publisher mit dem Deutschen Computerspielpreis ausgezeichnet. 2014 gab es mit 140 Bewerbungen, von denen 20 in sieben Kategorien nominiert wurden, so viele wie noch nie. Mit der Threacks GmbH und der Hochschule für angewandte Wissenschaften Hamburg erhielten auch zwei Computerspielenentwickler aus der Gamecity Hamburg den begehrten Award.

Kategorie I: Bestes deutsches Spiel

The Inner World (Studio Fizbin, Headup Games GmbH & Co. KG)

Kategorie II: Bestes Kinderspiel

Malduell (Cribster UG)

Kategorie III: Bestes Jugendspiel

Beatbuddy: Tale of the Guardians (THREACKS GmbH)

Kategorie IV: Bestes Mobiles Spiel

- CLARC (Golden Tricycle / Hahn Film AG)

Sonderpreis

- The Day the Laughter Stopped (Hypnotic Owl UG)

Kategorie VI: Bestes Browser-game

- ANNO Online (Blue Byte, Ubisoft GmbH)

Kategorie VII: Bestes Nachwuchskonzept

- Scherbenwerk – Bruchteil einer Ewigkeit (Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg)

Das kostenlose Online-Fantasy-Abenteuerspiel „Seafight“ gehört zu den beliebtesten Games im World Wide Web. Mehr als 45 Millionen „Piraten“ haben sich schon für die Seeschlachten um Ruhm und Schätze registriert.

„Bei Browsergames ist Hamburg spitze“

Interview mit **STEFAN KLEIN**, dem Managing Director des Projekts *gamecity:Hamburg*.

Text: **Alexandra Maschewski**



club! Wie kam es zur Gründung des Projektes *gamecity:Hamburg* innerhalb der Initiative *nextMedia*?

Stefan Klein: Wirtschaftsförderung wird nicht am grünen Tisch gemacht, sondern im engen Dialog mit den Unternehmen am Standort. *gamecity:Hamburg* ist entstanden, weil damals Achim Quinke – Ideengeber und Mitbegründer des ganzen Projektes – zu uns sagte: „Was Ihr macht, ist toll, aber auf einem Auge seid Ihr blind. Es gibt hier eine wieder erwachende und erstarkende Szene der Games-Industrie.“

club!: Was wurde unternommen, um sich den Protagonisten der Szene anzunähern?

Stefan Klein: 2003 haben wir zum ersten Mal eingeladen – wir hatten damals noch nicht einmal einen Verteiler. Als wir fragten, was der größte Wunsch sei, kam tatsächlich nicht die Forderung nach Geld. Es ging um die Möglichkeit, auf bedeutenden Messen auszustellen. So entstand der erste Gemeinschaftsstand bei der Games Convention in Leipzig. Dies hatte Folgen: Wir entwickelten einen Namen, ein Logo. Man musste sich bekennen zu einer bis dato eher skeptisch betrachteten Branche.

club!: Wieso stand diese denn in der Kritik?

Stefan Klein: Die Branche hatte ein schlechtes Image, galt als jugendverrohend. Unser Ziel war und ist es, die Spieleindustrie auf Augenhöhe zu bringen. Finanziell wird nur unterstützt, wer Spiele produziert, die bis 16 Jahre freigegeben sind. Wir haben die Firmen aber auch mit Werbern zusammengebracht. Durch das Internet bzw. die Browsergames ist es schließlich möglich, Spiele nicht bloß ins Regal zu stellen. Hamburg ist mittlerweile führender Standort in Deutschland für Browsergames. Und sicher ein nationaler Hot Spot, was die Arbeitsplätze in diesem Sektor betrifft. 2008 waren es noch 800, mittlerweile arbeiten hier fast 4000 Menschen in der Branche.

club!: Wieso hat sich Hamburg zur *Gamecity* entwickelt?

Stefan Klein: Der Vorteil eines Stadtstaates ist, dass die menschlichen Netzwerke sehr gut funktionieren. Ein Beispiel: Obwohl sie alle um das beste Personal buhlen, treffen sich die Personalverantwortlichen der größten Unternehmen, um gemeinsam zu überlegen, wie man gute Leute nach Hamburg bekommen kann. Wir geben nur die Rahmenbedingungen vor, arbeiten sehr basisorientiert. Alle zwei Monate gibt es Netzwerktreffen, zu denen immerhin regelmäßig 250 Leute kommen. Die Treffen sind im

Grunde wie ein großer Marktplatz. Und von Montag bis Freitag sind wir Ansprechpartner für die Jungs und Mädels der Branche. Man ist schnell beim Du.

club!: Was tut Ihr Projekt konkret zur Förderung der hiesigen Szene?

Stefan Klein: Man sagte uns recht früh, dass es ein branchenspezifisches Immobilienproblem gebe. Gerade die jungen Entwickler arbeiten zyklisch, ein 3-Jahres-Gewerbemietvertrag wiegt da wie ein Mühlstein um den Hals. Deshalb starteten wir 2007 „*gamecity:Port*“, unser Gründerhaus im Stadtteil St. Pauli für Game-Entwickler. Dort stehen 13 Büros zur Verfügung, die zu günstigen Konditionen für maximal drei Jahre gemietet werden können. Dass diese Starthilfe funktioniert, sieht man etwa am Erfolg des Unternehmens Xyrality, das mittlerweile an die 70 Mitarbeiter hat.

club!: Gibt es überdies finanzielle Fördermöglichkeiten?

Stefan Klein: Die Investitions- und Förderbank (IFB) hält Förderprogramme bereit, die jedoch nicht speziell auf Games zugeschnitten sind. Unterstützt werden „games-affine Innovationen“. Was ich gern sehen würde, wäre eine bundeseinheitliche Förderung. Immerhin gelten Computerspiele jetzt ja offiziell als Kulturgut und es existiert schließlich auch eine Filmförderung. Wir müssen national und international konkurrenzfähig bleiben. In Finnland, von wo Erfolge wie „Angry Birds“ kommen, arbeiten wie hier in Hamburg 4000 Menschen

in der Branche – nur dass dort der Staat auch 63 Millionen Euro in die Förderung investiert. So viel muss es ja gar nicht sein.

club!: Und wie ist es um den Nachwuchs bestellt?

Stefan Klein: Der sogenannte Games-Master an der HAW Hamburg ist wahrscheinlich der wichtigste Studiengang in diesem Kontext, unsere Zusammenarbeit mit der Hochschule ist eng. Es könnte insgesamt sicher noch mehr ausgebildet werden – das Dutzend HAW-Absolventen hat im Grunde schon einen Job sicher, wenn die Abschlussarbeit abgegeben ist. Viele haben auch den Mut zu gründen. Tatsächlich ist die hohe Attraktivität unserer Stadt wichtig, denn auch Berlin wächst erheblich und man gibt dort auch mehr Geld aus. Ich finde trotzdem, dass wir wunderbar nebeneinander existieren können.

STEFAN KLEIN gehört zu den Gründern von *gamecity:hamburg* und ist als Managing Director tätig. Der Jurist ist auch Gründungsmitglied der Initiative *Hamburg@work* und kümmert sich als Projektmanager der Hamburgischen Gesellschaft für Wirtschaftsförderung (HWF) um alle Anfragen rund um die Ansiedlung von Unternehmen der Medien-, IT- und Telekommunikationsbranche in der Hansestadt Hamburg.



Es gibt immer einen Grund.

**WENN ES MAL NICHT
ROTE ROSEN
REGNEN SOLL.**



SPIELBANK  HAMBURG

Roulette · Black Jack · Poker · Slot-Machines · Bar · Lounge · Restaurant

Stephansplatz 10 · 20354 Hamburg · www.spielbank-hamburg.de

Täglich von 15 - 4 Uhr geöffnet, Automatenspiel ab 12 Uhr.



„Na, Sie sind gut!“ Günter Netzer beim Gespräch auf der Terrasse des Club Baur au Lac in Zürich. Zum Glück hatte das club!-Magazin zwei männliche Interviewer geschickt, denn Frauen haben in dem altherwürdigen Wirtschaftsclub nach englischem Vorbild keinen Zutritt.

„Ich habe alle Karrieren zu früh beendet“

Ob als Fußballspieler, Manager, TV-Experte, Recltehändler – GÜNTER NETZER spielte immer in der ersten Liga. Ein Gespräch über richtige Zeitpunkte zum Aufhören, Disziplin am Roulettetisch, Hamburg und den HSV sowie WM-Fachgespräche mit seiner Frau.

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

club!: Herr Netzer, wie viel im Leben eines Fußballprofis ist Arbeit und wie viel bleibt immer ein Spiel?

Günter Netzer: Für einen erfolgreichen Fußballspieler muss bis zum Ende seiner Karriere das Spiel im Vordergrund stehen. Sobald er es als Arbeit, also als notwendiges Übel betrachtet, wird er keinen Erfolg mehr haben. Nur wenn er sich Enthusiasmus, Leidenschaft und Freude bewahrt, kann er zeit seines Lebens eine überragende Rolle spielen.

club!: Sprechen Sie auch von eigenen Erfahrungen?

Netzer: Selbstverständlich. Ich werde mein Leben lang im Geiste ein Fußballspieler bleiben. Heute ist das beste Beispiel Messi. Er ist der vielleicht reichste Fußballer aller Zeiten und er will nichts anderes als spielen. Wie ein junger Hund. Er hat fünf Jahre am Stück keine schlechte Leistung gezeigt. Das ist überragend.

club!: Ging und geht es Ihnen nur um den Fußball oder haben Sie generell Spaß am Spiel?

Netzer: Zu meiner Zeit als Manager des HSV bin ich mit unserem Trainer Ernst Happel gern ins Kasino gegangen. Wir haben teilweise sogar die Trainingslager danach ausgesucht, wo es die wunderbarsten Kasinos gab. Waren die Spieler abends im Bett, sind Happel, unser Co-Trainer Aleksandar Ristic und ich Roulette spielen gegangen.

club!: Würden Sie sich als Zocker bezeichnen?

Netzer: Nein, das war nicht krankhaft, es war die Freude am Spiel. Und es war sehr imponierend, Happel beim Spielen zuzusehen. Er war im Kasino, wie er als Trainer war: ein disziplinierter Spieler, der seine Grenzen kennt, im Gewinn wie im Verlust.

club!: Auch Sie waren vermutlich sehr diszipliniert am Tisch?

Netzer: Ja. Natürlich wurde nicht so viel aufs Spiel gesetzt, aber man wollte ja dem Kasino trotzdem nicht erlauben, dass es einem das Geld wegnimmt. Sportler sind keine guten Verlierer.

club!: Heutzutage wird vornehmlich am Computer gespielt.

Es gibt Spiele im Internet, bei denen 50 Millionen Menschen auf der Welt mitspielen. Können Sie das verstehen?

Netzer: Natürlich nicht, aber das muss ja auch nicht sein. Ich stehe mit Fassungslosigkeit vor diesem Phänomen, aber auch mit Begeisterung. Für mich bleibt diese Welt verschlossen, ich bin da völlig unbrauchbar. Aber ins Kasino gehe ich heute noch hin und wieder gern.

club!: Die Kasinobesuche mit Ernst Happel fallen in eine Zeit, in der Sie als Manager dem HSV Ruhm und Ehre beschert haben. Wie sehen Sie heute die Situation Ihres ehemaligen Vereins?

Netzer: Es hat mich fassungslos gemacht, was sich die Mannschaft am Ende der Saison erlaubt hat. Ich war entsetzt, wie Spieler die eigenen Karrieren, den Verein, einfach alles aufs Spiel gesetzt haben. Das bestärkt mich in meiner Meinung, dass man heute Spieler nicht mehr allein nach ihren fußballerischen Möglichkeiten verpflichten darf. Man muss sie inzwischen nach ihren charakterlichen Fähigkeiten aussuchen. Zwei oder drei charakterlich nicht einwandfreie Spieler machen aus einer Mannschaft oder einem Verein ein Irrenhaus.

club!: Woran liegt das?

Netzer: Die Macht ist in die falschen Hände geraten. Spieler werden heutzutage in einem Maße bezahlt, wie nie zuvor. Ich habe kein Problem damit, dass große Stars überdimensional bezahlt werden. Das heiße ich eher gut, als dass ich es verurteile, denn sie sind ihr Geld wert. Das Problem sind die Durchschnittsspieler. Sie sind eigentlich nicht zu finanzieren und schaden dem ganzen Gebilde.

club!: Inwiefern?

Netzer: Der Verein hat keine Möglichkeit mehr, etwas gegen Spieler zu unternehmen, wenn sie Verfehlungen begehen. Bestrafungen haben früher Wirkung gezeigt, heute zeigen sie keine Wirkung mehr. Deshalb muss man darauf achten, einen charakterlich einwandfreien Spieler zu verpflichten, der seine Aufgaben dementsprechend erfüllt. →

club!: Hätten Sie nicht Lust, beim Hamburger SV noch einmal alles in die Hand zu nehmen und so richtig auszumisten?

Netzer: Das maße ich mir nicht an zu beurteilen. Ich sehe, dass es viele Defizite gibt. Ob es aber damit getan ist, auf einige Spieler zu verzichten, kann ich nicht sagen. Sie haben Gott sei Dank die Unterstützung der Fans, die zu keinem Zeitpunkt besser war als jetzt. Wir waren zu meiner Zeit Europapokalsieger und Deutscher Meister und hatten einen Zuschauerschnitt von 23.000. Heute liefert die Mannschaft schockierende Leistungen und 56.000 Menschen unterstützen sie.

club!: Sind Sie eigentlich in der aktuellen Situation noch einmal um Hilfe gebeten worden?

Netzer: Nachdem ich 1986 gegangen bin, habe ich gesagt, man wird mich nie mehr im Fußball sehen. Der Fußball hat alle meine Energien abgesaugt. Das musste ich einige Male wiederholen. Dann hatten es alle verstanden. Es war damals die richtige Entscheidung und heute erst recht.

club!: Dass Sie mit Ihrer Expertise helfen könnten, steht aber nach wie vor außer Zweifel.

Netzer: Ich könnte ihnen nicht helfen. Ich habe diesen Elan längst nicht mehr, dass ich Gutes bewirken könnte. Was ich aus der Ferne tue, ist Theorie und Analyse. Das heißt keineswegs, dass die tägliche Arbeit genauso gut aussehen würde.

club!: Der Hamburger SV setzt jetzt auf die Ausgliederung des Profifußballs und auf Investoren. Ist das der richtige Schritt?

Netzer: Ja, ein sehr guter Weg. Sie setzen auf sportliche Kompetenz, andere Strukturen, die unbedingt notwendig sind. Das war ein großer Schritt in die richtige Richtung, das kann man nicht anders sagen.

club!: Doch: Die Kritiker dieses Wandels behaupten, Vereine, die auf Investoren wie den Milliardär Klaus-Michael Kühne setzen, verkaufen die Seele ihres Klubs.

Netzer: Es ist nicht unbedingt ein Allheilmittel, wenn Investoren von draußen erscheinen, den Verein mit sehr viel Geld ausstatten und glauben, man gewinnt sofort die Meisterschaft. Das ist nicht gewährleistet. Mehr Geld erzeugt aber eine qualitativ bessere Mannschaft. Dazu braucht man dann natürlich einen erstklassigen Trainer, der das vorhandene Potential bearbeiten kann. Das hat der HSV über Jahrzehnte versäumt. Und deswegen befinden sie sich jetzt in dieser Situation. Da kann nicht mehr über Nacht ein Mäzen kommen, Geld investieren und das Ding fängt wieder an zu laufen. Das ist nicht möglich, eigentlich Gott sei Dank nicht möglich.

club!: Warum ist es in Hamburg eigentlich schwierig, finanzkräftige Partner oder Sponsoren zu finden?

Netzer: Als ich 1978 nach Hamburg kam, bin ich auf der Suche nach Sponsoren tapfer durch die Gegend gezogen. Dabei habe ich auch hin und wieder einen Reeder getroffen oder andere honorierge hanseatische Kaufleute. „Was wollen Sie, junger Mann“, haben die mich gefragt, „uns für Fußball interessieren? Wir sind ein 200 Jahre altes Unternehmen, wie kommen Sie überhaupt auf die Idee, uns mit diesem Anliegen zu belästigen?“ Das war in der damaligen Zeit undenkbar. Die Wirtschaft in dieser wunderbaren Stadt hat sich für Fußball nicht interessiert.

club!: Weil der Fußball nicht akzeptiert war?



