

club! Sommer 2018

club!

DAS MAGAZIN DES BUSINESS CLUB HAMBURG



Früher Fußballprofi, heute Unternehmer: Marcell Jansen

HAMBURG AKTIV

SO WIRD DIE GANZE STADT ZUM SPORTPLATZ

Interview **MARCELL JANSEN** ÜBER SEINE LIEBE ZUM HSV, SEIN RESTAURANT MIT **FERNSEHKUCH HENSSLER** UND DAS NEUE LEBEN ALS UNTERNEHMER **Female Leadership** DARUM SIND FRAUEN DIE BESSEREN CHEFS **Partnerclub THE STACK** IN KAPSTADT **Reportage VOM WEINBERG INS WEINGLAS**

TYPISCH HANSEATISCHE SERVIERTHEIT.



Das' mal
was
anderes.



BIER
BEWUSST
GENIESSEN
800 3070000000

ECKEN. KANTEN. HOLSTEN.

IMPRESSUM**Herausgeber:**

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

Konzept und Realisation:

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

Chefredaktion:

Andreas Eckhoff, Achim Schneider

Art Direction:

Stephan Kuhlmann

Redaktion und Autoren:

Sonja Álvarez-Sobreviela, Peter Barber, Detlef Gürtler, Jörg Marwedel, Alexandra Maschewski, Uwe Prieser, Gisela Reiners, Fiona Sangster, Norbert Scheid, Alexander Siebert, Nina Schwarz, Dr. Martin Tschene

Fotos Business Club Hamburg:

Martina van Kann

Lektorat:

Dr. Sigrid Schambach

Lithografie:

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

Druck:

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

Technische Umsetzung iPad:

PressMatrix GmbH
Friedensstraße 91
10249 Berlin
www.pressmatrix.de

Auflage:

11.000 Exemplare



**BUSINESS
CLUB**
HAMBURG



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

Hamburg ist erstklassig

Ich weiß nicht, wie es Ihnen ging, als der Abstieg der Fußballer des HSV keine Utopie mehr war. Ich war enttäuscht. Wobei die Angst vor dem Abstieg tatsächlich schlimmer war als der Abstieg selbst. Und nächstes Jahr feiern wir dann zum ersten Mal den Aufstieg in die erste Liga. Aber auch bis dahin bleibt unsere Stadt Hotspot in Sachen hochkarätige, internationale Sportevents, wie Rainer Grünberg, der Autor unserer Titelstory schreibt. Ich war beim Lesen der Geschichte überrascht, wie attraktiv die Active City Hamburg ist. Und das Beste daran ist: Man kann nicht nur Weltmeisterschaften und Supercup-Finals live miterleben, sondern auch selbst sportlich Gas geben. Rund eine halbe Million Hamburger trainieren ihre Fitness in Vereinen oder kommerziellen Fitness-Studios – das sind 28 Prozent aller Menschen, die in der Stadt wohnen. Mit diesem Wert ist die Hansestadt mit Abstand an der Tabellenspitze in Deutschland. Und es ist der Beweis, dass Hamburg in Sachen Sport absolut erstklassig ist!

Im Namen des gesamten Teams wünsche ich Ihnen eine spannende Lektüre.

Peter Richard Stoffel



Genuss-Team: Verkehrsmeister Mario Richter, Dennis Ross, Verkehrsmeisterin Tanja Podewski, Nils-Kim Porru, Martina van Kann, Henrik Falk, Gisela Reiners, Achim Schneider.



club!-Redakteurin Nina Schwarz schaut interessiert beim Schachduell der beiden Grundschülerinnen Lina (links) und Havin zu.



Sport-City 16

Hamburg ist eine echte Sportstadt. Es gibt Top-Events und beste Möglichkeiten für Jedermann.

INHALT

03EDITORIAL

Hamburg ist erstklassig.

06JON FLEMMING OLSEN PLANT SEINEN SOMMER

Der Schauspieler und Musiker ist gerade von einer Konzert-Tour zurück. In club! spricht Olsen über Dittsche-Drehs, die Fußball-Weltmeisterschaft und Wohnzimmerkonzerte.

Look & Feel

08IM CLUB UND UNTERWEGS

Die vier Künstlerinnen von Salut Salon begeistern beim Konzert im Club. Ladies Dinner Talk mit Verlegerin Dr. Katarzyna Mol-Wolf. Zu Gast: Unternehmer Walter Mennekes.

10STADTENTWICKLUNG IN HAMBURG

Hamburgs neuer Oberbaudirektor Franz-Josef Höing zeigte Wege und Möglichkeiten zum Wachstum der Hansestadt auf.

12DIE ZUKUNFT DES JOURNALISMUS

Spiegel-Chefredakteur Klaus Brinkbäumer sprach im Club über die Digitalisierung der Medienwelt und Qualitätsjournalismus.

14GOLF MATCHPLAY-SERIE

Noch mehr Golf für Clubmitglieder: Im „Flight Club“ treffen sich Unternehmer an vier Tagen zur After-Work-Runde auf Gut Kaden.

Titelthema

16HAMBURG AKTIV

Autor Rainer Grünberg beleuchtet das sportive Angebot der Stadt. Sein Fazit: Hamburg hat sportlich eine Menge zu bieten.

22INTERVIEW

Der langjährige Profi des Hamburger SV, Marcell Jansen, spricht in club! über den Abstieg des HSV, die Attraktivität der Sportstadt Hamburg und seine Pläne als Unternehmer.

28MEINUNG

Clubmitglieder zum Thema „Hamburg aktiv“.



TITEL

Sport spielt immer noch eine große Rolle im Leben von Marcell Jansen. Der Ex-Profi hat insgesamt sechs Projekte am Laufen – und immer geht es dabei um Sport, Fitness oder Lifestyle. Eines davon ist das Sanitätshaus Renovatio am Stephansplatz, wo sich club! mit Jansen getroffen hat. Im Interview spricht der 32-Jährige über sein Leben als Geschäftsmann, den HSV und die Sportstadt Hamburg.



Medien-Talk 12

Spiegel-Chefredakteur Klaus Brinkbäumer sprach im Club über die Zukunft des Journalismus.



Abgefahren 62

Hochbahn-Vorstand Henrik Falk und Chefkoch Nils-Kim Porru machten Fingerfood im Hanseat.

30 GÜRTLERS GRÜTZE

Detlef Görtler philosophiert über Brain-Fitnessstudios, in denen man die geistige Verfettung vermeiden kann.

Unternehmer für Hamburg

32 SENIOREN HELFEN KINDERN

Beim Schach lernen die Kinder viele Dinge spielerisch. Besuch in einer Hamburger Schule, die Schach-AGs anbietet.

Wissen

36 FEMALE LEADERSHIP

Der Anteil von Frauen in Führungspositionen ist gering. Dabei belegen Studien, dass Frauen die besseren Chefs sind.

40 MEINUNG

Clubmitglieder zum Thema „Female Leadership“.

Special

42 FLEXIBLE DATENANALYSE

Das IT-Unternehmen MicroStrategy übersetzt Datenmengen in wertvolle Informationen für Unternehmer.

52 CLUB PRIVÉ IL PARADIS

Das Schweizer Fünf-Sterne-Hideaway im Engadin – ein Insider-Tipp für eine Auszeit in familiärer Atmosphäre.

club!-Member

44 MENSCHEN UND IHRE GESCHICHTEN

Arbeitsrechtler Jan Ruge, Fanbrillen-Hersteller Wolfgang Gerdes, Medienunternehmer Andreas Bahr, Headhunter Dietmar Holubek.

Behind the Scenes

58 DER WEG DES WEINES

Die Weinherstellung ist ein langwieriger Prozess. Wir haben bei Hawesko den Weg von der Traubenlese bis ins Glas verfolgt.

Gourmet & Genuss

62 DELIKATESSEN AUF SCHIENEN

Chefkoch Nils-Kim Porru und Hochbahn-Chef Henrik Falk speisten leckere Häppchen im Salonwagen der U-Bahn.

66 DIRK MOLLWITZ BITTET ZU TISCH

Auf dem Schreibtisch von Hausbauer Mollwitz liegt nur das Nötigste. In club! sagt er, warum ihm Klarheit wichtig ist.

English Lounge

69 15 QUESTIONS FOR PRAVIN PRASAD

In a regular series, we ask executives about success, the challenges of the future and what Hamburg means for them.

72 INTERNATIONAL BUSINESS

The Estonian Ambassador talks about digitalisation and how his country has benefited from EU membership.

78 PARTNER CLUBS

Splendid service, award-winning cuisine and inspiring interiors: The Stack in Cape Town has it all.

Service

03 IMPRESSUM

54 WISSENSWERTES ZUM CLUB

56 DIE PARTNER DES CLUBS

JON FLEMMING OLSEN PLANT SEINEN SOMMER

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



Jon Flemming Olsen ist ein vielseitiger Künstler. Neben der Schauspielerei ist vor allem die Musik seine Passion. Er gibt in diesem Jahr rund 50 Konzerte, tritt bei Musikfestivals auf und spielt auf Wunsch private Konzerte im Wohnzimmer.

„Ich interessiere mich eigentlich nicht für Fußball, aber bei großen Turnieren mutiere ich zum Mega-Fan.“

Jon Flemming Olsen ist Musiker und Schauspieler. Bekannt geworden ist der 53-Jährige als Imbisswirt in der Comedy-Serie „Dittsche – Das wirklich wahre Leben“. Neben Fernsehen macht er hauptsächlich Musik. Olsen startete 2006 mit der Band Texas Lightning für Deutschland beim Eurovision Song Contest. Inzwischen hat er zwei eigene Musikalben veröffentlicht und tourt mit seinen Songs durch Deutschland.

Zunächst einmal läuft bis Anfang Juli noch unsere mittlerweile 34. Dittsche-Staffel. Auf die Überschneidung mit der Fußball-WM freue ich mich dabei besonders – vermutlich wird unser Bademantel tragender Freund dann zu besonderer Hochform auflaufen. Ich selbst interessiere mich eigentlich nicht für Fußball, mutiere allerdings bei großen Turnieren innerhalb kürzester Zeit zum Mega-Fan und bilde mir ein, extrem viel Ahnung zu haben. Mein eigener Schwerpunkt ist natürlich die Musik: Den Sommer über bin ich als Singer-Songwriter in Norddeutschland unterwegs und freue ich mich dabei besonders auf meinen ersten großen Festival-auftritt beim diesjährigen „A Summers Tale“ in der Nähe von Lüneburg. Das aktuelle Solo-Album „Von ganz allein“ habe ich zum Teil durch ein Crowdfunding finanziert, bei dem mich rund 200 Menschen unterstützt haben. Zum ersten Mal habe ich in diesem Zusammenhang auch private Hauskonzerte angeboten und dieses Format sehr schnell lieb gewonnen: Mal sind es zehn, mal achtzig Gäste – jeder Termin ist eine Wundertüte, und der nächste kommt Ende Juni in Mecklenburg-Vorpommern.

Im Juli nehme ich noch zwei Wochen Auszeit, um neue Songs für das nächste Album zu schreiben: Ganz allein weitab der alltäglichen Umgebung kann ich mich am besten auf mein Vorhaben konzentrieren – ohne Telefonate, E-Mails oder SMS. Und im September, zum Sommerausklang, geht es dann mit der „Mein Schiff 3“ auf kleine Mittelmeerkreuzfahrt von Bremerhaven bis nach Mallorca, wo ich an Bord mehrere Konzerte spielen werde.

*Schreiben eröffnet
uns die Welt.
Teilen wir dieses
wertvolle Geschenk.*

**MONT
BLANC**



Hugh Jackman und die Montblanc for UNICEF Collection

Montblanc supports
unicef 

Gemeinsam mit UNICEF wollen wir dieses wertvolle Geschenk teilen und für bessere Lernbedingungen, qualitatives Schulmaterial und besseren Unterricht für mehr als 5 Millionen Kinder sorgen. Entdecken Sie die Montblanc for UNICEF Collection unter montblanc.com/unicef

Crafted for New Heights.





01



02



03

1 Peter Stoffel und Imame Smimine (Hapag Lloyd Cruises) mit den glücklichen Kreuzfahrtgewinnern Natalia und Peter Wieczorek (v.l.).

2 Jörg Borrmann (Wunderkontor) verzauberte die Gäste mit seinen Tricks.

3 TV-Moderator Tom Meiler führte die geladenen Gäste durch den Abend.

Furioses Damen-Quartett: Olga Shkrygunova, Angelika Bachmann (hinten), Iris Siegfried und Romy Nagy lieferten eine begeisternde Performance.

50 GEIGEN FÜR KOROGOCHO

Der Business Club Hamburg veranstaltete gemeinsam mit seinen Partnern GIRA, Hawesko, Hapag Lloyd Cruises und Moët Hennessy die 2. Hamburg Lounge Night. Die Gastgeber luden Geschäftspartner und Freunde zu einem unvergesslichen Abend ein. Für beste Stimmung sorgte nach der von Tom Meiler moderierten Charity-Tombola der Auftritt der Musikerinnen „Salut Salon“. Die vier Damen sorgten mit Auszügen aus dem Programm „Liebe“ für glückliche Lacher und stimmungsvolle Momente. 18 700 Euro kamen so für das von Salut Salon unterstützte Musik-Projekt „Ghetto Classics“ in Kenia zusammen. Und nun wird noch ein helfender Spediteur für den Transport von 52 Geigen von HAMBURG nach NAIROBI gesucht.

DER MANN DER ELEKTROSTECKER

Walter Mennekes ist ein Macher mit der Aura eines durchsetzungsstarken Unternehmers. Das spürten auch die Gäste im Club sofort, als der Stecker-Fabrikant aus seinem Leben erzählte. Besonders beeindruckend sein Ringen mit Kanzlerin Merkel, um seinen E-Mobil-Stecker zum Standard in Europa zu machen. Das hat Mennekes übrigens geschafft.



1 EU-Kommissar Günther Oettinger im Betrieb von Walter Mennekes, dessen E-Autostecker zum Standard wurde.



2 Walter Mennekes



Expertenrunde im Business Club: Timo Wilken, Thomas Schauf, Thomas Duhr, Jan Philipp Albrecht, Moderatorin Carolin Töpfer und Prof. Jürgen Seitz (v.l.).

DER HOHE WERT DER DATEN

Der Datenschutz ist das Thema der IT-Branche in 2018. Die Experten beim Themenabend Data Economy im Business Club diskutierten kontrovers und leidenschaftlich um den Wert von Informationen, die Menge an gespeicherten Daten, Persönlichkeitsrechten und sinnvolles Sammeln und Nutzen von Daten durch die Unternehmen für Kunden. Einig waren sich alle über die Schutzbedürftigkeit und das Selbstbestimmungsrecht der Nutzer zu ihren persönlichen Daten.



1 Verlegerin Dr. Katarzyna Mol-Wolf.

2 Dr. Jasmin Naderi-Wöhler, Tina Snedker Kristensen, Nicole Engenhardt-Gillé.

3 Tina Morgenstern begrüßt die Runde.



AUF DER SUCHE NACH DEM ICH

Die Verlegerin Dr. Katarzyna Mol-Wolf sprach beim Ladies Dinner Talk in sehr persönlichen Worten über ihren Werdegang. Von ihrer Ankunft aus Polen bis zur Übernahme des Magazins „Emotion“ von Gruner + Jahr. Mit den Erfahrungen ihrer Lebensgeschichte machte sie den Ladies Mut, ihre persönlichen Talente zu finden und auf eigene Stärken zu vertrauen.

WACHSTUM IN DER STADT

Zur Begrüßung der Gäste hatte Hamburgs Oberbaudirektor den Lacher auf seiner Seite. „Es gibt schlimmere Schicksale, als bei so schönem Wetter im Business Club zu sein“, sagte Franz-Josef Höing. In bildhafter und lebendiger Sprache referierte er danach über die Entwicklung der Hansestadt. „Das wesentliche Wachstum muss in der Stadt geschehen. Das ist sehr anstrengend“, gab er zu. Insbesondere die Verkehrsstruktur muss erweitert werden. „Jede Großstadt ist gut beraten, in den Radverkehr zu investieren. Wir sind im Moment auf Stufe 7 gegenüber anderen Großstädten.“ Dass jedes große Projekt „seine Zeit dauert“, untermauerte Höing mit der HafenCity, die in fünf bis sechs Jahren fertig sein wird. Ein wesentlicher Ansatzpunkt für den Städtebau sind aus seiner Sicht die Außenlagen Hamburgs. „Bei meinen Fahrten durch die Stadt habe ich festgestellt, dass es 30 Prozent schöne „Tempel“-Bezirke gibt, aber 70 Prozent der Bezirke spröde und in die Jahre gekommen sind.“ Sein Fazit lautete: „Die Stadt ist an den Rändern längst noch nicht fertig.“



Der Hamburger Oberbaudirektor Franz-Josef Höing warb bei seinem Vortrag um Verständnis, „dass eine fortschrittliche Stadtplanung einen langen Atem braucht“.



01 Ruth Hueske und Sylvia Nießen-Graumann (Strabag).

02 Birgit Dreifert (Moduleo).

03 Sabine Hupe (WBRE Waterbound Real Estate) und Carina Skoglund (Behrend Gruppe).



EVENT TIPPS

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



Dienstag, 26. Juni, 18.30 Uhr Zu Besuch bei Udo Lindenberg's Panik City

Die neu eröffnete Panik City ist einzigartig: Es ist das ganz persönliche Kunst-, Technik- und Kulturprojekt von Udo Lindenberg mitten auf St. Pauli. Clubmitglied Michael Hopfinger wird Sie durch „Udos Multimediareich“ führen.

Mittwoch, 22. August, 19 Uhr Das Phänomen Trump – Folgen und Erfolge des US-Präsidenten

Der Chefreporter der Zeitung „Die Welt“ veröffentlichte im vergangenen Jahr das Buch „Trump verrückt die Welt“. In seinem Vortrag spricht der Journalist darüber, wie der amerikanische Präsident sein Land spaltet und die Geopolitik maßgeblich verändert.



Mittwoch, 29. August, 9 Uhr Wachstumsfinanzierung über die Börse

Der Gang an die Börse ist für Unternehmen eine gute Möglichkeit zur Wachstumsfinanzierung. Eric Leupold (Deutsche Börse AG) und Klaus Rainer Kirchhoff (Kirchhoff Consult AG) zeigen Möglichkeiten und Anforderungen auf.

Dienstag, 4. September, 8.45 Uhr Neue Reihe im Business Club: Education & Coffee

Mitglieder und Gäste können ab jetzt regelmäßig Vorträge von Experten zu relevanten Themen im Club erleben. Zur Premiere spricht Prof. Dr. Stefan Behringer (Nordakademie) über das Thema: „Warum Manager kriminell werden.“



GUT KADEN

Tagung INSPIRATION ATMOSPHÄRE

IHRE
INDIVIDUELLE
TAGUNG

HERZLICH WILLKOMMEN.

Nur wenige Kilometer von Hamburg entfernt, verlassen Sie das geschäftige Treiben und tauchen ein in die Gelassenheit und Ruhe von Gut Kaden. Eine international anerkannte 27-Loch Golfanlage, ein Gästehaus mit 40 großzügigen und liebe zum Detail eingerichteten Zimmern, kulinarische Momente im historischen Gutshaus und Tagungsmöglichkeiten für konzentrierte und inspirierende Momente stehen für ein umfangreiches Angebot – die gelebte Willkommenskultur sorgt für ihr persönliches Wohlfühl.

UNSER ANGEBOT FÜR IHRE TAGUNG

- FLEXIBILITÄT: VIER INDIVIDUELLE TAGUNGSRÄUME VON 18 BIS 100 QM
- KREATIVITÄT: EIN EINMALIGES AMBIENTE
- KONZENTRATION: LÄNDLICHE RUHE, DIREKT VOR DEN TOREN DER STADT
- ABWECHSLUNG: KULINARISCHE KÖSTLICHKEITEN UND SPORTLICHE ZUSATZOPTIONEN

Ob ein eintägiger Business-break oder eine mehrtägige Veranstaltung mit Hotelübernachtung. Wir machen das für Sie – ganz nach Ihren Wünschen.

GUT KADEN
GOLF

GUT KADEN
HOTEL

GUT KADEN
RESTAURANT

GUT KADEN
TAGEN

MEDIEN IM WANDEL

*Er ist seit 2015 Chefredakteur des „Spiegel“ und war 2016 Chefredakteur des Jahres. **KLAUS BRINKBÄUMER** sprach im Club über die Digitalisierung in den Medien, investigativen Journalismus sowie die Verschmelzung von Print und Online.*



Klaus Brinkbäumer ist einer der profiliertesten Journalisten Deutschlands. Er sagt: „Die Digitalisierung hat den Spiegel reichhaltiger gemacht.“

DAS SAGEN DIE CLUBGÄSTE



MARTIN WROBEL
Corporate Wear Germany

„Ich fand die offene Art von Herrn Brinkbäumer sehr positiv. Verlässliche und gewissenhaft recherchierte Informationen sind gerade in diesen unruhigen Zeiten eminent wichtig. Und es muss Leuchttürme wie den Spiegel geben, an denen man sich orientieren kann.“



SABINE NORD
Beratung, Training, Coaching

„Ich hatte gehofft, es würde mehr über Inhalte als über Formate gesprochen. Dieser Strom von Nachrichten, der uns täglich überschwemmt – wie viel Wahrheit steckt da überhaupt drin? Wie viel wird uns vorenthalten. Was das betrifft, ist mein Misstrauen nicht kleiner geworden.“

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

Da steht er, groß und schlank und kontrolliert, an dem Stehpult im Business Club. Der Gast redet langsam und nachdenklich, als lese er im Stillen Korrektur, bevor er seine Gedanken in das Mikrofon schickt. Klaus Brinkbäumer, 51, seit drei Jahren Chefredakteur des Nachrichtenmagazins „Der Spiegel“.

Er kommt nicht allein. Mit ihm haben sozusagen in den vollbesetzten Stuhlreihen auch die Fragen Platz genommen: „Was wird denn nun aus dem Spiegel? Vor allem dem auf Papier? Und was bleibt im digitalen Sturm dieser Zeit überhaupt noch von unserer vertrauten Medienlandschaft übrig? Und was vom wachsamen Journalismus?“

Wobei „Print oder Online?“ – das war ja nie eine wirklich richtige Frage. Die gut erzählten, die erhellenden und aufklärenden Geschichten, die würde man ja selbst lesen, wenn sie mit dem Stock in den Sand geschrieben seien.

„Wir werden Spiegel und Spiegel online miteinander verschmelzen“, eröffnet Klaus Brinkbäumer seinen Blick in die Zukunft. „Die Basis bleibt der investigative Journalismus, die sorgfältig recherchierte, die spannend geschriebene Geschichte, an die sich der Leser noch lange erinnert, an der er hängen bleibt. Aber das neue Zusammenspiel zwischen Wort und Bild und Audio eröffnet uns Journalisten eine ganz neue Wucht und Kraft. Die Digitalisierung hat schon jetzt den Spiegel viel reichhaltiger gemacht. Das werden wir mit Spiegel Plus, unserem neuen digitalen Bezahlangebot, weiter verstärken.“

Wie zäh und stockend dieser Übergang besonders auch in Deutschland ist, bekräftigt der Spiegelchef mit zwei Zahlen. „Die New York Times hat für ihr verzahntes Print- und Online-Angebot mehr als drei Millionen Abonnenten. Wir sind mit unseren aktuell etwa 60 000 gar nicht so unzufrieden.“

Warum es so schwierig ist, für die so lange kostenlosen Online-Angebote jetzt auch Geld einzufordern, weiß jeder der Gäste im Business Club Hamburg. Über die speziellen Probleme des Spiegels bei dieser Eheschließung zwischen Print und Online

redet Klaus Brinkbäumer ganz offen. „Wie Sie sicher wissen, gehören 51 Prozent des Verlages den Mitarbeitern“, sagt der mit Egon-Erwin-Kisch- und Henry-Nannen-Preis hochdekorierte Autor. „Aber das betrifft nur die rund 800 Mitarbeiter im klassischen Printbereich. Die 400 weiteren Kollegen aus der Online-Redaktion gehören nicht dazu.“ Das Konfliktpotenzial, das in dieser Information steckt, erkennt jeder Zuhörer auf Anhieb. Eher nebenbei erinnert der oberste Journalist des wichtigsten deutschen Nachrichtenmagazins daran, wie international die Arbeit längst geworden ist. „Mitten in New York sitzt ein Kubaner, der viele unserer Titel entwirft.“ Und damit die deutsche Seele und auch die deutschen Ängste trifft.

