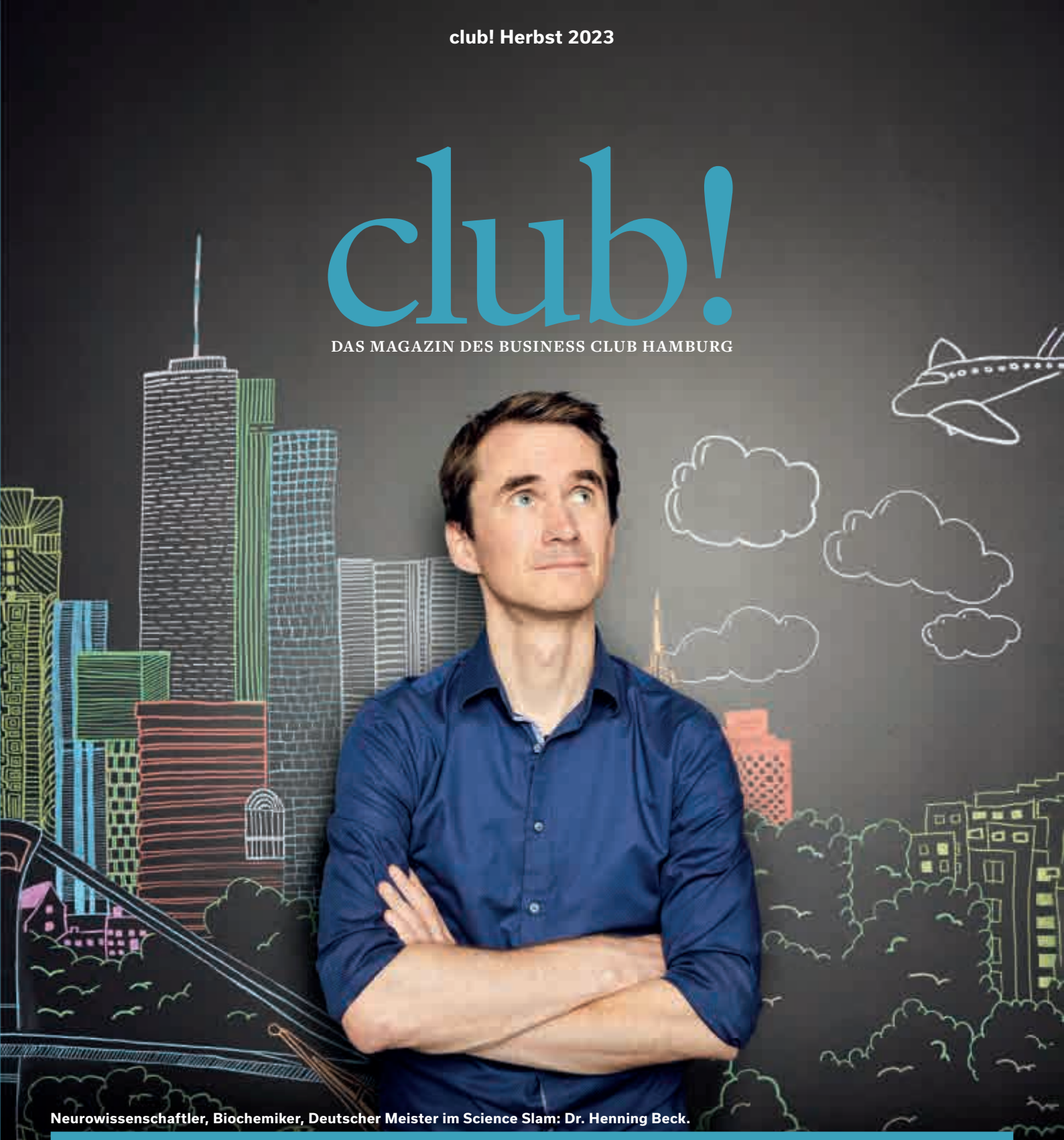
club!

DAS MAGAZIN DES BUSINESS CLUB HAMBURG



Neurowissenschaftler, Biochemiker, Deutscher Meister im Science Slam: Dr. Henning Beck.

HAMBURG DENKT NEU

STARKE IDEEN FÜR EIN LEBENSWERTES MORGEN

Interview HIRNFORSCHER HENNING BECK ÜBER ANGST, LUST AUF ÜBERRASCHUNGEN UND WO KI SCHON HEUTE HILFREICH IST Wissen ZUKUNFT WIRD AUS MUT GEMACHT Partnerclub CITY CLUB OF GREENVILLE Genuss HIMMLISCHES MENÜ MIT DEM MICHEL-PASTOR

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
Hammerbrookstraße 93
20097 Hamburg
Telefon: +49 40 25 33 58 05
E-Mail: info@ae-media.de
Internet: www.ae-media.de

Chefredaktion:
Andreas Eckhoff, Achim Schneider

Art Direction:
Nathalie Sodeikat;
Nguyet Cu (Layout)

Chefreporterin:
Martina Goy

Redaktion und Autoren:
Jonas Braun, Detlef Gürtler, Alexandra Maschewski, Lena Johanna Philippi, Gisela Reiners, Fiona Sangster, Dr. Martin Tschechne.

Fotos Business Club Hamburg:
Martina van Kann, Fabijan Vuksic

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

Auflage:
11 000 Exemplare

TITELFOTO: FABIJAN VUKSIC; FOTOS: VAN KANN

BUSINESS CLUB HAMBURG

Peter Richard Stoffel
Geschäftsführender Gesellschafter
Business Club Hamburg

Heute handeln für ein glückliches Morgen

Ich möchte mit einem positiven Gedanken starten: „Never waste an opportunity offered by a good crisis." Die Herausforderungen für Staat und Gesellschaft waren lange nicht mehr so groß und vielfältig. Gleichzeitig liegt in der Krise auch die Chance zur Veränderung. Politisch erweitert sich durch Krisen der Spielraum für Lösungen, sofern die zugrundeliegenden Probleme gesellschaftlich als solche anerkannt werden. Insofern bin ich optimistisch und wünsche allen Beteiligten Mut zum Erfolg. Gleichzeitig wollen wir – gerade auch in Krisenzeiten - den Blick auch nach vorn in die Zukunft richten.

Wir haben uns für die Titelgeschichte auf die Suche nach zukunftsweisenden Hubs, Start-ups, Thinktanks und klugen Köpfen gemacht, die heute bereits über das Leben von morgen nachdenken. Dabei haben wir festgestellt, dass Hamburg über eine starke innovative Kraft verfügt, die Mut macht für ein Leben in der Zukunft. Auch Hirnforscher Henning Beck ist ein Mutmacher: Im Interview erklärt der renommierte Wissenschaftler, wie man am besten mit dem Thema Künstliche Intelligenz umgeht und dass die Menschen keine Angst vor Veränderungen haben, sondern Neuerungen positiv gegenüberstehen sollten.

Aufgeschlossen für Neues ist auch Michel-Pastor Alexander Röder – besonders gern, wenn's um die Kunst des Kochens geht. Mit Chefkoch Nils-Kim Porru hat der Gourmet an seinem Arbeitsplatz asiatisches Bao Bun zubereitet.

In diesem Sinne viel Freude beim Lesen,

Peter Richard Stoffel

Die Zukunft beginnt jetzt
Hamburg ist eine Top-Adresse in der Forschungswelt. Wie DESY und Co. die Stadtentwicklung beeinflussen. **14**

INHALT

Look & Feel

03 **Editorial**
Heute handeln für ein glückliches Morgen

06 **Norbert Aust im Strandkorb**
Unternehmer, Kulturschaffender, Präses der Handelskammer: Norbert Aust hat bei der Arbeit stets die Hamburger Wirtschaft im Blick. Sein Credo: Je besser es der Wirtschaft geht, um so lebenswerter ist die Stadt.

TITEL
Was macht unser Gehirn mit den Anforderungen an eine moderne Welt? Sind es alte Verknüpfungen, denen Entscheidungen zugrunde liegen oder entwickeln sich neue Verbindungen? Prof. Henning Beck hat vorgedacht.

08 **Im Club und unterwegs**
Besuch der Kunstausstellung von Henning J. Claassen; Deutsch-Dänischer Dialog zum Thema Klimaneutralität; PwC-Talk über die Regulierung von KI; Vortrag zu Social Media Strategien.

10 **Besichtigung des Brunsbütteler Hafens mit neuem LNG-Terminal**
Wie kommt das Flüssiggas aus aller Welt ins Hamburger Gasnetz? Mit Audi elbabwärts.

12 **Reise nach Berlin**
Spannendes Programm: Besuch im Bundestag, Vortrag beim Territorialkommando, Gespräche mit Politikern, Dinner mit dem türkischen Botschafter und exklusive Führung im Neuen Museum.

Titelthema

14 **Hamburg denkt neu**
Die Welt verändert sich rasant. Ist die Elb-Metropole dafür gerüstet? Entscheider aus Forschung und Technik sowie Innovationsforscher Prof. Tim Schweisfurth geben eine Antwort: Hamburg handelt für morgen.

24 **Interview**
Prof. Henning Beck hat in San Francisco Start-ups beraten. Der Hirnforscher hat sich auch mit der Motivation für Stadtentwicklung beschäftigt.

28 **Meinung**
Clubmitglieder zum Thema „Hamburg denkt neu".

FOTOS: FABIJAN VUKSIC, MARTINA VAN KANN, ISTOCK.COM/THINKHUBSTUDIO

Götterspeise
Pastor Alexander Röder am Herd mit Chefkoch Nils-Kim Porru. **52**

Kunstsammler
Er sammelte, was ihn bewegt. Nun stellt Henning J. Claassen aus. **8**

Kolumne

30 **Gürtlers Grütze**
Wieviele Menschen verändern tatsächlich mit einem neuen Gedanken den Lauf der Welt? Und ist es nicht manchmal besser, alles beim Alten zu belassen? Unser Kolumnist hat darauf eine Antwort gefunden.

Wissen

32 **Sprung ins Ungewisse**
Neben einigen anderen Voraussetzungen gehört auch Mut dazu, Unternehmer zu sein. Die gute Nachricht: Es gibt aktuell mehr junge Menschen, die diesen Mut haben.