„Wenn Schluss war, war Schluss“: Netzer im Rückblick auf seine vielen Karrieren im Fußball, die er stets auf dem Höhepunkt beendete.



Netzer: Es gab große Zweifel am Fußball. Es war alles noch nicht fein genug. Nicht wie heute, wo auch große Industriekapitäne regelmäßig Fußballspiele besuchen und mitreden wollen. Der Fußball hat einfach eine ganz andere Bedeutung bekommen. Deshalb ist es heute einfacher, Sponsoren zu finden.

club!: Dennoch scheint der HSV im Augenblick für Unternehmen nicht so richtig sexy zu sein?

Netzer: Der HSV hat grandiose Erfolge aus der Vergangenheit vorzuweisen, aber dafür kriegt man heute nichts mehr. Auch Unternehmen sind gern auf der Gewinnerseite. Wenn es nicht läuft und der Erfolg ausbleibt, möchte man nicht mehr dazugehören.

club!: Vermissen Sie eigentlich Hamburg, die Stadt, in der Sie acht Jahre gelebt haben?

Netzer: An meinem letzten Tag sind meine Frau und ich am Dammtor vorbeigefahren, meine Frau tränenüberströmt, dass wir diese Stadt verlassen mussten und wollten. Auch ich habe mich schwer getan. Hamburg ist eine Stadt, die mir sehr gelegen hat. Ich bin eher zurückhaltend und habe dort Menschen gefunden, die meinem Charakter entsprachen. Wir leben sehr zurückgezogen, auch wenn wir manchmal in der Öffentlichkeit stehen. Aber wir besuchen selten Veranstaltungen.

club!: Ein bisschen wie die Schweiz?

Netzer: Auch die Schweizer geben uns eine gewisse Anonymität, allen bekannten Menschen, denn hier leben wesentlich berühmtere Menschen als ich.

Club!: Ihren Einstieg in die Glamourwelt des Fernsehens, der nach Ihrem Ausscheiden beim Hamburger SV folgte, hatte man von Ihnen als reserviertem Menschen eher nicht erwartet.

Netzer: Ich wusste, dass ich die Fernsehwelt nicht so erleben werde, wie Sie es jetzt beschreiben. Das hätte überhaupt nicht meinem Naturell entsprochen. Ich habe meine Stärke ausgenutzt, um über Fußball zu sprechen, und nicht über Dinge, denen ich nicht gewachsen war. Mit Gerhard Delling hatte ich zudem einen Partner, auf den ich mich hundertprozentig verlassen konnte. Es bestand nie die Gefahr, dass ich in die so genannte Fernsehwelt hineingezogen würde, die mir nicht gefällt. Ich wusste immer, was ich kann, und erst recht, was ich nicht kann. Das ist ein abgedroschener Satz, aber fundamental wichtig, dass man das für sich erkennt.

club!: Ihre Popularität ist heute, 40 Jahre nach der Karriere als Fußballspieler, gut 30 Jahre nach Ihrer Zeit als Bundesliga-Manager und vier Jahre nach Ihrer TV-Karriere noch immer unglaublich hoch.

Netzer: Ist das so?

club!: Das ist so.

Netzer: Eine Fernsehaktivität hat eine anhaltende Wirkung. Durch meine Tätigkeit als Fußballspieler, auch als Manager, habe ich darüber hinaus einen Bonus gehabt. Die Leute vor dem Fernseher haben gesagt, dem hören wir ganz gerne zu. Als ich 1998 anfang, hat man von mir mit einer bis dahin nicht →




Alles klar!

Wir verleihen Ihrer Feier Glanz



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

Sprechen Sie mit mir!

Herzlichst Ihr Club-Mitglied


 Reinhold Wanner
 Geschäftsführer

Alles klar! Veranstaltungs-Service GmbH Hamburg



Kressenweg 18-22
 22549 Hamburg
 Tel: 040/840 568-0
 Fax: 040/840 568-20
www.allesklar-verleih.com

dagewesenen Klarheit gehört, wo die Defizite im deutschen Fußball liegen. Das war absolut neu. Bis dahin hatten alle fernsehtauglich gesprochen, diese Gefahr bestand bei mir nicht. Ich habe nicht polemisiert oder beleidigt. Aber ich habe die Dinge klar angesprochen, wie der Zuschauer vor der Kiste sie auch sah – und entsetzt war über die Reporter, die sich nicht traute, es zu sagen, oder es nicht erkannten. Das war ein wichtiger Abschnitt für meine Popularität, weil der Zuschauer auch merkte, dass ich absolut authentisch bin.

club!: Ihr Ende als Kommentator bei der Weltmeisterschaft vor genau vier Jahren, erschien wie der Rücktritt auf dem Höhepunkt, war aber vermutlich sehr wohl kalkuliert.

Netzer: Ich habe eigentlich alle meine Karrieren zu früh beendet, aber für mich war es immer der richtige Zeitpunkt. Ich habe zu viele Menschen erlebt, in verschiedenen Genres, Filmschauspieler, Musiker, Fußballspieler, die man mit dem Lasso von der Bühne holen musste, weil sie den Zeitpunkt des Aufhörens verpasst hatten – aus lauter Angst vor dem tiefen Loch der Bedeutungslosigkeit, in das sie unter Umständen zu fallen drohten. Das ist dann sehr peinlich, wenn einen keiner mehr sehen will, aber man immer noch präsent ist. Ich wusste, dass mir das nie passieren wird.

club!: Es gab für Sie nie ein Comeback, nicht als Fußballspieler, nicht als Manager, nicht als Fernsehkommentator.

Netzer: Es ist nie passiert. Und wer meinen Charakter kennt, der weiß, es bestand auch nie die Gefahr. Wenn Schluss war, war Schluss. Es gab kein Zurück. Aber ich verstehe, was Sie meinen. Das gibt es ja bei Menschen, dass sie plötzlich merken, dass sie mit ihrem Rücktritt eine furchtbare Fehlentscheidung getroffen haben.

club!: Haben Sie immer alles richtig gemacht oder gibt es doch versteckte Ecken in Ihrem Leben, in denen ein paar Zweifel zurückgeblieben sind?

Netzer: Die gab es ganz, ganz selten. Nicht weil ich so überzeugt meine, dass ich ein toller Mensch bin. Ich gehe an Dinge, die ich tue, sehr klar heran. Es dauert lange, bis ich sie überhaupt mache, aber dann mache ich sie mit den notwendigen und für mich selbstverständlichen Attributen aus Wissen, Disziplin und Spaß. Nein, in meinem Leben ist alles sehr, sehr gut verlaufen, ich habe keine Defizite.

club!: Wie sieht Ihr Arbeitsalltag denn heute aus? Sitzen Sie auch einmal acht Stunden am Schreibtisch?

Netzer: Das hat es schon immer sehr selten gegeben, ich bin auch

nicht besonders gut geeignet dafür. Ich gehe in die Firma, wann ich will, aber ich gehe vor allem auch raus, wann ich will. Unabhängigkeit war mir in meinem Leben immer das Wichtigste. Ich habe mich schon unabhängig verhalten, als ich noch gar nicht unabhängig war. Wobei Unabhängigkeit nicht gleich Faulheit ist. Wenn gearbeitet werden muss, kann ich das sehr gut.

club!: Die Fußball-Weltmeisterschaft jetzt in Brasilien ist die erste nach fast zwei Jahrzehnten, bei der die deutschen Fernsehzuschauer auf Ihre Analysen verzichten müssen. Wo sind Sie, wenn der Ball rollt?

Netzer: Nicht in Brasilien. Da ist mir zu viel Trubel, das habe ich oft genug miterlebt. Diese WM findet ohne mich statt.

club!: Können Sie uns dennoch sagen, wie die Chancen der deutschen Mannschaft auf den Titel sind?

Netzer: Was wir zur Verfügung haben, ist ein erstklassiger Kader, der beste, den wir je hatten. Das ist nicht nur ein Bauchgefühl, sondern eine Analyse. Leider heißt das in Bezug auf den Titelgewinn überhaupt nichts. Jetzt müssen die Spieler eine überragende Form finden. Sie müssen sich von Spiel zu Spiel steigern, sie müssen Rhythmus entwickeln, und die besten von ihnen müssen in ihre beste Form kommen – das ist die Bedingung, um ins Finale zu kommen oder sogar Weltmeister zu werden.

club!: Wie schwierig ist es, etwa die Spielphilosophien von Bayern-Trainer Pep Guardiola und Dortmunds Coach Jürgen Klopp unter einen Hut zu bringen?

Netzer: Joachim Löw ist in der glücklichen Lage, aus diesen großartigen Mannschaften eine Nationalelf nach seinen Ideen zu komponieren. Das ist eine sehr schöne Aufgabe.

club!: Und Sie sitzen zu Hause auf dem Sofa. Wie ist das, wenn

Sie Fußball im Fernsehen schauen?

Netzer: Ich bin ganz ruhig. Meine Frau behindert mich etwas, sie spricht neuerdings über Fußball. Das bin ich nicht gewohnt. Und was mich dabei am meisten erstaunt: Wenn sie sagt, was ihr nicht gefallen hat und wie sie einige Spieler einschätzt, da muss ich sagen: Manchmal bin ich dann doch sehr überrascht, was sie mit dieser treffsicheren weiblichen Intuition so alles erkennt.

club!: Was sagt denn Ihre Frau: Wer wird in diesem Jahr Weltmeister?

Netzer: Also hören Sie mal! Jetzt reicht's.



GÜNTER NETZER, 69, ist eine der schillerndsten Persönlichkeiten des Fußballs. Er spielte von 1963 bis 1977 für Borussia Mönchengladbach, Real Madrid und Grashopper Zürich, mit denen er zahlreiche Titel gewann. Mit der Nationalmannschaft wurde er Welt- (1974) und Europameister (1972). Von 1978 bis 1986 führte er als Manager den HSV zu drei Meisterschaften und dem Sieg im Europapokal der Landesmeister (1983). Von 1998 bis 2010 kommentierte er mit Gerhard Dellling in der ARD die Fußballspiele der Nationalmannschaft. Dafür erhielt er den Grimme-Preis (2000). Heute ist Netzer Medienunternehmer. Bei der Marketing- und Fernsehrechtehändlerin Infront Sports & Media AG (500 Mitarbeiter, geschätzte 300 Mio. Euro Jahresumsatz) ist er Teilhaber und Executive Director. Netzer wohnt mit seiner Frau, dem ehemaligen Model Elvira Lang, und der gemeinsamen Tochter Alana in Zürich.



KICKEN MIT HERZ

**22.06.
2014**

EINE FRAGE DER EHRE
BENEFIZSPIEL FÜR DIE KINDER-HERZ-STATION
STADION HOHELUF, LOKSTEDTER STEINDAMM, HAMBURG



Weitere Infos auf KICKENMITHERZ.DE

PROMIS vs. ÄRZTE

„Hamburg ist der Hafen der Games-Branche“

Clubmitglieder zum Thema „Hamburg spielt“



MICHAEL LOOFT

Mondula GmbH
Geschäftsführer

Auch wenn derzeit die absoluten Arbeitsplätze noch überschaubar sind, zeigen die starken Wachstumsraten der letzten Zeit, wie wichtig die Branche der Computerspiele für den Wirtschaftsstandort Hamburg werden kann. Neben den klassischen Segmenten erwarten wir im Infotainment-Bereich sowie bei den Online-, und hier speziell bei den Mobile-Games, enorme Zuwächse. Besonders auch im Bereich der Casual-Games, der Spiele für zwischendurch, gibt es großes Potenzial. Mit unserem Tippspiel und Spielplan Rasenball.com haben wir versucht, genau dieses Segment zu treffen.



HANS-CHRISTIAN BENTZIN

BERGOLIN Coatings
Vertriebsleiter
Vorsitzender DHH Deutscher
Hochseesport-Verband
HANSA e.V.

Unsere fünf Kinder sind mit Spielen groß geworden und haben so die notwendige Sozialkompetenz erlangt. Regeln zu akzeptieren, Toleranz zu üben, verlieren zu können und anständig zu gewinnen, wurden für sie spielerisch zur Selbstverständlichkeit.

TORSTEN OPPERMANN

DELASOCIAL GmbH
Geschäftsführer

Der Senat in Hamburg hat es recht früh verstanden, 2003 mit GameCity eine Initiative ins Leben zu rufen, die Games-Entwickler zusammenbringt und fördert. Nicht nur mit Geld, sondern auch mit einem starken Netzwerkgedanken – als Hafen der Games-Branche sozusagen. 4000 Beschäftigte, inklusive Dienstleister, in gamesnahen Firmen können sich sehen lassen. Bereits zu Beginn der Spiele-Ära in den 80er-Jahren beherbergte Hamburg Unternehmen wie Atari, Activision und Co. In Zukunft wird es wohl drei starke Strömungen geben. Zum einen E-Sports, wo teilweise bereits über 30 Millionen Zuschauer die Übertragungen daheim an ihren Bildschirmen verfolgen. Dann wird der Mobile-Trend ungebrochen weitergehen und als Drittes: Online-Games. Hier geht der Trend langfristig weg von den einfachen Browserspielen hin zu komplexen Multiplayer-Games.



KNUT ERBAR

M.I.T. Media Info Transfer GmbH
Geschäftsführer

Hamburg ist durch die historische Entwicklung immer noch interessant für die Spielefirmen. Die Stadt hat das Glück, dass hier Spielepioniere wie Bigpoint oder InnoGames angesiedelt waren und sich früh eine Szene gebildet hat, die zeitnah und effektiv von Initiativen der Stadt unterstützt wurde. Dadurch hat sich gerade in der „Freibergerzeit“ der Online-Games eine gewisse Eigendynamik entwickelt, die dafür gesorgt hat, dass weitere Firmen wie Goodgame Studios eine gut vorbereitete Infrastruktur vorgefunden haben. GameCity hat viel zum Erfolg beigetragen. Heute brauchen die Firmen mal wieder einen Hit, um der hiesigen Spieleindustrie eine neue Dynamik zu verleihen, die ihr aktuell fehlt. „Mafiagames“ hat zum Beispiel großes Potenzial. Man sollte auch ein Auge auf die Entwicklung in Berlin werfen, wo ebenfalls etwas in dieser Branche entsteht.



Die etwas andere Hochschule

Beste Aussichten für Ihre Karriere – Weiterbildung im Dockland

Für „Ökonomen“

(z. B. Betriebswirte, Volkswirte, Wirtschaftsingenieure und -informatiker)

Weiterbildungsmodule (5 Credit Points)

- Management-Aufbaumodule
- Management-Vertiefungsmodule

Berufsbegleitende Masterstudiengänge (24 Monate)

(nächster Studienbeginn jeweils ab 1.10.2014, MBA ab 1.8.2014)

- Financial Management and Accounting (Master of Science)
- Wirtschaftsinformatik/IT-Management (Master of Science)
- Marketing and Sales Management (Master of Arts)
- Wirtschaftsingenieurwesen (Master of Science)
- Business Administration (MBA)

**Infoabend am
26.08.2014, 18.30 Uhr**

Für „Nicht-Ökonomen“

(z. B. Ingenieure, Naturwissenschaftler, Juristen, Soziologen)

Weiterbildungsmodule (5 Credit Points)

- Management-Grundlagenmodule

Zertifikatskurse (15-20 Credit Points)

- Basiskurs Betriebswirtschaftslehre
- Rechnungswesen
- Finanzmanagement
- Personalwirtschaft
- Marketing

Berufsbegleitende Masterstudiengänge (24 Monate)

- General Management (Master of Arts) ab 1.10.2014
- Business Administration (MBA) ab 1.8.2014

Bewerben Sie sich jetzt!

Studiengebühren („all inclusive“)

MBA-Programm: 15.000 €

Übrige Masterstudiengänge: 8.900 €

Weiterbildungsmodul (5 CP): 790 €

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**



WORK-GAME-BALANCE

Text: **Detlef Gürtler**

Vielleicht gehören Sie ja auch noch zu einer Generation, der man eines Tages mitteilte, von nun an beginne der „Ernst des Lebens“. Sie werden damals ungefähr sechs Jahre alt gewesen sein und bekamen mit Schultüte in der Hand eine Belehrung über den Unterschied zwischen Spielen (bis gestern) und Lernen (ab heute). Wenn das so gewesen sein sollte, haben Sie bestimmt auch schon mehrfach festgestellt: Meine Güte, bin ich alt geworden.