Große, immer häufiger internationale Recherche-Teams und auch intern ein viel engeres Zusammenrücken prägen ohnehin die Zukunft des Journalismus. Bei Football Leaks, der Aufdeckung illegaler Millio-nengeschäfte im internationalen Fußball, haben über alle Grenzen hinweg fast 60 Rechercheure zusammengearbeitet. „Dazu mussten riesige Datenmengen geordnet, durchsiebt und eingeordnet werden“, sagt Klaus Brinkbäumer. „Das ist eine neue Spezialisierung in unserem Beruf. Andererseits, da können dutzende Leute über Monate recherchieren, wenn wir die Nachricht drucken, ist sie innerhalb von Minuten in der ganzen Welt. Mit Exklusivität können wir den Spiegel von heute, gedruckt oder online, nicht mehr zum Erfolg führen. Aber mit Teamarbeit, mit sorgfältig und

aufwendig erarbeiteten und spannend erzählten Geschichten. Und zu einem stehe ich: Der Spiegel von heute ist differenzierter, ausgewogener, auch zweifelnder als der vor zehn oder 20 Jahren.“

Eines fällt auf: Der Chefredakteur von heute ist sachlich und offen und überzeugend. Der Applaus seiner Zuhörer hat das bekräftigt. Zur selben Zeit übrigens feierte Spiegel TV sein 30-jähriges Bestehen. Die Partygäste mussten drei Stunden auf den Chefredakteur der Printausgabe warten.



Spiegel-Titel: Design von Edel Rodriguez aus New York.



ERCAN ÖZDOĞAN

Delphi HR Consulting GmbH

„Als Spiegel-Leser hat mich gefreut, mit welch' großer Überzeugung der Chefredakteur für das steht, was er und seine Redaktion leisten. Was das betrifft, tritt der Spiegel ja recht bescheiden auf. Saubere Information ist doch unser höchstes Gut. Und die muss uns viel wert sein.“



DR. CHRISTIAN WULFF

PricewaterhouseCoopers GmbH

„Zwei Dinge sind mir heute Abend klarer und bewusster geworden. Zum einen, wie hart und aufwendig Qualitätsjournalismus erarbeitet werden muss. Und dass er deshalb seinen Preis wert ist. Zum Zweiten ist es die Wichtigkeit von internationaler Zusammenarbeit für die Glaubwürdigkeit und Authentizität der Nachrichten.“

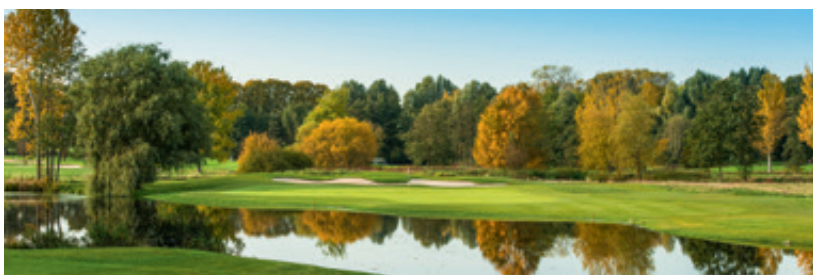


Vor dem weißen Herrenhaus auf Gut Kaden und seiner Terrasse endet die Runde des B-Kurses, einer der drei Neun-Loch-Runden, mit einem 453 Meter langen Par 5.

START FREI FÜR DEN FLIGHT CLUB

Ab sofort bietet der **BUSINESS CLUB HAMBURG** seinen Mitgliedern auch After Work Golf.
Auf Gut Kaden geht es dabei über neun Löcher.

Ausgeschieden bei der Matchplay-Serie? Weitergekommen, aber immer noch Lust auf mehr? Schnupperkurs gemacht und vom Golffieber befallen? Es gibt viele Gründe, sich auf ein weiteres, neues Golfangebot im Business Club Hamburg zu freuen. „Flight Club“ heißt das neue Format, das ab sofort noch mehr Golf für die Mitglieder bietet. An vier Terminen geht es in diesem Sommer im Golf & Country Club Gut Kaden nach der Arbeit auf eine Neun-Loch-Runde – sportlicher Wettstreit, beste Laune und gute Gespräche inklusive. Am 7. und 21. August sowie am 11. und 27. September sind jeweils 16 Startzeiten für den Flight Club des Business Club Hamburg reserviert. Im August schlägt der erste Flight 17 Uhr ab, im September um 16 Uhr, der Preis für die Teilnahme beträgt 30 Euro. Die Anmeldung erfolgt ganz einfach auf der Website www.bch.de im Veranstaltungsbereich.



Das dritte Loch auf dem B-Kurs: ein 125 Meter langes Par 3 übers Wasser.

EVENT TIPP

PORSCHE EUROPEAN OPEN INSIDE

Blicken Sie zusammen mit dem Business Club Hamburg einen Tag lang hinter die Kulissen des Profi-Golfturniers in Green Eagle Winsen. Der ehemalige Tennisprofi und Co-Organisator Carl-Uwe Steeb führt Sie persönlich „inside the ropes“ – näher kann man den Topprofis nicht kommen.

Freitag, 27. Juli 2018, ab 9 Uhr
Green Eagle Golf Courses
Radbrucher Straße 200
22765 Hamburg, 21423 Winsen
Anmeldung: www.bch.de

EVENT TIPP

SCRAMBLE-TURNIER!

96 Begegnungen, mehr als 1500 gespielte Löcher, 16 Gruppensieger – das ist die beeindruckende Bilanz der Vorrunde der Golf Matchplay-Serie 2018.

Ab sofort geht es für die qualifizierten Spieler im K.o.-Modus weiter mit dem Viertelfinale im Hamburger Golfclub Falkenstein sowie Halbfinale und Endspiel auf Gut Kaden.

Höhepunkt des Jahres ist das traditionelle Abschlussevent für alle Teilnehmer der Matchplay-Serie. Dabei steht am 31. August nach einem Scramble-Turnier im Golf & Country Club Gut Kaden eine Charity-Gala im Business Club auf dem Programm.

Besonderes Highlight beim Scramble-Turnier ist der Hole-in-one-Wettbewerb, bei dem es für denjenigen Spieler, dem an dem vorher bestimmten Loch ein Ass gelingt, einen Audi A3 Cabrio gibt.



Hauptpreis für ein Hole-in-one beim Abschlussturnier: ein Audi A3 Cabrio.

Es ist *das Besondere*,
das Wellen schlägt.



HAWESKO
Hanseatisches Wein und Sekt Kontor

Der offizielle Weinpartner
der Elbphilharmonie

Mehr Infos unter:
hawesko.de/elphi



Triathlon ist ein faszinierender Sport für Profis und Jedermannen. Der Hamburg-Wasser-World-Triathlon, der in diesem Jahr zum 16. Mal stattfindet, ist mit mehr als 10 000 Startern das größte Event weltweit.

Active City Hamburg

*Auch wenn in Hamburg die populären Sportarten wie Fußball oder Handball nicht ganz oben mitspielen, ist die Stadt bei **GROSSEN SPORTEVENTS UND IM BREITENSport** absolut angesagt.*



Text: **Rainer Grünberg**

Sadiq Khan (47) ist seit Mai 2016 Bürgermeister von London. Um die Hauptstadt des Vereinigten Königreiches, die alles hat, Königin, Prinzen, Popstars, Hochzeiten, Denkmäler, Sehenswürdigkeiten und Fußballklubs europäischer Spitzenklasse, weiter als Weltmetropole positionieren können, hat er beschlossen, noch mehr Spitzensport an die Themse zu holen. Sport, sagt das erste Londoner Stadtoberhaupt islamischen Glaubens, sei das stärkste Medium, um globale Aufmerksamkeit zu wecken, ein strategischer Standortfaktor. Einen besseren gäbe es in der heutigen schnelllebigen Zeit kaum. Doch die Stadt, die im vergangenen Sommer (und auch in diesem) Spitzensport im Wochentakt präsentierte und zelebrierte, war Hamburg, Germany. Kein anderer Ort der Welt bot 2017 dem lokalen und globalen Publikum ähnlich hochklassige Events.

Mit den Amateurbox-Weltmeisterschaften endete vergangenes Jahr im September ein Sportsommer, wie ihn Hamburg noch nie erlebt hatte - und der mehr als zwei Millionen Zuschauer anlockte. Nach dem (Auf-)Galopp auf der Rennbahn in Horn folgten der Hamburg-Wasser-World-Triathlon, Tennis am Rothenbaum, Golf in Winsen, Segeln im Hafen, die Hamburg-Premiere des Ironman, der Basketball-Supercup, das Weltcup-Radrennen EuroEyes Cycloclassics, das Beachvolleyball-Welttour-Finale und eben Boxen; hochklassige Wettkämpfe, meist mit den Besten der Welt. Zuvor hatten Ende April der Marathon und Mitte Mai das Deutsche Spring- und Dressur-Derby in Klein Flottbek auf die Serie der Topveranstaltungen eingestimmt. Für Nachhaltigkeit ist gesorgt: Bis auf die Box-WM und die Extreme-Sailing-Series wiederholen sich die Ereignisse 2018 und 2019. Hinzu kommen diesen August die Rollstuhlbasketball-WM in Wilhelmsburg, 2019 Ende Juni/Anfang Juli die Beachvolleyball-WM. Mit rund drei Millionen Euro unterstützt die Stadt dieses Jahr die Ausrichter.

Im Wettbewerb der Städte spielen Events, kulturelle wie sportliche, eine wachsende Rolle. Galt es früher, Industrieansiedlungen in

die Städte zu holen, geht es jetzt darum, den Tourismus zu beleben, Gewerbe, Studierende und Hochqualifizierte anzuziehen. Sport und Kultur sind dafür bestens geeignet, sie mobilisieren auch ältere, einkommensstarke Besucher. Diese Klientel ist für Kommunen besonders attraktiv. Sport ist nicht nur die schönste Nebensache der Welt, sondern ein knallharter Faktor für die ökonomische Entwicklung der Stadt und deren Image.



Kein erstklassiger Fußball mehr in Hamburg

Das beweisen Zahlen wie diese: Das Beachvolleyball-Turnier im Tennisstadion am Rothenbaum generierte im vergangenen August einen kulminierten Wettbewerb von 177,9 Millionen Euro, heißt es im „Sechsten Hamburger Sportbericht“, den die „Zukunftskommission Sport“ (Vorsitzender: Dr. Michael Beckereit, ehemaliger Geschäftsführer Hamburg Wasser) am 28. Mai vorstellte. Weltweit 21,6 Millionen Fernsehzuschauer verfolgten die Sandspiele auf 22 Sendern, die zusammen 463 Stunden Liveübertragungen anboten. 610.000 User klickten an den sechs Turniertagen oft mehrmals den Livestream an, und nicht zuletzt war das Event in 2570 Artikeln in 526 Zeitungen und Zeitschriften nachzulesen. Die Beachvolleyball-Olympiasiegerinnen und -Weltmeisterinnen Laura Ludwig und Kira Walkenhorst, die auch diesen Wettbewerb gewannen, in dieser Saison aber pausieren, sind in den vergangenen

zwei Jahren mit zu den wichtigsten Botschaftern Hamburgs aufgestiegen.

Hamburg als eine führende Sportstadt Deutschlands zu bezeichnen, was gerechtfertigt wäre, fällt vielen wegen der Entwicklung in den hiesigen Mannschaftssportarten trotzdem schwer. Nach dem ersten Abstieg des HSV aus der Fußballbundesliga ist Hamburg in den fünf populärsten und umsatzstärksten Männer-Mannschaftssportarten nicht mehr

Keine andere Stadt in der Welt bot den Sportfans 2017 ähnlich hochklassige Events.



Beachvolleyball an der Elbe. 2019 ist die Weltmeisterschaft in Hamburg.



Das Volksparkstadion ist die Heimat des Hamburger Sport Vereins.



In Hamburg gibt es viele Möglichkeiten, sich sportlich zu betätigen. Stand-up Paddling auf der Alster ist voll im Trend. Ein Klassiker ist die große Alsterrunde (7,5 km) für Jogger. Für Fitness-Begeisterte gibt es rund 300 bestens ausgestattete Studios in der Stadt.

erstklassig: im Fußball, Basketball, Eishockey, Handball und Volleyball. Unter den zehn der nach der Einwohnerzahl größten deutschen Städte ist das derzeit nur in Essen der Fall, Nummer neun dieses Rankings. Europaweit spielt in der zweitgrößten Stadt des jeweiligen Landes mindestens ein Verein in der höchsten Fußballklasse. Einzige Ausnahme bisher: die mittelenglische Großstadt Birmingham.

Hamburgs Weg in die Zweitklassigkeit begann Ende November 2015, nach der gescheiterten Olympiabewerbung für die Sommerspiele 2024/2028. Die Handballer, 2011 deutscher Meister, 2013 Champions League-Sieger, meldeten kurz danach Insolvenz an und sich im Januar 2016 als Tabellenvierter aus der Bundesliga ab. Die US-amerikanische Anschutz Gruppe zog fünf Monate später ihre Freezers nach 14 Jahren aus der Deutschen Eishockey Liga (DEL) zurück. Und das Volleyballteam Aurubis entschloss sich im Frühjahr 2016 nach dem lange zuvor angekündigten Ausscheiden seines Namensgebers zum Neubeginn in der Zweiten Frauen-Bundesliga.

Alle drei Teams hätten gerettet werden können. Partner aus der lokalen und regionalen Wirtschaft standen für eine Weiterführung des Spielbetriebs auf Erstliganiveau bereit, das Brillen-Imperium Fielmann beispielsweise für die Volleyballerinnen. Ihre Millionen waren jedoch nicht gewollt. In allen drei Fällen entschieden sich die Hauptgesellschafter oder die Eigner der Klubs für den Crashkurs. Auch der sportliche Niedergang des Hamburger SV hat wenig bis nichts mit Geld zu tun, vielmehr mit über Jahre fehlender Kompe-

tenz auf allen Führungsebenen, Eitelkeiten, Intrigen, Machtkämpfen und einem Aufsichtsrat, der mehr kolportierte als kontrollierte.



Sponsoren gaben mehr als 50 Millionen Euro

Die gern wiederholte Behauptung, Hamburgs Wirtschaft, traditionell mehr der Kultur und dem Sozialen zugewandt, ließe den Spitzensport im Stich, stimmt deshalb in letzter Konsequenz nicht mehr. Seit Hamburgs Olympiabewerbung Anfang der 2000er Jahre für die Sommerspiele 2012

hat in den Chefetagen ein vorsichtiges Umdenken stattgefunden. In einer Umfrage des „Hamburger Abendblatts“ bei den 50 größten Unternehmen der Stadt hatte sich im Jahr 1999 noch ein ganz anderes Bild ergeben: Wir haben kein Interesse am Sportsponsoring, planen keine Bandenwerbung in Hallen oder Stadien, stellen keine Arbeits- oder Ausbildungsplätze für Sportler zur Verfügung, lauten damals die Antworten. Ein Engagement im Spitzen- oder Breitensport war in den Konzernzentralen kein Thema. 19 Jahre und zwei gescheiterte Olympiabewerbungen später hat sich die Situation stark gewandelt. 2017 summierte sich das Sponsoring für Hamburger Vereine und Veranstaltungen auf mehr als 50 Millionen Euro. Arbeits-, Ausbildungs- und Studienplätze stehen Spitzensportlern zwar immer noch nicht ausreichend, aber in zunehmendem Maße zur Verfügung. Dennoch: In der deutschen Stiftungshauptstadt Hamburg gibt es bis heute nur zwei Sportstiftungen. ➔

Dass wiederum der 2014 gegründete Basketballzweitligacub Hamburg Towers und der im April in die Zweite Bundesliga aufgestiegene Handball Sport Verein Hamburg bislang keine Hauptsponsoren fanden, dürfte einer anderen Wahrnehmung geschuldet sein: Beide Organisationen gelten als interessante Start-ups mit größerem Zuschauerpotenzial, ein höheres Investment wird von den Unternehmen jedoch noch als risikobehaftet bewertet.



Hamburg ist im Breitensport spitze

Der Abstieg des HSV wird auch ökonomische Folgen haben. Das Hamburgische Weltwirtschaftsinstitut (HWWI) errechnete kürzlich den Einkommens- und Beschäftigungseffekt des HSV in der Ersten Bundesliga auf rund 100 Millionen Euro oder 700 bis 800 Arbeitsplätze. HWWI-Direktor Prof. Henning Vöpel erwartet im ersten Zweitligajahr jetzt einen Verlust von 30 Mio. Euro Wertschöpfung für den Verein und die Stadt, in einer eventuellen zweiten Saison einen von 50 Millionen. Ursachen hierfür wären: erheblich weniger TV-Gelder, Zuschauerschwund bei niedrigeren Eintrittspreisen, geringere Gehälter für Vereinsangestellte und Profis, rückläufige Verkaufszahlen im Merchandising und abspringende Sponsoren.

Mag dem Hamburger Sport derzeit die Leistungsspitze fehlen, im Breiten-, Freizeit- und Gesundheitssport bewegt sich einiges. Die im November 2015 gescheiterte Olympiabewerbung hat Hamburg nicht in sportliche Schockstarre versetzt, sie hat im Gegenteil neue Kräfte losgetreten: zum Beispiel den Masterplan Active City (MPAC) oder die erfolgreichen Bemühungen, weitere hochkarätige Veranstaltungen in die Stadt zu holen. Im Frühjahr 2016 entschied der Senat, seine sportpolitischen Aktivitäten und Ambitionen fortzusetzen. Das wäre schon allein dem Fakt geschuldet, hieß es aus dem Rathaus, dass die Stadt zu den sportlichsten Metropolen der Republik zählt; nach einer Studie aus dem Jahr 2010 wäre sie sogar die sportlichste. Rund 80 Prozent der Bewohner sind demnach regelmäßig aktiv, Frauen und Männer in gleichem Maße, auch Ältere treiben in Hamburg öfter Sport als anderswo.

Die Planungsmanagement & Projektberatung Albert Speer & Partner, 2015 als „Arge 2024“ für die Erstellung der Dokumente der Hamburger Olympiabewerbung verantwortlich, empfahl daraufhin, 150 der einst 900 für Olympia geplanten Maßnahmen sollten im Interesse der Stadtentwicklung auch ohne die Spiele als „olympisches Erbe“ weiterverfolgt werden. Auf der Agenda von Sportsenator Andy Grote (SPD) stehen momentan 32 Projekte, rund 50 Millionen Euro dürfte ihre Umsetzung kosten. Aktuell werden in allen sieben Hamburger Bezirken Bewegungsinselfen errichtet, nicht-kommerzielle sportliche Angebote für jedermann.

Dass Hamburg trotz der sportpolitischen Rückschläge weiter an seinem Bewegungsprofil arbeitet, wird nicht nur im Deutschen Olympischen Sportbund (DOSB) wohlwollend registriert. Auch die Tafisa, The Association For International Sport for All, so etwas wie die Breitensportabteilung des Internationalen Olympischen Komitees (IOC), nimmt Hamburg inzwischen als Sportstadt wahr. Im Oktober soll der Stadt in Buenos Aires während der Olympischen Jugendspiele das Label „Global Active City“ verliehen werden. Das ist der Plan. Auch Liverpool, Lillehammer, Richmond und Ljubljana bewerben sich derzeit um diese Auszeichnung.

TERMINE

Idee 149. Deutsches Galoppderby:

29. Juni bis 8. Juli, Galopprennbahn in Horn

Hamburg-Wasser-World-Triathlon:

14./15. Juli, Binnenalster und Innenstadt

German Open im Tennis:

21. bis 29. Juli, Rothenbaum, Hallerstraße

Porsche European Open im Golf:

26. bis 29. Juli, Green Eagle Golf Courses, Winsen

Ironman:

29. Juli, Hamburg und Schleswig-Holstein

Fußball, 2. Bundesliga (mit HSV und FC St. Pauli):

Saisonstart am 3. August

Beachvolleyball-Welttour-Finale:

15. bis 19. August, Tennisstadion am Rothenbaum, Hallerstraße

Rollstuhlbasketball-Weltmeisterschaft:

16. bis 26. August, Edel-optic.de-Arena, Inselfpark Wilhelmsburg

EuroEyes Cyclassics, Welttour-Radrennen:

19. August, Hamburg und Schleswig-Holstein

Basketball-Supercup:

Viernationenturnier, 7./8. September, Edel-optic.de-Arena, Inselfpark Wilhelmsburg

Im ersten Durchlauf hat Hamburg dank des Masterplans Active City bereits zwei der fünf Zertifizierungskriterien erfüllt. Inspektoren der Tafisa werden zudem in den nächsten Monaten vor Ort überprüfen, ob die Stadt, in der rund 80 Prozent der Erwachsenen Sport treiben und die 822 Vereine über 600 000 Mitgliedschaften zählen, auch die übrigen drei Anforderungen erfüllt – wovon auszugehen ist.

Fitness mit all seinen Wellnessverzweigungen ist bei den sportlichen Aktivitäten der Hamburger die klare Nummer eins. Fast eine halbe Million Menschen trainieren laut Mitgliederstatistiken Bauch, Beine, Po, Rücken, Nacken, Arme und Brust im Verein oder einem

der etwa 300 Studios und kommerziellen Einrichtungen. Das sind rund 28 Prozent der Bevölkerung, der mit Abstand höchste Wert eines Bundeslandes. Deutschlandweit liegt die Quote bei geschätzten 20 Prozent.

150 geplante Projekte sollen auch ohne die olympischen Spiele weiterverfolgt werden.

Eine Auswertung des Videoportals YouTube ergab für das Jahr 2017, dass das Suchinteresse nach „Fitness“ in Hamburg am höchsten war. Baden-Württemberg und Bayern folgten, Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern belegten die letzten Plätze. Mögliche Konsequenz daraus: Hamburger forschen auf YouTube mit am wenigsten nach „Abnehmen“ (Platz zwölf), Schleswig-Holsteiner und Rheinland-Pfälzer liegen in dieser Kategorie vorn. Das ist absolut erstklassig und macht Hamburg bei allen Zweifeln und Zweiflern zu einer täglich gelebten Sportstadt.

Rainer Grünberg, Chefreporter beim Hamburger Abendblatt, ist einer der profiliertesten Autoren in Deutschland, wenn es um Sportpolitik und Olympia geht. Eigene Erfolge erzielte er in einer nicht-olympischen Disziplin: als Bundesligaspieler am Schachbrett.



Die German Tennis Championships am Hamburger Rothenbaum sind das älteste und traditionsreichste Tennisturnier in Deutschland. Hier spielten unter anderem auch Steffi Graf, Boris Becker und Michael Stich.



„Vielleicht hat der Absturz etwas Gutes“

Mit 29 Jahren beendete **MARCELL JANSEN** seine Fußballkarriere und wurde Geschäftsmann. In club! spricht er über seine Beziehung zum HSV, die ersten Versuche als Unternehmer, fehlende Risikobereitschaft von vermögenden Menschen und GymJunkies, die keine Bodybuilder sind.

Geschäftsmann Marcell Jansen ist mittlerweile an sechs Projekten beteiligt. Alle beschäftigen sich mit den Themen Lifestyle und Gesundheit, die dem 32-Jährigen besonders am Herzen liegen.



Gespräch: **Jörg Marwedel** Fotos: **Ivo von Renner**

Club!: Herr Jansen, als Sie 2008 zum HSV kamen, war er noch ein Spitzenklub. Nun ist er erstmals abgestiegen. Was bedeutet das für die Stadt?

Marcell Jansen: Dass der HSV in der zweiten Liga spielt. Vieles in der Sportstadt Hamburg kann besser werden. Trotzdem trägt die Stadt den Gedanken der Sportstadt pro-aktiv weiter. Für mich ist eine Sportstadt, wenn sie Sport mit breitgefächerten Möglichkeiten arrangiert. Das bietet Hamburg deutlich mehr als andere Städte.

Sie sind im März Aufsichtsrat beim HSV geworden. Geht es nach den Entscheidungen der letzten Monate trotz des Abstiegs wieder bergauf?

Wir haben einige Fakten geschaffen, die auch bei den Zuschauern und Fans ein gutes Feedback hatten. Damit darf man aber nie zufrieden sein.

Der alte und nun auch neue Vorsitzende Bernd Hoffmann hat gesagt, zur Euphorie bestehe kein Anlass, der Klub befinde sich in einer Krise.