36 **Meinung**
Clubmitglieder zum Thema „Mut"

Special

38 **Nachhaltiges Einkaufen**
Lieferketten werden zunehmend globaler. Das betrifft auch den Einkauf. Das weltweit tätige Beratungsunternehmen H&Z Group hilft mittelständischen Unternehmen, diese Herausforderungen erfolgreich zu meistern.

50 **Digitalisierungsstrategien**
Welche Cloud ist für welches Unternehmen die richtige und dazu ökologisch nachhaltig? bluplanet ist der führende Reseller für Salesforce und bietet besonders dem Mittelstand Lösungen für die Digitalisierung.

club!-Member

42 **Menschen und ihre Geschichten**
Bildungsfachmann Thomas Birkhahn hilft dem Pulverfass. Personalberaterin Tania Venema hilft Führungskräften. Medienprofi Borris Brandt hilft Hamburg 1 und Lifestyle-Manager Stavros Frantzis hilft der Kunst.

Gourmet & Genuss

52 **Teigtaschen aus dem Michel**
Er kocht alles gern: Michel-Pastor Alexander Röder zaubert mit Chefkoch-Hilfe Bao Bun in der Kirche.

58 **Thorsten Buck bittet zu Tisch**
Für aus der Zeit gefallene Dinge hat er ein Faible – wenn sie noch funktionieren. So wie die analoge Porsche-Uhr und oldfashioned Partystühle im Büro.

English Lounge

61 **15 questions for Alan Gilbert**
In a regular series we ask executives about success, the challenges for the future and what Hamburg means for them.

64 **Partner Clubs**
The City Club of Greenville is a club in South Carolina, where the tribute to past meets modern ambition.

Service

03 **Impressum**
40 **Die Partner des Clubs**

NORBERT AUST PLANT SEINEN WINTER

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 nahe Zukunft besprochen.*

Man sieht ihm das Alter nicht an: Norbert Aust hält sich mit dem Fahrrad fit. Das Fahren mit dem Bike entlang des Alsterwanderwegs in die City bezeichnet er als „mein notwendiges Ertüchtigungsprogamm".

„Ich bin ein Egoist. Ich arbeite nur für mich, für meine Familie und für die Stadt, in der ich lebe."

Norbert Aust, 80, ist als erfolgreicher Unternehmer und Kulturschaffender bekannt. Gemeinsam mit Corny Littmann gründete er die Schmidts Tivoli GmbH. 2017 gab er die Geschäftsführung an seine Tochter Tessa ab. Seit 2020 ist er Präses der Handelskammer Hamburg.

„Mein Leben wird derzeit überwiegend durch die Arbeit bei der Handelskammer bestimmt. Wir befinden uns in schwierigen Zeiten. Nach der Pandemie sind viele Unternehmen immer noch dabei, in die richtige Spur zu kommen. Außerdem trifft der russische Angriffskrieg auf die Ukraine Hamburg als größten Außenhandelsstandort der Bundesrepublik besonders hart. Der grausame Terrorangriff der Hamas auf israelische Zivilisten hat den neuesten Brandherd im Nahen und Mittleren Osten entzündet, der uns als Wirtschaft und Gesellschaft zutiefst beunruhigen muss. Die neue globale Lage erfordert es, neue Handelswege zu erschließen und sich widerstandsfähiger gegen Störungen in den Lieferketten aufzustellen. Das ist Teil eines neuen Außenwirtschaftskonzepts, welches die Kammer in Kürze vorstellt. Ein besonders wichtiges Thema ist natürlich die Klimawende. Wir wollen als Handelskammer Vorbild und Impulsgeber in Sachen klimaneutrales Wirtschaften und Klimaanpassung sein. Dafür erarbeiten wir gemeinsam mit der OECD eine umfangreiche Studie, wie wir in einer Metropole wie Hamburg die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft stärken und sie gleichzeitig bis 2040 klimaneutral gestalten können. Ende Januar werden wir die Ergebnisse präsentieren. All diese Projekte entsprechen unserer Standortstrategie 'Hamburg 2040: Wie wollen wir künftig leben - und wovon?' Es steht viel an in 2024. Von Januar bis Februar finden die Wahlen für das neue Handelskammer-Plenum statt und ich möchte unsere 180 000 Mitglieder motivieren, sich zu beteiligen. Privat liegen mir zwei Projekte besonders am Herzen: Das Kindermuseum KL!CK, das in Osdorf beheimatet ist und eine neue Dependance in der HafenCity erhält. Außerdem engagiere ich mich schon länger für die Realisierung einer Musikhalle für Hamburg mit 5000 Plätzen. Genau die Größe gibt es in Hamburg bisher nicht. Von all diesen für mich wichtigen Projekten nehme ich mir demnächst eine kurze Auszeit. Ich werde mit meiner Frau etwas Sonne tanken in einer ruhigen Ecke auf Mallorca.

FOTO: FABIJAN VUKSIC

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 Wohlgefühl.

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

GUT KADEN | Tel +49 (0) 4193 99 29-0 | www.gutkaden.de

Begeisterter Sammler und exzellenter Kunstkenner: Henning J. Claassen präsentiert den Gästen eine Auswahl der Kunstobjekte seiner Ausstellung.

DIE KUNST, KUNST ZU PRÄSENTIEREN

Lange hat er nach dem richtigen Objekt Ausschau gehalten. Nicht etwa nach dem ultimativen Kunstobjekt. Nein, Henning J. Claassen war auf der Suche nach einem perfekten Raum, in dem er seine lebenslang gesammelten Kunstschätze präsentieren konnte. Dass er jetzt angekommen ist, davon konnten sich die Gäste ihr eigenes Bild machen. Der Unternehmer hatte zum Besuch seiner 2022 in Lüneburg eröffneten Galerie eingeladen. Zum Apéritif gab der Gastgeber einen mit Anekdoten gespickten Einblick in sein 50 Jahre andauerndes Sammlerleben. Auf den vielen beruflichen Reisen wurde er von der Kunst inspiriert und begann sich für zeitgenössische Kunst zu interessieren. „Ich habe auf jedem Kontinent Bilder und Skulpturen“, erzählte Claassen. Besonders stolz ist er auf das Bild Sommer & Winter von Paul Wunderlich. Es ist eines der ersten seiner Sammlung.

Rund 120 Exponate hat Henning J. Claassen in seiner Galerie ausgestellt. Zur Sammlung gehören zeitgenössische Gemälde, Figuren und Skulpturen.

FOTOS: FABIJAN VUKSIC, MARTINA VAN KANN

ERFOLGREICHE SOCIAL MEDIA-STRATEGIE

„Unternehmen kommen nicht an Social Media vorbei. Doch gerade bei der älteren Generation von Unternehmern ist es schwierig, eine durchgängige Social-Media-Strategie durchzusetzen“, sagt Daniel Mundt von der a+s DialogGroup. Dabei nutzen laut Umfragen 85 Prozent der über 18-Jährigen Deutschen Social Media. „Lustige Filmchen sind heute beliebt, sie müssen jedoch Werte und Autenzität vermitteln.“ Mit „IT-Praxis Dr. Bauer“ hat sein Team ein erfolgreiches Video-Format geschaffen, das auf lustige Art Content und Autenzität verbindet. „Aber“, warnt der Experte, „um erfolgreich mit Social Media zu sein, muss ein Unternehmen seine eigene Strategie entwickeln, sonst geht der Schuss genauso schnell nach hinten los, wie er bei uns zum Erfolg geführt hat.“

Daniel Mundt (Geschäftsführender Gesellschafter) und Keyvan Azh (Onlinemarketing) stellten ihr erfolgreiches Social-Media-Konzept vor.

DEUTSCH-DÄNISCHER DIALOG ZUR KLIMANEUTRALEN STADT

Norddeutsche Vertreter aus Politik und Wirtschaft trafen sich im Club mit den wichtigsten Akteuren des „Project Zero“ aus dem dänischen Sønderborg. Das „Project Zero“, das die Kommune in Zusammenarbeit mit dem dänischen Technologiekonzern Danfoss entwickelt und umsetzt, hat zum Ziel, bis 2029 vollständig CO_2-neutral zu sein. Gastgeber Stefan König, (Geschäftsführer Danfoss Deutschland) betonte die Relevanz des Public-Private-Partnership-Modells für andere Städte, insbesondere in Norddeutschland. „Wir möchten unsere Erfahrungen teilen, um auch andere Gemeinden und Städte bei dem Erreichen ähnlicher Ziele zu unterstützen.“ Der Abend bot Raum für Diskussionen sowie den Aufbau von Partnerschaften und Netzwerken zwischen norddeutschen und dänischen Vertretern.

Stefan König (li.) und seine Gäste Kristian Haverkamp (Deutsche Energie Agentur), Erik Lauritzen (Bürgermeister Sonderborg und Joschka Knuth (Staatsminister Schleswig-Holstein)

MIT KÜNSTLICHER INTELLIGENZ AUF DER SICHEREN SEITE

Im Business Club diskutierten Robert Kilian (Experte für KI-Regulierung), Alois Krtil (Geschäftsführer ARIC) und Marina Tcharnetsky (Ambassador ARIC) darüber, wie viel Regulierung KI benötigt. Die Unternehmen müssen sich heute mit den strategischen Chancen und Risiken beim Einsatz von KI auseinandersetzen und es bedarf pragmatischer Lösungen, damit sie zukünftig wettbewerbsfähig sind. Tenor der Runde: Es müssen Standards geschaffen werden, die neben rechtlichen und technischen auch ethische und moralische Aspekte berücksichtigen. Wichtig sei, dass die Innovationskraft der Unternehmen nicht leidet.

Beim ersten PwC-Business-Frühstück diskutierten Marina Tcharnetsky, Robert Kilian und Alois Krtil (gr. Foto v. l.) über Regulierungsstandards beim Einsatz von KI in Unternehmen.

Für die Fahrt nach Brunsbüttel stellte Kooperationspartner Audi Hamburg die Fahrzeuge bereit. Besonders beliebt bei den Clubmitgliedern: die neuen e-tron-Modelle sowie das A5 Cabrio.