Denn Spiel, das ist heute etwas fürs ganze Leben. Das Spiel nimmt im Leben und für die Sozialisation der Millenium-Generationen eine ähnlich zentrale Rolle ein wie das Fernsehen bei den Babyboomern. So war es wohl auch nur halb scherzhaft gemeint, als bekannte Piraten-Politiker das schlechte Abschneiden bei der Bundestagswahl 2013 damit erklärten, dass am Wahl-Wochenende GTA V auf den Markt gekommen war; da kann man sich nun wirklich nicht auf etwas anderes konzentrieren.

Spiele stellen mittlerweile eine Branche dar, die mehr Umsatz macht als die gesamte Musikindustrie – und die bald auch die Filmindustrie überholen wird. Und das Spielerische ist in seinen Auswirkungen auch längst nicht mehr auf die Gaming-Branche beschränkt: Spielelemente tauchen in immer größerem Ausmaß in (fast) allen Bereichen von Wirtschaft und Gesellschaft auf. Vielleicht waren Sie bislang ja vor allem davon genervt, dass die jungen Leute von heute ihre Jobs nicht so ordentlich erledigen, wie Sie das von früher kennen (oder zumindest zu kennen glauben). Aber Sie könnten das auch anders sehen: als den Transfer einer tief eingepprägten, gut trainierten Gaming-Verhaltensweise in die Arbeitswelt – den Versuch. Start. Try. Fail. Restart. Retry, so läuft das im Spiel. Und irgendwann hat man den Dreh so gut raus, dass man das Level schafft, und ins nächste aufsteigt.

Ihr Office soll mit solchem Kinderkram nichts zu tun haben, meinen Sie? Kein Problem, wenn Sie dauerhaft mit der Generation 30+ als Mitarbeiter auskommen können. (In 20 Jahren wäre dann allerdings keiner Ihrer Leute jünger als 50...) Wenn nicht, versuchen Sie doch einfach, das Positive darin zu sehen:

Business-Konzepte mit spielerischen Elementen werden nämlich mainstream-tauglich. Die technische Entwicklung im Online-Zeitalter gibt heute deutlich mehr Möglichkeiten, um einfach einmal etwas auszuprobieren, mit etwas ganz Neuem zu starten. Das gilt für die Produkteinführung genauso wie für den Start von Projekten und Unternehmen – mit Crowdfunding lassen sich auch scheinbar abseitige Ideen mit wenig Aufwand testen und sogar verwirklichen. Das „Einfach-mal-so-Ausprobieren“ mag zwar die Flop-Rate steigern, kann aber einen deutlich schnelleren Wandel in Branchen und Unternehmen auslösen. Da ist es doch besser, mit dabei zu sein, oder?

Und wenn Sie sich auf Gaming-Elemente im Business einlassen: Vergessen Sie bloß nicht, auch Gaming-Elemente im Personalmanagement einzuführen. Eines der wichtigsten davon ist ein zeitnahe Feedback. Wer gewöhnt ist, nach jedem kleinen Abschnitt im Spiel an Punktestand, Rankings oder anderem feststellen zu können, wie gut er sich geschlagen hat, hat keine Lust, im Büro bis zum Jahresgesprächs-Ritual zu warten. Bei Umfragen geben etwa die Hälfte aller Young Professionals an, „so oft wie möglich“ ein Feedback bekommen zu wollen – nach jedem Projekt oder gar nach jeder Besprechung.

Wobei eine gute Work-Game-Balance ja nicht dadurch geprägt wird, dass man das Büro gänzlich zum Spielplatz macht. Hin und wieder muss es auch möglich sein, ungestört zu arbeiten, einen Job richtig gut zu machen oder sogar konzentriert nachzudenken. Irgendwie werden Sie es bestimmt schaffen, Ihren Nachwuchskräften das zu vermitteln. Wie wär's zum Beispiel mit einem festgelegten Symbol, das immer dann an der Büro- oder Besprechungsraumtür angebracht wird, wenn allen klar gemacht werden soll, dass es hinter dieser Tür tatsächlich mal um den Ernst des Lebens geht? Ich empfehle eine Schultüte.

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

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

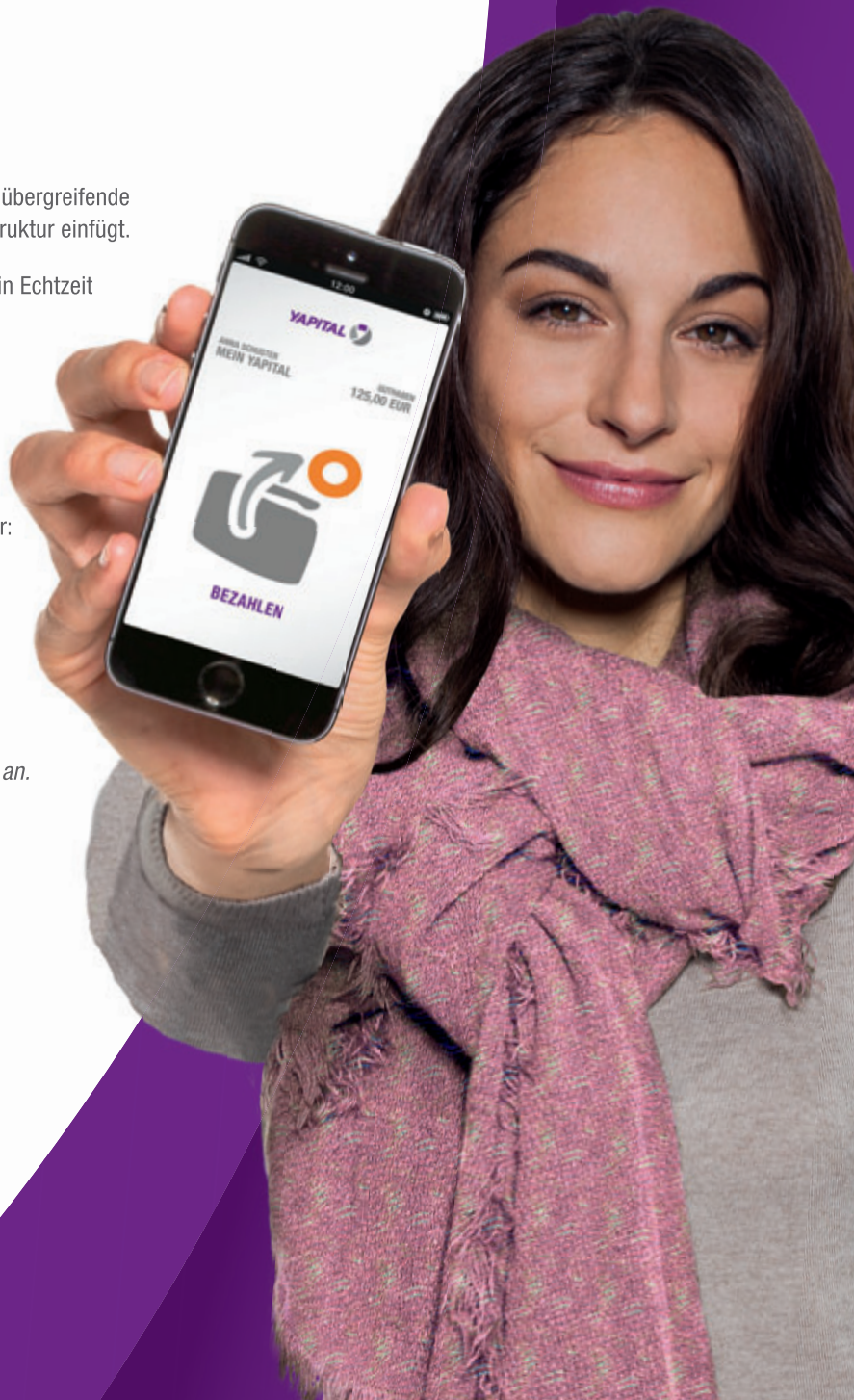
Sprechen Sie unser Business Development Team noch heute an.

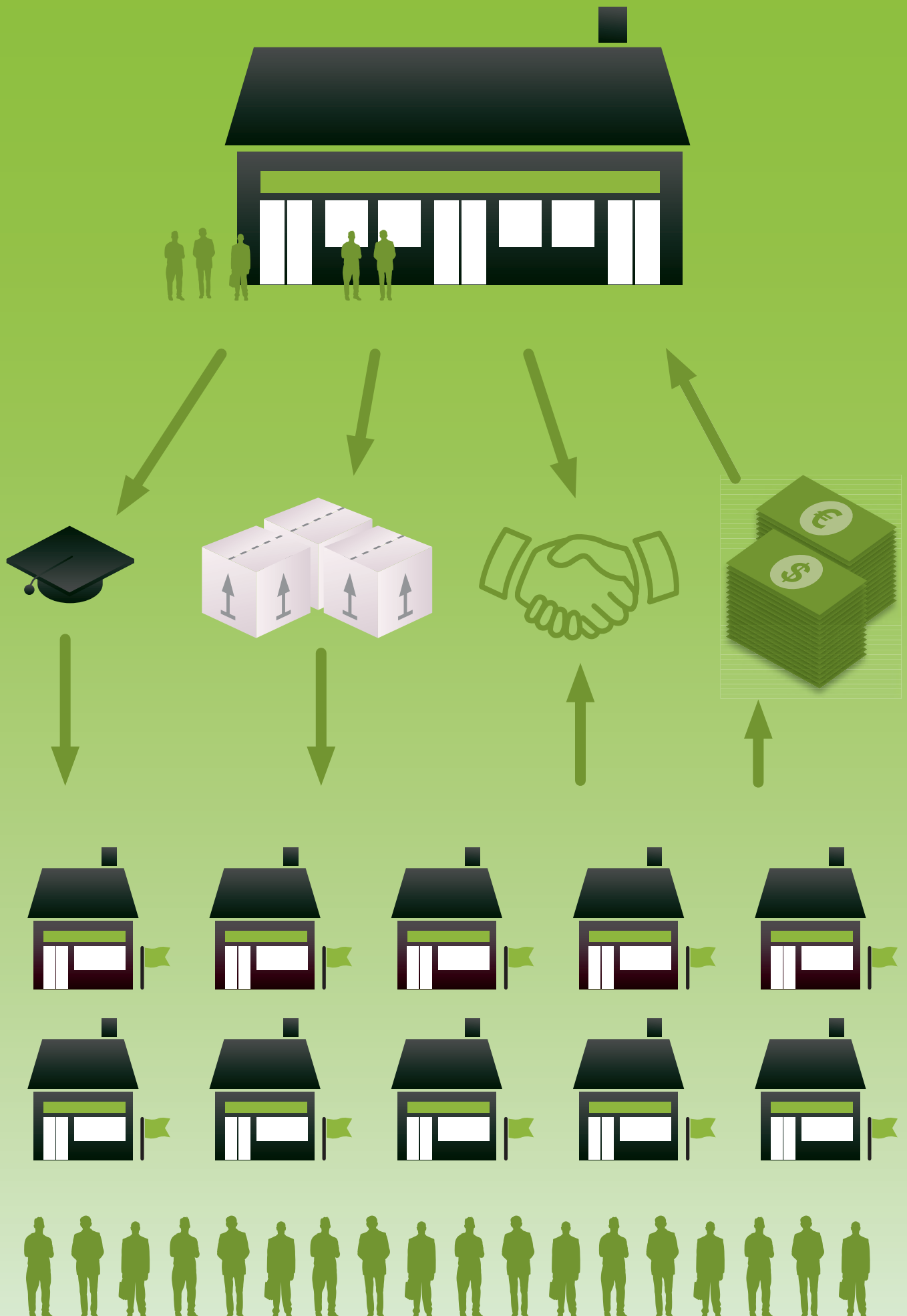
00800-927 927 30 (gebührenfrei)

business.support@yapital.com

Für weitere Informationen.

www.yapital.com/business





Eine gute Idee mit vielen Gewinnern

*Selbstständig sein und das Know-how etablierter Geschäftsmodelle nutzen: Das ist das Prinzip beim **FRANCHISING**. Die Firmen mit ihren vielen Ablegern sind beliebter denn je. Warum eigentlich?*

Text: **Dr. Catrin Gesellensetter** Illustration: **Carsten Lerch**

Der Trend ist nicht zu übersehen. Ob Wohnung, Auto oder Job: Die Deutschen, so scheint es, haben ihre Liebe fürs Gemeinsame entdeckt – und teilen, was das Zeug hält. Manche Soziologen sehen im Phänomen der sogenannten Shareconomy, also des Teilens (engl. „share“) in der Wirtschaft (engl. „economy“), eine Rückbesinnung auf alte Werte und eine Abkehr von der Konsumgesellschaft. Diese Analyse trifft in Einzelfällen vermutlich auch zu. Überwiegend dürfte es den Beteiligten aber eher darum gehen, eigene Risiken gering zu halten, Kosten zu minimieren und trotzdem möglichst viel für sich herauszuholen.

Aus diesem Grund ist der Austausch von Wissen, Ressourcen und Erfahrungen in der Welt der Unternehmer längst etabliert – zumindest, wenn er für alle Beteiligten von Nutzen ist. Bestes Beispiel: Franchising, also jenes Modell, auf dem internationale Fast-Food-Ketten, aber auch Drogeriemärkte, Blumenläden oder Sportstudios aufgebaut sind. Das Prinzip ist stets dasselbe und funktioniert im Idealfall so: Ein kluger Mensch hat eine gute Geschäftsidee, lässt sie von anderen verbreiten – und alle werden reich.

Von Burgern, Blumen und Muckibuden

In der Praxis klappt die Sache mit dem Reichtum natürlich nicht immer. Und wenn doch, dann braucht sie eine Menge Zeit. Fakt ist aber: Franchising ist in Deutschland beliebter und erfolgreicher denn je. 994 Franchise-Geber waren nach Angaben des Deutschen Franchise-Verbands e.V. (DFV) 2013 am deutschen

Markt aktiv. Hinzu kamen 77 000 Franchise-Nehmer, die insgesamt einen Umsatz von 62,8 Milliarden Euro erwirtschafteten.

„Prinzipiell kann jeder Unternehmer, der eine innovative und unkompliziert zu multiplizierende Geschäftsidee hat, Franchise-Geber werden“, sagt Günter Erdmann, Rechtsanwalt und Wirtschaftsmediator bei SchlarmannvonGeyso in Hamburg. Das Konzept muss sich allerdings in Form von mindestens einem Pilotbetrieb bewährt haben – also im Eigen- und Fremdversuch funktionieren.

„Die Tatsache, dass man selbst in der Lage ist, seine Idee erfolgreich umzusetzen, reicht nicht“, sagt Clubmitglied Erdmann. Erst muss feststehen, dass auch ein Dritter in der Lage ist, das Konzept umzusetzen. Hat allerdings auch der Test-Franchise-Nehmer Erfolg, kann es losgehen.

Kettenreaktion für Kreative

Dass man auf diese Weise ein ganzes Imperium ins Leben rufen kann, zeigt der Fall von Carsten Gerlach. 1986 kam dem jungen Entrepreneur die Idee, hungrige Menschen mit frisch gebackener Pizza zu versorgen. Und zwar am heimischen Esstisch. Für damalige Verhältnisse war das ein revolutionäres Konzept.

Die Idee für den Lieferservice hatte Gerlach aus den USA mitgebracht. Und er verfolgte sie mit Nachdruck. Zwei Jahre lang probierte er Rezepte aus und leistete Überzeugungsarbeit bei skeptischen Freunden und Bekannten. Dann war es so weit: Der erste Joey's Pizza Service eröffnete am 15. April 1988 in Hamburg. →

Als wichtigsten Firmenleitsatz legte Gerlach fest: „Mehr als zehn Minuten Transportzeit darf keine Joey's-Pizza haben.“ Der Grund für die befohlene Eile war einleuchtend. Gerlach: „Wer Pizza bestellt, hat Hunger und möchte nicht lange auf sein Essen warten müssen. Außerdem ist die schnelle Lieferung wichtig, um die hohe Qualität der Pizza zu gewährleisten.“

Pizza für daheim – eine runde Sache

Das Konzept ging auf. Die Geschäfte liefen so gut, dass der Jungunternehmer noch im gleichen Jahr zwei weitere Betriebe eröffnete und seinen Nettoumsatz auf stolze 250 000 Euro steigerte.