Das kann man unterstreichen. Aber ich denke, wir haben einige gute Entscheidungen für die Zukunft getroffen. Sei es die Verlängerung mit Trainer Christian Titz, der fast noch ein Wunder geschafft hätte. Oder die Verpflichtung von Ralf Becker als Sportvorstand. Das Plus ist immer noch: Der HSV-Fan ist Fan in guten wie in schlechten Zeiten. Er hat trotz der vielen Abstiegskämpfe und viel Hohn von außerhalb die breite Brust, immer noch Fan zu sein. Das ist einzigartig.

Ein Grund des Abstiegs war wohl, dass es auch hinter der Mannschaft kein Team gab. Da regierten viele Eitelkeiten.

Ich habe im Moment das Gefühl, dass sich alle dieser Sache unterordnen. Schon vor dem sportlichen Tiefpunkt im Februar, März lief vieles besser. Zum Beispiel im Nachwuchs beim Campus, den Bernhard Peters mit seinem Team aufgestellt hat. Das ist der Weg, den man weiterverfolgen sollte.



Wie kam es eigentlich, dass Sie im Aufsichtsrat gelandet sind?

Ich bin vom damaligen HSV-Präsidenten Jens Meier angesprochen worden. Ich hatte ja schon vorher einige Tätigkeiten im Verein oder drum herum. Ich bin Mitglied bei der Stiftung „Hamburger Weg“, bin im Beirat beim Campus. Als ehemaliger Profispieler habe ich gemerkt, dass mir das am Herzen liegt. Und wenn es im Team abläuft, bin ich gerne dabei. Dieses Team sehe ich seit Monaten. Alle sechs Aufsichtsräte ziehen an einem Strang, auch wenn nicht immer alle einer Meinung sind. Es ist ein sehr guter Spirit da, sonst wäre es nicht möglich gewesen, überhaupt noch einmal etwas zu entfachen.

Was verbindet Sie sonst mit dem HSV?

Der Privatmensch Marcell Jansen ist ein überzeugtes Mitglied beim HSV e.V. Seit Jahresbeginn spiele ich in der dritten Mannschaft, die gerade aus der Oberliga abgestiegen ist. Das ist reiner Breitensport.

Aber Sie haben Ihre Karriere 2015 mit erst 29 Jahren nicht beendet, weil es zum Schluss nur noch Abstiegskampf gab?

Nein, natürlich nicht. Ich habe sie beendet, weil ich es zwölf Jahre gemacht habe und einen neuen Zeitabschnitt beginnen wollte.

„Ich wollte einen neuen Zeitabschnitt beginnen.“

Einen Satz noch zum Profisport insgesamt. Stimmt es, dass es dort nur wenige Freundschaften, viel Druck und relativ wenig Freizeit gibt?

Das kommt auf den eigenen Typ an. Der Leistungssport nimmt viel Raum

ein, da bleibt nicht so viel Zeit, besonders wenn man Nationalspieler ist. Aber es gibt die Lücken, die jeder nutzen kann. Mein Kopf brauchte das. Ich habe schon 2008 meine erste GmbH gegründet und ein T-Shirt unter die Leute gebracht.

Haben Sie auch solch einen Druck empfunden, wie ihn Per Mertesacker neulich beschrieben hat?

Beim Leistungssport geht es um Leistung, sonst wirst du ausgetauscht. Das ist natürlich Druck. Es ist gut, dass mit Per jemand Einblick ins Seelenleben gegeben hat, der daran nicht zerbrochen ist. So konnte er für viele andere sprechen, die vielleicht nur kurz in der

Bundesliga waren und die sich dann verabschiedet haben, weil sie mit dem Hype, der Kritik oder dem Einfluss der Spielerberater nicht klargekommen sind. Per ist ein guter Typ. Ich konnte da sehr mitfühlen, auch wenn es bei mir nicht so stark ausgeprägt war.

Zurück zur Sportstadt Hamburg. Haben Sie eine Idee, weshalb nun alle publikumsträchtigen Mannschaftssportarten wie Fußball, Handball, Eishockey, Basketball und Volleyball nicht mehr in der ersten Liga zu finden sind?

Ich habe den Verdacht, dass da die letzte Siegermentalität fehlt. Die Konkurrenz wird in Bayern oder im Rheinland, wo ich herkomme, schon im Jugendbereich ganz anders gelebt. Im Ruhrpott ist schon eine andere Dichte auf kleinstem Fleck, da ist Sport alles. In einer Stadt wie Hamburg oder Berlin hast du viele andere Möglichkeiten. Vielleicht hat der Absturz auch etwas Gutes, dass man jetzt wieder richtigen Ehrgeiz entwickelt.

Liegt das Versagen im Profisport auch an der Wirtschaft – abgesehen von den vielen Fehlern, die sich etwa die HSV-Fußballer jahrelang geleistet haben?

Einige Vereine hat man ja regelrecht vor die Wand laufen lassen.

Zum Beispiel das Eishockey-Team der Freezers.

Und das, obwohl da eine starke Kraft war. Ich wünsche mir manchmal eine deutlich höhere Risikobereitschaft. Die Risikobereitschaft bei vermögenden Menschen ist auch bei Start-ups sehr überschaubar. Den Mut, auch mal etwas scheitern zu lassen, was bei jungen

Unternehmen oder im Sport passieren kann, gibt es wenig. Man versteckt sich hinter einem Businessplan und setzt eher auf Immobilien als auf Innovationen.

Die in die zweite Liga aufgestiegenen HSV-Handballer haben noch keinen Hauptsponsor ...

Erstaunlich, weil man sich da supersympathisch präsentieren könnte. Dabei können große Unternehmen sogar viel von der Steuer absetzen. Eine Ausnahme ist da vielleicht die Otto-Gruppe. Die hat den Campus finanziert, gibt Geld für Stiftungen. Man hat mit der Online-Plattform „About you“ neue Wege beschritten, was zunächst viel Geld gekostet hat.



„Im Ruhrpott ist eine andere Dichte, da ist Sport alles.“

Was haben Sie gedacht, als die Hamburger in einer Volksbefragung 2015 die Olympia-Bewerbung ablehnten?

Es gab ja viele Pros und Contras. Die Menschen, die dort leben, haben das so entschieden. Das muss man akzeptieren.

Die Hamburger Politik ist aber nicht in Schockstarre verfallen. Das Projekt „Active City“ soll das zeigen.

Das ist auch die Aufgabe von Politik,

Dinge trotz allem voranzubringen, auch bei Gegenwind. Ich selber nehme das so wahr, dass Hamburg eine Sportstadt ist.

Wobei es den Eindruck macht, dass Hamburg zunehmend zur Sport-Event-Stadt wird. Mit hochklassigen Veranstaltungen wie den Cyclossics, Marathon, Triathlon, Beach-Volleyball oder Boxabenden. Ist das vielleicht noch wichtiger als Erstliga-Fußball?



Ein Teil des Sommermärchens: Marcell Jansen im Zweikampf mit Cristiano Ronaldo beim Spiel um Platz drei der WM 2006 in Deutschland.



Kochprofi Steffen Henssler und Marcell Jansen bei der Eröffnung des ersten „Ben Green“ mit Michael Garvens, dem Chef des Köln-Bonner Flughafens.

Auf jeden Fall ziehen diese Events Leute an. Das ist wichtig für das Image der Stadt abseits des Fußballs. Parallel muss man schauen, wie die Infrastruktur ist. Viele Mannschaften haben keine guten Bedingungen, es fehlen Trainingsplätze und Hallen. Da haben wir in Hamburg immer noch großen Nachholbedarf, besonders im Breitensport. Das Footballteam der Huskies muss teilweise mit 60 Leuten in einer kleinen Halle trainieren oder im Stadtpark.

Wobei sich der Breitensport auch wandelt, weil nicht nur Fitness-Center außerhalb der Vereine Angebote machen.

Die Fitness-Studios werden nicht alle proppevoll sein, man kann ja auch draußen gut Sport machen. Zum Beispiel „Cross fit“, wo Parcours aufgebaut sind. Es muss mehr in Richtung Interaktion gehen, das ist die Zukunft. Wichtig wäre außerdem, mit Leuten aus der Stadt etwas aufzubauen. Wie zum Beispiel mit Michael Stich, der aber den Turnierrichtorposten beim Tennis am Rotherbaum auf Wunsch des DTB abgeben wird.

MARCELL JANSEN, wurde am 4. November 1985 in Mönchengladbach geboren. Er machte insgesamt 242 Bundesligaspiele für Borussia Mönchengladbach, Bayern München und den Hamburger SV. Er war im Kader der Nationalmannschaft bei der WM 2006 und 2010 sowie der EM 2008. Im Jahr 2015 beendete Jansen mit 29 Jahren seine Karriere. Dem Sport ist er jedoch erhalten geblieben. Jansen engagiert sich für die Stiftung „Hamburger Weg“ und ist seit Februar 2018 Mitglied im Aufsichtsrat des HSV. Um sich fit zu halten, spielt er seit diesem Jahr in der dritten Mannschaft des HSV.



Hatten Sie schon früh einen Plan, nach der Fußballkarriere eine Unternehmerkarriere einzuschlagen?

Nein, hatte ich nicht. Es war aber so, dass ich mir mit 18 Jahren zwei Jahre Zeit geben wollte, um zu sehen, ob es mit dem Profifußball klappt. Sonst hätte ich nach dem Fachabitur ein Studium oder Ähnliches angefangen. Aber schon nach einem Jahr wurde ich Nationalspieler, war beim Sommermärchen 2006 dabei und wechselte nach drei Jahren bei Borussia Mönchengladbach zum FC Bayern.

Sie haben also bewusst auf Zweigleisigkeit verzichtet?

Ja, das ist zwar aller Ehren wert, aber bei den HSV-Spielen Matti Steinmann und Jann-Fiete Arp hat man gesehen, wie schwer das ist. Ich habe mit 22 Jahren meine erste GmbH gegründet. Das war mein erstes kleineres Geschäft abseits des Fußballs. Irgendwann ist dann mein Kumpel Roberto Curto aus Mönchengladbach nach Hamburg gekommen, da haben wir das Projekt „City Jumpers“ angeschoben. Dabei ging es um Aufkleber für Autos. Inzwischen sind sechs Gesellschaften entstanden zum Thema Lifestyle und Gesundheit. Die haben alle etwas mit meiner eigenen Geschichte zu tun.

Sie haben eine Menge von dem, was Sie als Fußballprofi verdient haben, in die Start-ups gesteckt. Zum Beispiel auch in das Sanitätshaus „Renovatio“ (Hauptladen am Stephansplatz) oder das Restaurant „Ben Green“ in Köln. Dort kreiert der bekannte Hamburger TV-Koch Steffen Henssler gesunde Küche für Leute, denen ein naturgemäßes Leben wichtig ist.

Ja, das habe ich reinvestiert. Wir sind Gründer und nicht reine Investoren. Insgesamt haben wir bestimmt schon 50 Arbeitsplätze geschaffen.

Ihr neuestes Projekt heißt „Picue“, eine App für Gruppen. Wie geht das?

Das ist das erste „Group Story Network“ der Welt. Eine Art Instagram für Gruppen. Zum Beispiel kann ich damit der Mannschaft des HSV III folgen oder den Gymjunkys, eine von meinem Freund Roberto Curto entwickelte Marke für gesunde, ernährungsbewusste Fitness. Da

können alle eine Geschichte erzählen. Das Produkt ist schon auf dem Markt, und wir haben eine sehr gute App Store-Bewertung. Derzeit planen wir gerade das Marketing und haben gute Begegnungen mit möglichen Partnern, zum Beispiel mit Bundesligaklubs. Für die macht das Tool besonders viel Sinn. Da hat man dann das Gefühl, mitten dabei zu sein bei einer Mannschaft.

Auch mit Renovatio haben Sie noch etwas vor.

Wir werden uns außer am Stephansplatz auch rund um das UKE-Gelände orientieren und haben ein Geschäft in Wedel. Jeder, der zu uns kommt, kann über die gleichen Hilfsmittel wie Nationalspieler verfügen. Das gilt auch für Kassenpatienten. Wir wollen alle Menschen gleich behandeln. Unseren Namen werden wir demnächst noch einmal ändern und einige Weiterentwicklungen präsentieren.



Und wie entstand die Idee mit „Ben Green“?

Das war auch so eine gemeinsame Idee mit Roberto, der sich schon lange gut ernährt. GymJunkies sind keine Bodybuilder, sondern Leute, die neben Sport und Lifestyle auch sehr viel Wert auf Ernährung legen. Warum gibt es keine Anlaufstellen für Leute, die sich gesund ernähren wollen? Jeder Dritte in Deutschland ist übergewichtig. Man schüttet viel Ungesundes in sich hinein, aber ins Auto kommt nur das teuerste Öl. Aber es wächst eine neue Generation heran, die sehr kreativ und cool ist.

Und wie kamen Sie auf Steffen Henssler?

Ich glaube, dass man ihm abnimmt, dass er gesund kocht. Wir sind uns zum ersten Mal beim „Hamburger Weg“ begegnet. Wir wollen eine Art System etablieren gegen das Gesetz der Industrie, die auf lange Haltbarkeiten und viele Zusatzstoffe baut. Es gibt nicht nur Salate, bei uns kommt das vollwertige Essen hinzu. Am Flughafen



Renovatio-Miteigentümer Jansen: „Wir wollen alle gleich behandeln.“

Köln-Bonn ist das Pilotprojekt, und ich bin guter Dinge, dass bald weitere Restaurants entstehen – auch in Hamburg.

Welches Business bringt Ihnen derzeit am meisten Spaß?

Picue ist gerade meine Hauptaufgabe. In den anderen Unternehmen sind geschäftsführende Gesellschafter. Ich bin mehr im Vertrieb und Marketing. Bei Picue bin ich selber in der Geschäftsführung.

Wer wird eigentlich Fußballweltmeister 2018?

(Ohne Zögern): Deutschland. Die letzten zwölf Jahre geben Anlass dazu.

Und wenn doch nicht?

Spanien und Frankreich sind als Verdächtige immer dabei. Und die Brasilianer, denn die spielen jetzt endlich wieder guten Fußball. Bei dem politischen Druck im eigenen Land 2014 waren sie meilenweit entfernt von ihrer Form. Der ganze Spaß am Fußball war weg.

Als sie damals nach Siegen geweint haben, waren das nicht Tränen der Freude, sondern Tränen des Drucks.

Kribbelt es bei Ihnen noch? Schließlich waren Sie 2006 und 2010 dabei und 2014 hat nur eine Verletzung verhindert, dass Sie Weltmeister wurden?

Es kribbelt immer, mitzufiebern mit den Jungs. Ich kenne ja noch die Abläufe in der Vorbereitung. Ich bin dankbar, dass ich zwölf Jahre die Erfahrung machen durfte. Wenn es vom Kribbeln zum Jucken wird, bin ich beim HSV III. Ich hoffe, wenn sich mein neues Leben sortiert hat, dass ich in der neuen Saison das eine oder andere Spiel mehr mit meiner Mannschaft machen kann.

Jörg Marwedel ist freier Journalist und Autor. Der Hamburger hat über viele Jahre die deutsche Fußballnationalmannschaft begleitet und arbeitet heute für die Sportredaktion der Süddeutschen Zeitung.



Stiftung „Hamburger Weg“: Marcell Jansen kickt mit Flüchtlingskindern.

„Raucherpausen werden heute zum Kickern genutzt“

Clubmitglieder zum Thema „Hamburg aktiv“



PATRICK POSTEL

Silpion IT-Solutions GmbH
Geschäftsführer und Gründer

Es gibt viele Bereiche, in denen Hamburger Firmen sportlich aktiv sein können. An erster Stelle ist der Betriebssportverband zu nennen, der mit einem breiten Angebot über viele Jahre eine große Firmensportszene etabliert hat. Parallel entwickelt sich aber auch in den Büros unserer Wissensarbeitsgesellschaft seit rund zehn Jahren ein starker Trend, die früheren Raucherpausen zum Kickern zu nutzen. Mal kurz aufstehen, fünf bis zehn Minuten Spaß und Kommunikation mit Kollegen haben und dann zurück an den Rechner. Der Zuspruch ist inzwischen so groß, dass Silpion im Januar jedes Jahres eine Hamburger Firmenmeisterschaft austrägt, bei der mit 2000 Aktiven aus 260 Unternehmen bereits zweimal in Folge ein Teilnehmerweltrekord aufgestellt wurde.

WOLFGANG MYCH

Golf Gut Kaden
Geschäftsführer

Hamburg ist eine sehr attraktive Stadt und braucht keine sportlichen Großveranstaltungen, um zusätzlich Touristen anzuziehen. Ich glaube sogar, dass die große Anzahl der Veranstaltungen in der Stadt die Menschen nervt. Wir haben auf Gut Kaden zwölf Jahre lang ein internationales Golfturnier von Weltformat ausgerichtet, aber das hat Hamburg nicht zusätzlich außerhalb der Golfszene Reputation gebracht. Wir konzentrieren uns heute lieber auf den Breitensport und freuen uns über jedes Kind, das Golf spielt. Wir machen daher im Gegensatz zu anderen Golfclubs auch nicht bei dem Wettlauf mit, wer denn mehr Geld in die Topamateure für die Turniere steckt. Auch Hamburg sollte keine großen Sportevents subventionieren. Straßen, Kontakte oder Plätze zur Verfügung stellen, medial begleiten, ja, aber Sponsoren muss sich jeder Veranstalter selbst suchen.



THOMAS LANGFELD

Langfeld & Friends
Geschäftsführer

Ob Triathlon, Cyclastics oder der Hamburg Marathon – alle Großveranstaltungen sind gut für Hamburg. Hamburg kann hier Flagge zeigen und für sich werben. Als Fußballer und Fußballfan habe ich nach dem Abstieg des HSV getrauert, Hamburg muss einfach einen Erstligaverein haben. Nicht nur im Fußball, auch im Eishockey und anderen Mannschaftssportarten. Als aktiver Mensch und auch mit meiner Stiftung Kids & Friends, die Hamburger Kinder mit schlechten Startbedingungen gezielt fördert, bin ich dem Sport sehr verbunden. Dieses Jahr haben wir mit 112 Staffelläufern, die sich teilweise gar nicht fürs Laufen interessieren, mit Freude am Hamburg Marathon teilgenommen.



HANS BENTZIEN

Deutscher Hochseesportverband Hansa e.V.
Segelschulleiter

Sport gehört zu Hamburg einfach dazu und macht die Hansestadt mit jeder Veranstaltung bekannter. Genau wie man sich den Hafengeburtstag auch nicht ohne Segeln vorstellen kann. Boote werden von Menschen gesteuert, die alle einen Bezug zur Hansestadt haben. Viele Olympiateilnehmer und erfolgreiche Sportler haben ihre seglerischen Wurzeln in Hamburg und haben die Stadt mit Alster und Elbe zum Mekka des Segelsports gemacht. Wenn demnächst das in USA gestartete Transatlantik-Regattafeld bei uns in Hamburg einläuft, werden wir als Deutscher

Hochseesportverband Hansa mit unserer Segelyacht „Hansa“ dabei sein. Unser wichtigstes Anliegen ist jedoch die Segelausbildung von Kindern und Jugendlichen.





System 106

**Modulare und flexible
Türstationen im Gira
Türkommunikations-
System**

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

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

Mehr Informationen:
www.gira.de/system106



FITNESS-BRAINING

Text: **Detlef Gürtler**

Es ist noch gar nicht so lange her, da wäre es den Menschen undenkbar erschienen, dass man sich in seiner freien Zeit körperlich anstrengt. Da ja die Arbeit bis weit ins Industriezeitalter hinein für fast alle mit hoher körperlicher Anstrengung verbunden war, war es geradezu das zentrale Kennzeichen der freien Zeit, frei von solchen Anstrengungen zu sein. Essen, Trinken, Ruhen, das waren die wichtigsten Freizeitbeschäftigungen. Sport war so abwegig, dass es nicht einmal einen Begriff dafür gab – erst 1887 taucht das Wort im Duden auf.

Im 20. Jahrhundert nahm die freie Zeit zu und die körperliche Beanspruchung bei der Arbeit ab. Entsprechend verfiel der Wert des trainierten Körpers – und die Körper verfielen gleich mit. Essen, Trinken, Ruhen (plus Fernsehen) blieben freizeitbestimmend, die auf der Fresswelle schwimmenden Bürger verfetteten zusehends. Noch eine ganze Generation lang blieb der Sport eine Randerscheinung. Ab 1959 versuchte die DDR gegenzusteuern («Jeder Mann an jedem Ort, einmal in der Woche Sport», propagierte Walter Ulbricht), ab 1970 auch die BRD mit der Trimm-dich-Bewegung. Die Gründungswelle der Fitness-Studios, plus periodisch grassierende Aerobic-, Yoga- oder Body-Kulte haben die körperliche Ertüchtigung, das Training, zum Wert an sich gemacht, ganz ohne mit irgendeiner Arbeitstätigkeit verbunden zu sein.

Eine ähnliche Entwicklung wie unserem Körper könnte in den nächsten Jahrzehnten unserem Geist bevorstehen. Denn im 21. Jahrhundert nimmt nicht nur die freie Zeit weiter zu, sondern es wird auch die Beanspruchung unseres Gehirns abnehmen. Denn eine geistig herausfordernde Arbeit nach der anderen werden uns Roboter und künstliche Intelligenzen abnehmen. Auffallen wird uns das vor allem, wenn die für viele Menschen anspruchsvollste geistige Tätigkeit wegfällt: das Autofahren. Nirgends sonst müssen wir innerhalb vergleichbar kurzer Zeit eine Vielzahl an Sinnesindrücken koordinieren, interpretieren und in Handlung umset-

zen – und nicht mehr lang, und Assistenzsysteme und Autopiloten nehmen uns diese Aufgabe fast völlig ab.

Und was machen wir dann mit unserem Gehirn? Nutzen wir es für völlig neue Herausforderungen? Oder finden wir uns damit ab, dass wir weniger zu denken haben, und lassen unsere Köpfe so verflachen wie einst die Körper unserer Vorfahren verfetteten? Wenn die Geschichte sich wiederholt, wenn also unser Verhältnis zum Geist sich auf eine ähnliche Reise begeben sollte wie unser Verhältnis zum Körper, müssen wir uns erst einmal auf eine gewaltige Quatsch-Welle einstellen. Die Gehirne werden weiter mit Daten und Kontexten gefüllt, die sie gar nicht mehr brauchen, die Menschen werden dümmer und haben Spaß dabei. (Sie meinen, wir seien schon mitten in einer solchen Quatsch-Welle drin? Ich meine: You ain't seen nothing yet...)

Aber dann. Dann wird das Gehirn wieder trendy, und überall entstehen Brain-Fitnessstudios, die die geistige Verfettung vermeiden. Die geistige Ertüchtigung, das «Brainieren», wird zum Wert an sich gemacht, ganz ohne mit irgendeiner Arbeitstätigkeit verbunden zu sein. Da kann dann der Brainierer im Simulator wie in der guten alten Zeit Auto fahren – nur ohne dabei wie in der schlechten alten Zeit Menschen zu gefährden und die Umwelt zu verpesten. Gerne als Multiplayer-Game (früher Straßenverkehr genannt) oder mit Zusatzmodulen für Drogenkonsum oder Verfolgungsjagd. Oder man darf als Privatdetektiv ein gerade (virtuell) geschehenes Verbrechen aufklären, wie einst in Kriminalromanen, und brainiert damit logisches Denken und Kombinationsgabe. Eine schöne neue Welt, die da auf uns wartet; oder vielleicht doch eher auf unsere Enkel.

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



WIR SCHAFFEN WERTE

INDIVIDUELLE HÄUSER – HÖCHSTE QUALITÄT

JEDES MOLLWITZ-HAUS IST EIN UNIKAT und wird sehr fein auf Ihre individuellen Wünsche und die Besonderheiten des Grundstücks abgestimmt. Für jedes Bauvorhaben wird ein erfahrenes Kompetenzteam zusammengestellt, das Sie von Beginn an persönlich und hochqualifiziert berät und die intensive Betreuung Ihres Bauvorhabens sicherstellt.

Aus der Synergie eines innovativen Architekturbüros und der strukturierten Arbeitsweise eines Bauträgers ergibt sich für Sie der Mehrwert aus hochwertiger Architektur, exzellenter Qualität von Materialien und handwerklicher Ausführung sowie Termin- und Kostensicherheit.

SIE MÖCHTEN IHR GRUNDSTÜCK VERKAUFEN?

Wir kaufen Ihr Grundstück oder vermitteln es direkt und provisionsfrei an suchende Bauherren.