BRUNSBÜTTELER HAFEN MIT NEUEM LNG-TERMINAL

Das Thema Energieversorgung mit LNG ist in aller Munde. Auch bei den Clubmitgliedern. Einige von ihnen nutzten die Möglichkeit, sich im Brunsbütteler Hafen einen Einblick zu verschaffen, wie das mit dem Schiff angelieferte Flüssiggas aus aller Welt über das LNG-Terminal per Pipeline bis zum Knotenpunkt in Hetlingen gelangt, wo es ins Gasnetz verteilt wird. In nur acht Monaten wurde das LNG-Projekt mit Unterstützung der Bunderegierung auf die Beine gestellt.

Der Elbehafen, der von der SchrammGroup betrieben wird, dient zudem als flexibler Umschlagplatz für Massen-, Stück- und Schwergüter. In einer eigens gebauten Halle wird das Erz für den Kupferproduzenten Aurubis gelagert, das von zwei Binnenschiffen täglich die Elbe hinauf nach Hamburg gebracht wird. Der Dank der Teilnehmer galt der Gastgeberin Kim Christin Ahrens (klasse Führung), AUDI Hamburg (tolle Autos) und dem lieben Gott (herrliches Wetter)!

1

2

3

Mit Wissen und Charme unterhielt Kim Christin Ahrens die interessierten Besucher bei der Führung über das Hafengelände (1). PS-starke Kranwagen heben Container mit der Ladung auf Sattelschlepper, die sie zu ihrem Bestimmungsort bringen (2). Der Elbhafen in Brunsbüttel von oben. Vor dem Hafengelände liegt das LNG-Terminal, dass alle drei Wochen von Tankern mit Flüssiggas angelaufen wird (3).

EVENT TIPPS

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

BUSINESS CLUB HAMBURG

Dienstag, 14. November, 9 Uhr
Morning Briefing – Key Trends für Aviation, Defense & Space
Im Morning Briefing stellen Martin Kroell (Autoflug Group), Michael Santo (H&Z) und Steffen Wenzel (H&Z) aktuelle Trends im Bereich Strategy & Performance, Sustainability, Procurement und Transformation vor.

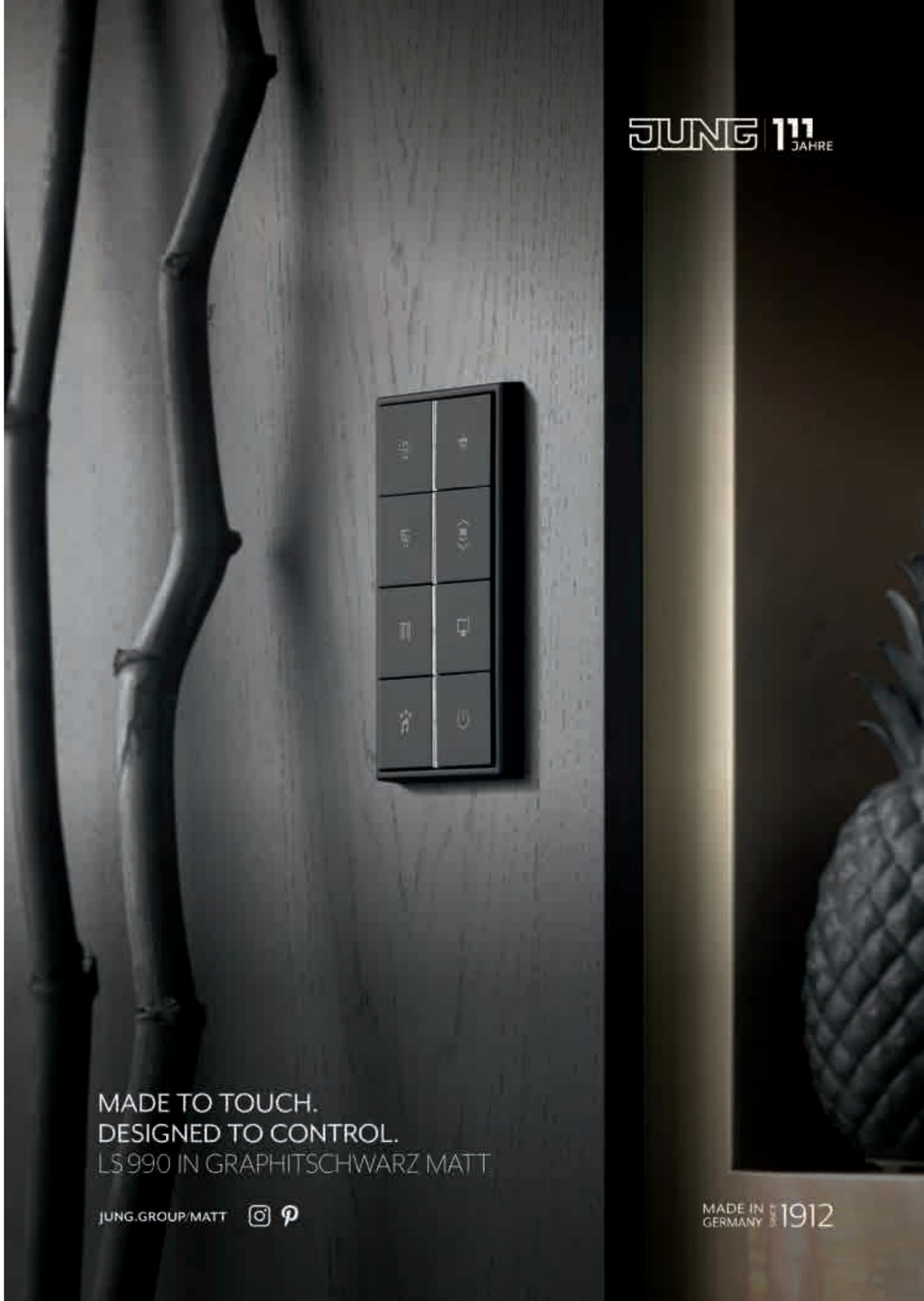
MORNING BRIEFING

Dienstag, 28. November, 9 Uhr
Arbeitsrecht: Risikominimierung bei Kündigung
Martin Krömer ist Fachanwalt für Arbeitsrecht. Beim Arbeitsrecht-Frühstück im Business Club spricht er über finanzielle und prozessuale Riskien, die sich für Unternehmen bei Kündigungen ergeben können.

Dienstag, 23. Januar, 9 Uhr
Künstliche Intelligenz verstehen und für sich nutzen
Sebastian Bluhm ist Geschäftsführer des KI-Unternehmens Plan D. Im Business Club spricht er über die Möglichkeiten, die Künstliche Intelligenz bietet und wie Unternehmen davon profitieren.

Donnerstag, 8. Februar, 18 Uhr
Exklusiv: Pianist Alexander Krichel gibt Live-Konzert im Club
Freuen Sie sich auf ein kulturelles Highlight: Star-Pianist und Rachmaninow-Experte Alexander Krichel spielt anlässlich eines Dinnerabends ein ausgewähltes Programm für die Gäste im Business Club.

FOTOS: ARCHIV, FABIJAN VUKSIC



Fotoshooting in luftiger Höhe: Das „Team Hamburg“ posiert vor der 23-Meter hohen Glaskuppel auf dem Dach des Reichstagsgebäudes.

FOTOS: ARCHIV

DIE MISCHUNG MACHT'S

Die Informationsreise Reise nach **BERLIN** *bot ein abwechslungsreiches Programm: Austausch mit Abgeordneten, Dinner beim türkischen Botschafter, Besuch des Territorialkommandos sowie der Usbekistan-Ausstellung im Neuen Museum.*

Text: **Achim Schneider**

Nach Istanbul und Budapest im Frühjahr ging es im September in die Bundeshauptstadt Berlin. Die bewährte Mischung aus direkten Gesprächen mit der Politik zu Themen der Wirtschaft, dem Besuch interessanter Unternehmen und das Kennenlernen der Stadt überzeugte die Teilnehmer auch diesmal.

Nach dem Begrüßungslunch mit Manfred Grund, dem mit 29 Jahren nach Wolfgang Schäuble und Peter Ramsauer dienstältesten Bundestagsabgeordneten, gab es ein spannendes Hintergrundgespräch mit dem Vorsitzenden des Wirtschaftsausschusses des Deutschen Bundestages, Michael Grosse-Brömer (CDU Hamburg-Harburg). Bei der Vielzahl der Themen und Problemstellungen überraschte es nicht, dass die Diskussion erst durch einen wichtigen Anschlusstermin beendet wurde. Am Abend ging es zum Dinner in die Residenz der türkischen Republik, zu der Botschafter Ahmet Basar Sen eingeladen hatte.

Der exklusive Besuch beim Territorialen Führungskommando der Bundeswehr (TFKdBw) war für alle ein besonderes Ereignis. Oberst i.G. Thorsten Alme (Chef des Stabes) erklärte in seinem informativen Vortrag die Bedeutung und Aufgaben der militärischen Operationszentrale. Deutschland fungiere als „logistische Drehscheibe“ für die Streitkräfte in Europa. Dabei übernimmt das TFKdBw die Koordinierung aller Kräfte, sowohl in Friedenszeiten als auch im Verteidigungsfall. Die Abwehr von Cyberangriffen, insbesondere auf die kritische Infrastruktur in Deutschland, ist eine der wichtigen Aufgaben. Zum Thema Cyberkriminalität in Unternehmen gab es im Anschluss von Wasilij Geist hilfreiche Informationen. Beim Besuch von Plan D präsentierte Firmengründer Sebastian Bluhm bereits heute verfügbare Optionen für den Einsatz von KI in der betrieblichen Praxis.

Eine Spree-Fahrt und der Besuch der Usbekistan-Ausstellung im Neuen Museum rundeten das Programm ab. Museumsdirektor Prof. Dr. Matthias Wemhoff, vielen bekannt aus der ZDF-Reihe Terra X, führte persönlich durch die Sammlung der archäologischen Schätze und begeisterte mit seinen humorvollen Erklärungen.

Exzellenter Kenner: Prof. Dr. Matthias Wemhoff, Direktor des Museums Vor- und Frühgeschichte, führte die Gäste persönlich durch die Usbekistan-Ausstellung.