Schon im Jahr eins nach der Gründung kam Gerlach daher die Idee, sein Konzept per Franchising einer noch breiteren Gruppe zugänglich zu machen. Der Rest ist Geschichte. Heute können Kunden in mehr als 100 Städten Pizzen nach Hamburger Machart bestellen. Der Gesamtumsatz liegt bei 128, 1 Millionen Euro. Joey's Pizza Hamburg ist damit einer der zehn größten Gastro-Franchise-Geber und umsatzstärkster Pizza-Lieferservice in Deutschland.

Franchise-Nehmer müssen sich an Spielregeln halten. Dafür profitieren sie von dem vorhandenen Know-how.

Von diesem Erfolg profitieren auch die Franchise-Nehmer. Derzeit gibt es 210 Betriebe, die nach dem bewährten Joey's-Prinzip agieren. Tendenz steigend. Wer Teil des Systems werden möchte, sollte allerdings einige Grundvoraussetzungen erfüllen. Die vielleicht wichtigste: Er muss sich voll und ganz mit dem Geschäftsmodell identifizieren. Wer heimlich für Molekulküche schwärmt, ist bei einem Pizzaservice daher nur mäßig gut aufgehoben. Ein Katzenhaarallergiker sollte nicht unbedingt in Tierfutter machen – und erklärte Bewegungsmuffel kein Sportstudio betreiben.

Erlaubt ist, was sich bewährt hat

Wirtschaftlich sind die Franchise-Nehmer selbstständige Unternehmer. Im Gegensatz zu herkömmlichen Unternehmensgründern sind sie bei der Ausgestaltung des Geschäftsmodells aber nicht frei, sondern müssen sich an bestimmte Spielregeln halten. Andererseits bietet dieser klare Rahmen gerade unerfahrenen Gründern erhebliche Vorteile.

„Franchising ermöglicht es, von einem bereits erprobten Geschäftsmodell zu profitieren“, erläutert Anwalt Erdmann. Die Erfolgswahrscheinlichkeit ist damit deutlich höher als bei anderen Start-ups – auch, weil Franchise-Nehmer auf vorhandenes Know-how zurückgreifen können und in der Regel von einem etablierten Markennamen profitieren. „Während herkömmliche Gründer oft gerade einmal eine Fifty-Fifty-Chance haben, mit ihrem Projekt dauerhaft am Markt zu bestehen, liegt die Quote bei Franchise-Nehmern bei etwa 90 Prozent“, so Erdmann. Ein weiterer Pluspunkt sei die erhöhte Kreditwürdigkeit bei Banken. Zudem erhielten Franchise-Nehmer in der Regel Schulungen, um typische Anfängerfehler als Selbstständige zu vermeiden.

Zum Nulltarif ist dieser Startvorteil allerdings nicht zu haben. Wer sich als Franchise-Nehmer selbstständig macht, zahlt dafür. Und zwar von Anfang an. →



DER SELBSTCHECK FÜR ANGEHENDEN FRANCHISE-NEHMER

Es gibt geborene Unternehmerpersönlichkeiten – und Menschen, denen die Selbstständigkeit mehr Verdruss denn Erfüllung beschert. Wer sein eigener Herr werden will, sollte sich und sein Vorhaben daher schon vor der Gründung einem strengen Realitätscheck unterziehen.

Rahmenbedingungen: Wer sich als Unternehmer selbst verwirklichen möchte, sollte überlegen, ob er im Franchise-System gut aufgehoben ist. Denn hier trägt er zwar das unternehmerische Risiko, ist aber dennoch an zahlreiche Vorgaben des Franchise-Gebers gebunden.

Partnerwahl: Nicht jeder Franchise-Geber geht fair mit seinen Partnern um. Damit es nicht zu bösen Überraschungen kommt, empfehlen Experten, vor Vertragsschluss den Kontakt zu anderen Franchise-Nehmern zu suchen und sich eingehend juristisch beraten zu lassen.

Leidensfähigkeit: Eine Existenzgründung im Franchising bietet viele Vorteile gegenüber dem Neustart mit eigenem Konzept. Doch selbst wenn das Geschäftsmodell erprobt und die Marke bekannt ist, sind Startschwierigkeiten keine Seltenheit.

Kosten: Wer in ein bestehendes Franchise-System einsteigt, zahlt nicht nur eine Art Eintrittsgeld, sondern meist auch laufende Franchise-Gebühren. In der Regel werden diese auf Basis des monatlichen Nettoumsatzes berechnet. Zudem fallen oft Werbegebühren an, wenn der Franchise-Geber in überregionale Marketing-Maßnahmen investiert.

Überwachung: Franchise-Geber können jederzeit überprüfen, ob die vertraglich festgelegten Grundsätze von ihren Vertragspartnern eingehalten werden, und dürfen Maßnahmen zur Qualitätssicherung des Systems ergreifen. Auch dafür fallen Gebühren an, die der Franchise-Nehmer zahlen muss.

Durchhaltevermögen: Egal ob Franchise-Nehmer in der Gastronomie, der Fitnessbranche oder als Florist arbeiten: Immer nur gute Geschäfte gibt es eigentlich nirgends. Um Krisen zu überstehen, helfen einerseits entsprechende Rücklagen, aber auch die Motivation, sich von gelegentlichen Durststrecken nicht entmutigen zu lassen.

Delegation: Selbstständig heißt nicht „selbst“ und „ständig“ zu arbeiten. Auch Unternehmer können und müssen Aufgaben, Jobs abgeben. Idealerweise sollten Gründer diesen Aspekt von Anfang an im Auge behalten und daran arbeiten, sich selbst entbehrlich zu machen – zumindest ab und an.



Panton Chair von Vitra, Design: Verner Panton

DESIGNFUNKTION.DE JETZT ALLES NEU!



TAUCHEN SIE EIN IN DIE NEUE FANTASTISCHE ONLINE-WELT VON
DESIGNFUNKTION UND LASSEN SIE SICH BEGEISTERN UND INSPIRIEREN.

PLANEN – INSPIRIEREN – EINRICHTEN

Sie finden uns in Hamburg, Berlin, Bonn, Murnau, München und Nürnberg.

www.designfunktion.de

Erfolg kostet Geld

Als Erstes wird die sogenannte Einstiegsgebühr fällig. Über sie holt sich der Franchise-Geber zum Beispiel seine Ausgaben für Entwicklungs- und Erprobungskosten und die Kosten für die Systemeingliederung zurück. Oft sind darin zudem die Kosten für die erforderlichen Anfangsschulungen enthalten.

„In der Praxis variiert die Höhe der Eintrittsgebühr je nach Größe des Franchise-Systems, Geschäftsmodell und Standort des Betriebs erheblich. Üblich sind Summen zwischen 5000 und 75 000 Euro“, so Anwalt Erdmann. „Diese Summe ist meist auch dann verloren, wenn der Vertrag später gekündigt wird.“ Überdies muss der Franchise-Nehmer einen Teil seiner Erträge an den Franchise-Geber überweisen. Am Markt anzutreffen sind ein bis 15 Prozent des monatlichen Nettoumsatzes, je nach Branche und Charakter des Franchise-Konzepts. Für Werbung und Lizenzen können nochmals ein bis drei Prozent fällig werden.

Eine erfolgreiche Franchise-Partnerschaft bedeutet für den Franchise-Geber allerdings nicht nur, dass er andere Unternehmer für sich arbeiten lässt und dafür Geld kassieren kann. „Erfolgreiches Franchising ist immer dadurch gekennzeichnet, dass ein ausgeglichenes Verhältnis zwischen Geben und Nehmen be-

Eine Garantie für den Erfolg kann dem Unternehmer auch das etablierteste Franchise-Modell nicht bieten.

steht“, so Erdmann. „Eine faire Vertragsgestaltung, aber auch ein wechselseitiger Austausch über mögliche Neuerungen und regelmäßige Schulungen sollten selbstverständlich sein.“

Stimmen die Parameter, hat ein Gründer gute Chancen, in einem etablierten System erfolgreich zu werden. Viele Start-ups sind bereits nach ein bis zwei Jahren in den schwarzen Zahlen. Eine Garantie bietet allerdings auch das etablierteste Franchise-Modell nicht. „Ein Restrisiko bleibt immer“, sagt Anwalt Erdmann. Franchise-Nehmer müssen daher, wie alle Gründer, ein großes Stück Unternehmergeist in sich tragen und bereit sein, Risiken einzugehen und auch die eine oder andere Durststrecke zu überstehen. „Gerade zu Beginn der Selbstständigkeit gibt es einige Klippen zu umschiffen“, weiß auch Unternehmer Gerlach. So komme es zum Beispiel immer wieder vor, dass jemand beim Zeitmanagement oder bei der Standortwahl Fehler mache oder mit Kostenrechnung und Personalauswahl Probleme habe.

Sein Rat lautet daher: „Ein Gründer sollte nie zu stolz sein, auch einmal fremde Hilfe und Rat von anderen anzunehmen. Und zwar weder in der Anfangsphase noch dann, wenn das Geschäft bereits läuft.“ Wer auf das richtige System setzt, typische Anfängerfehler vermeidet und regelmäßig den Austausch mit Kollegen sucht, hat allerdings gute Chancen auf ein Happy End – und die Gewissheit: Geteilter Erfolg ist doppelter Erfolg.

EVENT
TIPP

**PODIUMSDISKUSSION:
ERFOLGSFAKTOR
FRANCHISING**

Moderatorin Meike Siemen diskutiert mit den Experten Jaap Schalken (CEO Kamps AG), Ole Valsgaard (BoConcept am Fischmarkt), Torben Leif Brodersen (GF Deutscher Franchise Verband) und Günter Erdmann (Schlarmann von Geyso, Herausgeber DFV-Jahrbuch) über das Thema Franchising.

**Mittwoch, 27. August, 2014, 19 Uhr,
Business Club Hamburg, Elbchaussee 43,
22763 Hamburg. Anmeldung: www.bch.de**



Dr. Catrin Gesellensetter arbeitet als Wirtschaftsjournalistin in München. Die ausgebildete Juristin schreibt unter anderem für Capital, das Handelsblatt und die Süddeutsche Zeitung.

Daten → Fakten → Entscheidungen

Ganzheitliche Workflows von der Anfrage bis zum Rechnungseingang digital abbilden – Zeit sparen & Kosten minimieren.

360°

eProcurement

eSourcing

SRM

EDI

Services

»Toll, alle Lieferanten super beraten
und perfekt angebunden.«

»Fantastisch!
Alle Ausschreibungen
transparent auf
einen Blick!«

»Perfekt.
Alles wieder
termingetreu
geliefert.«

»3, 2, 1 - Erledigt!
Dank Online-Auktionen
schneller zum Ziel.«

www.DIGnewtron.com

15 Jahre Prozess-Kompetenz

Globaler Support in 12 Sprachen

1.000 einkaufende Unternehmen
44.000 registrierte Lieferanten

„Toleranz und Vertrauen sind entscheidend“

Clubmitglieder zum Thema „Franchising“



OLIVER BAYER

McDonald's Deutschland Inc.
Franchise-Nehmer

Als Franchise-Nehmer von McDonald's Deutschland genieße ich seit knapp 20 Jahren den Bekanntheitsgrad dieser starken Marke. Natürlich helfen Fachabteilungen in Detailfragen zu Themen wie operative Abläufe, Equipment oder Warenbeschaffung. Entscheidend für mich ist, dass man vertrauensvoll zusammenarbeitet, um das System weiterzuentwickeln und zu verbessern. Dann haben beide Partner etwas davon.



HEINER TAPPE

BAUKING AG
Direktor Strategie- und
Geschäftsentwicklung

Nur durch das große Engagement von Franchise-Nehmern können Franchise-Systeme erfolgreich etabliert und weiterentwickelt werden. Neben unseren eigenen Baustoffhandelsaktivitäten führen wir 56 Hagebaumärkte im Franchise-System und unsere Erfahrungen sind durchaus positiv. Die Vielzahl an Dienstleistungen aus den Bereichen Storedesign, Organisation, EDV sowie Sortimentsentwicklung als Marketing bedeutet eine deutliche Entlastung des Franchise-Nehmers.

OLE VALSGAARD

BoConcept am Fischmarkt & Hannover
Geschäftsführer

Viele glauben, in einem Franchise-System ist alles bereits fertig und läuft wie von selbst. Wichtig ist aber, dass man grundlegende Kenntnisse in den Bereichen Verkauf und Wirtschaft hat, denn kein Franchise-Geber kann Umsatz garantieren. Der Vorteil als Franchise-Nehmer ist, dass man ein fertiges Paket erwirbt, in meinem Fall ein Konzept, mit dem man Möbel, Accessoires und Lifestyle verkaufen kann. Dadurch muss ich keine Produkte suchen, sondern bekomme sie geliefert. Zudem erhalte ich ein speziell ausgearbeitetes Computerprogramm, ein Schulungssystem für das Personal und eine Marketingplattform, die sofort einsetzbar ist. Die Vorteile sind auch die Nachteile. Man kann zum Beispiel nicht eigenmächtig das Produktangebot erweitern.



DIRK BLOCK

Block-Gruppe & L'Osteria
Geschäftsführer

Das Modell des Franchising bietet Unternehmen die Möglichkeit, sich dynamisch mit seinen Stärken zu multiplizieren. Als Franchise-Geber haben wir unser Block House daher ins europäische Ausland nach Spanien, Portugal und in die Schweiz exportieren können. Klare Vorgaben von Standards sind dabei unabdingbar. Aber auch das persönliche Vertrauensverhältnis zum Franchise-Nehmer spielt eine wichtige Rolle. Mit unabhängigen Franchise-Nehmern, die auch finanziell in eigenem Risiko stehen, fließen im Optimalfall zusätzliche Ideen und Gedanken ins eigene Unternehmen. Allerdings beschreiben trotz akribischen Regelwerks häufig Abweichungen von der Norm das Tagesgeschäft. Dem Segen des schnellen Wachstums folgt möglicherweise der Fluch des Kontrollverlustes – da sind Toleranz und Vertrauen gefragt.





Orizon Hamburg GmbH
ehemals jobs in time Hamburg GmbH
Großer Burstah 23
20457 Hamburg
T: +49 40 226061-0
hamburg2@orizon.de

Endlich!

Endlich gibt es bei Orizon alle Personalservices aus einer Hand. Überzeugen Sie sich selbst bei unseren kompetenten Ansprechpartnern vor Ort.

» Alle Infos jetzt unter www.orizon.de

Orizon 

Unser Job ist gutes Personal

EINE FEINE ADRESSE

Der Wirtschaftsclub Düsseldorf ist umgezogen und bietet nun mehr Platz, exklusives Design und eine Traumlage. Und nicht nur räumlich begeht der Partnerclub in diesem Jahr einen Neuanfang.



Willkommen im Wirtschaftsclub: Am massiven Empfangstresen werden Gäste im neuen Club begrüßt. Auch das Logo hat sich nach dem Umzug verändert: An der Wand prangt nun ein großes „W“ mit einer kleinen Krone.



Ort zum Verweilen: das Kaminzimmer mit bequemen Ledersesseln. Das Bücherregal ist eines der wenigen Dinge, die aus dem alten Club mit umgezogen sind.

Text: **Nina Schwarz**

Fast jeder, der die Düsseldorfer Innenstadt besucht, kommt früher oder später an ihm vorbei: dem imposanten zylinderförmigen Glas-Erker über dem Eingang der Einkaufsgalerie Schadow Arkaden. Was nicht jeder weiß, der durch die Geschäfte im Inneren des Gebäudes flaniert: Im vierten Stock ist vor Kurzem ein Ort entstanden, an dem sich Unternehmer, Entscheider, Wirtschaftsgrößen treffen, um nationale und internationale Geschäftsbeziehungen und Kontakte zu schaffen, zu pflegen und zu vertiefen.

Am 22. Mai feierte der Wirtschaftsclub Düsseldorf offiziell die Eröffnung seiner neuen Räumlichkeiten im Herzen der Rheinmetropole. Nach einer intensiven Bauphase von nur drei Monaten präsentierte Gründer und Geschäftsführer Rüdiger Goll das neue Domizil. „Eine Herausforderung war der Spagat zwischen etwas mehr Modernität und der Beibehaltung eines eher konservativen Stils“, sagt er. Bei der Gestaltung vertraute er auch auf den Geschmack und die Kreativität seiner Clubmanagerin Maria Aminè. Die 31-Jährige kümmert sich seit zwei Jahren um das Geschehen im Club, der sich mit 1.000 Quadratmetern nun auf einer mehr als doppelt so großen Fläche erstreckt und einige Besonderheiten bietet: Konferenzräume mit Kuhfelltapete, Lounge-Möbel mit Krokodilmuster und ein Kaminfeuer in der Bibliothek gehören dazu.