Mollwitz Massivbau GmbH
Schleusenredder 17a · 22397 Hamburg
T: 040 645 395 - 0 · www.mollwitz.de



Schach macht Schule

*Regelmäßiges Schachspielen wirkt sich auf Kinder in vielerlei Hinsicht positiv aus. Die Initiative **BROTZEIT**, die auch der Business Club Hamburg unterstützt, bietet mit Hilfe ehrenamtlicher Übungsleiter an sechs Hamburger Schulen Schach-AGs an.*

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

„Da ist ja Herr Giese“, tönt es fröhlich aus dem Klassenraum 4a der Grundschule An der Glinder Au. Als Holger Giese, 68 Jahre alt und Rentner, durch die Tür tritt, wuseln neun Kinder umher. Drei Mädchen und sechs Jungen laufen durch den Raum, plappern, lachen, zwei von ihnen tauschen Fußball-WM-Sticker aus.

„Guck mal, wie viele ich habe“, ruft Tyrese und hält stolz seinen Stapel Sticker in die Luft. Dann steckt er die Bildchen von Lieblingskicker Boateng und Co. in die Tasche, klappt in Windeseile ein kariertes Spielbrett auf und legt es auf den Tisch. Holger Giese ist nicht gekommen, um Fußball zu trainieren, sondern Schach.



Es ist ein sonniger Mittwoch im Mai. Mittagspausenzeit an der Ganztagschule in Billstedt/Kirchsteinbek. Jede Woche findet hier um diese Zeit die Schach-AG statt. Zwei Kurse gibt es: einen für Zweit- und einen für Viertklässler. „Bin ich weiß, Herr Giese?“, fragt Emirhan. Dann platziert er Bauern, Türme, Springer und Läufer zielsicher um das Königspaar herum auf ihre Plätze.

Die Schach-AG ist Teil des Projekts „Kinder fördern durch Schach“, das von Schauspielerin Uschi Glas und ihrer Initiative „brotZeit“ ins Leben gerufen wurde. Hauptanliegen von „brotZeit“ ist es, sozial benachteiligten Schülern ein kostenloses Frühstück anzubieten. An 30 Hamburger Schulen gibt es das Angebot bereits. Die Schule An der Glinder Au ist eine von sechs Schulen in der Hansestadt, an der zusätzlich das Schachprojekt durchgeführt wird. Die Business Club-Initiative „Unternehmer für Hamburg“ finanziert über Patenschaften der Christoph Metzelder Stiftung die Arbeit von „brotZeit“ in Hamburg mit. Seit drei Jahren gibt es die Schach-AGs, die vom Hamburger Schachklub 1830 e.V. organisiert werden. Der Klub stellt das Material, dokumentiert die Arbeit und

schulst die Übungsleiter. Die Senioren sind in der Regel selbst Hobyspieler und geben ehrenamtlich ihr Wissen an die Kinder weiter.

So auch Holger Giese. Er ging 2015 in den Ruhestand und suchte nach einer neuen Betätigung. Auf einer Veranstaltung von „brotZeit“ hörte er von dem Schachprojekt und war gleich begeistert. „Es ist eine sehr dankbare Aufgabe, mit den Kindern zu arbeiten“, sagt er mit einem Strahlen im Gesicht. Der 68-Jährige ist seit frühester Jugend passionierter Schachspieler und freut sich, „dass ich meine Zeit als Rentner auf diese Weise mit Schach verbringen kann“.

Die Grundschule An der Glinder Au ist eine der sogenannten Brennpunktschulen, an die sich „brotZeit“ mit ihrem Frühstücksangebot sowie dem Schachprojekt richtet. Der Anteil an Schülern mit Migrationshintergrund liegt hier bei 80 Prozent. „Um die 75 Prozent der Familien beziehen Sozialleistungen“, erzählt die stellvertretende Schulleiterin Heike Claußen. Es ginge an ihrer Schule viel auch um „soziales Lernen“, sagt sie. Die Schach-AGs dienen dazu, „Begabung sichtbar zu machen“, aber auch, Strukturen zu schaffen, die viele Kinder von zu Hause nicht kennen. „Schach →



Geschickter Zug: Ilja hat eine Idee. Er zieht den Turm und setzt Emirhan unter Druck. Der kann es nicht fassen – und Ilja freut sich.

ist dabei ein kleiner Baustein“, sagt Claußen. Ein Baustein mit großer Wirkung.

Denn die positiven Auswirkungen von Schach auf Schulkinder sind enorm und durch wissenschaftliche Studien belegt. „Das geht hinein in den emotionalen, sozialen und kognitiven Bereich“, schwärmt Esther Marquardt, Projektkoordinatorin von „brotZeit“ in Hamburg. Schach soll das logische Denken und das Vorstellungsvermögen verbessern sowie die Selbstständigkeit und die Ausbildung einer Frustrationstoleranz fördern. „Schüler entwickeln beim königlichen Spiel grundlegende Denk- und Problemlösungsstrategien, die nicht nur im Unterricht, sondern auch im täglichen Leben von Bedeutung sind“, heißt es auf der Website der brotZeit-Initiative. Heike Claußen legt an ihrer Schule außerdem Wert darauf, dass die Schüler eine Ernsthaftigkeit entwickeln. „Wer mitmachen möchte, muss auch regelmäßig teilnehmen“, sagt sie.

Eine positive Veränderung seiner Schach-Schützlinge erlebte auch Holger Giese in seinem Kurs. „Zu Anfang war es extrem laut“, erzählt er. „Die Schüler konnten sich teilweise kaum drei Minuten lang konzentrieren.“ Das hat sich geändert. „Jetzt ist Ruhe eingekehrt“, sagt der Rentner.

Auch an diesem Mittwoch sitzen die Kinder erstaunlich still und konzentriert an ihren Schachbrettern. Einige spielen richtige Partien, andere üben noch die Grundzüge. Die beiden Mädchen Havin und Lina waren bisher nicht so oft bei der AG dabei, hatten den Kurs häufig „vergessen“. Holger Giese versucht nun, den Einsteigerinnen beizubringen, wie die Spielfiguren heißen und wie sie ziehen können. „Ich nehme den Hüpf“, sagt Havin und schnappt sich die kleine Pferdefigur. „Der heißt Springer“, belehrt sie Giese

und macht dann den Spielzug vor: „Der Springer kann in einem L gehen, siehst du?“ Havin zieht die Figur quer über das Schachbrett. „Nein, nicht so weit“, ruft Giese, „in einem kleineren L.“ Havin versucht es noch einmal. Jetzt macht sie es richtig. Da kommt eine Frage vom Nebentisch: „Kann ich den hier rausschmeißen, Herr Giese?“, möchte Serhat wissen und zeigt auf sein Brett. „Das heißt: Kann ich den schlagen!“, verbessert der Rentner. „Und, ja, den kannst du schlagen.“

Es ist ein herzliches Verhältnis, das Holger Giese zu den Schülern hat. Viel Zeit und Herzblut steckt der 68-Jährige in seine Aufgabe und ist sich sicher, dass manch einer seiner Schützlinge auch später dem Schachspiel treu bleiben wird. Einige hätten sogar schon eine eigene Taktik entwickelt, erzählt er stolz. Viertklässler Harun zum Beispiel, nach eigener Aussage „der Beste im Kurs“. Er mag am Schach vor allem, „dass es ruhig ist, dass man sich konzentrieren muss und dass man gewinnt“.

Holger Giese hat für die Viertklässler ein Abschlussturnier organisiert. „Wenn es um etwas geht, dann klappt es mit dem Konzentrieren erstaunlicherweise noch besser“, sagt er und schmunzelt. Ist es kein Turnier, motiviert er seine Schüler auch mal mit anderen Leckerbissen, wie Eis oder Bonbons. „Ich habe gewonnen“, ruft plötzlich Tyrese und führt vor Freude ein kleines Tänzchen auf. „Ihr habt noch ein Rückspiel“, sagt Holger Giese und notiert das Ergebnis in einem Heftchen. Für den späteren Turniersieger hat der Senior etwas Besonders besorgt. Das will er den Schülern an diesem Tag aber noch nicht verraten. Die haben eh ihre ganz eigene Vorstellung: Zehn Packungen Fußball-WM-Sticker wünschen sie sich als Siegesprämie.

Die positiven Auswirkungen von Schach auf Schulkinder sind wissenschaftlich belegt.



Mit Spaß dabei: Ehrenamtlicher Holger Giese und die Kids der Schach-AG.

SO KÖNNEN SIE HELFEN

Das Schachprojekt der brotZeit-Initiative sucht einen neuen Förderer, um den Schülern auch in Zukunft die Teilnahme an den Schach-AGs ermöglichen zu können. Interessenten melden sich bitte bei Marie Renoth unter E-Mail: renoth@brotzeitfuerkinder.com oder Telefon 089 1 25 09 35 60. Außerdem stehen weiterhin für Ihre Patenschaft Commitment Cards zum Download bereit unter der Internetadresse <http://www.bch.de/club/brotzeit>. Spenden für das Projekt bitte auf das Konto der Christoph Metzelder Stiftung bei der Sparkasse Essen (IBAN: DE49 3605 0105 0000 4754 75) mit dem Verwendungszweck „brotZeit – Unternehmer für Hamburg“.



WIE GEMACHT FÜR MACHER.

Die Möglichmacher für Ihr Business: American Express® Business Cards bringen Sie weiter. Senken Sie Kosten durch Rückvergütungen, profitieren Sie von Liquiditätsvorteilen, sparen Sie Zeit durch bequeme Zahlungen und Serviceleistungen, erhöhen Sie Ihre Kontrolle durch übersichtliche Sammelabrechnungen. Sichern Sie sich als Mitglied des Business Club Hamburg noch heute Ihre American Express Business Card. www.amex-business.de/bch



AMERICAN EXPRESS



DON'T *do business* **WITHOUT IT** SM



Frauen sind die besseren Chefs

*In Deutschland sind 45 Prozent aller Beschäftigten Frauen. Doch nur 29 Prozent befinden sich in Führungspositionen. **FEMALE LEADERSHIP** gehört längst noch nicht zur Normalität in den großen Unternehmen – das sollte es in Zukunft aber.*

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

Morgens um 6:15 Uhr herrscht noch Ruhe in der Welt von Gillian Tans. Schnell macht sie sich selbst fertig, dann bereitet sie das Frühstück und die Vesper-Boxen für ihre drei Kinder vor, die kurz darauf wach werden; der allmorgendliche Trubel beginnt. Gemeinsam fahren sie zur Schule, selbstverständlich mit dem Rad, schließlich ist Tans Holländerin und lebt mit ihrer Familie in Amsterdam. Sind die Kinder weg, geht's für Tans weiter zu ihrem nächsten Baby: Booking.com.

Gillian Tans, 46 Jahre alt, ist Chefin des weltweit führenden Hotelbuchungsportals mit mehr als 15 000 Mitarbeitern – und steht damit ziemlich einsam da. Nicht nur, weil speziell die Techwelt von Männern dominiert ist. Auch insgesamt sind Frauen in Spitzenpositionen solch großer Unternehmen weiterhin eine Seltenheit.

So stellen Frauen in Deutschland zwar 45 Prozent der Beschäftigten – aber nur rund 29 Prozent der Führungskräfte. Sie sind an der Spitze deutscher Unternehmen also deutlich unterrepräsentiert, wie eine Auswertung des Instituts der Deutschen Wirtschaft (IW) von April 2018 zeigt. Zwar hat Deutschland mit Angela Merkel (CDU) bereits so lange eine Regierungschefin, dass Kinder inzwischen fragen, ob auch Männer Kanzler können – doch noch immer wird kein einziges Dax-30-Unternehmen von einer Frau geführt.

„Female Leadership“ ist deshalb eines der großen Zukunftsthemen für die Wirtschaft. Muss es auch sein, allein aus ihrem Eigeninteresse, denn: „Gut ausgebildete Frauen werden heute dringender in den Konzernen benötigt denn je. Wer ihnen nicht entsprechende, attraktive Angebote machen kann, wird im →

Wettbewerb um Fachkräfte das Nachsehen haben“, sagt Ulrike Hasbargen, Partnerin bei der Unternehmensberatung EY, die kürzlich eine Studie über Frauen in Topetagen veröffentlicht hat.

Demnach sind die Vorstände deutscher Unternehmen weiterhin eine Männerdomäne, obwohl mehr Frauen der Aufstieg in die Topetage gelingt. Der Anteil von Managerinnen in den Führungsgremien börsennotierter Unternehmen stieg zum Stichtag 1. Januar 2018 auf 7,3 Prozent (Vorjahr 6,5 Prozent).

In den 160 Unternehmen der Börsenindizes Dax, M-Dax, S-Dax und TecDax gab es erstmals insgesamt 50 Frauen im Vorstand. Das waren sieben mehr als vor einem Jahr. Ihnen saßen insgesamt 636 Männer gegenüber. Nach wie vor sind 73 Prozent der Vorstandsgremien den Angaben zufolge ausschließlich mit Männern besetzt. Lediglich in 27 Prozent der Unternehmen sitzt mindestens eine Managerin in der Topetage.

„Der Weg von Frauen in die Führungsspitzen der Unternehmen bleibt leider oft mühsam und steinig“, sagt EY-Partnerin Ulrike Hasbargen. Daran habe sich trotz freiwilliger Quoten und öffentlicher Debatten wenig geändert. Wenn es in dem Tempo wie im vergangenen Jahr weitergehe, werde es bis 2038 dauern, bis ein Drittel der Vorstandsposten mit Managerinnen besetzt sei.

Dabei sind Frauen die besseren Chefs, wie beispielsweise die Studie der Norwegian Business School von 2017 zeigt. Die Wissenschaftler analysierten dafür 2900 Führungskräfte, dar-

unter 900 Frauen, auf die entscheidenden fünf Eigenschaften hin, die ein Spitzenmanager aus ihrer Sicht mitbringen muss: Stress aushalten, Initiative ergreifen, Innovationen fördern, andere unterstützen und Ziele effektiv erreichen können. Das Ergebnis: Die weiblichen Spitzenmanager schnitten besser ab. Die Frauen seien klarer in ihrer Kommunikation, offener für Innovationen, gewissenhafter und besser darin, Mitarbeiter zu unterstützen.

Warum aber rücken Frauen dann nicht auf? Die gemeinnützige Allbright-Stiftung verweist auf den sogenannten

„Thomas-Kreislauf“: Fünf Prozent der Vorstandsvorsitzenden in deutschen Unternehmen hießen im März 2017 Thomas – und so gibt es mehr Vorstandsmitglieder, die Thomas oder Michael heißen (49), als es insgesamt Frauen gibt (46), denn: Der deutsche



„Der Weg von Frauen in die Führungsspitzen bleibt oft mühsam.“

Ulrike Hasbargen, Unternehmensberatung EY

CEO umgibt sich demnach am liebsten mit Spiegelbildern seiner selbst. Dabei fallen dem Bericht der Stiftung zufolge nicht nur Frauen durchs Raster, sondern auch beispielsweise alle, die in Ostdeutschland ausgebildet sind: Sie machen weniger als einen Prozent der Vorstandsmitglieder aus. 93 Prozent sind Männer, 76 Prozent Deutsche, 71 Prozent Wirtschaftswissenschaftler oder Ingenieure. „So reproduzieren sich seit Jahrzehnten immer gleiche Führungsmannschaften, denen viel innovatives, aber auch selbstkorrigierendes Potenzial entgeht“, heißt es in der Studie.

10 TIPPS, UM FRAUEN IN FÜHRUNGSPPOSITIONEN ZU BRINGEN

1. MEHR FRAUEN IN DER GESCHÄFTSFÜHRUNG

Wer in der ersten Liga mitspielen will, muss auch bei der Frauenquote vorangehen – deshalb sollte in den Unternehmen eine Quote für Frauen auf Ebene der Geschäftsführung eingeführt werden.

2. MINDESTENS DREI FRAUEN AUF EBENE DIREKT UNTER DER GESCHÄFTSFÜHRUNG

Frauen an der Spitze sollten sichtbar sein. Eine Frau allein wird oft als Quotenfrau und nicht als Expertin wahrgenommen.

3. MINDESTENS ZWEI DRITTEL DER FRAUEN FÜR OBERE FÜHRUNGSPPOSITIONEN INTERN REKRUTIEREN

Das Signal: Frauen aus der Belegschaft können etwas werden. Mögliche Absicherung: Sie werden gezielt durch Mentoren gefördert.

4. BEWUSSTES BEKENNTNIS UND SICHTBARE WAHRNEHMUNG

Eine klare, ambitionierte Positionierung in der Frauenfrage setzt Signale nach innen und außen und zieht potenzielle Bewerberinnen an.

5. JEDER MANAGER HAT MINDESTENS EINE VORGABE ZUR FRAUFÖRDERUNG ALS ZIELVEREINBARUNG

Nur wenn das Thema Frauen direkt auf Beurteilung und Vergütung durchschlägt, wird es ernsthaft angegangen. Und nur dann öffnen Männer ihre Netzwerke.

6. MINDESTENS VIER DER ZEHN WICHTIGSTEN PROJEKTE (MIT-)VERANTWORTEN FRAUEN

Das macht Frauen als Expertinnen sichtbar und verschafft ihnen Netzwerke.

7. JEDE KONFERENZ MIT WEIBLICHEN FACHREDNERN AUF DEM PODIUM

Frauen erhalten als Expertinnen Gehör und Respekt.

8. ORGANISATION VON MEETINGS MIT RÜCKSICHT AUF DIE FAMILIE

Familiäre Verpflichtungen grenzen sonst von Informationen und Entscheidungen aus.

9. JEDE STELLENAUSSCHREIBUNG SOLLTE GENDERSENSIBEL FORMULIERT WERDEN

Männlich konnotierte Begriffe wie „durchsetzungsstark“ schrecken viele Frauen von der Bewerbung ab.

10. AUF DEN VORSCHLAGSLISTEN DER HEADHUNTER STEHEN MINDESTENS 30 PROZENT FRAUEN

„Wer sucht, der findet“, gilt auch für Personalberater.

Zumindest was den Frauenanteil angeht, könnte eine Quote helfen, um diesen ewigen „Thomas-Kreislauf“ zu durchbrechen. Dass sie wirkt, zeigt die verbindliche Quote für Neubesetzungen in den Aufsichtsräten. Seit Anfang 2016 sind 101 börsennotierte, voll mitbestimmungspflichtige Firmen verpflichtet, bei Neubesetzungen im Aufsichtsrat sicherzustellen, dass mindestens 30 Prozent der Posten von Frauen besetzt werden. Dies ist dank der Quote bereits erreicht: Der Frauenanteil in den Aufsichtsräten stieg von 27,4 Prozent in 2016 auf 30,1 Prozent in 2017. Der positive Trend könnte sich fortsetzen, weil einige Firmen die gesetzliche Vorgabe übererfüllen, andere hingegen noch nachziehen müssen.

Der Blick auf die Vorstände dagegen zeigt: Kein Zwang, kaum Bewegung. Unternehmen seien gut beraten, Managerinnen zu fördern und ihnen die Chance auf entsprechende Vorstandsposten zu geben, sagt Hasbargen: „Ansonsten dürfte es nur eine Frage der Zeit sein, bis wir auch dafür eine gesetzliche Quote bekommen.“

Unternehmen weisen dagegen oft die Schuld von sich. Aus ihrer Sicht gibt es schlicht nicht genügend Frauen, die für die höchsten Führungsebenen qualifiziert sind. „Vorstände großer Unternehmen müssen jahrelang 500 oder 1000 Mitarbeiter geführt haben, internationale Erfahrung und interkulturelle Kompetenz mitbringen“, sagte Frank Beyer, der als Personalberater von LAB & Company Kandidaten für solche Posten sucht, der „Süddeutschen Zeitung“. Seine Wunschkandidatinnen würden ihre Absagen häufiger als Männer damit begründen, dass beispielsweise Umzüge und Pendeln mit ihrem Familienmodell nicht vereinbar seien. Doch ein Frauenanteil von 15 bis 20 Prozent sollte aus Sicht des Personalsuchers auch unter den aktuellen Bedingungen erreichbar sein.

Aus Sicht von Oliver Stettes, Arbeitsmarktexperte beim Institut der Deutschen Wirtschaft, beweist der geringe Anteil von weiblichen Bewerbern um Führungspositionen dagegen, dass politische Quotenforderungen am Ziel vorbeigehen. „Stattdessen sollte man das Augenmerk darauf legen, Hindernisse zu beseitigen, die Frauen möglicherweise von einer Bewerbung abhalten“, sagt er. In erster Linie gehe es dabei um eine bessere und flächendeckende Kinderbetreuung, von der Frauen nach wie vor besonders profitieren würden. Zudem können flexible Arbeitszeitmodelle dabei helfen, die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu erleichtern. Auch wenn in der Regel die zeitlichen Anforderungen mit zunehmender Verantwortung steigen, werden in manchen Firmen Führungspositionen auch in Teilzeit ausgeübt. Nach den Daten des IW-Personalpanels trifft dies auf ein Fünftel der Unternehmen zu. „Um das Potenzial möglicher Führungskräfte voll auszuschöpfen, sind kreative Lösungen zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf ein wichtiger Ansatz“, erklärt Stettes.

Auch die Booking.com-Chefin Tans setzt sich für mehr weibliche Führungskräfte ein. Deshalb reagiert sie auch nicht genervt auf die Frage, die männliche Spitzenmanager mit Familie fast nie, sie dagegen regelmäßig beantworten muss: „Wie schaffen Sie das nur: Kinder und Karriere?“

Sie weiß, wie wichtig Vorbilder für andere Frauen sind und erzählt deshalb gerne von ihren Karriereschritten: „Am Anfang meiner Karriere ging es mir wie vielen Frauen: Ich war schüchtern, wenn ich als einzige Frau zwischen Männern in Sitzungen

saß. Es hat mich Überwindung gekostet, meine Meinung zu sagen“, erinnert sie sich in einem Interview mit der „Süddeutschen Zeitung“. Frauen bräuchten da vielleicht ein bisschen länger, bis sie in solchen Umgebungen Selbstvertrauen entwickeln würden. „Mir wurde diese Zeit gegeben. Wichtig war für mich auch, dass unsere Unternehmenskultur von Anfang an Fehler erlaubt hat. Dadurch konnte ich viel ausprobieren und habe mich leichter aus der eigenen Komfortzone rausbewegt.“

Unternehmen würden automatisch von einem höheren Frauenanteil profitieren, da „gemischte Teams am Ende immer erfolgreicher sind“. Aber es sei schwieriger, die Frauen zu halten – aus verschiedenen Gründen. „Deswegen muss man sich mehr um sie bemühen. Wir haben zum Beispiel einen Hackathon für Frauen organisiert, damit Frauen ihre Programmierfähigkeiten zeigen können.

Ich glaube, dass es wahn-sinnig wichtig ist, dass es auch weibliche Vorbilder in der Techszena gibt“, betont Tans.

Booking.com habe einige Frauen in Führungspositionen, beispielsweise die Personalchefin und die Chefin des Geschäftskundenbereichs. Auf technischen Positionen seien es 20 Prozent. „In den Niederlanden engagieren wir uns deshalb sehr dafür, dass Kinder – und auch Mädchen – schon früh in der Schule programmieren lernen. Unser Schulsystem muss sich auf die neuen Berufsprofile einstellen.“

Als sie selbst mit dem ersten Kind schwanger war, habe sie große Bedenken gehabt, es ihrem Chef zu sagen. Aber der habe nur geantwortet: „Das ist okay, du wirst eine bessere Managerin werden.“ Sie habe damals nicht genau gewusst, was er meinte, aber er habe recht gehabt. „Mütter organisieren sich deshalb gut, weil sie auch Zeit für die Familie haben wollen“, erklärt Tans. Beispielsweise, um die Kinder morgens mit dem Rad zur Schule zu bringen.

Als sie selbst mit dem ersten Kind schwanger war, habe sie große Bedenken gehabt, es ihrem Chef zu sagen. Aber der habe nur geantwortet: „Das ist okay, du wirst eine bessere Managerin werden.“ Sie habe damals nicht genau gewusst, was er meinte, aber er habe recht gehabt. „Mütter organisieren sich deshalb gut, weil sie auch Zeit für die Familie haben wollen“, erklärt Tans. Beispielsweise, um die Kinder morgens mit dem Rad zur Schule zu bringen.

„Kreative Lösungen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf sind wichtig.“

Oliver Stettes, Institut der Deutschen Wirtschaft



EVENT
TIPP

LADIES DINNER TALK MIT KATJA KRAUS

Die ehemalige Fußballnationalspielerin war als Vorstandsmitglied des HSV die wichtigste Frau im deutschen Profifußball. Inzwischen ist die Marketingexpertin Mit-Geschäftsführerin bei Jung von Matt/Sports und Stars, sitzt im Aufsichtsrat der adidas Group und ist erfolgreiche Buchautorin. Im Business Club hält sie einen Impulsvortrag zum Thema „Female Leadership“.