Oberst i.G. Thorsten Alme (Territoriales Führungskommando) erklärte die Aufgaben des Operationszentrums der Bundeswehr (1). Der türkische Botschafter Ahmet Basar Sen (mi.) lud zum Dinner im seiner Residenz ein (2). Sebastian Bluhm (Plan D) sprach über Möglichkeiten für den Einsatz von KI (3).

club! – 02/23 **TITELTHEMA**

AUF NEUEN WEGEN IN DIE ZUKUNFT

Für ein lebenswertes Morgen werden heute die Weichen gestellt. Befindet sich **HAMBURG** *auf einem guten Weg? club! hat sich auf die Suche gemacht und herausgefunden, dass viele kluge Köpfe ein hohes Innovationspotenzial schaffen.*

Heute Vision, morgen Realität: Zukünftig werden wir vermehrt in vernetzten, energieeffizienten und mittels KI und digitaler Technik bedarfsoptimierten Räumen leben.

FOTO: ISTOCK.COM/THINKHUBSTUDIO

Ob Teilchenbeschleuniger (DESY), Nachhaltigkeit (CEN), Erregerforschung (CSSB), Klimaforschung (DKRZ), Maritime Supply Chain (Fraunhofer CML) oder die weltgrößte Informationsinfrastruktur für Wirtschaftswissenschaften (ZBW) – Hamburg ist eine Top-Adresse in der Forschungswelt.

Text: **Martin Tschechne**

Gute Idee sind eigentlich ganz einfach

„Retouren!“, sagt Aileen Schmuck, und das Ausrufezeichen ist zu hören. Retouren sind ein unangenehmes Problem überall, wo das Netz als Handelsplattform genutzt wird: Man bestellt sich drei Hemden, schickt zwei zurück, und die Logistik kann sehen, wie sie damit klar kommt: abholen, die Rechnungen rückabwickeln, die Ware wieder ins Lager bringen, prüfen, neu verpacken oder verwerten, ein endloser Aufwand von Zeit und Personal, endloser Ausstoß von CO_2. Wer in der boomenden Branche des E-Commerce damit befasst ist, könnte jeden Tag verzweifeln.

Die junge Frau in T-Shirt und Sneakers ist stellvertretende Leiterin des Digital Hub Logistics Hamburg in der Speicherstadt. Dunkelrote Klinkerwände, offene Räume mit Balkendecken, locker verteilte Arbeitsplätze. Viel stilechter lässt sich so ein Co-Working-Space für Start ups nicht herrichten. Aileens offizielle Funktion ist Head of Open Innovation and Ecosystems – und schon müssen ein paar Kleinigkeiten erläutert werden. Erstens: Vorname und Du ist die übliche Form der Anrede unter Menschen, die sich hauptberuflich mit Innovation beschäftigen, zweitens: Englisch muss sein. Klingt deutlich cooler, entspricht außerdem den Abmessungen des Spielfelds. Wir reden von weltumspannenden Netzwerken und minutiös abgestimmten Lieferketten, stehen im Wettbewerb mit Alphabet, Amazon & Co – willkommen also in der Welt der interconnected supply chains und der value ecosystems, der artificial intelligence, social entrepreneurs und des high performance computing.

Andreas Richter, Abteilungsleiter in einer Wirtschaftsbehörde, die den Begriff Innovation schon im Briefkopf trägt, mit seinem grauen Vollbart eher ein Herr Richter als ein Andreas, hat die Entwicklung von Anfang an begleitet und mitgestaltet. Und Hamburg war früh am Start mit der Erkenntnis, dass eine vorausschauende Politik sich zubewegen muss auf die Menschen, die mit ihren Ideen Fortschritt möglich machen, proaktiv statt abwartend. Heute erinnert er sich an einen Auftritt vor der Kommission der Europäischen Union, lange her, zehn

FOTOS: ISTOCK.COM/SHIRONOSOV, KONSTANTIN BECK, AILEEN SCHMUCK, PIXABAY.COM/KARSTENBERGMANN

Jahre oder mehr: „Die fanden das super“, fasst er zusammen. „Von da an haben sie allen gesagt: Ihr bekommt EU-Geld. Aber nur, wenn ihr auch so eine regionale Innovationsstrategie habt. Nun ja. Wir hatten eine.“

Denn der Ort, an dem die Ideen zur Welt gebracht und zu businessfähigen Konzepten ausgearbeitet werden, ist genau hier, im Logistik Hub Hamburg zwischen Kästen mit Bio-Brause und Vintage-Rennrädern, die zur Sicherheit im Büro geparkt werden. Das Problem mit den Retouren zum Beispiel: Aileen Schmuck steht vor einer gelben Tafel und zeigt auf den Namen eines Start ups, toern, das mit CO2OPT, Shipcloud und 83 anderen jungen Unternehmen aufgelistet ist. „toern sind drei Gründer“, sagt sie. „Die waren kaum aus der Hochschule, da hatten sie schon ein Produkt entwickelt, das die ganze Branche revolutionieren könnte. Dezentral, von Kunde zu Kunde. Funktioniert ein bisschen wie eine Tauschbörse für Retouren.“ Handelsunternehmen wie Otto und Tchibo, die neben der Stadt und anderen Unternehmen zu den Partnern des Ideen-Inkubators gehören, Riesen im Bereich E-Commerce und Logistik, sollen sich sehr interessiert gezeigt haben. Wie hilfreich für die Partner, wenn man so kurze Wege hat.

„Retouren sind für alle Handelsplattformen im Netz ein Problem.“

Aileen Schmuck, Digital Hub Logistics Hamburg

Überhaupt: Gute Ideen sind eigentlich ganz einfach. Und wenn sie richtig gut sind, reichen auch wenige Worte, sie zu umschreiben. Die gute Idee der Hamburger Wirtschaftspolitik lautet: Erkenne deine Stärken. Konzentriere dich darauf, baue sie aus und halte dich nicht auf mit Gedöns. Mozartkugeln können sie anderswo besser. Aber Flugzeuge, Schiffe, der Transport von Kardanwellen oder Kuschelteddys von Shanghai bis Schenefeld, überallhin – das sind die Stärken, die zur DNS der Stadt gehören. Die Hanse eben, die Kaufmannstradition, das Tor zur Welt.

Im Technologiezentrum Tempowerk auf der Harburger Seite der Elbe funktioniert das Prinzip seit 38 Jahren: 120 Betriebe aus 45 Branchen, Labors, Werkstätten, Infrastruktur und Büros, zusammen rund 800 Arbeitsplätze, alles hervorgegangen aus einer Initiative, die kreativsten Köpfe unter den Elektronikspezialisten und Schiffbauingenieuren aus der Technischen Universität zu unterstützen, wenn sie gute Ideen ausarbeiten und auf den Markt bringen wollen. Heute zählen sie dort die Patente, die Kooperationen und die Weltmarktführer. Also: dran bleiben! Ausbauen! Nicht abwarten, bis eine neue Entwicklung zu hektischen Reaktionen zwingt, sondern den Vorsprung mit klugen Investitionen für lange Zeit sichern!

In Hamburg sagt man: Cluster. Cluster sind Bündel von Unternehmen, so etwas wie Branchen, auf denen der Wohlstand der Stadt beruht und die zugleich Brückenköpfe in die Zukunft sind. Nachdem der Gedanke einer Bündelung so um 2007 herum erstmals in der Wirtschaftsbehörde diskutiert wurde, fokussierte sich die Aufmerksamkeit also auf Geschäftsfelder, in denen Hamburger Unternehmen Herausragendes leisten. Derzeit sind es neun:

Man redet miteinander, tauscht sich aus

Nein, der HSV gehört nicht dazu, aber Aviation, also Luftfahrt, klar, maritime Wirtschaft mit Schiffbau und Schifffahrt, Meerestechnik und Offshore, auch klar. Logistik und Finance, drei und vier. Dazu Life Sciences, also Medizintechnik, Pharma und Biotechno- →

Der aus der ehemaligen Mülldeponie entstandene Energieberg Georgswerder steht für eine nachhaltige Stadtentwicklung im Hamburger Süden. Auch der Hafen rüstet sich für die Zukunft. Mit der Nachhaltigkeitsstrategie „Balanced Logistics“ will die HHLA das Ziel Klimaneutralität erreichen.

logie, die Medien- und Digitalwirtschaft, die Kreativen, die Gesundheitswirtschaft, die von Wohnraum mit Assistenzsystemen für ältere Menschen bis zum Zukunftsthema e-Health für mehr als ein Zehntel der gesamten Wirtschaftsleistung der Stadt steht. Und schließlich alles, was mit erneuerbaren Energien zu tun hat, von der Off-Shore Windenergie bis zum grünen Wasserstoff, für dessen Produktion es nicht viele Orte in Europa gibt, in denen so viele Voraussetzungen so günstig zusammenkommen – eben der Wind, das technische Know how, die logistische Infrastruktur, die Begleitung durch die Wissenschaft, die Investitionsfreude der Industrie und die Bereitschaft der Politik, Entwicklung effektiv zu fördern. Sie haben kapiert, worauf es ankommt.

„Wir wollen und werden nicht zu Geschäftsleuten mutieren .“

Arik Willner, Chief Technology Officer bei DESY

Denn das ist das Wesensmerkmal der Hamburger Innovationsallianz: Man redet miteinander, man tauscht sich aus. Die Stadt moderiert, ermöglicht, fördert; Wirtschaft und Wissenschaft kreisen Probleme ein und ergänzen einander bei den Lösungen. Klingt wie in einer besseren Welt. Aber muss die Forschung nicht den Verlust ihrer akademischen Freiheit fürchten, wenn sie sich in den Dienst der Wirtschaft stellt? „Unsinn!“, sagt Arik Willner, Chief Technology Officer bei DESY in Bahrenfeld – und wieder ist das Ausrufezeichen zu hören: wirklich Unsinn.

Wer seit mehr als 60 Jahren Spitzenforschung betreibe, so stellt der Manager klar, der beim Deutschen Elektronen-Synchrotron ganz offiziell für Innovation zuständig ist, wer dafür vom Bund mit hohen Summen finanziert werde – der trage Verantwortung gegenüber der Gemeinschaft. Ein paar Beispiele? „Wir haben zusammen mit BioNTech den Transport der Messenger-RNA optimiert, die den Corona-Impfstoff im Körper dorthin bringt, wo er wirksam werden soll. Das war 2019, und BioNTech war noch ein kleines Start up in Mainz. Oder wir haben für die Firma Trumpf in Ditzingen bei Stuttgart ein Lasersystem fit gemacht; jetzt vertreiben sie es für die Fertigung von E-Autos. Und wir brauchen Elektromobilität.“

Messenger-RNA? Dafür wurde Anfang Oktober der Nobelpreis in Medizin vergeben. Und Willner könnte weitererzählen. Vom Kampf gegen den Klimawandel, den Verheißungen der Nano-Forschung, von neuer Technologie für Kliniken und von Medikamenten gegen den Krebs, vielleicht gar einem Impfstoff, eines Tages. „Wenn wir mit dem, was wir hier forschen, etwas dazu beitragen können, dann sollten wir alles dafür tun, dieses Wissen auch nutzbar zu machen.“ →

Im „ALPS-Tunnel“ machen sich die Wissenschaftler von DESY mit dem „Licht-durch-die-Wand-Experiment“ auf die Suche nach Dunkler Materie.