Das Eröffnungsevent mit mehreren hundert Gästen, inklusive Düsseldorfs Oberbürgermeister Dirk Elbers, war für Goll und sein Team wie ein Befreiungsschlag. Den Auszug aus den alten Räumen der Kö-Galerie hatten sie lange herbeigesehnt, da andauernde Bauarbeiten an den Nerven zerrten. Jetzt wagt der Club nicht nur räumlich einen Neuanfang. Neben Rüdiger Goll ist Hans-Joachim Driessen, ehemaliger LTU- und Klüh-Chef als Geschäftsführer tätig. Au-

ßerdem stieg Nazif Destani als neuer Gesellschafter ein. Der Gründer des Unternehmens Ecolog, ein international agierender Militärdienstleister mit Hauptsitz in Dubai, hat den Umzug des Wirtschaftsclubs maßgeblich mitfinanziert. Ein Teil der Clubfläche gehörte vorher zu Destanis Bürofläche. Noch immer hat der 36-Jährige ein Büro im fünften Stock, ganz oben im Glas-Erker. Und auch Goll wird mit seiner Unternehmensberatung, Industrie Consult International, in das Gebäude der Schadow Arkaden ziehen.



Bekanntes Bauwerk: In dem Glas-Erker der Einkaufsgalerie Schadow Arkaden befindet sich die Club-Lounge und bietet einen Panoramablick auf die Innenstadt.

2003 gründete Rüdiger Goll zusammen mit dem Architekten Walter Brune den Wirtschaftsclub. „Ich liebe es, Menschen miteinander in Verbindung zu bringen“, sagt Goll und ist sichtlich stolz, dass in seinem Club das „Who is Who“ des lokalen Wirtschaftslebens zusammenkommt. Zu den Mitgliedern gehören unter anderen Berater, Anwälte, Vorstände sowie Generalkonsule. Viel Arbeit und Leidenschaft hat der 58-Jährige in den letzten elf Jahren investiert – und das ohne finanziellen Gewinn für sich selbst. Große Besitztümer bedeuten Goll wenig. Für ihn zählt das Zwischenmenschliche – und er will Gutes tun. „Ich habe in meinem Leben so viel Glück ge-



habt“, sagt der Mann, der seit 20 Jahren auf einen Rollstuhl angewiesen ist und fügt hinzu: „Ich kann zwar nicht laufen, aber ich möchte Dinge bewegen.“

Es war damals die Zeit, in der Goll gerade sein eigenes Unternehmen aufbaute, als bei ihm lebensbedrohliche Tumore im Gehirn diagnostiziert wurden. Eine Operation schien unmöglich, „die Ärzte hatten mich aufgegeben“, erzählt er. Goll bestand auf die OP – und überlebte. Seitdem ist seine linke Körperhälfte gelähmt. Aber der „sture Westfale“, wie er sich selbst bezeichnet, hat sein Leben mit dem Handicap gut im Griff. „Der liebe Gott hat meine Aufenthaltsgenehmigung auf dieser Welt verlängert“, sagt Goll. Dann lächelt er verschmitzt und fragt: „Haben Sie einen Führerschein? Dann können Sie den Rollstuhl schieben und ich zeige Ihnen den Club.“

Auf dem Weg durch den schmalen Gang, der vom Restaurant zum Eingangsbereich führt, erzählt der Unternehmer von seinen Plänen. Davon, dass er den Anteil an weiblichen Mitgliedern gern von 30 auf 50 Prozent erhöhen möchte und kostenlose Mitgliedschaften für Partnerinnen anbietet. Und von Veranstaltungen, bei denen auch in Zukunft hochrangige Vertreter aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu Gast sein sollen. In der Vergangenheit waren unter anderem Moritz Freiherr Knigge, Frank Schätzing und „alle Bundesminister der alten Regierung“ da. Einzig würde er bedauern, dass er Angela Merkel noch nicht für einen Besuch gewinnen konnte. Dabei ist der Kontakt gut. Dreimal im Jahr besucht er die Bundeskanzlerin in Berlin, um über seine „Allianz der Hoffnung“ zu sprechen – eine Stiftung für Wissenschaft und Forschung unter dem Dach der Deutschen Stiftung Querschnittslähmung. Angela Merkel hat die Schirmherrschaft übernommen. Goll blickt durch das Panoramafenster der Lounge-Bar hinunter auf die Stadt. Er ist überzeugt: Die Bundeskanzlerin wäre angetan von der neuen, feinen Adresse, die der Wirtschaftsclub hier bezogen hat.

Edles Ambiente: Das Restaurant bietet dank der großen Fenster viel Licht. Zudem gibt es einen Flügel, eine Bar und wechselnde Gemälde an den Wänden.

Gründer und „sturer Westfale“: Rüdiger Goll hat den Wirtschaftsclub Düsseldorf vor elf Jahren ins Leben gerufen.



PARTNER DES CLUBS

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

Havanna Lounge Bremen
www.havannalounge.de

Capital Club Bahrain
www.capitalclubbahrain.com

Capital Club Dubai
www.capitalclubdubai.com

Capital Club East Africa Nairobi
www.capitalclubea.com

Wirtschaftsclub Düsseldorf
www.wirtschaftsclubduesseldorf.de

The Royal Scots Club Edinburgh
www.royalscotsclub.com

Airport Club Frankfurt
www.airportclub.de

Rotonda Club Köln
www.rotonda.de

Club International Leipzig
www.club-international.de

National Liberal Club London
www.nlc.org.uk

Prague Business Club
www.businessclub.cz

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

Diplomatic Council Wiesbaden
www.diplomatic-council.org

Haute Zürich
www.haute.ch

Neuer Kooperationspartner: Wirtschaftsclub Düsseldorf

Der Wirtschaftsclub Düsseldorf bietet Mitgliedern des Business Club Hamburg zahlreiche Services. Das Haus ist Montag bis Freitag von 9 bis 22 Uhr geöffnet. Neben einer hervorragenden Restauration gibt es eine Lounge-Bar, ein Kaminzimmer mit Bibliothek und mehrere Konferenzräume unterschiedlicher Größe, die auf Wunsch angemietet werden können. Möchten Sie den Wirtschaftsclub Düsseldorf besuchen, wenden Sie sich bitte – wie bei allen Partnerclubs des Business Club Hamburg – an unser Veranstaltungsteam (040 42 10 70 01 42), das Ihnen gerne hilft.

Wirtschaftsclub Düsseldorf

Blumenstraße 14
40212 Düsseldorf
Tel: 0211 86 32 26 86
www.wirtschaftsclubduesseldorf.de

DIE DINGE SEHEN, WIE SIE SIND.

Bei Immobilienprojekten und Investments große Chancen im Kleinen zu erkennen, ist die eine Sache. Die andere ist es, diese auch zum Erfolg zu führen. Wir tun beides. Partnerschaftlich und mit hanseatischer Zuverlässigkeit.

Marc Antonio Unverzagt · T 040 / 325 09 19-80
m.unverzagt@robertcspies.de

Hagen Sommer · T 0421 / 173 93-26
h.sommer@robertcspies.de

In Hamburg. In Bremen.
Und darüber hinaus.



ROBERT C. SPIES

GEWERBE UND INVESTMENT

Robert C. Spies Gewerbe und Investment GmbH & Co. KG
Hohe Bleichen 11 · 20354 Hamburg · Tel. 040 / 32 50 919-90



Unternehmensführung in Familienhand: Herbert Brindöpke (rechts) ermutigte 2005 Philipp Mitzscherlich, den Sohn seiner zweiten Ehefrau, das Unternehmen zu erwerben. Fünf Jahre später stieg Brindöpke als Geschäftsführer ein.

EIN TEAM FÜR ALLE FÄLLE

Ein „Technisches Kaufhaus“ auf Wachstumskurs. Mit Beschaffungs- und Versorgungsmanagement bietet das Lüneburger Unternehmen

INDUSTRIEBEDARF NIEMANN-LAES *allen Branchen alles aus einer Hand.*

Text: **Uwe Prieser**

Die Dampfmaschine war gerade erfunden worden. Der Anbruch des Maschinenzeitalters ließ den Industriebedarf ins bis dahin Unvorstellbare wachsen. Goethe schrieb zu dem neuen „Maschinenwesen“: „Höchst wichtig zu wissen, dass wir Leute in der Nähe haben, die uns mit den nötigen Werkzeugen versehen können.“ Leute wie 200 Jahre später Philipp Mitzscherlich und Herbert Brindöpke.

Bei Niemann-Laes sorgt ein speziell auf die Kunden zugeschnittenes Sortiment dafür, dass allen alles gebracht wird, was sie brauchen. Rund 20 000 Artikel lagern im Stammsitz des Unternehmens in Lüneburg, weitere 100 000 können vom NW-Verband-Zentrallager in Gießen innerhalb von 24 Stunden an die Kunden geliefert werden. „Es gibt eigentlich keine Branche, die wir nicht bedienen“, erklärt Philipp Mitzscherlich: „zum Beispiel Chemie-, Pharma-, Fahrzeug- und Maschinenbau-, Lebensmittelindustrie sowie Handwerk und Kommunen werden mit Pneumatik, Antriebs-, Kunststoff-, Schlauch- und Armaturen-, Kleb- und Dichtungstechnik, Spezialschmierstoffen, Werkzeugen, Sicherheitstechnik und Arbeitsschutz versorgt.“

Betritt man das Lager- und Ausstellungsgebäude in Lüneburg, fühlt man sich in ein Technisches Kaufhaus versetzt. Lange Regalgänge über drei Ebenen, eine Abteilung „Arbeitsschutz“ mit einem umfangreichen Bekleidungssortiment, eine Wand mit Sicherheitsschuhmodellen, deren Vielfalt industrielle Arbeitsgänge abbildet, eine Werkzeugabteilung und vieles mehr.

„Technische Produkte und Arbeitsschutz sind unsere tragenden Säulen“, sagt Mitzscherlich. PSA-Artikel (Persönliche Schutzausrüstung), wie zum Beispiel Kopfschutz, Gehörschutz, Atemschutz, Absturzsicherungen, werden ergänzt durch individuelle PSA-Konzepte für alle Betriebsbereiche. „Wir sorgen dafür, dass Betriebe mit Sicherheit gut laufen“, formuliert die Wertaussage den Kundennutzen treffend.

Beschaffungs- und Versorgungsmanagement ist die andere Säule. In diesem Sommer richtet Niemann-Laes deshalb das „1. Lüneburger Forum für Materialwirtschaft“ aus. Zentrales Thema: C-Teile-Management. Die Beschaffung von C-Teilen ist in der Industrie wenig beliebt. Sie ist oft mühselig und zeitintensiv und der Aufwand steht häufig nicht in einem angemessenen Verhältnis zum Nutzen.

Für Mitzscherlich und Brindöpke aber sind sie ein Baustein am Fundament des Unternehmens. „Unsere Ausrichtung ist es, nach dem Grundgedanken ‚alles aus einer Hand‘ Systemlieferant für Industrieunternehmen zu sein, so dass wir schon ein Stück in die Wertschöpfungskette integriert sind. Das leisten wir zum Beispiel durch Schnittstellenanbindungen zu den EDV-Systemen und da-

durch, dass wir teilweise als verlängerte Werkbank des Kunden Aufgaben – auch auf seinem Gelände – übernehmen.“

Dass das Know-how dafür vorhanden ist, erfahren Kunden unmittelbar, wenn sie selbst neues Know-how erwerben wollen: durch Beratungen und Schulungen, die Niemann-Laes durchführt, um sie mit Produkten und Anwendungen vertraut zu machen.

Das alles lag noch hinter dem Unternehmenshorizont, als Philipp Mitzscherlich, branchenfremd und gerade 27 Jahre alt, Ende 2005 den Betrieb erwarb. Ermutigt wurde er zu der Unternehmensnachfolge von Herbert Brindöpke, der sich als Geschäftsführer mit über 30-jähriger Erfahrung bestens in der Branche auskannte.

Das Jahr 2010 war ein Jahr des Aufbruchs: Umzug in die neue Unternehmenszentrale in Lüneburg mit größerem Logistik- und Bürogebäude, die Einführung eines neuen ERP-Systems, Einstieg von Herbert Brindöpke als weiterer Geschäftsführer sowie dem Aufbau eines dritten Firmenstandorts in Bielefeld. 2012 und 2014 folgte die Übernahme zweier kleinerer Pneumatik-Händler und damit ein zusätzlicher Schwerpunkt im Leistungsangebot.

„Wir haben in den ersten acht Jahren so ziemlich alles verdoppelt“, sagt Mitzscherlich. Aus anfangs 5,8 Millionen Euro Jahresumsatz sind 11,5 Millionen geworden, aus 20 Mitarbeitern 48. Nur sind sie so gut wie nie alle gleichzeitig im Betrieb. Bei einer Frauenquote von 50 Prozent müssen Babypause und Teilzeitjobs eingeplant sein. Fast 20 Prozent sind Auszubildende, dazu befinden sich ständig Mitarbeiter auf Lehrgängen, weil Weiterbildung zu den Grundsätzen der Unternehmenspolitik gehört.

„Und natürlich wollen wir auch weiter wachsen“, sagt Mitzscherlich. „Wo es sinnvoll ist, versuchen wir, Betriebe zu übernehmen, um im Regionsschwerpunkt Norddeutschland neue Kunden zu erschließen.“ Das zweitägige „Strategie-Update“ im Herbst steht unter dem Leitgedanken: „Wie sieht unser idealer Kunde aus?“ Das ist immer auch eine Frage nach dem eigenen Unternehmensideal.

KONTAKT

Industriebedarf Niemann-Laes GmbH
Friedrich-Penseler-Straße 15
21337 Lüneburg
Tel: 04131 2 21 19-0
lueneburg@niemann-laes.de
www.niemann-laes.de



Banker aus Leidenschaft: Dr. Thomas Brakensiek im Treppenhaus des Hamburger Volksbank-Gebäudes. Als Marktvorstand im Privatkundengeschäft zählt für ihn besonders der direkte Draht zu den Kunden.

FACHMANN FÜR DEN GUTEN TON

*Im Leben von **THOMAS BRAKENSIEK** haben sich Bankwesen und Musik immer gut ergänzt. Der gebürtige Westfale ist seit fünf Jahren Marktvorstand der Hamburger Volksbank – und ein musikalisches Multitalent.*

Text: **Nina Schwarz**

Es gab Zeiten, da übte er im Büro auf seiner E-Gitarre. Abends, nach Feierabend, wenn nur der Pförtner ihn hören konnte. Das war Ende der 90er Jahre, als Thomas Brakensiek bei der Bethmann Bank arbeitete und seine Wohnung nicht geeignet war für übermäßig laute Klänge. Heute ist der 55-Jährige Marktvorstand im Privatkundengeschäft bei der Hamburger Volksbank – und spielt am liebsten Saxophon. Nicht mehr im Büro, aber immer noch mit großer Begeisterung. Bankwesen und Musik haben sich bei ihm immer gut ergänzt. Wichtig ist der gute Ton.

Hauptverwaltung der Hamburger Volksbank in Hammerbrook. Dr. Thomas Brakensiek empfängt im sechsten Stock des Bürogebäudes. Er trägt Firmenfarben: dunkelblauer Anzug und orangefarbene Krawatte, auf der das Unternehmensmotto prangt. „Man kennt sich“, steht dort und ist für Brakensiek kein leerer Spruch, sondern gelebte Philosophie. „Es ist eine wichtige Aufgabe von uns, dass wir als Bank und als Person präsent sind, uns zeigen und mit den Leuten sprechen“, erklärt er. Regelmäßig besucht er seine Kunden – und dabei kommt es auch einmal vor, dass der Bankfachmann seine Nase in einen Gewürzbottich hält. So wie kürzlich bei einem Gewürzhändler, der ihm stolz alle Facetten seines Unternehmens präsentierte. „Erlebnis-Banking“ nennt er solche Auswärtstermine. „Ich finde das total spannend.“

Seit 2009 arbeitet Thomas Brakensiek bei der Hamburger Volksbank. Dass er Banker werden wollte, wusste er bereits als Jugendlicher, denn „das Wirtschaftsgeschehen hat mich schon immer interessiert“. Nach der Schule begann er eine Lehre in seiner Heimatstadt Bielefeld. Es folgte ein BWL-Studium in Münster – und die erste Berührung mit einem Blasinstrument. Brakensiek, der als Kind Klavier lernte, kämpfte sich gerade durch ein eher trockenes Jahresprojekt: Mit einem Kommilitonen schrieb er das Bank- und Versicherungslexikon, insgesamt 1500 Stichwörter, zehn Einträge pro Tag. Um den Kopf frei zu bekommen, besorgte er sich ein Saxophon, nahm Unterricht und begann zu üben.