Dienstag, 30. Oktober, 19 Uhr
Business Club Hamburg
Elbchaussee 43
22765 Hamburg



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

„Bei Female Leadership ist Deutschland Schlusslicht“

Clubmitglieder zum Thema „Female Leadership“



MEIKE SIEMEN

Hebewerk GbR
Geschäftsführerin

Ich bin davon überzeugt, dass unternehmerische Entwicklung und Erfolg von einer Durchmischung von Jung und Alt, Frauen und Männern, Kulturen und Meinungen profitiert. Als Organisationsentwickler schauen wir auf ein System mit seinen Wechselwirkungen. Je ausgeprägter die Pfade desto aufwendiger ist eine Veränderung. Aus dieser Perspektive heraus glaube ich, dass es vielerlei Anstrengung benötigt, um diesen letztlich gesellschaftlichen Wandel zu erreichen. Ich wünsche mir vielfältige, sichtbare weibliche Vorbilder für ebenso vielfältige, weibliche Erfolgswege.

DORIS PETERSEN

Deutsche Messe AG
Repräsentantin für die Bundesländer Hamburg, Bremen, Niedersachsen, Schleswig-Holstein

Um mehr Frauen in Führungspositionen zu bringen, muss sich der Mind-Set ändern. Eine Frau im Chefessel sollte völlig normal sein und die Geschlechterfrage darf gar nicht erst gestellt werden. So wie es heute normal ist, dass ein Mann eine Führungsrolle einnimmt. Einzelne Maßnahmen wie Mentoren in Firmen sind zwar gut, jeder Schritt, der hilft, ist ein richtiger Schritt. Aber wir müssen es hinbekommen, dass sich die Haltung ändert – und das geht nicht per Knopfdruck. Nicht in zwei, drei Jahren, eher in zehn. Auf diesem Weg können auch Quoten helfen. Ihre Einführung, gerne auch nur auf Zeit, wird dazu beitragen, dass sich die Haltung zum Thema „Frauen in Führungspositionen“ verändert.

ANJA MAHLSTEDT

Mahlstedt & Partner
Geschäftsführerin

Die politischen Rahmenbedingungen sind nicht allein verantwortlich dafür, ob es Frauen in die Chefetagen schaffen oder nicht. In den USA sind sie schlecht, aber nirgends ist die Female Leadership so ausgeprägt. In Schweden sind die Voraussetzungen exzellent, aber erst die unternehmerische Selbstverpflichtung hat nachhaltige Veränderungen gebracht. In Deutschland bilden wir das Schlusslicht der Industrieländer und machen gerade eine Rolle rückwärts, obwohl wir wissen, dass gemischte Teams bis zu 35 Prozent bessere Ergebnisse erzielen. Es besteht akuter Handlungsbedarf in den Unternehmen! Gemischte Teams sind erfolgreicher, durch den Einsatz vielfältiger Stärken den Herausforderungen der Zukunft zu begegnen.



ELKE VON BRAND

Smith & Nephew GmbH
Business Unit Direktorin

Über Diversität wird zwar diskutiert, aber in der Praxis erkennt man wenige ernsthafte Bemühungen. Es muss neue Möglichkeiten geben, damit Frauen Familie und Beruf kombinieren können. Ich bin keine Freundin einer Quote, weil sie bei der Akzeptanz nicht weiterhilft. Es muss sich bei der Vergabe eine Natürlichkeit der Besetzung entwickeln. Chefs, in der Regel Männer, sollten die Führungspositionen nach Leistung und nicht nach Geschlecht vergeben und Frauen dadurch bessere Chancen ermöglichen.



Für Mütter sollte es mehr Teilzeitangebote oder flexible Arbeitszeitmodelle geben, zum Beispiel mit 80 Prozent Präsenz im Unternehmen und 20 Prozent von zu Hause aus. Das wäre kein Problem.





FACILITY MANAGEMENT

Gegenbauer machts:
einfach, effizient, einwandfrei.



WIE AUS DATEN INFORMATIONEN WERDEN

Die **MICROSTRATEGY DEUTSCHLAND GMBH** ermöglicht Unternehmen, ihre Daten in umfangreicher Weise auszuwerten und anwenderfreundlich mit anderen Daten zu verknüpfen. Die Lösung lässt sich in die firmeneigene IT implementieren oder auch als cloud-basierter Dienst nutzen.

Text: **Jörg Mucke**

Unübersichtliche Excel-Tabellen und Insellösungen für die Datenanalyse – das war gestern. Doch auch die Auswertung digitaler Dokumente und Tabellen ist keine Kleinigkeit. Im Gegenteil: Die Datenmenge wächst (Stichwort „Big Data“) und die effektive Auswertung gerät mehr und mehr zur Herausforderung, die aber auch Chancen bietet. Denn über eine leistungsfähige und skalierbare Plattform ist die Datenanalyse schnell und deutlich effizienter möglich.

Über die MicroStrategy-Plattform können Unternehmen ihre Datenquellen auswerten und mit Informationen aus anderen Datenbanken verknüpfen. MicroStrategy stellt Unternehmen ein einheitliches Informationsmanagement zur Verfügung. Einzelne Nutzer bzw. Abteilungen können in nur wenigen Minuten informative, schnell zu erfassende Dashboards und Visualisierungen erstellen. Das Unternehmen wurde 1989 in den USA gegründet und ist seit 1997 in Deutschland aktiv.



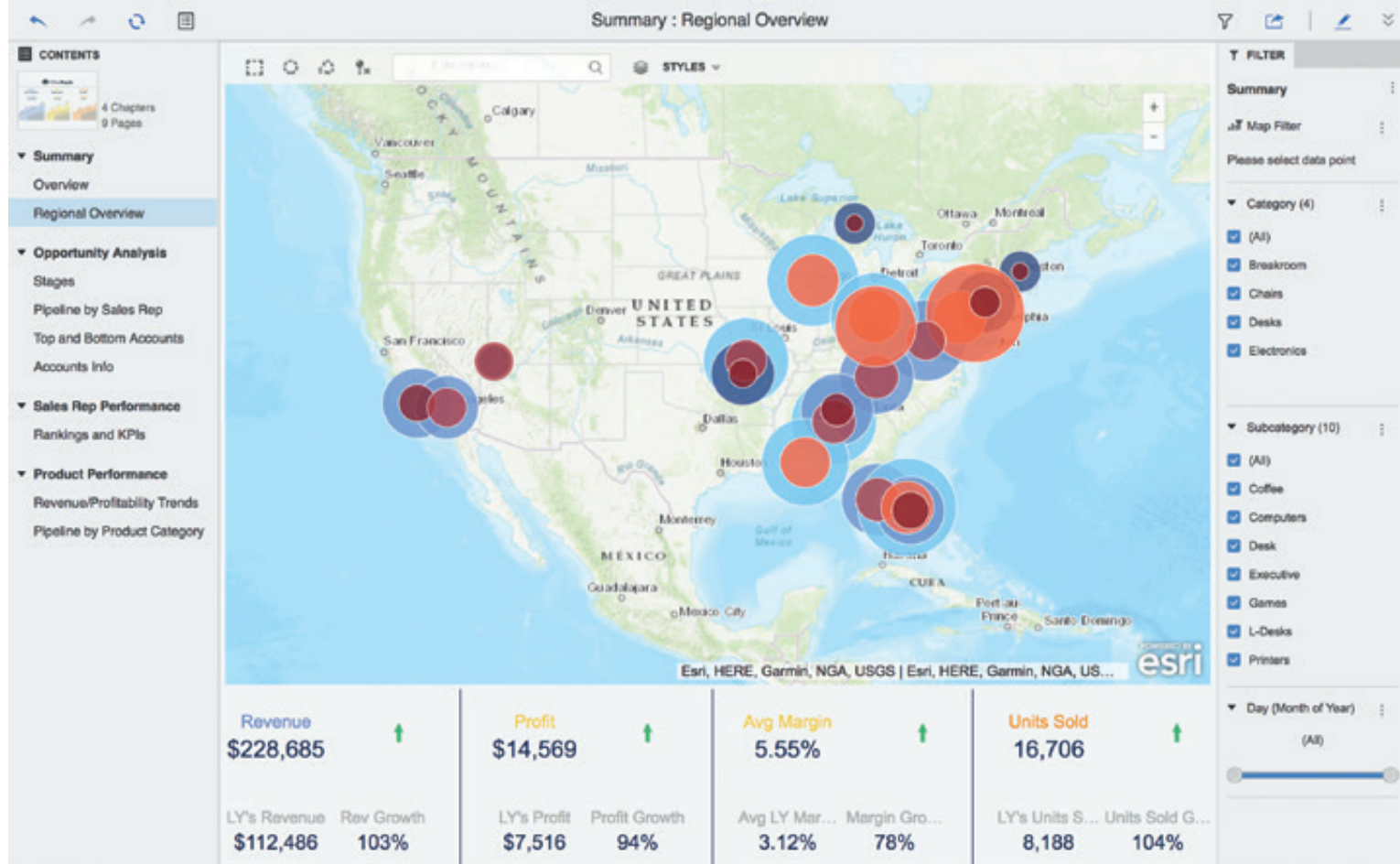
Heino Volkmann, Strategic Account Director, erklärt, wie die MicroStrategy-Lösung integriert werden kann: „Wir setzen unsere Plattform auf die Server der Kunden-IT auf, greifen auf die Datenbanken zu und arbeiten in der Umgebung des Kunden. Bei der zweiten Variante arbeiten wir in einer von Amazon Web Services (AWS) gehosteten Cloud-Umgebung, in der die Server laufen und greifen von dort auf die internen Daten des Kunden zu. Die Verbindungen sind natürlich verschlüsselt.“

Sicherheit ist grundsätzlich ein Thema. MicroStrategy nutzt das IT-Benutzerverzeichnis des Kunden. Darin werden Berechtigungen vergeben, welcher Nutzer bestimmte Daten sehen und bearbeiten darf oder auch nicht.

Die Hardware-Anforderungen sind überschaubar: ein Server in der Firmen-IT und ein aktueller Browser auf den Endgeräten. Die Nutzung belastet jedoch nicht die Internetverbindungen. „Über MicroStrategy lassen sich auch sehr große Datenmengen schnell, einfach und flexibel auswerten. Bei manchen Kunden bewegt sich das Datenvolumen im Petabyte-Bereich, doch die Datenmengen, die für die Übertragung der Ergebnisse übermittelt werden, sind deutlich geringer.“



Heino Volkmann (Strategic Account Director): „Über Microstrategy lassen sich sehr große Datenmengen schnell, einfach und flexibel auswerten.“



Maximieren Sie die Wertschöpfung aus Ihren Daten – mit der MicroStrategy-Plattform.

Was leistet die Plattform? „Vereinfacht gesagt: Wir machen aus Daten Informationen – und zwar für alle Branchen und Funktionen. Vom großen Handelsunternehmen über den Finanzbereich unterstützen wir verschiedenste Kunden. Um die Daten zur Entscheidungsfindung auszu-schöpfen, kann auf die unterschiedlichsten Datenbanken zugegriffen werden, aber auch auf einzelne Dokumente wie eine Excel-Datei.“

Über einen Bestandskunden, das Business-Netzwerk XING, sagt Heino Volkmann: „Da wird beispielsweise ermittelt, wie lange es dauert, bis ein Kunde in ein Bezahlangebot wechselt. Passiert das in Folge von bestimmten Promotion-Aktionen? Aus der Verknüpfung und Analyse von Kunden- und Firmendaten lassen sich viele Schlüsse ziehen.“ Dabei ist auch die Kollaboration zwischen den Anwendern wichtig. Diese können Informationen hinzufügen und so Feedback geben oder zu einer Aktion aufrufen. Es ist einfach, diese Berichte aufzubauen und zu verknüpfen.

Marcel Engel, Executive Sales Director, ergänzt: „Diese Daten können zusätzlich mit frei verfügbaren Daten verknüpft werden, etwa dem Wetterbericht. So kann ein Unternehmen sein Angebot kurzfristig anpassen, zum Beispiel ein Getränkeliieferant, der auf den zu erwartenden Bedarf an kühlen Getränken an einem heißen Wochenende reagiert.“

MicroStrategy hat ein Beratungsteam, das bei der Nutzung der unendlichen Möglichkeiten unterstützt, etwa beim Aufbau eines

„Dossiers“. Das ist eine Dashboard-Mappe, bei der Informationen auf eine neue Art wie in einem Buch präsentiert werden – inklusive Kapiteln und Lesezeichen.

Ein kommender Trend ist auf jeden Fall die Sprachsteuerung.

Heino Volkmann sagt: „Ein Beispiel wäre, dass ein Geschäftsführer morgens über den Digitalen Assistenten Alexa einen Bericht abrufen. Also eine möglichst einfache Bedienung der Plattform ohne großen IT-Background.“ Auch Augmented Reality, also die computer-unterstützte Erweiterung der Realität: „Das System erkennt eine Verpackung über die Kamera eines mobilen Geräts und blendet dann auf dem Display die Abverkaufszahlen dieses Produkts ein. So

bekommt ein Filialleiter notwendige Informationen, ohne ins Büro gehen zu müssen, kann diese vergleichen und gegebenenfalls direkt notwendige Bestellungen auslösen.“

EVENT TIPP

INTELLIGENTE DATENANALYSEN FÜR BESSERE ENTSCHEIDUNGEN – MIT MICROSTRATEGY

Erfahren Sie mehr darüber, wie Sie mit MicroStrategy datengetrieben agieren können und Ihre Daten in umfangreicher Weise auswerten und mit anderen Daten verknüpfen können.

Donnerstag, 21. Juni, 9 bis 11 Uhr
Business Club Hamburg
Elbchaussee 43
22765 Hamburg
Anmeldung unter: www.bch.de

KONTAKT

Heino Volkmann
 Strategic Account Director
 Tel: 040 52 01 65 61
 Mobil: 0172 8 83 39 96
hvolkmann@microstrategy.com
www.microstrategy.com/de

MITTEN AUS DEM LEBEN

*Sportjournalist wollte der ambitionierte Sportler **JAN RUGE** früher einmal werden. Gelandet ist er bei einem anderen spannenden Thema: dem Arbeitsrecht. Mit seiner Kanzlei RugeKrömer löst er besonders komplizierte Fälle, unter anderem für Versicherungen, die Postbank oder die Bahn.*

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

Sportler vertreten ja gern die These, so kernige und zielstrebige Menschen wie Wettkämpfer es sind, hätten auch das Rüstzeug, beruflich besonders erfolgreich zu sein. Nimmt man Jan Ruge, 53, als Beispiel, könnte an dieser Theorie durchaus etwas stimmen. Jan Ruge hat als Wellenreiter gefährliche Brecher auf Hawaii, Bali, Namibia oder Biarritz gemeistert. Er ist Skirennen gefahren, war sogar einmal als einziger Norddeutscher Mitglied der Grasski-Nationalmannschaft und hat beim Marienthaler THC Hockey auf Zweitliga-Niveau gespielt.

Besonders das Wellenreiten ist ein durchaus riskanter Sport, was in gewisser Weise auch auf das Arbeitsfeld seiner 1999 gegründeten Anwaltskanzlei RugeKrömer an der Alster zutrifft. Denn oft geht es um sehr viel Geld und den Arbeitsplatz vieler Menschen. 25 Anwältinnen und Anwälte beschäftigen sich mit manchmal sehr komplizierten Fällen des Arbeitsrechts. Neben Jan Ruge und Gründungspartner Martin Krömer sind fünf weitere Advokaten als Anteilseigner „Chefs“ einer der größten deutschen Fachkanzleien.

In der geht es um Stellenabbau, umstrittene Kündigungen, um Abfindungen. Man vertritt Führungskräfte in Vertragsangelegenheiten, berät Firmen bei Umstrukturierungen, manchmal auch bei Massenentlassungen, verhandelt mit Betriebsräten und Gewerkschaften, entwirft Sozialpläne. Klienten sind etwa Versicherungen, die Deutsche Bahn, die Postbank, aber auch der öffentliche Dienst. „Im Arbeitsrecht“, sagt Jan Ruge, „befassen wir uns mit Fällen mitten aus dem Leben.“ Etwa 500 Rechtsstreitigkeiten pro Jahr werden in der Kanzlei bearbeitet. Das ist auf den ersten Blick nicht besonders viel, aber RugeKrömer betreut häufig größere Auseinandersetzungen. Mindestens zwei Anwälte sind normalerweise mit einem Fall beschäftigt, in komplizierteren Fällen sind es auch einmal fünf. Der Ruf, den sich die Hamburger bundesweit aufgebaut haben, ist, dass sie für ihre Klienten oft besonders viel erstreiten.

Wie aber hat Jan Ruge sein Faible für genau dieses Feld entdeckt? Einst wollte er Sportjournalist werden. Als Schüler hat er bei einem Praktikum bei der „Hamburger Morgenpost“ einen Artikel über Kevin Keegan geschrieben, den damaligen Weltstar des Hamburger SV. Der Text wurde sogar in der Zeitung gedruckt. Aber als er anfang, Jura zu studieren, hat er schnell herausgefunden, dass das Arbeitsrecht ihn faszinierte, anders als etwa das Aktienrecht. Womöglich auch deshalb, weil in seiner Familie sehr lebhaft diskutiert wurde, auch über politische

Themen. Sein Vater war Führungskraft bei der Restaurantkette „Nordsee“, sein Großvater Geschäftsführer des Hamburger Fischmarkts, einer seiner Brüder war dagegen sehr von der 68er Bewegung beeinflusst.

Jan Ruge, Vater zweier „zauberhafter“ Töchter, hat dann auch eine sehr eigene Auffassung zu manchen Themen. Etwa zur Familienkompatibilität für die Mitarbeiter seiner Kanzlei. „Die Arbeit soll Spaß bringen, und möglichst niemand sollte nach 18 Uhr das Büro verlassen“, sagt der Chef, der genau weiß, dass so etwas woanders eher die Ausnahme ist. Einige Mitarbeiter arbeiten nur in Teilzeit, manche promovieren nebenbei. Und einer, der einen Titel an der berühmten Universität im südafrikanischen Stellenbosch erwerben wollte, wurde für ein Jahr freigestellt.

Zudem setzt sich RugeKrömer besonders für die „Bucerius Law School“ ein. Zum einen finanziell, aber auch ideell. Zum Beispiel sucht Jan Ruge jedes Jahr an zwei Tagen 120 von 300 übrig gebliebenen Bewerbern für das Studium mit aus. Dabei sind wohlhabende Eltern für ihn gar kein Kriterium. Wichtig ist ihm vielmehr soziale Kompetenz und ein interessanter Lebenslauf. Nach seiner Ansicht passen auf den Campus vor allem Menschen, die „gemeinschaftsorientiert“ denken. Wie etwa jener junge Mann mit einer hohen Mathematikintelligenz, der schon viel in der Welt herumgekommen war, in einer Heavy-Metal-Rockband spielt und dessen Eltern einen Campingplatz in Spanien betreiben. Solche Begabungen, findet Jan Ruge, müssten besonders gefördert werden.

Das sei auch „die DNA von RugeKrömer“, so Jan Ruge. Seine Kanzlei bietet auch bundesweit Fachanwaltskurse an. Manches Talent hat Ruge schon bei solchen Seminaren entdeckt. Einige Mitarbeiter hat er auf diese Weise akquiriert. Eben mitten aus dem Leben.

KONTAKT

rugekrömer Arbeitsrecht
Hanns-Henny-Jahnn-Weg 9
22085 Hamburg
Tel: 27 07 55-0
sekretariat@rugekroemer.de
www.rugekroemer.de



Als Jura-Student fand der sportliche Hamburger schnell heraus, dass ihn im Gegensatz zu seinen Kommilitonen nicht etwa Aktien, sondern das Arbeitsrecht faszinierte. Schon bei den Diskussionen in der Familie verteidigte Jan Ruge vehement seine manchmal eigenwilligen Positionen.

FUSSBALLFAN MIT DURCHBLICK

*Mit seinem Unternehmen stattet **WOLFGANG GERDES** Spielhallen aus. Doch vor einem Jahr ging dem Fußballfan die Lesebrille mit den Farben seines Lieblingsvereins Werder Bremen in die Brüche und weil er keinen Ersatz fand, entschied er sich, selber Fanbrillen herzustellen.*

Text: **Achim Schneider**

Für eine gute Idee ist es nie zu spät. Nein, an kreativen Gedanken für die Ausstattung von Spielotheken mangelt es Wolfgang Gerdes, 61, bis heute nicht. Sein Unternehmen, das er vor sechs Jahren gegründet hat, läuft bestens – viele Hallenbesitzer vertrauen Gerdes und seinem Team die Dekoration ihrer Glücksspieltempel an. Doch während andere Geschäftsleute sich in dem Alter bereits mit den Freuden nach dem Berufsleben beschäftigen, hat der gebürtige Bremer eine neue Geschäftsidee entwickelt, die er mit Herzblut vorantreibt: Er macht Fanbrillen.

Wolfgang Gerdes war im Job ein echter Frühstarter. Schon während der Ausbildung zum Groß- und Außenhandelskaufmann entdeckte er, dass Vertrieb seine Sache ist. „Als ein Mitarbeiter kündigte und das Hausgebiet der Firma frei wurde, habe ich gesagt, dass ich das übernehmen wolle“, sagt er. Der Chef traute dem Azubi die Aufgabe zuerst nicht zu, gab ihm schließlich aber eine dreimonatige Chance – und der nutzte sie. „Ich konnte vom ersten Tag an den Umsatz steigern“, erinnert sich Gerdes. Der erfolgreiche Vertriebler stieg zügig auf, übernahm Führungspositionen in verschiedenen Firmen. Irgendwann bot ihm Paul Gauselmann, Chef des Spielautomatenherstellers Merkur, an, für ihn zu arbeiten. So kam er in die Casino-Branche und entwarf Konzepte zur Ausstattung von Spielhallen. Inzwischen ist er selbstständig und macht mit seinem Team von Frankfurt bis Flensburg Spielotheken schick.

Aber nun hat der umtriebige Fußballfan eine neue Passion: Er verkauft Lese- und Sonnenbrillen an Sportfans. Und zwar in den Farben ihres Lieblingsclubs. Ganz gleich, welche Sportart und für welchen Verein. „Ich hatte viele Jahre eine grün-weiße Lesebrille, die ich bei der Arbeit und im Stadion getragen habe. Irgendwann ging sie in die Brüche, und ich wollte eine neue kaufen. Doch es gab sie nicht mehr“, sagt Gerdes. „Ich habe mir gedacht, dass es bestimmt mehr Leute wie mich gibt, die eine Brille in den Farben ihres Lieblingsvereins tragen wollen“, so der Unternehmer. Er fand in Taiwan zuverlässige Produzenten, und seit März bietet der begeisterte Fußballfan die Brillen in seinem Webshop an. „Bevor ich richtig einsteige, wollte ich sehen, ob die Brillen ankommen. Das klappt, es gehen täglich Bestellungen ein.“ Am erfolgreichsten läuft das Fanbrillen-Geschäft aber bisher mit Unternehmen, die sie als Werbemittel einsetzen. „Auch die Deutschland-Brille läuft hervorragend“, meint Gerdes.

Jetzt will es der Vertriebsprofi offensiv angehen: „Der Webshop und die Firmen sind die ersten beiden Säulen. Die weiteren sind Profi- und Amateurvereine, Fanclubs und Optiker, die die



Mann mit Durchblick: Wolfgang Gerdes mit seinen bunten Fanbrillen.

Fanbrillen exklusiv verkaufen können. „Ich könnte mir vorstellen, dass große und kleine Vereine die Brillen auch in ihren Fanshops anbieten“, sagt er. Wolfgang Gerdes hat eine Vision: „Dass die Brille wie ein Fanschal zum Outfit der Sportfans gehört.“

KONTAKT

fanbrillen.com
An der Hansalinie 48-50
59387 Ascheberg
Tel: 0151 19 69 17 33
info@fanbrillen.com
www.fanbrillen.com

DREAMTEAM



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



STEINWAY & SONS

Rondenbarg 10 · 22525 Hamburg
EU.STEINWAY.COM

ALLES IM FLUSS

*Er war geschäftsführender Gesellschafter bei Mediaplus und für ein großes Team verantwortlich. Dann gab **ANDREAS BAHR**, für den Veränderung die wichtigste Konstante ist, den Job auf und gründete mit Partner Géza Unbehagen die Fluent AG – mit drei Mitarbeitern.*

Text: **Achim Schneider** Foto: **Martina van Kann**

Andreas Bahr gehört zu den Menschen, mit denen man über alles reden kann. Und über alles debattieren – und wenn nötig, auch über alles streiten. Allerdings muss man bei dem Mitgründer der Fluent AG darauf gefasst sein, dass nach spätestens zehn Minuten das Gespräch auf Marketing und moderne Kommunikation kommt. Sein Lieblingsthema, seine große Leidenschaft und seine berufliche Passion. „Unsere Demokratie, das ist doch auch ein Produkt“, sagt der 50-Jährige. „Sicher das wertvollste, das wir haben. Und das müssen wir den Menschen doch überzeugender nahebringen.“

Zu dem Gespräch haben wir an dem langen Tisch im Konferenzraum Platz genommen. Auch hier, wie in allen Räumen der Agentur am Herrengaben eine helle, freundliche und sachliche Atmosphäre. Auch „FLUENT“, der Name der jungen Agentur, prangt nicht in Gold, sondern in kraftvollem Schwarz im Eingangsbereich. Und erklärend darunter „ineinandergreifend – im Fluss“.