FOTOS: DESY, ARCHIV

HAPEKO

Wir können Personal.
Ausgezeichnet.

Die richtigen Spezialisten und Führungskräfte für Ihre Vakanz.

Als Personalberatung schaffen wir nachhaltige Verbindungen zwischen Unternehmen und den passenden Talenten. Persönlich, direkt, zielgerichtet und verbindlich.

www.hapeko.de

HAPEKO Hanseatisches Personalkontor Deutschland GmbH · Großer Burstah 1 · 20457 Hamburg · Tel.: 040 - 8229 9118 11 · E-Mail: info@hapeko.de

Leben, arbeiten und forschen im Quartier: In Bahrenfeld entsteht bis Mitte der 2040er Jahre die ScienceCity Hamburg. Das visionäre Konzept beinhaltet einen lebenswerten Stadtraum mit optimalen Bedingungen für wissenschaftliche Einrichtungen, Start-ups und innovative Unternehmen.

Die Zukunft im Blick: forschende Maschinenmenschen, autonome Autos, operierende Roboter – Künstliche Intelligenz macht es möglich.

FOTOS: BEHÖRDE FÜR STADTENTWICKLUNG UND WOHNEN/MOKA-STUDIO, FABIJAN VUKSIC, ISTOCK.COM/DR_MICROBE

Aufbruch in Deep Technology

Herzlich willkommen also, Science City Bahrenfeld! 5000 Studierende der Fachbereiche Physik, Chemie und Biologie werden den Innovationspark bevölkern, um in unmittelbarer Nachbarschaft und, wo möglich, in Kooperation mit den DESY-Forschern zu arbeiten. Und damit aus gelehrigen Famuli einmal Kollegen werden, entstehen gleich nebenan mit Geldern vom Bund und von der Investitionsagentur Hamburg Invest die Start up Labs Bahrenfeld, ein eigener TecHHub für junge Gründer und die DESY Innovation Factory, noch einmal 10 000 Quadratmeter für Technik-Unternehmer auf der Startbahn in den Markt. Dazu Wohnungen, Kultur, Sport – ein ganzer Stadtteil, ein Ökosystem für das, was Willner nicht ohne Stolz einen Aufbruch in Deep Technology nennt. Ein Riesenprojekt.

„Die Agenda unserer Forschung verändert sich nicht“, stellt der promovierte Physiker jedoch klar. „Wir wollen und werden nicht zu Geschäftsleuten mutieren. Wir verstehen uns weiterhin als Ermöglicher. Aber wir müssen auch in der mittel- und kurzfristigen Verwertung Geschichten produzieren, die begreifbar sind.“ Die Spitzenforschung öffnet ihre Türen, ganz wörtlich.

1420 Start-ups, 335 Investoren aus Hamburg, 80 Förderprogramme, eine eigene Investitions- und Förderbank, Hubs und Cluster, Technologieparks, Start-up-Inkubatoren und Innovationsallianzen: Die Initiative der Stadt Hamburg hat sich längst als Standortfaktor herumgesprochen, als Erfolgsmodell, dem andere nacheifern, als Ausdruck hanseatischer Zukunftsoffenheit. Vielleicht hat sie sogar ein ganz neues Paradigma von Wirtschaft hervorgebracht. Christoph Birkel jedenfalls konstatiert als Geschäftsführer des Tempowerks einen grundlegenden Kulturwandel: „Die nächste Generation“, so erlebte er es bei den jungen Unternehmern in seinem Technologiepark, „ist eine Plattform-Generation. Für sie ist es ganz natürlich, Know-how zu teilen und zu sagen: Ich will nicht alles alleine wissen, kann es auch gar nicht mehr – aber ich weiß: Was wir erreichen wollen, müssen wir gemeinsam erreichen; wir teilen uns die Arbeit auf, und los geht’s.“

Unterschiedliche Cluster verbinden

So bekommt die Initiative der traditionsreichen Hansestadt eine unerwartet tiefe, politische Dimension, eine, die nicht mehr nur Stadtentwicklung, Unternehmensgewinne oder Arbeitsplätze im Blick hat. Ja, es geht um Pflege und Ausbau eigener Stärken. Und ja, jeder Geschäftsmann und jeder Wirtschaftspolitiker muss die Konkurrenz im Blick behalten und ihren nächsten Zug schon kennen, bevor der auch nur gedacht ist. München vielleicht? Das Silicon Valley? Gerade hat Indien eine Sonde auf dem Mond landen lassen. Arik Willner aber, der bei DESY von der Warte der Wissenschaft auf den Markt schaut und nicht als Kaufmann die Potenziale der Forschung taxiert, sagt es ganz einfach: „Unsere Zeit ist viel zu knapp. Wir lösen ein Problem wie den Klimawandel oder die großen gesellschaftlichen Herausforderungen nicht, indem wir weitermachen wie bisher. Wir müssen uns unterhaken.“

„Die nächste Generation ist eine Plattform-Generation.“

Christoph Birkel, Geschäftsführer Tempowerk

Wirtschaft und Wissenschaft als Koch und Kellner? Kann sein, dass sich da gerade etwas verschiebt. Denn was gestern noch Errungenschaften waren, wird morgen bedrängt und relativiert durch neue Möglichkeiten und Herausforderungen. Wer hat zum Start der konzertierten Innovationspolitik schon groß an Wasserstoff und alternative Energien gedacht? Jedenfalls besaßen entsprechende Pläne nicht die Dringlichkeit, ökologisch und geopolitisch, die sie heute besitzen. Oder Künstliche Intelligenz. Heute ist klar: Damit stehen und fallen Wettbewerbsfähigkeit und Wohlstand der ganzen Region für den Rest des Jahrhunderts.

Den Kurs also radikal ändern? Irgendwo verlieren die vertrauten Metaphern ihre Überzeugungskraft. Eher schon: das Begriffssystem im Sinn einer gewandelten Realität revidieren. Die Geschäftsfelder und Allianzen in andere Richtung sortieren. Wie in einem Supermarkt: nicht mehr in Wurstwaren, Obst und Fertiggerichte, sondern vielleicht in Bioprodukte und Convenience. Das Denken hat sich geändert. Die Regale können ja stehen bleiben. Andreas Richter aus der Wirtschaftsbehörde jedenfalls hat angeregt, auch die Schul- und die Kulturbehörde mit ins Boot zu holen, wenn künftige Innovationsstrategien für eine lebenswerte Stadt entwickelt werden. Und auch ARIC tut so etwas: Das Artificial Intelligence Center Hamburg springt locker über die Grenzen der Geschäftsfelder hinweg und bringt, nur mal als Beispiel, Logistiker und die Gesundheitswirtschaft miteinander ins Gespräch – unterschiedliche Cluster, aber beide könnten sehr bald darauf angewiesen sein, die Möglichkeiten der Künstlichen Intelligenz virtuos für sich zu nutzen.

Vielleicht hat einer schon Erfahrungen gemacht. Vielleicht haben sie einander etwas zu erzählen.

„Im Prinzip kann jeder innovativ sein“

Interview mit dem Innovationsforscher **PROF. TIM SCHWEISFURTH** *über gute und schlechte Ideen, innovatives Wohlfühlklima in Unternehmen und wie man Mitarbeiter motiviert, kreativ zu werden.*

Gespräch: **Andreas Eckhoff**

Scheinbar einfache und doch schwierige Frage am Anfang: Wie entstehen Innovationen?
PROF. TIM SCHWEISFURTH: Innovationen entstehen aus einem Zusammenspiel zwischen technologischen, wirtschaftlichen und sozialen Faktoren. Und schon da wird es spannend. Denn nur wenn diese drei Faktoren zusammen passen, kann eine Idee, wenn sie gut ist, umgesetzt werden.

Wann ist eine Idee denn so gut, dass aus ihr eine Innovation entstehen kann?
SCHWEISFURTH: Eine Idee ist gut, wenn sie drei Kriterien erfüllt: wenn sie erstens einen hohen Neuigkeitsfaktor hat, zweitens einen hohen Nutzen, und drittens, wenn sie umsetzbar ist, insbesondere aus Firmensicht.

Können Sie den Prozess von der Idee zum Produkt beschreiben. Oder anders: Wie passiert Fortschritt?
SCHWEISFURTH: Heutzutage deutlich anders als früher. In der Vergangenheit fand Innovation meistens in Laboren statt: Bell Labs, Menlo Park, Xerox Parc – große Forschungsabteilungen von großen Konzernen. Das Prinzip: Wenige Leute waren dafür zuständig, Innovationen zu generieren, und wenige Leute waren dafür zuständig zu entscheiden, was gute Ideen waren. Das hat sich geändert, weil Innovationsprozesse heute dezentraler geworden sind. Nicht nur der eine Experte innerhalb einer Organisation darf Ideen einbringen, sondern jeder und jede. Genauso ist es im Auswahlprozess. Auch da werden heute viel mehr Stakeholder integriert.

EVENT TIPP

WIE WIRD MEIN UNTERNEHMEN INNOVATIV?
Prof. Dr. Tim Schweisfurth spricht in der Reihe education & coffee über Wege zu neuer Innovationskultur in Unternehmen, Mitarbeitermotivation zu mehr Kreativität und Strukturen für erfolgreiche Kollaboration.

Dienstag, 30. Januar, 9.00 Uhr
Business Club Hamburg
Anmeldung unter: www.bch.de

Wie baut man Innovationskultur auf?
SCHWEISFURTH: Das Wichtigste ist, dass sich Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen in ihren Innovationsaktivitäten wertgeschätzt fühlen und dass sie wissen, dass sie keine Konsequenzen zu befürchten haben, wenn sie scheitern.