Nach dem Studium promovierte er in Münster am Institut für Kreditwesen, bevor er 1991 seine Banker-Karriere bei der Vereins- und Westbank mit Stationen in Hamburg, Frankfurt und München startete. 2004 wechselte er als Geschäftsführer zur BMW Bank und damit in die „gigantische Welt“ der Autobranche. Es gab „tolle Aktionen“, halbjährlich neue Dienstkarossen, Geschäftsreisen von den USA bis Australien – und seine erste Musikband. Gemeinsam mit Kollegen gründete er die Unternehmensgruppe „Fans of E90“, deren Name auf ein BMW-Mo-

dell anspielte. „Wir hatten sogar einen Chor mit bis zu fünf Sängern“, erinnert sich der Saxophonist. „Das war richtig gut.“ Die Internationalität von damals vermisst Brakensiek nicht. „Das habe ich ja bereits gehabt.“ Außerdem erlebt der dreifache Familienvater, im kleineren Maßstab, ebenfalls eine große regionale Vielfalt. Mit rund 40 Niederlassungen zieht sich das Filialnetz der Volksbank von Blankenese bis Billstedt quer durch die ganze Hansestadt bis hinein ins Umland. Die Folge: „Ich komme in viele Kieze hinein und jeder hat seinen eigenen Charme.“

Das Geschäft seiner Genossenschaftsbank läuft gut. Ein Einlagenwachstum von 50 Prozent in den letzten fünf Jahren, verstärktes Eigenkapital und ein ausgebauten Kreditvolumen mit einem jährlichen Wachstum von zehn Prozent zaubern ein Lächeln auf das Gesicht des Vorstandsmitgliedes. Ein Thema liegt ihm besonders am Herzen: die Vorsorge. „Im Privatkundenbereich ist es fast schon meine missionarische Aufgabe, den Menschen zu sagen, dass sie etwas tun müssen.“ Dann beginnt er zu referieren, nennt Statistiken, stellt Fragen, und schnell wird klar: Hier ist jemand mit Leidenschaft bei der Sache. Brakensiek liegt es, abstrakte Finanzthemen bildhaft zu erklären. „Stellen Sie sich vor, ich nehme von Ihnen einen Fünf-Euro-Schein und verbrenne ihn – was natürlich nicht erlaubt ist“, sagt er und schaut erwartungsvoll. „Wenn Sie nett lächelnd und ruhig dasitzen, während Ihr Fünfer abfackelt, dann weiß ich, wir können ernsthaft über Risikopapiere sprechen.“

Spannende Projekte werden den vielseitig interessierten Geschäftsmann auch in Zukunft erwarten. Ab Juli erweitert sich sein Zuständigkeitsbereich im Vorstand auf sämtliche Marktaktivitäten. Er freut sich auf die zusätzliche Verantwortung und neue Kundenkreise. Und seine Musik? Eine Hamburger Volksbank-Band gibt es nicht. Aber einmal hat er sich mit einem klavierspielenden Kollegen zu einer Session getroffen. Thomas Brakensiek schmunzelt: „Das istentwicklungsfähig.“

KONTAKT

Hamburger Volksbank
Hammerbrookstraße 63–65
20097 Hamburg
Tel: 040 30 91 90 14
service@hamvoba.de
www.hamburger-volksbank.de

VISIONEN FÜR HAMBURG

*Tourismus- und Marketingprofi **DIETRICH VON ALBEDYLL** will den Bekanntheitsgrad Hamburgs in der Welt weiter steigern. Er hofft auf die Ausrichtung der Olympischen Sommerspiele im Hafen.*

Text: **Nina Schwarz**

„Der gesamte Hafenraum ist eine Keimzelle für die Entwicklung dieser Stadt“, sagt Dietrich von Albedyll und blickt in Richtung Magellan-Terrassen. Die Stufen sind in gleißendes Tageslicht getaucht und das Wasser im Becken des Traditionsschiffhafens glitzert in der Sonne. Eine Gruppe Touristen lauscht an den metallenen Ohrmuscheln des Elbphilharmonie-Pavillons. Das Bauwerk selbst erhebt sich im Hintergrund. „Es ist schon herausragend, was hier entstanden ist.“

Der Marketing- und Tourismus-Spezialist der Hansestadt ist an diesem warmen Maimorgen für die Verabredung mit club!-Magazin von seinem Büro in der Steinstraße in die Hafencity gekommen. Nach kurzem Fotoshooting nimmt er unter einem Sonnenschirm am Holztisch eines Cafés Platz und beginnt zu erzählen: von unternehmerischen Veränderungen der letzten Jahre, persönlichen Erfahrungen – und von den Visionen, die er für die Stadt hat.

„Hamburg ist der Mercedes der deutschen Städte“, sagt der 64-Jährige und lächelt. Gerade die innerstädtische Entwicklung einer solchen Qualität wie in Hamburg wirke regelrecht „beflügelnd“ für die Kommunikation. Sein Ziel ist klar: so viele Menschen wie möglich für einen Besuch begeistern. Rund 11,6 Millionen Übernachtungen wurden im letzten Jahr in Hamburg verzeichnet – ein neuer Höchstwert für das zwölfte Jahr in Folge. „Wir haben unglaublich aufgeholt“, schwärmt von Albedyll. „Hamburg ist europaweit die Stadt mit dem stärksten Wachstum im Tourismus.“ Aber: „Sie ist international noch nicht so bekannt, wie mancher Hamburger meint.“

Das soll sich ändern. Um seine Botschaft von der sehenswerten maritimen Metropole an der Elbe weiter in die Welt hinauszutragen, reizt von Albedyll eine besonders wertvolle Marketingplattform: die Olympischen Spiele. Die Überlegungen der Stadt, die Spiele 2024 oder 2028 auf dem Kleinen Grasbrook, südlich der Hafencity auszutragen, begrüßt er. „Das ist für Hamburg die Chance schlechthin, den Bekanntheitsgrad zu erhöhen.“

Von Albedyll, der in Madrid geboren wurde und seine ersten vier Lebensjahre in der spanischen Hauptstadt verbrachte, hofft, durch das sportliche Großevent noch mehr Internationalität in die eigene Heimat zu bringen. Diese könnte Hamburg „gut vertragen“, meint er, und erinnert sich gern an die zahlreichen ausländischen Fans, die zur Fußball-Weltmeisterschaft im Jahr 2006 zu Gast waren.

Bei so viel Begeisterung, die Dietrich von Albedyll für die Stadt zeigt, in der er lange Zeit gelebt und studiert hat, ist es schwer zu glauben, dass ihm die Entscheidung, nach Hamburg zurückzukehren, Ende der 80er Jahre äußerst schwer fiel. Als das Angebot kam, war er bei der Lufthansa in der Europadirektion in Frankfurt tätig – und mit seiner beruflichen Situation sehr zufrieden. Dass er sich am Ende doch für den Wechsel entschied, verdankt er sowohl dem Zureden seiner Frau als auch einem reizvollen Karriereaspekt: „Ein Unternehmen von A bis Z zu übernehmen, mit allem, was dazugehört, das fand ich sehr spannend.“

Also packte er 1989 seine Koffer und übernahm die Tourismus-Zentrale Hamburg, die 13 Jahre später in Hamburg Tourismus GmbH umbenannt wurde. Und auch privat hatte der Umzug Vorteile. „Mir hatte in Frankfurt das Wasser gefehlt“, gesteht von Albedyll. Kaum in Hamburg angekommen, kaufte er sich als erstes ein Segelboot, das von seinem Besitzer allerdings nur selten über die Alster gesteuert wurde.

Inzwischen hat sich vieles verändert. Das Boot ist längst verkauft, das Gesicht der Stadt, für die von Albedyll so enthusiastisch wirbt, hat sich enorm gewandelt – und auch die Strukturen innerhalb des Unternehmens sind heute andere. Vor zwei Jahren führten die strategischen Entwicklungen von Albedylls in die Hamburg Marketing-Holding. Diese vereint in sich die Tochtergesellschaften Hamburg Tourismus, deren Leiter er geblieben ist, Hamburg Convention Bureau sowie die Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung.

Letztere hat von Albedyll vor einem halben Jahr ebenfalls unter seine Führung genommen und erlebt dadurch noch einmal eine „neue Phase“ und eine „interessante Lehrzeit“, wie er sie nennt. Diese soll allerdings nur so lange andauern, bis ein neuer Geschäftsführer gefunden ist.

KONTAKT

Hamburg Tourismus GmbH
Steinstraße 7
20095 Hamburg
Tel: 040 3 00 51-1 00
info@hamburg-tourismus.de
www.hamburg-tourismus.de



FOTO: MARTINA VAN KANN

Ist von der innerstädtischen Entwicklung Hamburgs beeindruckt: Touristikchef Dietrich von Albedyll an den Magellan-Terrassen in der Hafencity. „Die Elbphilharmonie ist für die Stadtentwicklung kolossal“, sagt er.

MIT OFFENEN OHREN DURCH DIE WELT

*Viele Jahre hat sie im Radio Geschichten über ferne Länder erzählt und klassische Musiksendungen moderiert. Dann hat **ANTJE HINZ** einen Verlag gegründet und ihre musikalischen Länder-Geschichten auf Hörbücher gebracht. Mit viel Erfolg.*

Text: **Achim Schneider**

Reisen wollte sie immer schon. Besonders damals, als Antje Hinz noch im beschaulichen Lübbenau im Spreewald lebte. Dort ist sie aufgewachsen. Schon als junges Mädchen hatte sie Fernweh, träumte von Asien, Afrika und Amerika. Sie wollte die fremden Menschen, ihre Kulturen und ihre Musik kennenlernen und anderen davon berichten.

Nach dem Abitur hatte sie ein Hörfunk-Volontariat beim Sender Radio DDR absolviert und sich im Anschluss für die Fächer Musikwissenschaften, Journalistik und Slawistik an der Berliner Humboldt-Universität eingeschrieben. Dabei verlor Antje Hinz nie ihr Ziel aus den Augen – Reisen und Geschichten von anderen Menschen zu erzählen. Nach dem Mauerfall war es endlich so weit: Die Grenzen waren offen und es gab nichts und niemanden, der sie aufhalten konnte. „Die wichtigste Errungenschaft der Freiheit war für mich, endlich reisen und andere Länder besuchen zu können“, sagt die 45-Jährige heute.

Sie nutzte die Freiheit und wechselte von Berlin an die Universität nach Hamburg. Dass sie bis heute in der Hansestadt bleiben würde, war nicht abzusehen. „Für mich ist Hamburg die schönste Stadt der Welt. Ich schätze die Lebensqualität dieser Stadt“, sagt sie. In ihrer neuen Heimatstadt konnte Antje Hinz schnell ihre Fähigkeiten unter Beweis stellen: Neben dem Studium jobbte Hinz als freie Redakteurin und moderierte bei NDR Info und NDR Kultur Sendungen zum Thema „Gesellschaft und Kulturelles“. „Da durfte ich wirklich alles machen. Von kurzen 1.30-Minuten-Beiträgen bis zum zweistündigen Feature“, erinnert sie sich. 15 Jahre lang bereiste die Hörfunkjournalistin nach Abschluss des Studiums die Welt, dann hatte sie den Wunsch, „dem flüchtigen Radio etwas Langlebigeres entgegenzusetzen“.

Antje Hinz hatte gemeinsam mit ihrer Radio-Kollegin Corinna Hesse den Plan, die Features und Themen, die sie im Radio sendeten, als Hörbücher auf den Markt zu bringen. Also gründeten die Moderatorinnen im Jahr 2006 den Silberfuchs-Verlag – als klassischen Hörbuchverlag, der anfänglich ausschließlich Wissensthemen anbot. Mit ihrer Idee, die Kulturgeschichte von Ländern mit der heimischen Musik zu untermalen und auf Hörbuch herauszubringen, landeten die beiden einen Volltreffer. Mittlerweile ist eine stattliche Reihe (derzeit 23 Titel) an länderbezogenen Hörmedien entstanden. 2012 wurden die erfolgreichen Verlegerinnen vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie beim Wettbewerb „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland“ ausgezeichnet. Mit dem Preis werden Unternehmen für vielversprechende und kreative Geschäftsideen ausgezeichnet. Für die CD-Reihe „Länder hören“ erhielten sie als erster Hörbuchverlag den Preis der Deutschen Schallplattenkritik.

Dass man sich auf den Lorbeeren nicht ausruhen kann, weiß die erfolgreiche Unternehmerin zu gut. „Der Verkauf von Hör-



Erfolgreiche Unternehmerin: Mit Wissensthemen auf Hörbüchern hat die ehemalige Rundfunkmoderatorin Antje Hinz eine Nische besetzt.

büchern ist zurückgegangen“, sagt Antje Hinz. Deshalb haben sie und ihre Partnerin sich breiter aufgestellt. Neben Hörbüchern bietet ihr Verlag auch Wissens-Features an. Sie bedienen Stiftungen und Onlineportale, erstellen Audio-Apps, Audio-Guides, machen Firmenporträts. Darüber hinaus liefern sie Dossiers für die Bundeszentrale für politische Bildung. Auf die Frage, ob es Themen gibt, die sie besonders gern macht, sagt sie mit einem Lächeln: „Für mich ist jedes Projekt ein Lieblingsthema.“

KONTAKT

Silberfuchs Verlag – Hören und Wissen
Friedrichsberger Straße 4
22089 Hamburg
Tel: 040 20 97 88 68
antje.hinz@silberfuchs-verlag.de
www.silberfuchs-verlag.de



 7.55 Uhr Check-in am Empfang +  8.00 Uhr Meeting im Konferenzbereich mit Jochen und Diego +  9.30 Uhr Briefing Projekt-Team +  10.45 Uhr kurze Pause (Cafeteria) +  11.00 Uhr Telefonkonferenz mit Josie +  11.30 Uhr E-Mails checken, telefonieren und Präsentation vorbereiten am Platz +  12.45 Uhr Mittagspause +  13.15 Uhr Daten-Update am Hot Desk +  13.30 Uhr Brainstorming mit Sven, Ole und Frau Kunze in der Besprechungsinsel +  14.15 Uhr Recherche in der Mediathek +  15.00 Uhr Projekt-Präsentation im Schulungsraum +  16.30 Uhr Feedback-Gespräch mit HR +  17.30 Uhr Check-out...

Und welcher Büro-Typ sind Sie?

Machen Sie jetzt den Kurz-Check auf www.das-mein-buero-prinzip.de.
Oder sprechen Sie mit Ihrem WINI Partner in Hamburg:



DAS
MEIN BÜRO
PRINZIP

KAFFEE IST EIN LEBENSGEFÜHL

*Im Jahr des ersten Frische-Depots von Tchibo wurde **ÖNAL ÖNCEBE** geboren. Heute leitet er das „Shop in Shop-System“, das sich aus den 1963 gegründeten Frische-Depots entwickelte. Mit einem Vertriebskanal, über den jährlich rund neun Milliarden Tassen Kaffee verkauft werden.*



Das Markenzeichen von Tchibo begleitet Clubmitglied Önal Öncebe durchs Leben. Von der ersten Freundin bis zum Vertriebsdirektor.

Text: **Uwe Prieser**

Önal Öncebe gehört zu jenen Menschen, von denen man behaupten möchte, sie seien unter einem bestimmten Stern geboren worden. Ganz einfach, weil ihr Lebensweg mit Ereignissen, Orten oder Stoffen verflochten ist, die ihn schließlich zu seiner Erfüllung führten. Im Rückblick erscheint das Zufällige dann wie Bestimmung. Bei Önal Öncebe handelt es sich um Kaffee, genauer gesagt: Kaffee von Tchibo.

Von sich selbst sagt er gerne mit einem Anflug von Humor, jedoch auch ernsthafter Selbstbeschreibung seines offenen, Menschen zugewandten Wesens, er sei ein „Rheinländer-Türke“, denn er wurde in Krefeld geboren. Im Jahr 1963, als das Hamburger Kaffeeunternehmen einen zukunftsweisenden Schritt machte: In deutschen Bäckereien und Konditoreien wurden die ersten „Frische-Depots“ eröffnet.