Das ist es. Alles zusammengefasst, Werbung und Marketing und moderne Kommunikation mit Strategien und Kampagnen sowohl in analogen wie in digitalen Medien. „Dabei müssen Sie sich unsere Arbeit wie die eines Architekten vorstellen“, erläutert der sportlich-agile Andreas Bahr, der so gelassen auftritt.

„Wie der Architekt Ideen und Baupläne liefert, arbeiten wir für unsere Kunden Strategien aus, für Marketing, für das Digitale, für Kampagnen in allen Medien, die dann von uns ggf. zusammen mit Partnern umgesetzt werden.“

In einer Agentur die ganze boomende und sich rasant verändernde Werbe- und Marketing-Branche zusammenzufassen: „Seid ihr verrückt, bekamen wir häufig zu hören, als wir Fluent gründeten“, sagt der Media-Vorstand der AG. Wie mutig der Schritt vor fünf Jahren war? Andreas Bahr war damals geschäftsführender Gesellschafter der Agenturgruppe Mediaplus und Plan.Net Media – den Media Brands der Serviceplan Agenturgruppe. Sein Gründungspartner, langjähriger Kollege und Freund Géza Unbehagen, der bei Fluent ebenfalls im Vorstand ist, war Deutschland-Chef des Kreativ-Networks Saatchi & Saatchi. Zusammen waren sie für rund 500 Mitarbeiter verantwortlich. „Die haben wir gegen drei Leute bei Fluent ausgetauscht“, blickt der Mann zurück, für den Veränderung die wichtigste Konstante seines Lebens ist. „Nach fünf Jahren haben wir jetzt 50 Mitarbeiter beschäftigt und machen einen Umsatz von über 5,5 Millionen Euro.“ Andreas Bahr lehnt sich in seinem Stuhl zurück, schweigt und sagt dann: „Was die Bereitschaft zum Risiko betrifft, bin ich komplett angstfrei. Ich liebe es, selbst zu entscheiden und nicht gesteuert zu werden.“

Wohl deshalb auch achtet er darauf, Tristan, den 13-jährigen Sohn, der, wie der Vater lachend sagt, „Bücher geradezu frisst“, nicht einzuengen oder ihm etwas aufzuzwingen.

Im Jahr 2017, anlässlich der Bundestagswahl, hatte Andreas Bahr zusammen mit befreundeten Agenturchefs für 800 junge Agenturleute den großen Saal im Cinemaxx gemietet. Für die hatten sie die führenden Vertreter der sechs Bürgerschaftsparteien gebeten, Antworten auf fünf Fragen darzulegen, die im Vorfeld ausgewählt wurden, und sich dann anschließend den Fragen des Publikums zu stellen. Werbung mit offenem Visier sozusagen für unser wichtigstes Produkt, die Demokratie.

Politisches Bewusstsein ist für Andreas Bahr auch Familiensache. Die Mutter war für die SPD viele Jahre in Rendsburg in der Ratsversammlung. Der Vater war in seiner Heimat Brasilien ein erfolgreicher Journalist. „Der Umgang mit Menschen, Öffentlichkeitsarbeit, das lebensbejahende, das moderne Marketing hat mich schon immer fasziniert.“ Und die neun Jahre bei Springer & Jacoby, damals der besten Agentur Deutschlands, haben ihn beruflich am stärksten geprägt. „Vom ersten Tag an wurdest du in viel zu große Schuhe gesteckt“, erzählt der Vorwärtsdrängende in der Werbebranche. „Mach es!“, bekam ich sofort zu hören. „Wie, mach es?“, hat Bahr entsetzt zurückgefragt. „So, wie du es für richtig hältst.“

Das hat Andreas Bahr auch getan und war mit 33 Jahren geschäftsführender Gesellschafter bei Springer & Jacoby Media. Und jetzt, mit 50, Gründer und Vorstand der Fluent AG. Alles im Fluss, das Diktat unseres digitalen Zeitalters. Manchen mag es unbarmherzig erscheinen. Andreas Bahr fühlt sich wohl in diesem mitreißenden Strom der Veränderungen. „Was bietet uns dieses neue Jahrhundert für vielfältige Chancen Wissen zu vermitteln, die Armut zu bekämpfen, die Erde zu entwickeln.“ Bei all seiner ungestillten Neugier, der Begeisterung, der Leidenschaft, eines bleibt doch: „Unsere Arbeit, das ist zu 90 Prozent Transpiration und nur zu 10 Prozent Inspiration.“ Er sagt es, lächelt und springt auf. Der nächste Termin wartet.

KONTAKT

Fluent AG
Herrengaben 31
20459 Hamburg
Tel: 040 2 26 36 83 00
andreas.bahr@fluent.ag
www.fluent.ag



Andreas Bahr, der Gründer und Vorstand der Fluent AG: „Was die Bereitschaft zum Risiko angeht, bin ich komplett angstfrei.“

FEINES GESPÜR FÜR GUTES PERSONAL

*Viele Jahre war **DIETMAR HOLUBEK** erfolgreich in Führungsetagen großer Unternehmen tätig. Heute führt der Headhunter ein Beratungsunternehmen in Hamburg und ist ständig auf der Suche Spitzenpersonal für weltweit agierende Firmen.*

Text: **Achim Schneider**

Irgendwann war Dietmar Holubek einfach unzufrieden. Über viele Jahre hinweg war er in Führungspositionen bei großen internationalen Unternehmen in den Bereichen Vertrieb, Marketing und Engineering tätig und leitete als Geschäftsführer einige Jahre eine kleine, exklusive Möbelfabrik.

Der Zufall wollte es, dass er im Jahre 1989 den damaligen Gesellschafter der Groupe EGOR Paris kennenlernte, der ihm anbot, die Niederlassung Frankfurt am Main für den Bereich Personalberatung aufzubauen. Das Thema reizte Dietmar Holubek sehr, da er bereits während seiner Tätigkeit im Management ständig auf der Suche nach gutem Personal war sowie Mitarbei-

ter gebrieft und eingestellt hat. Des weiteren hat er Auswahlseminare für Führungskräfte geleitet. Das Geschäft entwickelte sich so gut, so dass Dietmar Holubek nach drei Jahren die Verantwortung für das gesamte Deutschland-Geschäft übernahm. Er baute das Unternehmen bis auf 50 Mitarbeiter in Spitzenzeiten aus.

Nachdem die französische Muttergesellschaft ihre Aktivitäten auf dem deutschen Markt dann eingestellt hatte, zog es ihn wieder zurück in den Norden, seine Heimat. Diese Entscheidung hat der gebürtige Stadter nie bereut. Hier aus dem Büro in Poppenbüttel „fahndet“ der Personalexperte mit seinem Team/Beratern nach fähigen Fachkräften. Die Berater waren ebenso Führungskräfte in der freien Wirtschaft und verfügen über unterschiedliche Branchenexpertisen.

EGOR ist heute eine kleine, feine Beratungsboutique mit einer ausgeprägten Spezialisierung in unterschiedlichen Branchen, wie zum Beispiel Finanzen, Handel, Gesundheit und IT sowie der Bereich Engineering. Für den Personalberater ist Fachwissen ein wichtiger Aspekt. Doch eins ist auch klar: „Wenn die Chemie zwischen Auftraggeber und Kandidat nicht stimmt, dann wird es nichts. Da kann der Bewerber noch so gut sein.“

Im Prinzip müsste Dietmar Holubek (Jahrgang 1946) nicht mehr arbeiten, aber er widmet seine Zeit viel lieber seinem Tagsgeschäft und auch neuen Geschäftsideen. Wie zum Beispiel den Bereich Unternehmensnachfolge oder auch den Bereich Coaching. In diesem Fall besteht sogar eine Kooperation mit einem Clubmitglied!

Die wenig verbleibende Freizeit nutzt er für seine Hobbies, er spielt gerne Golf, liebt es zu kochen und ist ein Asienfan. Warum er noch so viel arbeitet? „Weil ich den Erfolg nicht missen möchte und weil mir ohne meine Arbeit etwas fehlen würde!“



Seit mehr als 30 Jahren im Beratungsgeschäft: Dietmar Holubek.

KONTAKT

EGOR Managementberatung GmbH
Langenstücken 36a
22393 Hamburg
Tel: 040 4 50 12 30
holubek@egor.de
www.egor.de



Troldtekt® Akustiklösungen

Die natürliche Wahl für die Decken- und Wandverkleidung in jeglicher Architektur. Hergestellt aus 100 % natürlichen Materialien, Holz und Zement, bieten Troldtekt Akustikplatten eine dokumentiert nachhaltige Akustiklösung mit einzigartigen schallabsorbierenden Eigenschaften.

Mit Design- und Projektlösungen bietet Troldtekt vielfältige Variationen in Form, Farbe und Funktion. So wird das Raumgefühl nicht nur akustisch, sondern auch optisch aufgewertet. Lassen Sie sich inspirieren auf www.troldtekt.de oder wenden Sie sich an unser Beratungsteam für nähere Informationen über die vielen Möglichkeiten für gute Akustik in der Architektur.

Troldtekt Deutschland GmbH
Millerntorplatz 1
20359 Hamburg
040 809 092 135
info@troldtekt.com

KEIN ORT FÜR DEN MAINSTREAM

Seit Jahrzehnten lockt das Schweizer Fünf-Sterne-Hideaway Paradies Individualisten aus aller Welt an, die sich nach Ruhe und einer familiären Atmosphäre sehnen. Nun können Gäste des Hotels auch Mitglied im CLUB PRIVÉ «IL PARADIS» werden.

Text: **Alexandra Maschewski**

Es ist die fast unwirkliche Stille, die den meisten Menschen zuerst auffällt. Wer das Fünf-Sterne-Hideaway Paradies – gelegen in Ftan in den Schweizer Alpen – erreicht, hat den ersten Schritt in Richtung Entschleunigung bereits getan: Schon die Reise zu diesem idyllischen Fleckchen im Engadin führt durch eine wilde Landschaft mit ungezählter Natur, die den Alltag bald vergessen lässt. Seit mehr als 20 Jahren ist das Hotel im Besitz der Hamburger Hoteliers-Familie Rahe, die etwa auch das Louis C. Jacob an der Elbe betreibt. Und weil es Menschen gibt, die dieser versteckte Ort nicht mehr loslässt, existiert seit vergangenem Dezember auch der Club Privé «Il Paradis», der es den Mitgliedern erlaubt, sich noch ein bisschen mehr wie zu Hause zu fühlen.

„Dieser Platz ist einfach prädestiniert für das neue Konzept, das es vergleichbar höchstens in Großbritannien gibt“, sagt Direktorin Meike Bambach. Sie war es auch, die die Idee zusammen mit Besitzer Horst Rahe entwickelt hat. Es wundert die 50-Jährige nicht, dass sich einige Stammgäste sehr schnell für eine der dreijährigen Mitgliedschaften entschieden haben, von denen es insgesamt 200 für jeweils zwei Personen geben wird. „Die Club-Mitglieder, deren persönliche Vorlieben und individuellen Wünsche uns selbstverständlich bekannt sind, profitieren von einer Woche all-inclusive in einer unserer Suiten, und bekommen überdies etwa die Möglichkeit, an Feierlichkeiten teilzunehmen oder einfach ihre Ski dazulassen. Services wie

Skilehrer, Wanderführer oder Green-Fee sind ebenfalls inkludiert.“ Auch die Angebote des exzellenten Küchenteams könne jedes Member nutzen, wann und wo es ihm beliebt. „Ein Portemonnaie muss niemand dabei haben.“

Größtmögliche Freiheit und unaufgeregter Luxus, das ist es, was das Haus mit seinen charakteristischen, kubusähnlichen Formen ausmacht. Unter Meike Bambach, die zuvor fünf Jahre Stellvertretende Direktorin im Louis C. Jacob war, hat sich das Hotel zu einem gemütlichen Rückzugsort für maximal 46 Gäste entwickelt – die meisten davon Menschen, die sich für Details begeistern können. Für die Kunstsammlung des Eigentümers genauso wie für den zimmer-eigenen Kamin. Für die berühmte Engadiner Zuckerbäckerkunst, den hauseigenen Eierlikör, handgemachte Keramik oder das duftende, für die Region so typische Arvenholz, mit dem die Zimmer ausgekleidet sind. Auch Hunde sind willkommen.

Zur fast privaten Atmosphäre und dem diskreten Service der bloß 15 Mitarbeiter passt es auch, dass Meike Bambach betont: „Ziel des neuartigen Modells ist es nicht, einen elitären Club zu schaffen. Im ‚Il Paradis‘ – die rätoromanische Schreibweise übrigens – kann man einfach sein, wie man ist. Was unsere Besucher eint, ist ein hohes Maß an Understatement und an Emotionalität.“

Die zweifache Mutter weiß von Gästen zu berichten, die sich frühmorgens mit einem heimischen Jäger auf die Suche nach Stein-





Die Gäste des Hotels lieben das behagliche Ambiente mit Kaminfeuer, den Blick auf die Berge von der Sonnenterrasse und die gemütlichen eingerichteten Suiten.



böcken machen. Von solchen, die sich auf der Kochhütte „Chasa da Fö“ traditionelle Bündner Rezepte erklären lassen, und von wieder anderen, die eine Wanderung mit weitem Blick über die Silvretta-gipfel dermaßen berührt hat, dass sie mit Tränen in den Augen zurückgekehrt sind. „Das hier ist kein Ort für den Mainstream. Auf diese Art von Schönheit muss man sich einlassen, um sie entdecken und empfinden zu können.“

Meike Bambach, die in ihrer langjährigen Karriere schon an Orten wie Beverly Hills, Hongkong und am Great Barrier Reef gelebt hat, wundert sich manchmal selbst, wie bekannt dieser entlegene Geheimtipp dann doch ist. Tatsächlich genießt die Region ein großes Renommee, und zu den Besuchern des Örtchens Ftan gehörten schon Berühmtheiten wie Marlene Dietrich. Das Hotel Paradies selbst, 1910 als Künstlerdomizil erbaut, kann auf eine illustre Geschichte zurückblicken: „Fräulein Risler“, Hausherrin von 1945 bis 1980, wandelte ihren eigenen Sommerwohnsitz in den 60er-Jahren in ein Hotel um, wo sie sogar Staatsmänner wie Konrad Adenauer, Winston Churchill und Robert Schumann empfing, die man als spätere Gründerväter des EWR-Vertrages und damit der heutigen EU bezeichnen kann.

Schon immer waren es Individualisten, die sich aufgemacht haben zum 1650 Meter hoch gelegenen Hotel, und auch heute noch kommen Menschen, die dessen behagliche Atmosphäre gerade deshalb schätzen, weil sie die Welt bereits gesehen haben. „Die meisten stammen aus Deutschland und der Schweiz, aber es gibt auch Gäste

aus den USA oder Japan“, sagt die Gastgeberin, die zurzeit aufwendige Umbaumaßnahmen plant. „Die momentan noch 23 Zimmer und Suiten werden zu 13 Suiten umgebaut.“ Tatsächlich gibt es neben dem Members Club, einem Tagesmembership und einem Firmenmember Club auch die Möglichkeit, dem Owners Club beizutreten und eine der neuen Suiten zu erwerben. Ein Angebot gedacht für jene Menschen, die eine angenehme Alternative zu einem eigenen Feriendomizil suchen.

Meike Bambach selbst ist vielleicht das beste Beispiel dafür, was dieser Ort mit Menschen machen kann. Stolze 16-mal ist sie in ihrem Leben bereits umgezogen – doch in Ftan ist die gebürtige Münsteranerin nun bald seit zehn Jahren. „Es ist ein unglaubliches Privileg, inmitten dieser Natur leben zu dürfen.“ Und die friedliche Stille, die gehört mittlerweile definitiv zu den Dingen, die sie am meisten vermisst, wenn sie ihr Tal verlässt.

KONTAKT

Hotel Paradies
7551 Ftan/Engadin
Schweiz
Tel: 0041 8 18 61 08 08
info@paradieshotel.ch
www.paradieshotel.ch



PROGRAMM

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

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

Weitere Informationen unter www.bch.de

RAUMANGEBOT

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

PARTNERCLUBS

- Bangkok (Thailand)
- Basel (Schweiz)
- Bremen
- Chicago (USA)
- Dubai (U.A.E.)
- Düsseldorf
- Edinburgh (Schottland)
- Frankfurt
- Kapstadt (Südafrika)



BUSINESS CLUB

HAMBURG

PARTNERCLUBS

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

GASTRONOMIE

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

WOCHENENDE

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

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

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

KOOPERATIONSPARTNER

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

PREMIUMPARTNER



www.hl-cruises.de



www.holsten-pilsener.de



www.moet-hennessy.de



www.hawesko.de

GIRA

www.gira.de

GOLDPARTNER

AMERICAN EXPRESS • GEGENBAUER SERVICES • GUT KADEN GOLF UND LAND CLUB • KREUZFAHRTBERATER

PARTNER DES CLUBS

ABB Allgemeine Baugesellschaft Buck
AEMEDIA
agentur artprolog
Agiles Informationssysteme
Airy Green Tech
Alles klar! Veranstaltungsservice
Angermann Real Estate Advisory
Artvertisement
Audi Zentrum Hamburg
Axel Springer SE
BlockGruppe
BoConcept
Christian von Bismarck Architekt
Clavis International
Copynet Innovationsgesellschaft
Daily Systemgastronomie
Davidoff
Degussa Goldhandel
Delphi-HR Consulting
designfunktion
Dicide
Die SprachINGENIEURIN
Engel & Völkers
ESCHE SCHÜMANN COMMICHAU
FC St. Pauli
Flokk

Fluent
Hamburg@work
HANSA PARTNER Wirtschaftsprüfung
Hanseatische Real Estate Finanz Holding
Hebewerk Consulting
Hofer Nachrichtentechnik
HSV Fußball
ICME Healthcare
IFB Ingenieurbüro für Bautechnik
Ingenieurbüro Zammit
InterGest Worldwide
Ivo von Renner Fotografie
Labor Lademannbogen
Living Bytes
Lore Gellersen Innenarchitektur
Magellan Travel Services
Mail Boxes Etc. Hamburg Altona
MarConsult
Martina van Kann Fotografie
memberslounge.com
mesonic software
moduleo Design Floors
Montblanc
news aktuell
Nord Event
Nord-Ostsee Automobile

Pianohaus Trübger
pop-interactive
PricewaterhouseCoopers
Radiopark
ray facility management
Regnauer Fertigbau
rugekrömer Arbeitsrecht
Satis&Fy
SCHLARMANN von GEYSO
Silpion IT-Solutions
SMEA IT
Stageled
STARCAR
TAVAGROUP
Uptime IT
Utz
Verkehrsrecht Rocke Winter Bachmor
Villa im Heinepark
VRtualX
W4llett
Wir für Gesundheit
WISAG Gebäudetechnik Nord
Wunderkontor Zaubertheater
Zürich International Business School (ZIBS)



Weil die Gesundheit Ihrer Mitarbeiter das Wichtigste ist.

Privatpatientenkomfort ab 5 Euro im Monat.



- Einbett- oder Zweibettzimmer*
- Wahlarzt-/ Chefarztbehandlung*
- Facharzt-Terminservice
- Medizinische Zweitmeinung
- Keine Gesundheitsprüfung
- Altersunabhängig
- Branchenunabhängig
- Aufnahmegarantie
- Sonderkonditionen bei über 200 Partnern
- Absicherung der gesamten Familie möglich

*je nach Tarif

Die PlusCard

Alles spricht dafür – sprechen Sie uns an!

+49 30 688 32 94-51

service@wir-fuer-gesundheit.de

www.wir-fuer-gesundheit.de



Die Trauben, aus denen der Leolucaia gemacht wird, stammen von den Weinbergen des Castello di Meleto in der Toskana. Einkäufer Moritz Nagel (l.) vor der historischen Burg. Sein Kollege Felix Frommherz auf der Suche nach der optimalen Flaschenform.

Von der Rebe bis ins Weinglas

Wie entsteht ein Wein und wie wird er auf den Geschmack der Kunden abgestimmt? club! hat den Weg von der Traubenlese über den Herstellungsprozess bis zur Verkostung im Glas beim **HANSEATISCHEN SEKT UND WEIN KONTOR** verfolgt und festgestellt, dass dabei kein Detail dem Zufall überlassen wird.

Text: **Alexandra Maschewski**

Als 2015 Matteo Menicacci, Herr über die Weinberge des Castello di Meleto, zwischen den fast 25 Jahre alten Rebstöcken stand, um die ersten reifen Merlot-Trauben zu probieren, da ahnte er schon, dass daraus ein großer Wein würde entstehen können. Die Wetterbedingungen in der malerischen Chianti-Region waren wirklich außerordentlich gut gewesen. Und so begann die Merlot-Ernte im September, es folgten die Sangiovese-Trauben, und das Pflücken der Früchte für den Cabernet Sauvignon konnte Ende Oktober abgeschlossen werden. „Zwei Dutzend langjährige Mitarbeiter ernten per Hand – was einen großen Unterschied darstellt“, sagt der 34-jährige Winzer. „Jeden einzelnen Tag mussten wir nicht nur die Wetterbedingungen, sondern auch den Reifegrad der Trauben beachten.“ Nach dem Abbeeren und Pressen durchliefen diese für 30 Tage einen alkoholischen Fermentationsprozess in hölzernen Behältern, um dann zwischen 14 und 18 Monate in französischen Eichenfässern zu altern.

In einem sehr komplexen und schwierigen Gebiet wie Gaiole einen international anerkannten Super-Tuscan zu kreieren sei die größte Herausforderung bei der Entwicklung der Hawesko-Exklusivmarke Leolucaia gewesen. Und so waren allein auf Seite des Castellors neben Matteo Menicacci noch vier weitere Experten in das Projekt involviert – der Geschäftsführer des Weingutes, Michele Contartese, genauso wie die Vertriebsassistentin Elena Caini. Und doch sind es genau diese Aufgaben, die Matteo Menicacci daran erinnern, warum er einst entschieden hat, Winzer zu werden: „Nach meinem Schulabschluss reiste ich eine Weile durch Frankreich. Zu jenem Zeitpunkt war es eigentlich mein Plan, Architektur zu studieren.“ Mit einer Gruppe von Freunden besuchte er damals spontan ein Weingut. „Und es war Liebe auf den ersten Blick. Der gesamte Produktions- und Entwicklungsprozess der Exklusivmarke Leolucaia faszinierte mich dermaßen, dass ich mich später für Önologie einschrieb.“

In der Bahrenfelder Marzipanfabrik, dem neuen Standort von Hawesko, gab es am Anfang bloß ein Stück weißes Papier auf einem Flipchart – und den Mythos der Super-Tuscans, der dem Exklusivmarkenmanager Felix Frommherz und Einkäufer Moritz Nagel schon seit einer ganzen Weile nicht aus dem Kopf gehen wollte. „Bei einem Glas Wein in unserer Lounge beschlossen wir irgendwann, das Projekt Super-Tuscan als Team anzugehen – gewissermaßen von der Traube bis zum fertigen Produkt“, sagt Felix Frommherz. Für beide war klar, dass es neben einem komplexen, hochpreisigeren Super-Toskaner auch einen „kleinen Bruder“ geben sollte: einen tol-

len Alltagswein zum Genießen. „Mit beiden Produkten wollen wir den Menschen zeigen, dass es abseits von Chianti und Brunello noch so viel mehr in der Toskana zu entdecken gibt“, sagt Moritz Nagel. „Dabei sind wir so etwas wie Maßschneider für unsere Kunden, deren Geschmack wir sehr genau kennen.“ Der passende Markenname war bald gefunden. „Da es sich um einen sehr kräftigen, charaktervollen Wein handeln sollte, entschieden wir uns für den Löwen als Symbol“, erklärt Felix Frommherz. Zum „leo“ kam noch eine Abwandlung von „luce“ – dem italienischen Wort für Licht – hinzu. „Leolucaia war der Favorit des gesamten Teams. Zusammen mit der Farbgebung – Schwarz, Weiß und edles Gold – ging ein entsprechendes Briefing an eine Agentur heraus, die auf Verpackungsdesign spezialisiert ist.“

Im Herbst vergangenen Jahres führte der Weg die beiden Kollegen dann ins Castello di Meleto, das mittelalterliche Schloss von 1256 im Herzen der Chianti-Classico-Region. Rund 125 Hektar des insgesamt rund 1000 Hektar großen Areals mit dem für die Gegend so typischen Kalk-Mergel-Boden sind heute für den Weinbau bestimmt.