Können sich Innovationen also auch gut an der Basis einer Belegschaft entwickeln?
SCHWEISFURTH: Natürlich. Viele gute Ideen werden an der Basis entwickelt. Es gibt ja diese wunderbare Geschichte des Kartoffelchip-Herstellers Lay’s, wo der Hausmeister die Idee für einen besonders würzigen Chip hatte, der zum Verkaufsschlager wurde. Wenn man vom klassischen Innovationsprozess ausgeht, hätte Lay’s diese Idee gar nicht bemerkt. Als Unternehmen tut man also gut daran, Möglichkeiten für alle zu schaffen, am Innovationsprozess teilzuhaben.

Wie schafft man ein innovatives Wohlfühlklima?
SCHWEISFURTH: Durch Struktur, Prozesse und Incentives. Klassischerweise wird Innovation ja bezahlt oder zumindest symbolisch belohnt. Wir haben in einem Experiment herausgefunden, dass es für Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen den größten Einfluss hat, wenn sie an der Umsetzung ihrer Idee aktiv beteiligt werden, sie eine Art Ownership für das Projekt erhalten. Teilhabe durch Beteiligung. Ein anderes Beispiel für eine Stellschraube sind Freiräume.

Zum Beispiel?
SCHWEISFURTH: Wir haben eine Studie in einem Mobilitätsunternehmen durchgeführt. Durch Zufall fielen dort eines Tages Produktionsstraßen aus, die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen wurden nach Hause geschickt und hatten eine gewisse Zeit frei. Bei ihrer Rückkehr an den Arbeitsplatz konnten wir sehen, dass die spontane Freizeit einen hohen Effekt auf ihre Kreativität hatte. Die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, deren Produktionsstraßen ausgefallen waren, hatten 50 Prozent mehr Ideen als die, die weiter gearbeitet hatten. Und die Ideen waren auch besser. Die Erkenntnis: Spontane Freiräume führen dazu, dass Leute sehr kreativ und sehr innovativ werden.

FOTO: PRIVAT

Tim Schweisfurth ist Professor für Organizational Design and Collaboration Engineering an der Technischen Universität Hamburg (TUHH).

Gibt es eine Faustformel, von der man sagen kann: wenn man sie anwendet, passiert Innovation automatisch?
SCHWEISFURTH: Nein. Kann sein, dass ein Weg für eine Innovation erfolgreich ist. Für andere Ideen jedoch ist der Weg nicht erfolgreich – aber wir sehen sie ja nicht, weil sie schon sehr früh im Selektionsprozess verworfen wurden. Manchmal ist es auch der Zeitpunkt, der dazu führt, dass eine Idee zunächst abgelehnt, aber später doch noch erfolgreich umgesetzt wird. Ich gebe Ihnen ein Beispiel: In den Laboren des Bayer-Konzerns wurde Ende des 19. Jahrhundert ein neues Schmerzmittel gesucht, um Morphin zu ersetzen. Es wurde viel daran geforscht, und irgendwann wurden Aspirin und Heroin als vielversprechende, künftige Painkiller synthetisiert. Aus heutiger Sicht, kurioserweise, wurde entschieden, alle Kräfte aufs Heroin zu setzen und Aspirin zunächst nicht mal in die nächste Testphase zu bringen.

Klassischer Fall von „aufs falsche Pferde gesetzt“?
SCHWEISFURTH: Sie haben natürlich schnell gemerkt, dass Heroin nicht die Lösung war, und dass Aspirin, was zunächst aus der Pipeline geworfen wurde, genau das macht, was man wollte – nämlich Schmerzen bekämpfen. Das zeigt: Manchmal ist Innovation auch Erkenntnis im Nachhinein, wo man erst hinterher sieht, was eine erfolgreiche und was keine erfolgreiche Innovation ist.

Welche Rolle spielt dabei der Zufall?
SCHWEISFURTH: Der Zufall ist ein Riesenfaktor! Ein Innovationprozess beginnt ja wie ein Trichter. Wir geben viele verschiedene Ideen hinein. Und wenn wir früh eine falsche Entscheidung treffen, wissen wir gar nicht, ob vielleicht die, die wir verworfen haben, die Königsidee gewesen wäre. Wenn man sich die Entstehung von Innovationen in der Geschichte anguckt, sieht man viele Zufälle. Das Penizillin beispielsweise wurde auch zufällig erfunden. Der Arzt Alexander Fleming entdeckte das Wundermittel in benutzten Petrischalen, die nicht rechtzeitig entsorgt worden waren. Der Zufall spielt also eine Riesenrolle. Aber man muss ihm auf die Sprünge helfen.

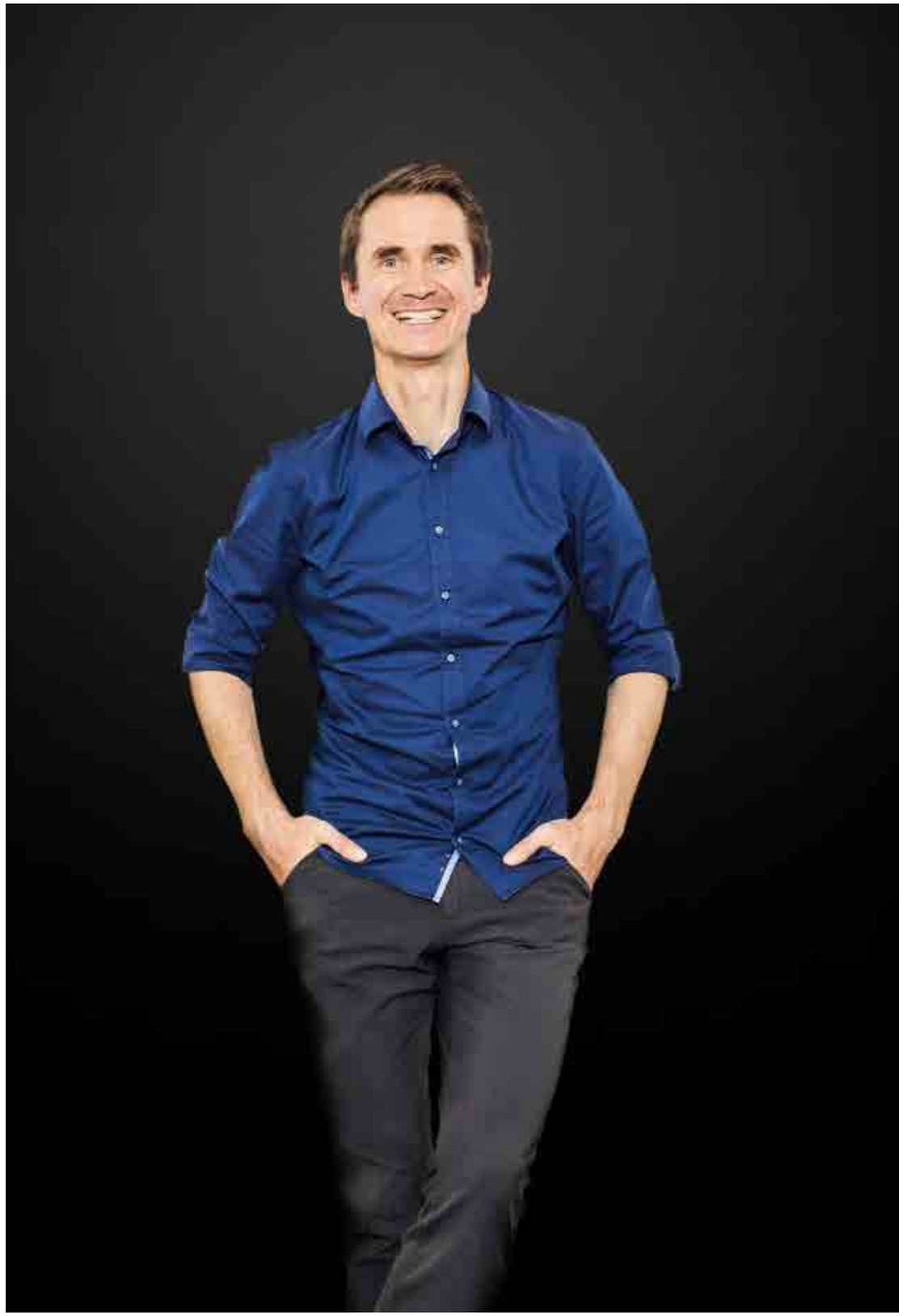
Ist das die Aufgabe von Innovationsmanagement – dem Zufall auf die Sprünge helfen?
SCHWEISFURTH: Die Aufgabe ist, die Unsicherheiten, die in einem Innovationsprozess stecken, planbar zu machen. Dem Zufall auf die Sprünge zu helfen, gehört dazu. Um Innovationen zu produzieren, muss man Wissensarten kombinieren. Das passiert, ganz einfach, indem man sich mit anderen Leuten austauscht, gern auch zufällig. Es ist das, was wir früher in der Teeküche gemacht haben. Heute muss man das Prinzip Teeküche durch andere Formate imitieren, weil die Leute viel dezentraler arbeiten als früher. Wir müssen gewissermaßen virtuelle Teeküchen schaffen. Eine Möglichkeit dazu ist etwa ein so genanntes Lunch Roulette, bei dem man Menschen zum Essen einlädt und sie zufällig an verschiedenen Tischen platziert. Die Wahrscheinlichkeit, dass auf diese Weise etwas Neues entsteht, wird um fast 100 Prozent erhöht. Der Effekt ist also wahnsinnig groß.

Wie wichtig ist die Zusammenstellung der Teams für Innovation?
SCHWEISFURTH: Im Großen und Ganzen ist Diversität gut für Ideen. Wenn viele verschiedene Perspektiven einfließen, führt das zu kreativen Prozessen.

Welcher Typ Mensch ist am innovationfreudigsten?
SCHWEISFURTH: Es gibt zwei Typen der Kreativität. Einmal den Typus, der sehr flexibel ist in der Kommunikation, schnelle Ideen hat und diese mit anderen Gedanken verknüpft. Dann den anderen Typus, der erst durch tiefe Durchleuchtung von Themen Kreativität entwickelt. Das eine ist eine breite Kreativität, das andere tiefe Kreativität. Aber fast immer ist Kreativität domänenabhängig. Es gibt Menschen, die können ungeheuer kreativ sein, wenn es darum geht, am Wochenende an ihrem Segelboot zu schrauben. Dann gibt es Leute, die unglaublich kreativ sind, wenn es darum geht, einen Code zu schreiben.