Was damals die „Frische-Depots“ waren, ist heute das „Shop in Shop-System“ mit Kaffeedepots und anderen „Food“- und „Non-Food“-Artikeln bei großen Handelspartnern. Und Önal

Öncebe ist dafür verantwortlich. Als Vertriebsdirektor des Konzerns für diesen Geschäftszweig mit insgesamt rund 20 000 Distributionsstellen. Jährlich rund neun Milliarden Tassen Kaffee werden über seinen Vertriebskanal verkauft, erklärt er nicht ohne Stolz.

1955, Önal Öncebes Eltern lebten noch in der Türkei, war die erste Tchibo-Filiale in der Hamburger Caffamacherreihe gegründet worden, wo die Kunden, ehe sie ihr Kaffeepäckchen mitnahmen, für 20 Pfennig eine Tasse Kaffee mit Zucker und Sahne bekommen konnten. Es wurde ein Unternehmenshit. In den folgenden Jahren eröffnete beinahe jede Woche irgendwo in Deutschland eine neue Tchibo-Filiale.

Auch in Krefeld. Und so kam es, dass Tchibo-Kaffee in dem noch jungen Önal Öncebe ein bestimmtes Lebensgefühl erzeugte, das ihn bis heute nicht verlassen hat, sich zusammensetzt aus dem Gemisch von Kaffeearoma, dem leisen Geklirr von Kaffeelöffeln auf Untertassen, aus Entspannung und Gesprächen bei einer Tasse Kaffee.

„Dies ist eine Geschichte, die ich oft Studenten erzähle, wenn ich ihnen Tchibo präsentiere“, sagt er. „Als ich auf dem Gymnasium war, gab es in Krefeld nur eine Kaffeefar. Das war die Tchibo-Filiale, wo wir uns trafen, wenn wir Freistunden hatten oder nachmittags unseren Kaffee tranken. Da habe ich auch meine erste Freundin getroffen. Und so ist meine emotionale Bindung zur Marke entstanden.“

Dass daraus einmal seine berufliche Erfüllung hervorgehen würde, hätte er sich freilich nicht träumen lassen. „Ich wusste noch nicht einmal, dass ich BWL studieren wollte. Nur eines war klar: Ich wollte später etwas mit Marketing, Organisation, Vertrieb und mit Menschen machen.“ Nicht ganz zwanzig Jahre später reiste er nach Hamburg zu einem Gespräch mit der Unternehmensführung von Tchibo. Wenn er heute davon erzählt, hört man heraus: Es war Liebe auf den ersten Blick. Und so stieg Önal Öncebe 1999 als Diplom-Kaufmann bei Tchibo ein.

Zu seinen Maximen gehört der Satz: „Geschäftsleben ist wie Privatleben.“ Das zielt auf eine Haltung zu Menschen. „Wenn ich später einmal gefragt werde, was war dein Erfolg, dann sind das nicht nur die Ergebnisse, die ich als Manager abgeliefert habe, sondern auch, dass viele Nachwuchsführungskräfte aus meinem Bereich hervorgegangen sind.“

KONTAKT

Tchibo GmbH
Überseering 18
22297 Hamburg
Tel.: 040 63 87-0
info@tchibo.de
www.tchibo.de

Intelligente Gebäudetechnik einfach steuern – zu Hause und unterwegs

www.gira.de/homeserver

GIRA



Zentrale Steuerung mit den Gira Control Clients

Licht, Heizung und Jalousien automatisch steuern, Musik in alle Räume verteilen, sämtliche Elektrogeräte mit nur einem Tastendruck ausschalten: Der Gira HomeServer macht Gebäude komfortabler, sorgt für mehr Sicherheit und hilft gleichzeitig beim Energiesparen. Er steuert alle Funktionen der KNX Installation und integriert Türsprechanlagen, Multimedia-Systeme, Kameras, Haushaltsgeräte und vieles mehr nahtlos in die Gebäudesteuerung.

Als zentrale Bediengeräte für den Gira HomeServer dienen die Gira Control Clients. Über brillante Touchdisplays ermöglichen sie eine komfortable Steuerung der gesamten Gebäudetechnik mit nur einem Finger. Die intuitiv verständliche Benutzeroberfläche, das Gira Interface, sorgt dabei für einen schnellen Zugriff auf sämtliche Funktionen.

Abb. links: Gira Control 19 Client, Glas Schwarz/Aluminium, Abb. rechts: Gira Control 9 Client, Glas Schwarz/Aluminium



Mobile Bedienung per Smartphone und Tablet

Mit der Gira HomeServer/FacilityServer App kann die gesamte Gebäudetechnik bequem und mobil bedient werden – per iPhone, iPad, iPod touch und jetzt auch mit Android-Geräten. Die Bedienoberfläche im einheitlichen Gira Interface-Design bietet eine leicht verständliche sowie intuitive Menüführung und zeigt alle

Funktionen auf einen Blick. Die Gira HomeServer/FacilityServer App ist im Apple App Store und bei Google Play erhältlich.

Abb. links und rechts: Gira HomeServer/FacilityServer App auf dem iPad und dem iPhone

Helfen ist seine Passion

Weil immer mehr Menschen ohne eine Krankenversicherung leben müssen, gründete **PROFESSOR DR. PETER OSTENDORF** die „Praxis ohne Grenzen“. Menschen in Not werden hier von ehrenamtlichen Ärzten kostenlos und auf Wunsch anonym behandelt.



Erfüllung eines erfolgreichen Medizinerlebens: Dr. Peter Ostendorf erfuhr fast grenzenlose Unterstützung von Kollegen, Privatpersonen und Unternehmen aus der Industrie.

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

Eine Infektion mit hohem Fieber, Schmerzen im Unterleib, Herzbeschwerden... Wer erkrankt, genießt normalerweise ein Grundgefühl existenzieller Sicherheit: Er kann zum Arzt gehen. Doch immer mehr Menschen hierzulande leben ohne diese gesundheitliche Absicherung, weil sie sich keine Krankenversicherung leisten können. „Mit oft katastrophalen Folgen, medizinischen, aber auch sozialen, wie dem Ausschluss aus dem gesellschaftlichen Leben“, sagt der langjährige Chefarzt für Innere Medizin am Hamburger Marienkrankenhaus, Professor Dr. Peter Ostendorf.

Alarmiert und berührt vom Elend der Nichtversicherten, entschloss sich der Arzt aus Passion, der auch mit 75 Jahren noch an dem vom ihm ins Leben gerufenen Zentrum für Präventivmedizin am Marienkrankenhaus praktiziert, „diesen Ärmsten der Armen“ zu helfen. Die „Praxis ohne Grenzen“ entstand. Seit Anfang Mai können sich in ihren Praxisräumen in Hamburg-Horn Menschen ohne Krankenversicherung kostenlos von ehrenamtlich arbeitenden Ärzten behandeln lassen.

Asylanten, Zuwanderer aus neuen EU-Ländern wie Rumänien, Bulgarien, die zum Teil keine Chance auf eine sozialversicherungspflichtige Arbeit haben. Ausländer ohne Papiere, Obdachlose, Bundesbürger, die durch eine Insolvenz in Not geraten sind. Die Bedürftigen erhalten neben der notwendigen akuten Versorgung auch präventive Beratung und Behandlung etwa bei Schwangerschaften oder Infektionen wie Tuberkulose oder HIV.

Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes waren 2011 rund 137 000 Bundesbürger nicht krankenversichert. Experten gehen von einer Dunkelziffer in gleicher Höhe aus, weil viele ihre Notlage aus Schamgefühl nicht offenbaren und erst in akuter Not zum Arzt gehen.

Noch wesentlich höher ist die Dunkelziffer bei Ausländern ohne Papiere, die aus Angst, entdeckt und abgeschoben zu werden, nicht zum Arzt gehen. Schätzungsweise bis zu 20 000 allein in Hamburg. Sie werden in der „Praxis ohne Grenzen“ mit ausdrücklicher Zustimmung der Behörden auch anonym behandelt.

Als Peter Ostendorf im vergangenen Oktober daran ging, seine Idee einer kostenlosen medizinischen Versorgung für Bedürftige zu realisieren, ahnte er nicht, dass daraus ein Dauerlauf durch offene Türen werden würde. „Ich hatte nicht erwartet, so viel Unterstützung zu bekommen.“

Der Geschäftsführer der Seniorenheimgruppe „Pflegen & Wohnen“ erfuhr von Ostendorfs Projekt und bot ihm spontan kostenlos drei Praxisräume im Seniorenzentrum Horn an. Ostendorf: „Da wusste ich, jetzt kann ich anfangen, denn die Unkosten durch Miete hätten mich schon ein bisschen abgeschreckt.“

Das Marienkrankenhaus, Mitglied des Business Club Hamburg, stiftete das Mobiliar aus einer gerade stillgelegten Intensivstation und übernimmt zunächst auch die Kosten für Laboruntersuchungen. Zwei Stiftungen und zwei Hamburger

Großunternehmen stiegen mit erheblichen Summen in das Projekt ein. Dazu Förderer, die sich dem gemeinnützigen Verein „Praxis ohne Grenzen“ anschlossen. Die Industrie spendete Untersuchungsgeräte oder gewährte „riesengroße Rabatte“.

Ein Ultraschallgerät für die Gynäkologen kam als Spende vom Hersteller. Für ein anderes, sehr viel größeres für Herz- und Gefäßuntersuchungen, gab es einen Rabatt von 62 Prozent. Ostendorf: „Wir wollen mit unseren Geräten auf dem aktuellen Stand sein und nicht für arme Bürger mit armen Geräten arbeiten.“

Einen großen Teil der Medikamente spendet eine ärztzegenossenschaftliche Firma oder gewährt Rabatte bis zu 60 Prozent. Die Hamburger Einrichtung „Menschen in Not“ hilft ebenfalls mit Medikamenten.

„Doch müssen wir weitere Förderer und Sponsoren für die laufenden Unkosten gewinnen“, erklärt Ostendorf. Denn die Behandlungskosten können auch plötzlich explodieren. Eine Koronar-Bypass-Operation, für die die „Praxis ohne Grenzen“ in Bad Segeberg aufkam, kostete 26 000 Euro.

Als die „Praxis ohne Grenzen“ am 23. April in Hamburg-Horn offiziell eröffnet wurde, gehörten sieben ehrenamtliche Ärzte zum Team. Keine zwei Wochen später war das Team auf 19 Mediziner angewachsen, Internisten, Gynäkologen, HNO-Ärzte. Sechs Krankenschwestern sorgen für Pflege und Betreuung, eine Handvoll Dolmetscher steht für die Kommunikation bereit, denn erwartet werden Patienten aus vier Kontinenten und mehr als einem Dutzend Ländern.

In der Startphase wird die „Praxis ohne Grenzen“ mittwochs von 15 bis 18 Uhr geöffnet sein. Doch Peter Ostendorf ist auf einen rasanten Zulauf und damit auf eine Ausdehnung der Sprechstunden vorbereitet.

Denn: „Die Ausgrenzung dieser Menschen aus einem Gesundheitssystem, das jährlich mehr als 300 Milliarden Euro ausgibt, ist unerträglich und beschämend.“ Und ein persönliches Motiv kam noch hinzu: „Ich möchte der Gesellschaft etwas zurückgeben, was ich in meinem erfüllten Leben als Arzt selbst von der Medizin bekommen habe.“

PRAXIS OHNE GRENZEN-HH

club!-Leser, die die Praxis ohne Grenzen als Förderer oder Spender unterstützen möchten, können das unter folgender Bankverbindung tun:
Hamburger Sparkasse
IBAN: DE46200505501001232816
BIC: HASPDEHH

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

Havanna 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 Elbchaussee 43.
- Der Club hat aktuell mehr als 800 Mitglieder. Diese kommen aus zehn Clustern mit 78 Branchen. Die heterogene Zusammensetzung ist eine große Stärke unseres Clubs.

WAS WIR BIETEN

- Unseren Mitgliedern sichern wir drei Kernleistungen zu. Diese sollen 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

DAS BAU-KASTEN-PRINZIP

*Bei der Nortax Treuhand GmbH sind drei Firmen unter einem Dach. Für Geschäftsführer **IVO B. GOESSLER** ist es wichtig, dass das Unternehmen ein breit gefächertes Leistungsspektrum anbieten kann.*



Geschäftsführer Ivo B. Goessler begann seine berufliche Laufbahn bei PriceWaterhouseCooper. Zu seinen Partnern gehören die beiden Diplom-Kauffrauen und Steuerberaterinnen Stephanie Kather (links) und Katrin Hacker.

STIFTUNGEN IN DEUTSCHLAND



Im Rahmen eines Business-Frühstücks stellt Clubmitglied und Nortax-Geschäftsführer Ivo B. Goessler in der Villa im Heine-Park aktuelle Trends und neueste Entwicklungen zu dem Thema „Stiftungen in Deutschland“ vor.

**Mittwoch 17. September 2014, Business Club
Hamburg, Elbchaussee 43, 22763 Hamburg.
Anmeldung über www.bch.de**

Text: **Jörg Marwedel**

Ivo B. Goessler weiß um das Image der angeblich „trockenen Steuerberater“. Und er weiß auch, dass dieser Ruf auf ihn und sein Unternehmen Nortax überhaupt nicht zutrifft. Genau genommen sind es drei Unternehmen unter einem Dach, die er mit insgesamt fünf Steuerberater-Partnern und einem Wirtschaftsprüfer-Partner leitet: In der Nortax Treuhand GmbH sind die Steuerberater tätig, in der Nortax Gummlich GmbH die Wirtschaftsprüfer und in der Nortrust Vermögenstreuhand GmbH werden Immobilien und Fonds verwaltet. 42 Menschen arbeiten an der Bleichenbrücke 9, nicht weit vom Neuen Wall und vom Hamburger Rathaus entfernt. Goesslers Motto ist, die Leute „bei ihren Leidenschaften abzuholen“.

Der Hobbykoch (Mitglied im Chaine de Rotisseur), Weinkenner und Kunstliebhaber spielt auch Golf (Handicap 16). Dabei hat er die kaum überraschende Erfahrung gemacht, bei Einladungsturnieren interessante Menschen kennenzulernen. Welche, die gut sind für das Netzwerk und solche, die zu Kunden werden. Ein beliebter Treffpunkt in den stilvollen Nortax-Büros ist die Cafeteria, in der sich die Mitarbeiter untereinander und mit Mandanten austauschen können.

Ivo Goessler sagt, der Beruf des Steuerberaters oder Wirtschaftsprüfers sei ein „kommunikativer Job“. Besonders in seinen vier Jahren in England, wo er vor seiner Tätigkeit für Price-Waterhouse arbeitete und später für einen global tätigen englischen Konzern als Financial Director, hat er eine sehr offene Kommunikation schätzen gelernt. Selten ging er auf der Insel nach einer Party nach Hause, ohne nicht mit 70 oder 80 Prozent der Gäste gesprochen zu haben. Auch so kann man zu einem guten Psychologen werden. Einem, der sich in die Situation anderer, also der Kunden, hineinversetzen kann. „Ich glaube mehr an die persönlichen Geschichten“, sagt er.

So versteht man besser, unter welchen Rahmenbedingungen Vertreter von Konzernen heute agieren, warum sie vorsichtiger und letztlich auch langsamer als die meisten Mittelständler entscheiden können. Hierauf muss sich der Berater individuell einstellen. Nortax betreut Mandanten mit einem Immobilienschwerpunkt, etwa 50 Prozent kommen von Firmen, 50 Prozent sind Einzelpersonen. Auch Handwerker sind dabei. Die schätzt Goessler besonders, weil sie „bodenständig“ und klar sind.

Dass man fachlich gut sein muss, gerade auch im internationalen Geschäft und Steuerrecht, ist ja ohnehin Grundvoraussetzung (Goessler). Doch auch gegen das zweite Vorurteil, mit dem seine Zunft zu kämpfen hat, nämlich dass sie abgehoben oder nur an Zahlen orientiert sei, arbeitet der Diplom-Kaufmann an. Das Wichtigste sei, den Job als normale Dienstleitung zu be-

trachten, sagt er. Und dazu gehöre auch, die Kundenwünsche zu ermitteln. Bewährt hat es sich, Vorträge anzubieten. Sei es über internationale Verrechnungspreise, über Steuerhinterziehung, Immobilien-Nachfolge, Erbe oder über Korruption (Compliance-Fragen), von der viele nicht wissen, wo sie anfängt. Zum Beispiel bei einem 30-Prozent-Rabatt bei einem Autokauf für Staatsbedienstete oder bei einem kleinen Geldbetrag für Krankenschwestern. Da sind schon manche vor Gericht gelandet.