Als das Duo aus Hamburg zu Besuch kam, war die Ernte bereits abgeschlossen, und bei spätsommerlichen Temperaturen begann das Weinlaub, sich langsam rot zu färben. Genau hier sollte der Leolucaia Gestalt annehmen. „Ich kannte das Gut schon, weil es mit seinem Chianti Classico Riserva respektable Erfolge vorweisen konnte“, sagt Moritz Nagel. Der 33-jährige ist als Einkäufer nicht nur für die Toskana, sondern auch für das Piemont sowie für ganz Deutschland und Österreich verantwortlich. Der gelernte Winzer und studierte Önologe war sich sicher, mit dem Castello di Meleto nicht weniger als ein „unentdecktes Juwel“ gefunden zu haben.

Auch aus Marketing-Sicht schien das Weingut bestens geeignet: „Die stattliche Burg in Gaiole kann auf eine spannende Geschichte zurückblicken, die unsere Marke unterstützt, ohne dabei zu dominant zu sein“, sagt Felix Frommherz, dessen erste Aufgabe es an jenem Tag war, gemeinsam mit seinem Kollegen und dem Winzerteam die besonderen Lagen zu begutachten, die für ganz unterschiedliche Weinstilistiken verantwortlich sind. „Wir haben uns erklären lassen, aus welchen Teilen der Weinberge unsere beiden Weine hergestellt werden sollen“, sagt Moritz Nagel. „Besonders die Trauben für den Cabernet Sauvignon, der ja ein Hauptbestandteil der Leolucaia Alpha ist, stammen aus den besten Lagen auf bis zu 700 Meter Höhe.“ Die vergleichsweise kühle Lage gehe mit einer langsameren Reife und damit einer besseren Ausprägung der →





Alexander Zoller, Chef des Qualitätsmanagements, Michel Weber (Marketing).



Moritz Nagel (l.) und Felix Frommherz bei der Weinverkostung in Italien.

Frucht und besonderen Komplexität der Aromen einher. Hauptgrund des Italien-Aufenthaltes war die feine Komposition der Cuvée oder Assemblage aus den Rebsorten Merlot, Sangiovese und Cabernet Sauvignon, welche in einem speziellen Degustationsraum des Weingutes stattfand. „Wir haben nach der gemeinsamen Verkostung bereits am Markt etablierter Marken sicher 30 verschiedene eigene Varianten mit unterschiedlichen Anteilen probiert“, sagt Moritz Nagel. Immer wieder habe der Kellermeister frischen Wein aus den im Keller gelagerten Fässern geholt, bis man schließlich mit Geschmack, Farbe und Alkoholgehalt zufrieden gewesen sei. „Eine wirklich anstrengende Aufgabe, die viele Stunden in Anspruch nahm. Am Ende wurden zehn Varianten festgelegt, die später nach Hamburg zur finalen Verkostung geschickt werden sollten.“

Weil zum Erscheinungsbild des Weines auch die Auswahl beziehungsweise Gestaltung von Flaschenform und Etikett sowie die von Korken, Kapsel und Kiste gehört, wurden auch diese Punkte final mit dem abfüllenden Weingut abgestimmt. „Das Design ist mittlerweile ein nicht zu unterschätzender Faktor“, sagt Felix Frommherz. „Was dem Kunden optisch nicht gefällt, wird er nicht kaufen.“

Es gibt nur wenige Menschen, die von sich behaupten können, in fünf Jahren knapp 10 000 Weine probiert zu haben. Alexander Zoller, Leiter des Qualitätsmanagements in Hamburg, gehört dazu. Bei der finalen Auswahl aus den jeweils fünf in Italien ausgearbeiteten Cuvées hatte das Wort des 33-jährigen so auch großes Gewicht. „Gerade beim Alpha war eine Blindverkostung wichtig, um beurteilen zu können, ob dieser mit Weinen mithalten kann, die aus demselben Jahrgang, derselben Region und demselben Preissegment stammen.“ Der gelernte Winzer hat sich im Laufe der vergangenen Jahre zahlreiche Stilistiken einprägen können, die er bei Bedarf abrufen kann. Und weil er außerdem seinen Master in Getränketechnologie hat, sagt er scherzhaft von sich: „Ich kann alles, außer Bier und Milch.“ Bei der finalen Verkostung wurde gemeinsam mit Einkauf und Produktmanagement am Ende je ein Favorit gekürt.

Damit ein geschulter Gaumen jedoch auch wirklich unbestechlich ist, ist es extrem wichtig, Weine eben nicht etwa unter der Sonne Italiens, sondern in einem absolut neutralen Raum ohne Fremdeindrücke zu verkosten. Zurzeit arbeitet der 33-jährige an dem Konzept für einen ausgeklügelten Sensorik-Raum. „Da eine hohe Konzentration erforderlich ist, dürfen keine starken optischen Reize oder riechbare Einflüsse wirken. Auch Störquellen wie Personenverkehr müssen ausgeschlossen werden.“ Selbst die Farbgebung müsse schlicht sein. Um die Abläufe so effizient wie möglich zu gestalten, wird der Verkostungstisch achteckig werden – mit einer runden Drehplatte für die Muster in der Mitte. Damit außerhalb der Verkostungszeiten auch Kunden einen Eindruck von dieser sensiblen Tätigkeit gewinnen können, soll der Sensorik-Raum – abgetrennt durch Glastüren – gleich neben dem neuen Hawesko Weinkontor liegen.

Und weil Alexander Zoller sich nicht nur gern über Wein austauscht, sondern zudem ein klarer Befürworter hoher Kontrollstandards ist, hat er bei Hawesko auch das Lebensmittelrecht für sich entdeckt. „Ich bin es, der die rechtliche Bewertung von Weinen übernimmt und festlegt, welche Angaben auf dem Etikett stehen müssen.“

Dass die Marke Leolucaia schnell eine hohe Bekanntheit erreicht hat, ist auch Marketingmanager Michel Weber zu verdanken, der von Anfang an zum Leolucaia-Team gehörte. „Bevor ich bei Hawesko angefangen habe, hatte ich wenig mit Wein zu tun. Aber um Kundenbedürfnisse zu erkennen, muss man nicht Weinbau studiert haben“, sagt der 30-jährige, der weiß, dass die Hawesko-Kunden bereit ist, für Qualität auch etwas mehr auszugeben als der durchschnittliche deutsche Weinkunde.

Um das volle Potenzial auszuschöpfen, wurden auch bei der Vermarktung neue Wege beschritten und eine exklusive Leolucaia-



Das sechsköpfige Expertenteam mit Winzer Matteo Menicacci (dritter von links) bei der Zusammenstellung der Cuvée im Weinkeller des Castello.

Multichannel-Kampagne maßgeschneidert. „Im ersten Schritt geht es immer um ein Key Visual, das mit der internen Grafikabteilung entwickelt wird.“ Notwendige Leolucaia-Fotos wurden während des Entstehungsprozesses im Rahmen eines eigenen Shootings auf dem Castello di Meleto produziert.

Bei Hawesko verschiebt sich der Markt zunehmend in die On-linekanäle – momentan bestellen etwa gleich viele Kunden über den Onlineshop wie telefonisch oder schriftlich über das eigene Servicecenter. „Bei Exklusivmarken setzen wir gezielt auf die Ansprache unserer Bestandskunden etwa über den Newsletter, da wir sowohl deren Geschmack, als auch deren preisliche Präferenzen kennen.“ Neu war eine eigene Social-Media-Kampagne, bei der nicht der Umsatz, sondern die Bekanntmachung der Marke im Fokus stand. „Dieser Schritt hatte maßgeblich Einfluss darauf, dass der Leolucaia Rosso heute der Topseller auf Hawesko.de ist.“

Bevor der Alpha und sein kleiner Bruder in den Handel kommen durften, mussten sie eine allerletzte Prüfung durchlaufen – weniger kompliziert, aber nicht weniger bedeutsam als die vorausgegangenen: die finale Geschmackskontrolle im heimischen Alltag durch ausgewählte Mitarbeiter mit ganz unterschiedlichem Weinwissen. Nikolas von Haugwitz, Hawesko-Geschäftsführer und Vorstand der Brand Unit Digital, weiß noch genau, in welchem Rahmen er die beiden Leolucaia-Weine zum ersten Mal probierte: „Ich habe sie an einem Wochenende mit zu meinen Eltern genommen, wo ich für die ganze Familie gekocht habe“, erzählt der 49-Jährige. Der vielschichtige Alpha sei besonders bei denjenigen angekommen, die sich etwas mehr mit dem Thema Wein beschäftigen. „Und der Rosso hat allen richtig Spaß gemacht, weil er nicht zu anstrengend ist“, sagt Nikolas von Haugwitz.

Das Feedback durch die Mitarbeiter war ebenfalls positiv. „Andernfalls hätten wir noch einmal zum Weingut gemusst, um neu in

die Cuvée einzusteigen.“ Zeitdruck? Zweitrangig, da am Ende die Qualität zu 100 Prozent begeistern müsse. „Wir sind die Erfinder von Exklusivmarken, die optimal abgestimmt sind auf das sensorische Geschmacksmuster unserer Kunden, und diese erwarten kompetente Empfehlungen von uns. Jede Region, jede Rebsorte muss schmeckbar sein. Durch die zunehmende Bedeutung von Onlineshop und Social Media werden die Kunden merklich jünger“, so Nikolas von Haugwitz.

Zum ersten Mal habe bei der Entstehung einer neuen Marke Teamwork eine so große Rolle gespielt. „Eine enge Zusammenarbeit aller Bereiche muss künftig Standard werden – und wird sicher durch unseren Standortwechsel begünstigt, der ja mit der Schaffung von offenen Büroflächen einherging.“ Auch Geschäftsführer Nikolas von Haugwitz teilt sich sein Büro nun mit rund 20 Kollegen. Herzstück des neuen Gebäudes ist der eigene Lounge-Bereich, der sehr gut ankommt bei den zumeist jungen Mitarbeitern, die sich dort auch gern

nach Feierabend austauschen. Eigeninitiative wie im Falle des Leolucaia wird von der Geschäftsführung jedenfalls ausdrücklich gefördert. „Ich bin überzeugt davon, dass bei so viel Herzblut ein Misserfolg fast ausgeschlossen ist.“

Felix Frommherz und Moritz Nagel konnten an einem Abend im April jedenfalls nicht anders, als sich im neuen Bahrenfelder Weinkontor, wo man die Hawesko-Weine erstmals auch offline kaufen kann, unter interessierte Kunden zu mischen, die den Leolucaia gerade probierten. Und sie erzählten auch von der Geschichte des Weines – nicht ohne ein wenig väterlichen Stolz.

HAWESKO

Das Hanseatische Wein und Sekt Kontor (Hawesko) ist Deutschlands Nummer eins im Versand hochwertiger Weine, Champagner und Spirituosen. Rund zwei Millionen Weinliebhaber vertrauen auf die Expertise und den mehrfach prämierten Service des Hamburger Unternehmens, das seit 1964 Kunden in ganz Deutschland beliefert und erst vor Kurzem in die Marzipanfabrik in Bahrenfeld gezogen ist. Bei einem Sortiment von mehr als 3000 Weinen und Champagner sind vor allem die individuelle Fachberatung und die persönliche Weinempfehlung wichtige Erfolgsargumente.

Alexandra Maschewski ist eine der anerkanntesten Food-Journalistinnen der Stadt. Sie schreibt unter anderem für die Welt am Sonntag.

Essen auf Rädern

*Im traditionsreichen Salonwagen „Hanseat“ kredenzte **NILS-KIM PORRU** dem neuen Vorstand der Hamburger Hochbahn, **HENRIK FALK**, während einer Stadtrundfahrt auf der historischen Ringstrecke erlesene Fingerfood-Köstlichkeiten.*



Hingucker: In Gläsern, Schalen und Blechdöschen präsentieren Küchenchef Nils-Kim Porru und Henrik Falk (r.) das Fingerfood, das sie gemeinsam angerichtet haben.



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

Nils-Kim Porru ist schon da. Und hat sich Verstärkung mitgebracht. Der Küchenchef des Business Club Hamburg und sein Azubi Nicolas La Rocca werkeln sehr emsig, denn der Schauplatz der Begegnung mit Henrik Falk, dem Vorstandsvorsitzenden der Hamburger Hochbahn AG (HHA) findet in der U-Bahn statt. Jawohl, in der U-Bahn! Und zwar zur Rushhour. Na gut, nicht gerade in einem vollgestopften Waggon auf der Strecke zwischen Dammtor und Hauptbahnhof, sondern im Salonwagen „Der Hanseat“ auf einer wunderschönen Extratour. Aber während der Fahrt bei Geruckel zwischen Anfahren und Bremsen ist filigranes Dekorieren von Tellerchen und Schüsselchen nicht wirklich ein Vergnügen.

Also stehen die beiden Halbtaliener schon ein Weilchen an der Anrichte des Waggon und verteilen in Latexhandschuhen mit Pinzetten winzige Kräuter, Pilze, Kaviar und Rosenblätter auf Beeftatar und Hummerstückchen, Feige und Ziegenkäse, einer Tomatenmousse-Spirale mit Mozzarella und pochiertem Rhabarber mit Beerenfond, drei herzhaften Köstlichkeiten und einer süßen. Porru hat die drängende Frage „Was kochen wir heute?“ geradezu genial beantwortet: „Wir reichen Fingerfood. Diesen Salonwagen kann man mieten für Gesellschaften – da zeigen wir mal, was man den Gästen während der Fahrt anbieten kann.“

Da trifft es sich gut, dass der Waggon, vor 60 Jahren auf die Schiene gesetzt, hübsch umgebaut worden ist: Die beiden mit

Durchgang verbundenen Teile bekamen Tischchen vor den 28 Sitzplätzen (50 Personen können mitfahren), Anrichte, Tresen und Zapfanlage. Und reichlich Platz, um das Tanzbein zu schwingen oder jemanden auftreten zu lassen. „Hopfen, Malz, Hamburg, Ratsherrn“ steht auf der Glasplatte an der Wand. Da weiß man doch gleich, was man erwarten kann.

Der „Hanseat“ steht auf Gleis 2 an der U-Bahn-Station Schlump. Es ist warm, es herrscht Berufsverkehr, die Menschen strömen über die Bahnsteige und staunen nicht schlecht über die Köche in ihrer Montur, die Speisenteller auf der Anrichte. Henrik Falk, der Hochbahn-Chef, im korrekten Businessanzug mit Krawatte, einen Rucksack lässig auf der Schulter, springt federnd in den Wagen. Er ist direkt mit der U-Bahn aus der Innenstadt gekommen. Er schüttelt Hände, bemüht sich bei der Begrüßung, den Berliner Tonfall wegzudrücken, und hat den Glanz im Auge, den kleine Jungen haben, wenn sie historische Züge zu sehen bekommen. Später wird Falk mal verschwunden sein und bei den Zugführern Mario und Tanja wieder aufgefunden werden. Vorne beim Fahrer ist es doch immer am tollsten.

Falk folgte Anfang 2016 dem SPD-Urgestein Günter Elste auf den Stuhl des Vorstandsvorsitzenden der HHA. Er stammt aus Ostberlin, war 19, als die Mauer fiel. Beide Eltern waren Ingenieure, er studierte aber lieber Jura, wechselte von einer Anwaltskanzlei an die Spitze der Rechtsabteilung der Berliner Verkehrsgesellschaft (BVG), später in den Vorstand, zuständig für Finanzen,



Appetitliche Leckerei: Mozzarella mit einer feinen Tomatenmousse-Spirale.



Hochbahn-Vorstand Henrik Falk (links) ist begeistert von den Fingerfood-Schälchen, die ihm Business Club-Küchenchef Nils-Kim Porru im Salonwagen „Hanseat“ serviert. Der historische Waggon für 50 Personen kann auch für Geburtstagsfeiern oder Firmenevents gebucht werden.

Marketing und Vertrieb. Von dort holte ihn Wirtschaftssenator Frank Horch nach Hamburg. Der 48-jährige brachte seine Frau Steffi mit, eine Kostümbildnerin, und drei Kinder, eine 16-jährige Tochter und 13-jährige Zwillinge. Die Familie wohnt in Berge-dorf, von wo der Vater in der Regel mit Rad und Bahn unterwegs ist, selten mit dem Auto. Sein Vertrag mit der HHA wurde bereits verlängert, läuft jetzt bis 2023.

Der Anblick von Porrus Leckereien gefällt Falk ganz offensichtlich. Kann er kochen? „Najaaa – doch schon. Die Kinder bekomme ich auf jeden Fall satt mit allem, was die so mögen. Das sind natürlich hauptsächlich Nudeln aller Arten und reichlich Soße dazu. Da kann ich aber mehr als eine“, sagt er und grinst. Seine Oma war Jägerin, zerlegte die Tiere selbst und verarbeitete sie. Das hat den kleinen Henrik beeindruckt, „besonders natürlich die Messer“, und ans Kochen gebracht.

Inzwischen ist die Bahn angefahren. Unter den verblüfften Blicken der Fahrgäste aus Parallelzügen hat Küchenchef Porru aufgetischt. In gläsernen Schalen präsentieren sich die Köstlichkeiten, auf schwarzen Steinen und in goldfarbenem Blech in der Form von Sardinendosen. Alles sehr appetitlich und attraktiv. Es schuckelt ganz schön – aber alles bleibt an seinem Platz, die Blüten, die Yuzu-Tapioka-Perlen, das Wachtelei. Nichts kullert weg oder verrutscht. Porru hat an alles gedacht, mit Basilikum-Mayonnaise oder Schokoladenmousse für Haltendes gesorgt.

Schon nach kurzer Zeit fährt die Bahn raus ans Licht, und bei strahlendem Wetter zeigt sich Hamburgs Schokoladenseite. Wer mürrisch in den Norden kam und Hamburg für eine Steinwüste am Rande der Tiefebene hielt – hier wird er eines Besseren belehrt: Wasser glitzert, Schiffe ziehen vorbei von der Barkasse bis zum Containerriesen, Kräne schwingen, die Musichäuser setzen Tupfer, die Elbphilharmonie thront am Ufer. Von den Hochbahnbrücken sieht man unten die Autos im Stau stehen, während die Fassaden der modernen Büro- wie der altmodischen Kaufmannshäuser zum Greifen nah scheinen.

Der Zug fährt die alte Ringlinie von 1912 am Elbufer entlang auf der heutigen Strecke der U3, vorbei an den Museumsschiffen



Edle Präsentation: Köstlichkeiten im Glas und in der Blechschale.

am Baumwall, durch die Innenstadt und wieder hinaus, vorbei an blühenden Kastanien und weißen Gründerzeithäusern. (Zwei Stunden Miete kosten 780 Euro inklusive Personal und Mehrwertsteuer). Er gleitet über Kanalbrücken, gibt den Blick frei auf Paddler und Tretbootfahrer, die unter maigrünen Bäumen an den Wasserrändern den Feierabend genießen. Im Hintergrund schimmert blau die Alster, gesprenkelt mit weißen Dreiecken der Segelboote. Hamburg vom Feinsten.

Falk ist in Hamburg angekommen. „Ich fand kein Vorurteil bestätigt. Die Leute sind offen und freundlich. Ich vermisse nichts.“



Beim Platzieren von Blüten und Yuzu-Perlen „arbeitet“ Falk mit Pinzette.

Henrik Falk

Der gebürtige Berliner machte eine Ausbildung zum Maschinenbauer und studierte später Jura in Berlin. Nach fünf Jahren als Anwalt wechselte er zu den Berliner Verkehrsbetrieben, ehe der dreifache Familienvater von Hamburgs Wirtschaftssenator Frank Horch zur Hamburger Hochbahn „abgeworben“ wurde. Seit zwei Jahren versucht Henrik Falk die Hanseaten von seiner Philosophie der Digitalisierung des Personennahverkehrs zu überzeugen. Ein Leuchtturmvorhaben ist dabei die flächendeckende Einführung des kostenlosen WLAN, die Ausstattung der neuen DT5-Züge mit USB-Ladebuchsen. Und sehr bald sollen alle Fahrten mit dem Handy gebucht und auch bezahlt werden – immer zum bestmöglichen Preis.

Und schließlich sei Berlin ja auch nur gut 90 Minuten Bahnfahrt entfernt. Er kaut genüsslich, probiert alles und berichtet von der Weihnachtsgans, die er mal zubereitet hat: „Die beste meines Lebens.“ Dann fügt er hinzu: „Naja, es war auch die einzige.“ Jungenhaftes Grinsen! Aber berühmt sei seine Vinaigrette. Natürlich nehme er Dijon-Senf, klar, und Balsamico, und auch sonst nur feine Zutaten. Aber die richtige Mischung beherrsche er jedenfalls ganz vorzüglich. Er selbst liebt Fisch, vor allem aber Sushi. „Gibt es natürlich auch in Berlin jede Menge, aber hier sind Sushi irgendwie noch besser und frischer. Dafür kommt man in Hamburg nicht an meine geliebte Currywurst ran, natürlich die ohne Haut!“

Der „Hanseat“ ist auf dem Rückweg Richtung Schlump. Porru reicht pochierten Rhabarber mit Vanille Crunch. „Köstlich!“ Leider hat sich der Küchenchef die Mühe ein bisschen umsonst gemacht. Aufträge von „Hanseat“-Buchern wird er leider nicht bekommen. Die HHA hat eine eigene Gastronomie. Aber auch auf anderen Events wird man sein Fingerfood zu schätzen wissen.

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



... BITTET ZU TISCH

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

Wenn man das Büro von Dirk Mollwitz betritt, bekommt das Wort Klarheit eine offensichtliche Bedeutung. Ein schwarzer Bürostuhl, ein Schreibtisch mit großer Glasplatte sowie zwei Bauhausklassiker von Corbusier, ebenfalls in Schwarz. Auf dem Schreibtisch liegt ein Notebook, ein Terminplaner, und links ist das Telefon. „Klarheit ist mir extrem wichtig. Man wird mit so vielen Dingen konfrontiert, da muss man aufpassen, dass man gedanklich nicht zu sehr aufgeladen wird“, sagt der Hausherr. „Ich brauche keine anderen Dinge. Ich fokussiere mich voll und ganz auf den Job.“ Das Büro seiner Firma liegt in unmittelbarer Nähe zum Duvestedter Forst. Dort macht der Häuserbauer jeden Tag einen einstündigen Spaziergang – bevor er ins Büro geht. „Wenn ich dann an meinen Schreibtisch komme, habe ich einen klaren Kopf und meine Gedanken sortiert“, sagt er. Eigentlich ist Dirk Mollwitz mehr unterwegs, als dass er in seinem Büro arbeitet. Er fährt viel umher, schaut sich Grundstücke und Häuser an und kontrolliert die Baustellen. Mit dabei ist dann auch der klassische, schwarze Terminplaner, der auf dem Glastisch vor ihm liegt. „Ich kann mich einfach nicht von ihm trennen“, sagt Moll-

witz. Der analoge Planer hat für ihn echte Vorteile gegenüber elektronischen Geräten wie Smartphone oder iPad. Man kann seine Gedanken aufschreiben und vergisst nichts. Die Designerlampe auf dem Schreibtisch passt gut zum Interieur, und das Licht sorgt für angenehme Atmosphäre.