Und wenn ich mich gar nicht kreativ finde, kann ich das dennoch lernen?
SCHWEISFURTH: Im Prinzip kann jeder innovativ sein. Es steckt in jedem Menschen. Wenn man auf das richtige Feld trifft, ist man automatisch kreativ, es entsteht eine intrinsische Motivation. Ich würde Zweifelnden also sagen: Wahrscheinlich hast Du noch nicht das richtige Feld gefunden. Sprich mit vielen unterschiedlichen Menschen, um den Zufall zu verstärken.

Schlussfrage: Ist Deutschland ein innovatives Land?
SCHWEISFURTH: Es gibt keinen Grund zu glauben, dass wir Deutschen weniger kreativ sind als andere. Was es allerdings gibt, sind riesige bürokratische Barrieren und fehlende Digitalisierung. Das ist ein Problem. Für viele Arten von Innovationsprozessen braucht man Zugang zu großen Datenmengen, und den haben wir in Deutschland nicht. Das hält uns zurück und ist frustrierend.



Nimmt Menschen die Angst vor Wissenschaft: Hirnforscher Henning Beck erklärt die Erkenntnisse aus der Forschung leicht verständlich.

club! — 02/23 **INTERVIEW**

„Jede Veränderung ist erst mal ein Feind“

Neurowissenschaftler **HENNING BECK** *ist als Hirnforscher auch ein gefragter Wirtschaftsberater. Ein Gespräch über „German Angst“, Frontenbildung und warum KI eine hilfreiche Optimierungsmaschine ist, die nur tut, was man ihr sagt.*

Gespräch: **Martina Goy** Fotos: **Fabijan Vuksic**

Herr Beck, neu denken, vordenken bedeutet verändern. Was sagt die Forschung dazu? Sind wir Menschen dazu bereit?
HENNING BECK: Grundsätzlich lieben Menschen Gewohnheiten. Wir schützen, was wir haben, verteidigen lieber statt neu zu gestalten. Wir bleiben Mustern treu. Deshalb ist jede Veränderung erst einmal ein Feind.

Das hört sich nicht gut an …
BECK: Moment …! Wäre es nur so, wären Menschen nicht so erfindungsreich – was sie ja sind. Ab und zu brauchen wir Menschen Abwechslung, eine Überraschung. Irgendwann langweilt uns das Altbekannte. Und je jünger Menschen sind, desto interessierter sind sie an Überraschungen. Neugier ist der Gegenspieler von Langeweile.

Funktioniert auch Stadtplanung nach diesem Prinzip?
BECK: Aber ja. Jede Stadt ist ein Abbild der Gesellschaft. Sie zeigt, wie wir zusammenleben. Eine Zeitlang bewegt sich nicht viel, dann verändert es sich. Manchmal massiv.

So wie die Hamburger HafenCity? Ein Stadtteil, dessen Fertigstellung mutmaßlich Jahrzehnte dauern wird?
BECK: Frankfurt, wo ich jetzt lebe, war schon immer Messestadt, Knotenpunkt, Krönungsstadt. Irgendwann denkt man in Frankfurt, jetzt ist die Stadt aber mal fertig gebaut. Ist sie natürlich nicht. Es ist wie derzeit überall sonst in großen Ballungszentren: Die Stadt ist eine niemals endende Großbaustelle. Und warum? Weil neu Denken heißt, mit progressiven Ideen vorangehen und verändern. Ein Prozess, der nicht endet.

> „Es ist auf jeden Fall clever, Menschen bei Veränderungen mitzunehmen.“

Was Menschen aber nicht so mögen, wie Sie gerade ausgeführt haben …?
BECK: Verändern heißt bewegen, auch im physischen Sinn. Wer pendelt, den immer gleichen Weg zur U-Bahn nimmt, der verändert nur ungern diese Gewohnheit. Es sei denn, er sieht ein, dass es Sinn macht. Es kommt also darauf an, wie man Veränderungen vermittelt. Es ist ganz wichtig, den angestrebten Fortschritt deutlich zu machen. Nur dann werden Verbesserungen, am besten erst einmal geringfügige, angenommen.

Wann muss dieser Fortschritt erkennbar sein? Die letzte Generation beispielsweise fürchtet um die Zukunft des Planeten. Ist das zu weit weg – zeitlich und räumlich gesehen?
BECK: Menschen ist die lange Sicht egal. Sie müssen konkret einen Vorteil für sich im Jetzt erkennen, um sich auf Veränderungen einzulassen. Was die Klimakleber und ihr Anliegen betrifft, das sind für mich religiöse Narrative. Es geht um Ängste, um die Apokalypse, eine höhere moralische Idee. Dabei vergessen sie das Wichtigste: ein Paradiesversprechen anzubieten. Niemand setzt sich dafür ein, dass es nicht ganz so schlecht wird. Wenn schon mit religiösen Narrativen arbeiten, dann bitte konsequent.

Warum findet die Idee, den Planeten zu retten, trotzdem zunehmend Anhänger?
BECK: Wir Deutsche, das zeigt der internationale Vergleich, sind besonders auf neue Ideen angewiesen. Sie zu entwickeln, können wir besonders gut. Allerdings reicht das nicht, man muss auch dafür begeistern – am besten mit einem positiven Ausblick. Wenn also jemand in unseren Augen positive Ideen vermittelt, dann folgen ihm die Menschen gern, vor allem wenn er jemand ist, dem sie glauben können. Beispielsweise Helmut Schmidt in Hamburg. Der stand für verantwortungsbewusstes Handeln, deshalb hatte sein Wort Gewicht. Oder nehmen sie die Lehrer, die man an der Schule hatte. An den coolen Mathematiklehrer, der einen für ein Thema begeistert hat, erinnert man sich besonders.gern. Begeisterung ist das Ansteckendste, was wir kennen.

Und wie werde ich ein überzeugender Politiker?
BECK: Indem ich mir darüber klar werde, wie ich die geplanten Veränderungen sehe und welche ich umsetzen möchte? Dazu sollte man wissen, dass Menschen in →

Räumen denken, nicht in Buchstaben. Wenn ich also große Veränderungen plane, ganz pragmatisch als Stadtplaner, dann sollte man das gesamte Umfeld aber auch die Psyche der Menschen mit einbeziehen. Menschen neigen zu Beharrungskräften. Das muss man wissen, wenn man sie für Veränderungen motivieren möchte.

Welche Ansprache ist richtig, wenn beispielsweise Partikularinteressen gegen Entscheidungen, eine Stadt weiterzuentwickeln stehen? Bäume fällen, Bahntrassen verlegen, mehrstöckig in Einfamilienvierteln bauen hat immer öfter Widerstand zur Folge.
BECK: Es ist auf jeden Fall clever, Menschen abzuholen, sie Teil des Veränderungsprozesses sein zu lassen, sie bei Veränderungen mitzunehmen. Entscheidet man Dinge über ihre Köpfe hinweg, hat das Trotzreaktionen und womöglich Ablehnung zur Folge. Es ist wichtig, Menschen das Gefühl zu geben, dass sie Teil des Ganzen sind und dadurch gewissermaßen die Kontrolle haben. So funktioniert Demokratie.

Dazu ein Beispiel. Hamburg wird zu einer Fahrradstadt umgebaut, was Parkmöglichkeiten für Autos einschränkt. Auch das bringt Kritiker auf den Plan und vertieft Gräben. Gibt es dafür eine Lösung?
BECK: Das ist in Frankfurt nicht anders. Was ich dabei sehe ist, dass Projekte so vermittelt werden, als ob sie für die Allgemeinheit gut sind. Tatsächlich wäre es entspannter und hilfreicher, wenn Veränderungen speziell auf den konkreten Vorteil für die betroffenen Gruppen oder in diesem Fall Stadtteile bezogen würden. Das verhindert den Aufbau von Fronten, den ich zunehmend in unserer Gesellschaft wahrnehme.

Hirnforscher Beck interessiert die Funktionsweise von Menschen.

Ist eine andere Art der Kommunikation nötig?
BECK: Zumindest eine menschlichere. Um Veränderungen positiv durchzusetzen, braucht es auch Menschen, die das glaubhaft vermitteln. Persönlichkeiten, die Vertrauen ausstrahlen und denen ich zutraue, dass sie Veränderungen so herbeiführen, dass ich sie trotz aller Bedenken mittragen kann.

Wie lässt sich das praxisnah umsetzen?.
BECK: Es ist gar nicht so schwierig. Projekte könnten als Pilotprojekte gekennzeichnet werden. Und wenn Verantwortliche dafür um Vertrauen werben, weil sie dafür einstehen, ist man schon einen Schritt weiter. Solche Verhaltensweisen geben Halt, denn Menschen folgen eher Menschen und erst dann Ideen. Wenn ein Projekt nicht klappt, verschwindet es eben wieder in der Schublade. Try and Error oder Change and Hope.

HENNING BECK, 39, studierte Biochemie, promovierte in Neurowissenschaften. In Kalifornien erwarb er ein Diplom in Projektmanagement, beriet Start-ups aus Hirnforschungssicht in San Francisco. Sein Hauptanliegen: die Funktionsweise des Gehirns für alle verständlich machen. Mit diesem Schwerpunkt hält er Vorträge, organisiert Workshops, schreibt Kolumnen, ist Deutscher Meister Science Slam. Als Autor veröffentlichte er fünf Bücher. Sein aktuelles Werk heißt „12 Gesetze der Dummheit" – Denkfehler, die vernünftige Entscheidungen in der Politik und bei uns allen verhindern" (Econ Verlag, 2023).

Damit tun wir uns in Deutschland manchmal schwer. Eine zweite Chance geben wir ungern ...?
BECK: Angst ist nicht nur kein guter Ratgeber, sondern auch schlecht für den Gestaltungswillen. Ein Beispiel dazu: Überall sonst auf der Welt führt mehr Reichtum zu mehr Risikobereitschaft. Das ist ausgerechnet im gut funktionierenden und wohlhabenden Deutschland anders. Je reicher die Deutschen werden, pauschal betrachtet, desto mehr Angst haben sie, jemand könnte ihnen etwas wegnehmen. Die Risikobereitschaft sinkt. Das ist weltweit einzigartig.