Und dann hat Nortax sich ein Spezialfeld erschlossen, um das sich hauptsächlich Goesslers Geschäftsführer-Kompagnon Ralf Lühning kümmert: Stiftungen. Häufig sind Stiftungen nicht im besten wirtschaftlichen Zustand, weil sie von der Substanz leben und kein neues Geld hereinkommt, sei es durch ungünstige Anlagemöglichkeiten oder unzureichende Generierung von weiteren Mitteln. Oder weil sie die Mittel nicht entsprechend dem Stiftungsziel einsetzen. Spätestens wenn die Aufsicht mitbekommt, dass bei einer Stiftung etwas schief läuft, brauchen die Stifter oft jemanden, der die Sache wieder zurechtrückt. Lühning, inzwischen ein echter Experte, unterstützt dies tatkräftig und übernimmt auf diese Weise gelegentlich auch die Aufgaben eines Stiftungsvorstandes.

Das Arbeitsfeld der Nortax ist weitgefächert. Von der normalen Steuerberatung bis zu Immobilien, Auslandsgeschäften und Umwandlungen von Firmen. Ivo Goessler sagt, seine Unternehmen, insbesondere die Wirtschaftsprüfung, hätten auch einen öffentlichen Auftrag. Zu seinem Ethos gehört, auf keinen Fall die oft angebotenen Provisionen für die Steuerberatung anzunehmen, sondern nur im Sinne und für Nutzen seiner Mandanten zu arbeiten. Und zur Pflege des guten Kontaktes zu den Mandanten zählen, wie oben angesprochen, auch deren Leidenschaften. Sportfan Ivo Goessler hat in diesem Sinne einen Spielplan für die Fußball-Weltmeisterschaft in Brasilien gedruckt mit der ausdrücklichen Bitte, doch mal hereinzuschauen bei Nortax. Zum „Fußballgucken inklusive Snacks, Bier, Wein und Wasser“.

KONTAKT

Nortax Treuhand GmbH
Bleichenbrücke 9
20354 Hamburg
Tel: 040 3 76 69-0
info@nortax.de
www.nortax.de

Küchenchef Nils-Kim Porru, Barchef Patrick Harringer und Fußballprofi Patrick Owomoyela (v.l.) grooven sich am Elbstrand für die WM in Brasilien ein. Owomoyela, elffacher Nationalspieler und zweimaliger Deutscher Meister mit Borussia Dortmund, ist ein guter Freund von Porru und wollte dessen WM-Wurst unbedingt testen.



Samba, Salsa, scharfe Sachen

*Wer die brasilianische Küche kennenlernen will, sollte sich auf deftige Eintöpfe, Fleisch vom Grill und ein Feuerwerk an Gewürzen einstellen. Zur Fußball-WM präsentiert Chefkoch **NILS-KIM PORRU** zudem eine exklusive Grillwurstkomposition – unbedingt probieren!*

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

Holger Stromberg, Leibkoch der deutschen Nationalmannschaft, hat schon gesagt, was er den Spielern bei der Fußball-Weltmeisterschaft in Brasilien nicht kochen wird: Feijoada, ein für das Land typisches Gericht mit Bohnen und allerlei Fleisch, darunter Zunge, Schweineohren und -füße sowie Räucherwürstchen, gewürzt mit Zwiebeln, Knoblauch, schwarzem Pfeffer und Lorbeer. Ein verständlicher Verzicht. Wie soll man sportliche Höchstleistungen vollbringen mit so einem schweren Essen im Magen? Aber auch die Daheimgebliebenen müssen im Business Club Hamburg nicht fürchten, dass Küchenchef Nils-Kim Porru ihnen zu den Spielen diesen deftigen Eintopf vorsetzt. Er macht das wesentlich eleganter: Er kocht und würzt mit süd-amerikanischer Stimmung, zusammengesetzt aus Lebensfreude und Temperament.

„Eine klassische brasilianische Küche gibt es nicht“, sagt Porru. Das riesige Land hat Einwanderer aus der ganzen Welt angezogen. Alle brachten ihre Küche mit, ihre Gewohnheiten und ihre Gewürze. Man findet iberische Einflüsse ebenso wie asiatische, afrikanische und in manchen Ecken sogar deutsche. Je nach Landstrich werden Fisch und Meeresfrüchte bevorzugt, Reis, Weizen, Huhn, Gemüse (Zwiebeln und Tomaten sind fast immer dabei), Rind und Schwein, abgerundet mit kräftiger Würze.

Da offenes Feuer schon vor Strom und Gas vorhanden war, wird gern gegrillt. Das schmeckt gut und ist gesellig, wenn sich alle um die Feuerstelle versammeln, essen, reden und das eine oder andere Glas dazu trinken. Also genau das Richtige für den Fußballsommer auf der Terrasse und im Garten.

Natürlich kann man es machen wie beim Rodizio, diesem All-you-can-eat-Verfahren, bei dem einem zum Festpreis nacheinander die verschiedensten Fleischstücke auf den Teller gelegt werden, bis man nicht mehr kann. Die guten Sachen werden dabei natürlich zum Schluss angeboten, wenn man schon abwinkt, weil Hosen- und Rockbund spannen. Aber Porru hat sich etwas Besonderes einfallen lassen.

Mit dem Schlachter seines Vertrauens, Michael Wagner in der Eimsbütteler Methfesselstraße, hat er eine fabelhafte Grillwurst komponiert, die exklusiv nur für den Genuss im Business Club Hamburg produziert wird, um an spannenden Abenden den Sport und die Gemeinschaft zu feiern. „Wir haben lange überlegt, was wir in diese ganz spezielle Grillwurst hineingeben“, sagt der Küchenchef. Schließlich haben die beiden Profis eine Mischung ausgetüftelt, in der sich alle möglichen Komponenten vereinigen.

Die Mischung wird brasilianisches Rind, Maishähnchen und schwarzfüßiges Schwein aus Spanien (Pata Negra) enthalten. Dazu kommt ein Schuss Cachaca (Zuckerrohrschnaps, wie er auch für Caipirinha verwendet wird – dazu kommen wir noch). Ausgelassener Speck und Zwiebeln geben eine herzhafte Note und brasilianischer Urwaldpfeffer (er wächst am Amazonas im Gebiet um Belém und ist eher milde) etwas aromatische Schärfe. Jetzt kommen noch frische Petersilie und Koriander dazu, etwas Limettenabrieb, Zitronenmelisse, gerösteter Knoblauch und – das darf auf keinen Fall fehlen – Chili. „Das ist der Hammer“, lobt Porru das Gemeinschaftswerk. „Damit setzen wir einen ganz neuen Akzent.“

Aber Wurst allein reicht noch nicht. Also kommt jetzt noch eine schicke Salsa dazu, eine pikante Soße aus reifen Tomaten, roten Zwiebeln, Olivenöl, frischem Knoblauch, Koriander und rotem Chili, Limettensaft und gerösteten Paranüssen. Das dürfte



Echt lecker: Fußballprofi Owomoyela und Küchenchef Porru lassen sich die exklusiven Club-Grillwürstchen schmecken.

EXKLUSIV: KAUFEN SIE DIE WM-WURST FÜR IHRE PARTY!

KAUF-TIPP

Das sollten Sie sich nicht entgehen lassen: Während der Fußball-WM vom 12. Juni bis 13. Juli können Clubmitglieder die von Küchenchef Nils-Kim Porru und der Schlachtereier Wagner kreierte Wurst exklusiv für ihre Grillparty kaufen.

**Schlachtereier Hans Wagner, Methfesselstraße 51, 20257 Hamburg, Tel: 040 40 83 26
Internet: www.schlachtereier-Wagner.de**

ganz nett zischen auf der Zunge. Deshalb sollte auch ein knackiges Brötchen nicht fehlen.

Um sich auf den zünftigen Fußballabend einzustimmen, empfiehlt die Bar entweder einen Rum-Cocktail oder eben diese frische, köstliche, verführerische Mischung, deren Name schon lange liebevoll auf „Caipi“ verkürzt worden ist. Im Gegensatz zu Rum wird Cachaca, die Basis-Spirituose, aus dem Saft des frischen Zuckerrohrs gewonnen, der mit Wasser verdünnt und mit Hefe versetzt eine gewisse Zeit gärt, bevor er gebrannt wird. Für Rum dagegen wird Melasse verwendet, ein Nebenprodukt der Zuckerherstellung.

Zu den feinen Würsten aus der Ideenschmiede von Michael Wagner und Nils-Kim Porru passt natürlich auch immer ein gut gekühltes Bier oder ein Glas Wein. „Wichtig ist vor allem die Stimmung“, findet der Chefkoch. Er wird sich als Halbitaliener mit seinem Trikot als Fan der Azzurri, der Blauen, outen – und dann einmal abwarten, was kommt. Vielleicht siegt ja nicht nur seine Wurst.

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



„Grillmeister“ Porru bei der Geschmacksprobe: Die von ihm und der Schlachtereier Wagner komponierte Wurst ist ausschließlich im Business Club zu bekommen.



Brasilianische Grillwurst mit Tomaten-Koriander-Salsa

Zur Fußball-WM in diesem Sommer haben wir mit Michael Wagner von der Schlachtereier Wagner für den Business Club eine brasilianische Grillwurst kreiert, die es nirgendwo sonst gibt. Um den außergewöhnlichen Geschmack der Wurst noch hervorzuheben, habe ich eine frische, pikante Tomatensalsa komponiert, die mit der Wurst harmoniert und dem Ganzen durch Hinzufügen von Koriander noch eine besondere Note verleiht.

ZUTATEN UNSERER GRILLWURST:

Maishähnchen, brasilianisches Rind, iberisches Schwarzwild, Cachaca, frische Petersilie, Koriander, gemischte Trockenfrüchte, Zitronenmelisse, Limettenabrieb, Speck, Zwiebeln, brasilianischer Urwaldpfeffer, gerösteter Knoblauch, Chili.

Tomaten-Koriander-Salsa: 4 vollreife Tomaten, 1 rote Zwiebel, 1 rote Chili, 1 kleines Bund frischer Koriander, 1 Limette, 1,5 Knoblauchzehen, 7 geröstete Paranüsse, Olivenöl, Salz, Pfeffer.

UND SO GEHT'S:

Tomaten in feine Würfel schneiden. Lassen Sie am besten die Kerne weg, damit Ihre Salsa nicht zu sehr verwässert. Schneiden Sie die Zwiebeln in feine Würfel und mischen diese unter die Tomatenwürfel. Ich empfehle, die feinen Chilliwürfel und den fein gewürfelten Knoblauch kurz in der Pfanne mit etwas Olivenöl anzuschwitzen. Diese können Sie dann mit unter die Tomaten mischen und mit dem Limettensaft, Olivenöl, Salz und Pfeffer abschmecken. Die gehackten und gerösteten Paranüsse, sowie den Koriander mischen Sie erst vor dem Servieren unter. Ich empfehle ein knackiges Brötchen dazu, um die Wurst schön handlich beim Fußball vor dem Fernseher essen und genießen zu können.

EVENT TIPP

Brasilianischer Dinner-Abend

Thomas Timm (CEO der Deutsch-brasilianischen Handelskammer in Sao Paulo) berichtet über das politische Klima, die Chancen und Risiken für Unternehmungen in Brasilien nach der WM und vor den Olympischen Spielen 2016. Als Geschenk erhält jeder Gast eine CD mit dem Titel „Brasilien hören“, die von Clubmitglied Antje Hinz produziert wurde.

**Dienstag, 2. September 2014,
19 Uhr, Business Club Hamburg,
Elbchaussee 43, 22765 Hamburg.**



Das Hörbuch „Brasilien hören“ ist auch im Buchhandel erhältlich.
www.silberfuchs-verlag.de



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



Frank Maßen



...BITTET ZU TISCH

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

Frank Maßen ist in vielen Dingen praktisch veranlagt. Unterlagen auf dem Schreibtisch sortiert er nach dem Stapelsystem. Zwei- bis dreimal im Jahr wird ausgemistet. Meistens vor dem Urlaub, der diesmal im Juli ansteht. Der CEO der Carlsberg Deutschland Gruppe ist nicht überordentlich, aber auch nicht chaotisch, „eher irgendwo dazwischen“, meint er selbst. Stifthalter? Braucht er nicht. Seine drei Füllfederhalter liegen einfach auf der Tischplatte. Auch auf extravagante Bürodekoration legt er wenig Wert. Den Großteil des Inventars hat er von seinem Vorgänger übernommen. Darunter sein einziger „Luxusartikel“: ein höhenverstellbarer Computertisch, den er per Knopfdruck nach oben fahren kann, um entspannt im Stehen zu arbeiten. Durchs Fenster sieht er dann, wie die Autos über die

Holstenstraße und die Züge über die nahegelegene ICE-Trasse rauschen. In seinem Büro sammeln sich – neben einigen Bierflaschen und bierspezifischen Fanartikeln – Gastgeschenke von ausländischen Lizenzpartnern, wie zum Beispiel ein Mini-Windrad aus China und ein prachtvoller Sphalerit-Stein. Dieser hat von Maßen eine praktikable Funktion erhalten: als „Fensterstopper“ sorgt er dafür, dass im Sommer frische Luft ins Büro wehen kann.

Frank Maßen, 49, ist seit Juni 2010 CEO der Carlsberg Deutschland Gruppe. Zuvor war er unter anderem bei der Trinks Gruppe und bei Unilever tätig. KONTAKT: Frank Maßen, Telefon: 040 38101-0, E-Mail: carlsberg.carlsberg@service.ebound.de, Internet: www.carlsbergdeutschland.de

GLENMORANGIE

SINGLE MALT SCOTCH WHISKY



Warum wir unsere Fässer nur
zweimal verwenden?

Kosten Sie unseren Whisky,
und Sie werden verstehen.



Mehr als
gut gemacht.

MS EUROPA 2

DIE GROSSE FREIHEIT:
Mittelmeer-Reisen
zu Knallerpreisen!



GEBURTSTAGS
KNALLER

SIEBENMAL
DURCHS
MITTELMEER
ZUM
KNALLERPREIS.

MS EUROPA 2

70.000 gefahrene Seemeilen, 30.000 Flaschen Champagner,
97 % Weiterempfehlungen, 5-Sterne-plus laut Berlitz Cruise Guide 2014.
Nur einige der Höhepunkte in einem Jahr MS EUROPA 2.

Viele gute Gründe den ersten Geburtstag dieses außergewöhnlichen Schiffes
mit Ihnen gemeinsam zu feiern!

Kunst, Kultur und Lebensfreude: Mit der EUROPA 2 reisen Sie zu den schönsten Küsten des Westlichen Mittelmeeres. Wo immer das Schiff festmacht, erwarten Sie reizvolle Landschaften, malerische Buchten und faszinierende Hafenstädte. Tauchen Sie ein in das Lebensgefühl von Dolce Vita und Savoir-vivre, und genießen Sie die stilvollere Atmosphäre der EUROPA 2 unter mediterraner Sonne.

Erleben Sie die EUROPA 2 auf
unseren Reisen im Mittelmeer:

z.B. Civitavecchia (Rom) – Barcelona

12.07. – 19.07.2014, 7 Tage, Reise EUX1419

z.B. Barcelona – Civitavecchia (Rom)

19.07. – 26.07.2014, 7 Tage, Reise EUX1420

02.08. – 09.08.2014, 7 Tage, Reise EUX1422

pro Person ab **€ 3.490**

in einer Garantie-Veranda/-Ocean Suite.

Seereise ohne An-/Abreisepaket (Doppelbelegung).

Gerne buchen wir eine für Sie passende An-/Abreise dazu!

Weitere Termine finden Sie auf unserer

Website www.geburtstagsknaller2014.de



Sie
sparen pro
Person bis zu
€ 1.920!

**Persönliche Beratung und Buchung
in Ihrem Reisebüro oder bei
Hapag-Lloyd Kreuzfahrten GmbH**
unter 040 3070 3070, Ballindamm 25,
20095 Hamburg



Hapag-Lloyd
Kreuzfahrten

www.mseuropa2.de