Etwas Persönliches gibt es dann doch noch in dem Raum: ein Bild vom Hamburger Hafen, das in seinem Rücken hängt. Dirk Mollwitz erzählt eine kleine Geschichte dazu: „Ich habe eine Reportage im Fernsehen mit der Malerin Janine Platz gesehen, die aus dem Gebäude der Elbphilharmonie heraus Bilder vom Hafen malte. Das fand ich gut. Ich kannte die Künstlerin nicht und habe sie gegoogelt. Dann habe ich sie angerufen und sie gefragt, ob sie mir ein Bild malt. Das hat sie gemacht, und jetzt hängt dieses einzigartige Bild hier in meinem Büro an der Wand.“

■ In den 60er Jahren gründete Zimmermeister Peter Mollwitz seinen Handwerksbetrieb, den die Söhne Dirk und Frank später übernahmen. Sie entwickelten daraus die Mollwitz Massivbau GmbH, den Marktführer für individuelle Häuser in der Metropolregion Hamburg. Kontakt: Tel.: 040 64 53 95-0, Mail: info@mollwitz.de

WIRD AM BESTEN
ZU ÜBERRASCHUNGEN
SERVIERT.

BE
PREPARED



Veuve Clicquot *Let life surprise you*



Park Hyatt Hamburg

Where Luxury is Personal

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

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

PARK HYATT HAMBURG™

luxury is personal

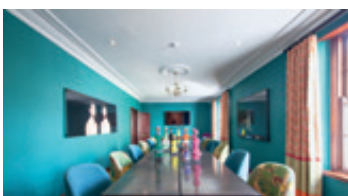
English Lounge

What happens in English ... is reported in English.



GLOBAL EXPERTISE FOR HAMBURG

*The Chief Financial Officer of Reemtsma, **PRASAD PRAVIN** takes the club! questionnaire and reveals what makes Hamburg a leading light.*



THE STACK IN CAPE TOWN: FINE LIVING WITH A COLOURFUL TWIST



ESTONIA: EUROPE'S DIGITAL LEADER CELEBRATES ITS CENTENARY

“I value the ‘we can’ attitude!”

Top tobacco company Reemtsma has operated in Hamburg since 1923. **PRASAD PRAVIN**, the company’s Indian-born CFO, reveals what ignites him in Hamburg

How many people work for your company in Hamburg, Germany and worldwide? Do you expect this number to change?

Reemtsma is a subsidiary of Imperial Brands Plc, a business headquartered in Bristol in the UK. We have over 40 manufacturing plants and our tobacco and non-tobacco brands are sold in over 160 markets. Worldwide we have more than 30,000 employees and in Germany over 2,000 employees. Our Hamburg location has over 1,000 employees and includes the Head office for our German Sales and Marketing function as well as Manufacturing Supply and R&D supporting the whole Group.



How was 2017 for your company and what do you expect for the future? Is there one main objective you want to reach with your team in

the next twelve months?

2017 was a very successful year. In a slightly declining market Reemtsma gained market share through targeted investment and our objective continues to increase market share.

Which market changes and challenges have the company faced and overcome in the past five years, and which challenges do you anticipate for the next few years?

With volatile market conditions and increased legislation impacting world tobacco volumes we are stepping up our activities in next generation products with new e-vapour launches in new and existing markets. We have just launched our new pod based vaping device myblu in Germany, which is the fastest growing segment in the vaping category.

What do you appreciate in having Hamburg as a location for your company? What would make this appreciation even greater – is there something you would like to change?

Hamburg has an exceptional pool of qualified and talented professionals with a good work ethic. Within Europe, you can’t beat German engineering and technology development.



Which characteristic do you value most in your employees?

It’s the ‘we can’ attitude!

Which principals, management tools or methods have you found useful for your work?

Empowerment and recognising that people grow by learning from mistakes.



Do you expect BREXIT to have an impact on your business?

Customs trade terms and conditions are still unknown but we have a team ready to be mobilised once signposts on this issue are clearer.

What do you particularly like about Hamburg? Is there something you look forward to when you return to Hamburg after a longer stay abroad?



I love how green Hamburg is and the fact that people use bicycles as their main mode of transport.



PRASAD PRAVIN

Pravin Prasad, CFO of Reemtsma Cigarettenfabriken GmbH in Hamburg, has notched up almost two decades of experience in the international cigarette and tobacco business working for Imperial Tobacco (IT). He started his career in 1999 at IT in Australia, moved to New Zealand then back to Australia in 2009 before moving to IT's European subsidiary Reemtsma in 2012. In September 2015, Pravin Prasad was appointed CFO and member of the Reemtsma Board of Management.

Pravin Prasad has a BA (Hons) from the University of Central England and is CPA / Australian Member of the Society of Certified Practising Accountants and FCCA / UK Member of Chartered Certified Accountants.

Where do you consider home?

I was born in India, grew up and educated in the UK. But I would love to settle down with my family in Sydney, Australia where I chose to migrate to.



Apart from Hamburg, which are your three favourite cities worldwide?

Sydney, Queenstown (New Zealand), London.



Your job is very time-consuming ... What is your idea of a perfect weekend without work?

Spending time with family and watching a good movie.

What drives you? What provides you the motivation to keep on going and developing your business?

The people who I work with are great and that itself is a motivation to develop and make our business a success.



You have one wish. What do you wish for?

Good health for my family.

Is there anything that has truly scared you?

Public speaking, but over time with practice and experience this has become much better.

Any advice for people embarking on a career while in their twenties?

Be flexible, take a risk by trying out something new and be prepared to leave your comfort zone. Being internationally mobile will not only help you grow as an individual, it also provides great career opportunities.





The Ambassador of Estonia, H.E. Dr Mart Laanemäe – a scientist with a PhD in chemistry from Stuttgart University – joined the diplomatic corps in 1996 and has been ambassador of the Republic of Estonia to the Federal Republic of Germany since 2016.

“Estonia has probably the most advanced digital society in Europe today.”

*The Republic of Estonia, which is celebrating its centenary this year, has come a long way from the agricultural society of the past. His Excellency **DR MART LAANEMÄE** describes what makes his country one of Europe's digital leaders.*

Interview: **Tino Barth** Photos: **Mohamed El-Sauaf**

Excellency, just like this year's partner country of the ITB Berlin, Mecklenburg-Vorpommern, Estonia can also score with breath-taking landscapes at the Baltic Sea. Which tourism highlights in your country can you personally recommend and how has tourism changed in recent years?

This year there are many events all over the country to celebrate the hundredth anniversary of the Republic. Exploring Estonia is easy with fast public transport, good roads as well as bicycle and hiking paths. You can always find something interesting, either nature or culture or both. Good food and good music are available everywhere. Half the country is forest where you are still online over the cellular data network.

The islands are very special. There are over 2000 and if you want to visit many of them you can rent a yacht. Six bigger islands have regular boat connections; all have their own history and culture. You can attend fantastic summer concerts on Naissaar, a short boat ride from Tallinn. On the biggest island, Saaremaa, the Kaali meteor crater is worth visiting anytime, but especially if there is a concert there. The island of Hiiumaa has unspoiled nature and a great summer restaurant with tasty smoked flounder at Kalana, which for most Estonians is the farthest point in the country. If you stay up long enough, you will see amazing sunsets during the white summer nights, when Estonia has up to 19 hours of daylight.

The most important development in recent years is the constant growth of overnight stays by tourists. We hope the people who come for a day trip from Helsinki or Stockholm or with a cruise ship come back for more and stay longer.

After regaining independence in 1991, a year later, the constitution, turning your country into a parliamentary democracy, followed. What changes has your country made during the last 25 years?

Estonia has achieved the main goals of the founders of the Republic 100 years ago – we are a relatively wealthy developed country, per

capita in the middle of the G20 and with a seat at every table where the business of Europe is decided (e.g. UN, EU, NATO, Eurozone, OECD, Council of Europe, OSCE, WTO). The rule of law is paramount; the courts are independent and function very well. Transparency International puts Estonia on the same level with France, Uruguay and Japan on their corruption index.

Democracy means that of the many political parties who have been elected to parliament, six have participated in the various government coalitions over the years and each has provided at least one prime minister. There is almost no government debt because Estonians believe you should only spend the money you earn. The economy is diverse and modern, health care is good, the air and water are clean and life expectancy has never been this high. Above all, Estonia has probably the most advanced digital society in Europe today – everybody uses digital services – and this is the key to success in the future.

Among other things, like the Soviet occupation before 1991, about a quarter of your population is still Russian-speaking.

The integration of this group is an important but also sensitive topic. What measures do you take to ensure this process?

Estonia and Russia are neighbours whose political border has not moved much during known history, because is mostly water; the land border today is 160 kilometers long. Estonians, Russians and many other nationalities have always lived on both sides of the border and moved back and forth. Many prominent people in one country were

born in the other. Before the Russian Revolution, some of my ancestors lived in St. Petersburg, which in the 19th century was the city with the most Estonian inhabitants in the world and was an important centre for Estonian culture and politics. With the founding of the Republic in 1918, all the inhabitants of Estonia became equal citizens and national minorities gained the right to cultural autonomy. These rights still exist today.

Estonian society will always have members who prefer to speak another language such as Russian at home or at work. Many of →



“We lead Europe in internet freedom and cybersecurity.”

them identify themselves with another nationality, for example, Ukrainian. There is a Russian-language state school system with good schools, which help to keep Estonia in the top 5 worldwide in the OECD's PISA tests. Some Estonian authors write in Russian, their books are published and also translated. There are Russian-language private and public media. What the government has been doing in recent years is to strengthen public television in the Russian language so viewers can receive information about Estonia and the world, which they would not get from TV programs made in Russia. German broadcasters, especially Deutsche Welle, have been excellent partners in this effort. The e-government is available in Russian (and English).

Since 2004, Estonia has been a member of both the EU and NATO. In addition, your country held the EU Council Presidency in the second half of 2017. What advantages and disadvantages has the EU brought to Estonia in recent years?

The European Union has helped to make Estonia a success and Estonia wants the EU to be successful. Estonia is now part of the largest and richest single market in the world. Before joining, we thought we were doing very well already, but literally the day we joined our economy began to accelerate at an unbelievable rate, for example, trade increased by 20 percent. EU structural funds have helped us make up for the years we lost to communism, we have begun to invest them in human infrastructure rather than concrete and, we believe, we will be able to contribute to the success of the EU more and more in the future.

Due to the geopolitical situation between East and West, the location of Estonia is of great military importance, both for the United States of America as a NATO partner, and for Russia as

a direct neighbour state. How do you see the role of Estonia in this ongoing conflict?

Estonia's location means being the subject of many conflicts between nearby large states and the last thing we want is another such geopolitical conflict in our region. We want to maintain the security we have in Europe today. Security is indivisible and all of the world should be secure, so Estonia has actively contributed to security worldwide for decades. We must continue our efforts in international diplomacy. Estonia also needs to have an appropriate level of military force for defence, this we organize together with our NATO allies.

Financial services, transport and logistics, telecommunications, tourism, trade, and the real estate and construction sectors are among the most important parts in Estonia's liberal economic policy. On the other hand, Estonia is also considered as a digital pioneer state in Europe. What role does digitization play in the individual economic sectors?

Digitalization makes life easier for everyone. Estonia is a land of small and smaller enterprises, which produce all sorts of machines and equipment for export. Digitalization is an advantage for them. They can use cheaper bookkeeping, banking and many government services. The broadband network needs to be finished. For government digital services, the 4G network that covers the country is sufficient.

Government services are very important. One of these is the fact that every Estonian resident has a digital identity and a digital signature is equivalent to a physical signature. The only things you have to do in person are marriage, divorce and buying/selling real estate. People who want to do business in Estonia can apply for an e-residency card, which offers all these benefits. Estonia leads the world in internet freedom, but a free internet needs excellent protection. Estonia also leads Europe in cybersecurity.

EVENT TIP

DIPLOMACY & BUSINESS

Business Club is hosting an exclusive dinner event with His Excellency Dr. Mart Laanemäe. Topics will include German-Estonian business relations, digitalization and cybersecurity as well as education and the investment friendly tax system in Estonia.

Tuesday, October 9th, 7pm
Business Club Hamburg
Elbchaussee 43
22765 Hamburg



H.E. Dr Mart Laanemäe, shown here at the Estonian Embassy in Berlin, is proud to be celebrating the republic's centenary this year.



*Nur 1 Stunde von Hamburg, direkt am Meer,
eines der schönsten Luxusresorts Europas.
Prämierter Wellness & Spa, ausgezeichnete Cuisine,
54 Suiten & Zimmer auf 75 ha.*

Ruhe, Weite & Meer.



To mark the EU Council Presidency in 2017, the Estonian embassy received this bicycle as a symbolic gift.

Another service is all kinds of information servers. For example, agriculture is more efficient because every tractor and combine is online and uses state provided electronic maps. Legislation is the most important; for example Estonia already has laws for self-driving cars and so on. You can do anything digitally in Estonia, so digital is crucial for business. Of course, it is important for all these companies to be included in the digitalization of European industry (e. g. Industry 4.0) and so far it has been successful. Here large manufacturing countries like Germany have taken the lead and our companies have followed suit.

In terms of foreign trade, your country cooperates above all with Russia and the EU Member States, to which it mainly exports wood, metal and textiles. In addition, Estonia offers good investment conditions for foreign companies. What do these look like in detail?

Estonia has a diverse economy. Nearly half of Estonia's exports are various kinds of machines and electrical equipment, produced by many small enterprises. Wood and wood products are important. Estonia is no longer a cheap labour economy. Our advantage is a skilled population, digitalization and good conditions for doing business. Estonia's main investment incentive is the ease of doing business, thanks to digital services. The tax system is simple and enterprises pay income tax when the profit is paid as a dividend, which encourages investment – if you re-invest your profit, it means you defer the tax until you take out a dividend.

Estonia's economy is one of the EU's most energy-intensive and strives for the greatest possible energy independence from Russia. 80 percent of primary energy production is still generated from domestic oil shale. Which current projects in the field of renewable energies could help in this case in the future?

Estonia has no problems with European climate goals, but energy use is high. The computers that a digital society needs use a lot of energy, but the main reason is heating during the long, cold winter. Programs to improve old buildings are reducing energy loss. Estoni-

an cities rely on district heating and the power plants are able to burn different types of fuel. The use of biomass and wind energy is increasing, as well as cleaner burning of fuel. Electricity can sometimes be an efficient way to transport energy, but burning oil shale is a temporary solution. Estonia has to increase renewable energy and be connected to European electricity grids; already today we can buy electricity from Scandinavia.

Estonia enjoys a good international reputation, especially in the field of higher education. The University of Tartu, the Tallinn University of Technology and the former College of Education renamed "Tallinn University" in 2005 are excellent examples of this. On the other hand, many young, well-educated academics are leaving. How does your government want to counteract this trend?

Estonia is an integral part of the Baltic Sea region and has particularly close links – including digitally linked e-government – to Finland, just 80 kilometers across the water. Many people work for the same international company in different countries of the region, and especially those people who work in Finland tend to commute back and forth and keep their homes in Estonia. Historically, Estonia has always been an open country. Many people have come to Estonia and many people have left and come back. Two important examples: 500 years ago it was the artist Michel Sittow, in our lifetime the composer Arvo Pärt. The government has to keep Estonia an attractive place to live and work. Today, more people are coming than leaving.

Estonia has an internationally oriented, diverse and vibrant cultural scene. For example, the capital Tallinn together with Turku in Finland has been European Capital of Culture in 2011, and there is also a common German-Estonian cultural history over 700 years. Which current cultural projects would you like to highlight?

Estonians like to be very musical, but we love theatre the most, and our larger theatres even offer translations, so visit any theatre! Often you don't need to understand the language. Larger theatres have surtitles. You can even see Estonian theatre productions in Germany organized by German theatres!

This year there will be a large number of concerts in Germany – for example, the Konzerthaus in Berlin has chosen many different artists to present this year. In May this year, Estonia is featured at the "Nordischer Klang" music festival in Greifswald and in July at the Rudolstadt festival in Thuringia. But, as I said, this is the year to visit Estonia because there will be events taking place everywhere throughout the year.

This interview was kindly provided by *Diplomatisches Magazin*, a Berlin-based monthly journal for the international diplomatic community.

ESTONIA

Official name: Eesti Vabariik (Republic of Estonia)

Capital: Tallinn

Area: 45,227 km²

Population: 1.3 million

Population density: 29 inhabitants per km²

Official languages: Estonian, Russian as common language

Government: Republic, parliamentary democracy

Head of state: President Kersti Kaljulaid

Head of government: Prime Minister Jüri Ratas

National anthem: Mu isamaa, mu õnn ja rõõm

MS EUROPA 2

DIE GROSSE FREIHEIT.

**500 GÄSTE,
UNENDLICH VIEL
FREIRAUM.**

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



HAPAG ¹⁸/₉₁ LLOYD
CRUISES



Magenta, malachite and leopard: the clashing colours in the bar sum up the club's eclectic style.



A photograph of a bar interior. The backbar is decorated with a green and white patterned wallpaper. The bar counter is blue. In the foreground, there are three purple bar stools. The floor is covered with a patterned carpet. The overall atmosphere is vibrant and stylish.

STACKS OF COLOUR AND STYLE

*From beginnings beset with disaster, **THE STACK** in Cape Town rose from the ashes to make a formidable comeback and is now one of the most vibrant venues in the city with an award-winning brasserie.*

Text: **Fiona Sangster**

“The Stack was born on a fragrant afternoon in the monsoon season during a vacation in Sri Lanka”, recalls Nigel Pace. The rain poured outside and the gin flowed inside, opening up blue-skies thinking and visions of a stylish club, a special space where like-minded, fabulously interesting people could come to share their love of all things fine. It would be a club that was quirky and authentic, a contemporary oasis unlike anything else in the city.

It was several years before Nigel and his wife, Sarah Ord, found the ideal location for their vision in the form of Leinster Hall in Cape Town, a graceful white Georgian building ornamented with intricate Victorian latticework, built in 1855 for a wealthy landowner and previously occupied by another private members’ club. The new club, named The Stack, merged the couple’s talents, with Pace bringing twenty years of experience in the hospitality industry and Ord, an acclaimed interior designer, applying her unique creative vision to create the eclectic interiors charged with unconventional glamour and lush colour. The contrast between the very formal building and the riot of colours and patterns inside is nothing short of electrifying.

Six days after the opening in 2015, disaster struck: a devastating fire swept through the top floor of the building, destroying antique furniture, hand-picked accessories and moulded ceilings. As they watched the labours of months go up in

smoke, Pace and Ord vowed to carry on. They flatly refused to be deterred by this setback, and spent the next few months negotiating and raising capital to buy the property with shareholders. The couple rebuilt and refurnished Leinster Hall and reopened to great acclaim in at the beginning of June 2016.

Situated in one of Cape Town’s leafy neighbourhoods and on the lower slopes of Table Mountain, The Stack boasts a magnificent location with spectacular views of the surrounding crags. Cape Town has experienced an incredible resurgence in recent years, with a great choice of restaurants, galleries and shops all reflecting the city’s unique blend of cultures. In this melting pot, The Stack is the perfect embodiment of the city’s spirit: part exclusive private members’ club, part stylish, open-to-all, informal meeting place. “We have a relaxed vibe here; we don’t do suits and ties, in fact, not anywhere in Cape Town, but particularly not at The Stack”, says Nigel Pace.

Walk past the fountain at the entrance, enter the club and you step into a world that melds old-school elegance with a riot of joyful colour and beautiful details that reference South African culture. Thick leopard skin carpets, chairs upholstered in eccentric abstract patterns, sparkling chandeliers and hand-picked art on the walls all contribute to the exciting ambience.

The Stack is divided into two areas: everything downstairs is open the public, while the top floor is reserved for the private members’ club. The ground-floor restaurant and bar are →



Eccentric, sophisticated and ingenious: the members’ lounge on the first floor is a kaleidoscopic experience.



The beautiful Victorian latticework.



Tasty snacks served at the bar.



A verandah with a view.



-10%
AUF VIP TICKETS*

www.europeanopen.com/tickets
Gutschein Code: club! Leser

PORSCHE EUROPEAN OPEN

25. - 29. JULI 2018
GREEN EAGLE GOLF COURSES
HAMBURG | DEUTSCHLAND



WWW.EUROPEANOPEN.COM

— TITLE SPONSOR — — PREMIUM PARTNER — — PROMOTER — — VENUE — — TOUR —



PORSCHE DESIGN
TIMEPIECES



*AKTION GÜLTIG BIS 01.05.2018 | PORSCHE EUROPEAN OPEN HOTLINE: +49 151 576 974 42 | 4SPORTS PRODUCTION GMBH, CHAMERSRTASSE 176, CH-6300 ZUG

very popular with locals, and the brasserie has established a reputation as a place to enjoy great food with a focus on French cuisine, delicious vegetarian options and desserts with a twist. The service is professional and also very knowledgeable about the stellar wine list. The Stack bar is designed as a refuge from the busy outside world with a strong emphasis on conviviality. Members and locals come here for the excellent cocktails, including the club's signature drink, The Stack: "It's a smart gin and tonic with a twist. We use our own rosemary-infused gin, homemade lavender syrup and a secret ingredient to give it the pink colour. It has quite a reputation in the city!"

The exclusive heart of The Stack beats on the first floor, which houses the private club rooms. The members' bar, lounge and verandah continue the eclectic decor of the downstairs spaces, with choice artworks, inviting cosy corners and the brilliant colours that are The Stack's signature style. Members also have use of meeting suites, charmingly called The Huddle Room and The Cuddle Room, which are ideal for intimate gatherings or as an office away from the office. Other membership perks include a concierge service, free limousine transfer to and from the club within 10km, and shopping discounts for many luxury brands. Stack members are also

entitled to bring along a party of three additional guests to the club.

The club's membership has been growing steadily since it opened two years ago. Originally the majority of members were from the hospitality industry, but this focus has gradually broadened, with many new members coming from the creative and diplomatic sector. The average age of the club's members is between 30 and 45, making for a relaxed and informal atmosphere.

The Stack offers a select programme of regular events that includes Stacks Swig, a drinks-related series that includes wine events, tastings and the annual Whisky Braai, where whisky brands offer tastings while the chefs cook up a barbecue – called a braai in South Africa – outside on the terrace. There are also Exchange events, where the club invites members who have an interesting story to tell.

The Stack does not yet offer accommodation, as the building is too small, but there is a reciprocal agreement and special rates for members with the Mount Nelson Hotel just across the road. The Stack has keys to the side entrance, so members can stroll over after an evening at the club.

Pace's favourite spot in the club is the terrace: "With a stunning view of the mountains and surrounded by lush vegetation and the promise of fine dining, there are few finer places in Cape Town to relax and enjoy breakfast, lunch or possibly even a Stack cocktail as the sun goes down!" From disaster to triumph: this is definitely a club with all the odds stacked in its favour!



Nigel Pace, one half of the husband-and-wife team behind The Stack.



A cocktail-lover's dream come true: The Stack Bar.

The Stack

Leinster Hall
7 Weltevreden Street
Cape Town
Tel: +27 21 2860187
ask@thestack.co.za
www.thestack.co.za

THE PARTNERS OF BUSINESS CLUB HAMBURG

Business Club Hamburg is proud to have reciprocal affiliations with clubs around the world where our members can enjoy the use of excellent facilities. The following clubs look forward to welcoming you:

Pacific City Club Bangkok
www.pacificcityclub.com

Capital Club Dubai
www.capitalclubdubai.com

National Liberal Club London
www.nlc.org.uk

Club de Bâle Basel
www.clubdebale.ch

Wirtschaftsclub Düsseldorf
www.wirtschaftsclubduesseldorf.de

House17
www.house17.lu

Havanna Lounge Bremen
www.havannalounge.de

The Royal Scots Club Edinburgh
www.royalscotsclub.com

Capital Club East Africa Nairobi
www.capitalclubea.com

Capital Club Bahrain
www.capitalclubbahrain.com

Airport Club Frankfurt
www.airportclub.de

Prague Business Club
www.businessclub.cz

The Stack
www.thestack.co.za

Capital Club Lagos
www.capitalclublagos.com

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

Union League Club of Chicago
www.ulcc.org

Club International Leipzig
www.club-international.de

Haute Zürich
www.haute.ch



Enjoy responsibly - www.massvoll-genießen.de



FONDÉ  EN 1743

MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE



SUCCESS IS A MATTER OF STYLE

| MS EUROPA 2 |

DIE GROSSE FREIHEIT.

DIE SCHÖNSTEN ORTE VERSTECKEN SICH OFT IN DEN ENTLEGENSTEN WINKELN DES OZEANS.

Auf Ihrer Reise mit dem laut Berlitz Cruise Guide 2018 besten Kreuzfahrtschiff der Welt kommen Sie dort an, wo andere nicht hinkommen. Erleben Sie kleine Buchten und einsame Inseln hautnah. Genießen Sie legeren Luxus und magische Augenblicke an exotischen Stränden. Fernweh geweckt? Besuchen Sie uns auf hl-cruises.de/auszeit



HAPAG ¹⁸/₉₁ LLOYD
CRUISES