Trotzdem kriegen wir als Gesellschaft aber auch vieles hin. Wie passt das zusammen?
BECK: Man kann nur spekulieren. Vielleicht wollen wir vorbereitet sein, wenn die Welt untergeht? Das hat etwas mit Kontrolle zu tun. Andererseits kann man diese Risikominimierung auch positiv sehen. Wir sind ein Land von Problemlösern. Erfindungsreich, wenn es darauf ankommt, anpassungsfähig, ja sogar schnell in der Umsetzung von Ideen, wenn es nötig ist.

So wie während der Pandemie?
BECK: Genau. Da gehörte Deutschland zu jenen Ländern, die schnell auf Corona reagierten. Für einen kurzen Moment waren wir ein Land, in dem die überwältigende Mehrheit glaubte, dass die Regierung das Richtige tut. Wir haben sogar einen Impfstoff innerhalb von nur anderthalb Jahren entwickelt. Und vor 25 Jahren wären wir während der Pandemie mit dem Ausgangsverbot verhungert. Diesmal hatten wir Lieferdienste, die uns mit Essen versorgt haben. Auch das ist ein Beispiel für gutes Anpassen an Veränderungen und neue Bedürfnisse.

Aktuell sind Künstliche Intelligenz und ihr Einsatz das große Thema. Die einen halten KI für einen Segen, für die anderen ist sie ein Fluch. Wer hat Recht?
BECK: Wir Menschen sollten künstliche Intelligenz nicht so skeptisch sehen. Betrachtet man ihren Einsatz bei der Stadtplanung, bei den Infrastrukturen, bei der Modellierung von Verkehrsströmen, dann bewirkt sie viel Gutes. Sie verbessert Logistik, Arbeitsprozesse können verschlankt werden, Verkehrswege optimiert werden, und, und, und. Generell ist sie überall dort hilfreich, wo mit großen Datenmengen gearbeitet wird.

Dennoch gibt es die Angst, Roboter, also Maschinen könnten die Macht übernehmen?
BECK: Menschen müssen keine Angst vor Maschinen haben. Die Welt hat sich schon immer geändert, wird sie weiterhin tun. Neue Technologien werden die Menschen auch nicht arbeitslos machen. Im Gegenteil. Nach dem Parkinson'schen Gesetz wächst die Arbeit sogar, je mehr Technik ich einsetze.

Wie jetzt?
BECK: Das Parkinson'sche Gesetz besagt, dass Arbeit genau solange dauert, wie Zeit dafür zur Verfügung steht. Wenn ich also durch E-Mails und Videocalls Zeit spare, dann habe ich mehr Zeit für andere Arbeit oder Ideen. Die Angst, dass mehr Technik weniger Beschäftigung zur Folge hat, ist unbegründet. Die Arbeit wird nur anders. Als Microsoft Excel in den 1990ern eingeführt wurde, dachte man, der Beruf des Buchhalters würde aussterben. Es gibt heute in den USA tatsächlich über eine Million weniger Buchhalter als damals, aber über 1,5 Millionen zusätzliche ‚Financial Analysts'. Unterstützende Technik schafft mehr neue Jobs als sie vernichtet.

Was bedeutet das für die Zukunft?
BECK: Kein Mensch weiß, welche digitalen Probleme die Zukunft bringen wird oder welche Ethik zukünftige Generationen haben werden. Aber statt pessimistisch in die Zukunft zu blicken, Angst zu haben, sollten wir pragmatisch und positiv mit Veränderungen und Entwicklungen umgehen. Auf englisch hörte ich neulich: ‚Pessimists sound smart. Optimists make money.' Wenn wir die Probleme der Welt bestmöglich analysieren, stellen wir fest: sie sind derzeit unlösbar. Deswegen klingen Pessimisten schlau. Optimisten hingegen müssen träumen – etwas, was wir Deutsche nicht so mögen. Aber genau diese Typen verändern die Welt. Deshalb ist es wichtig, über den Tellerrand zu schauen. Die meisten neuen Projekte, die ich kenne, profitieren von Exoten, die sich trauen, Dinge anders zu machen, die einen anderen Blickwinkel haben.

Dann braucht Hamburg unter anderem den Input von Menschen, die neue Blickwinkel mitbringen?
BECK: Unbedingt. Meine Schwester lebte lange Zeit erst in Sydney, dann in Melbourne. Zwei großartige Städte, die nicht zufällig eine gigantische Entwicklung hinter sich haben. Diese Städte haben Menschen aus allen Teilen des Landes und der Welt angezogen – und das verbindet. Alle fühlen sich als Melbournians, als Sydneysider, als Teil der städtischen Idee. Sie profitieren von den unterschiedlichen Einflüssen und Perspektiven. Auch in San Francisco habe ich das beobachtet. Starke Städte haben starke Bewohner, die sich mit ihrer Stadt identifizieren und wenig Angst haben vor Veränderungen. Aber wichtig: Solch ein Image muss man vermitteln und pflegen.

Als Optimist glaubt Beck an Einsicht und positive Veränderung.

Wie setzt man das in die Praxis um?
BECK: Das ist etwas Grundsätzliches. Menschen müssen sich trauen, testen. Wenn es nicht funktioniert, bricht man es ab. Kein Problem. Veränderung entsteht auch durch Fehlerakzeptanz. Und natürlich die Vielfalt von Menschen und ihren unterschiedlichen Ideen.

Entstehen durch unterschiedliche Ideen und Vielfalt auch Konflikte?
BECK: Konfrontation ist in Zeiten von Social Media leider sogar ein anerkanntes Geschäftsmodell geworden. Jeder kann auf einer persönlichen Ebene damit viel Geld verdienen. Wir haben in vielen Bereichen einen Grad an Monetarisierung erreicht, der einzigartig ist. Und in seinen Ausprägungen Demokratie konterkariert.

Wie konnte das passieren?
BECK: Das große Versprechen des Internets aus den 90er Jahren, Demokratie für alle, hat sich nicht erfüllt. Zwar haben Internetriesen wie Google, Meta und Co. Slogans wie ‚don't be evil', die das einfordern, doch das Gegenteil ist der Fall. Laute Gruppen stehen sich unversöhnlich gegenüber. Jeder will recht haben – in seiner Blase von Gleichgesinnten.

Was bedeutet das für ‚Hamburg denkt neu'? Wir können es sein lassen, weil wir aus Fehlern nichts lernen?
BECK: Auf keinen Fall. Dann würde der Pessimismus siegen! So sind wir Menschen aber nicht. Ja, wir tun uns schwer, Gewohnheiten und Regelmäßigkeit zu durchbrechen. Aber: irgendwann tun wir es. Und deshalb bin ich zuversichtlich, was unsere gemeinsame Zukunft betrifft. Trotz und mit KI und Social Media.

> „Ich bin zuversichtlich, was unsere gemeinsame Zukunft betrifft."

„Hamburg hat ein hohes Innovationspotenzial“

Clubmitglieder zum Thema „Hamburg denkt neu“

JUTTA JAKOBI
Head of Business Development & Marketing
PricewaterhouseCooperGmbH

Innovationspotenzial leitet sich ab aus wirtschaftlicher Stärke, politischen Rahmenbedingungen und ggf. noch der wissenschaftlichen Arbeit. Hier gibt es durch die etablierten Unternehmen eine sehr gute und fruchtbare Ausgangslage – in unterschiedlichsten Branchen. Auch die Stadt Hamburg hat einiges an Innovationsförderung auf den Weg gebracht. Allen gemein ist die Zielsetzung, durch das Schaffen eines physischen oder virtuellen Raumes, die Interaktion zwischen etablierten und neu entstehenden Firmen zu fördern und somit Innovationen zu unterstützen oder vielleicht auch erst in größerem Maß zu ermöglichen.

HEIKO SCHWARZ
Geschäftsführender Gesellschafter
GRG Services Hamburg GmbH & Co. KG

Tag für Tag erlebe ich im eigenen Unternehmen, wie entscheidend Innovation und Nachhaltigkeit sind. Unsere Stadt hat dank ihrer starken Wirtschaft und hervorragenden Forschungseinrichtungen das Potenzial, ein Leuchtturm der Innovation zu werden. Entscheidend hierfür ist eine fördernde Politik, die in digitale und nachhaltige Technologien investiert und auch Innovationen in den traditionellen Industriezweigen unterstützt. Um die optimalen Voraussetzungen zu schaffen, ist es unerlässlich, dass Politik, Wirtschaft und Wissenschaft Hand in Hand gehen. Mit vereinten Kräften kann Hamburg ein Musterbeispiel für Innovation und nachhaltigen Erfolg werden.

MAIK NEUBAUER
Partner and Senior Advisor
Decomplexity Europe UG

Hamburg hat ein hohes Innovationspotenzial, nutzt es aber leider nicht. Wie in vielen Bereichen herrscht auch in Sachen Innovation eine starke hanseatische Zurückhaltung. Das gilt auch hier. Schon Ende der 90er Jahre gab es mit der Gründung von Hamburg Media@Work, in den Kinderschuhen der Digitalisierung in Deutschland eine tolle und heute noch lebendige Initiative, aus der Hamburg aber mit mehr Mitteln ein Jahrhundertcluster – ein deutsches Silicon Valley – hätte entwickeln können. Damals siedelten sich viele Softwareunternehmen in der Hansestadt an und sogar IBM eröffnete als weltweites Pilotprojekt ein Multimedialabor in der Speicherstadt. Dann kam der Fall des neuen Marktes, die Dot.com-Blase implodierte und viele Initiativen gingen schneller als sie gekommen waren. Chance vertan.

MATTHIAS WOLK
Geschäftsführender Gesellschafter
VRtual X GmbH, SANG.art GmbH und realTVgroup

Hamburg hat in Sachen „Innovatives Denken“ einiges zu bieten. Ein gutes Beispiel ist das Thema Künstliche Intelligenz. Besonders hervorzuheben ist hier die Arbeit der AI.Hamburg, deren Ziel es ist, die Adaption von AI in Unternehmen und Start-ups zu unterstützen und zu beschleunigen. Ein Beispiel: Wir wollen ein weiteres KI-Start-up gründen, für die automatische und KI-basierte Produktion von Videos. Dafür haben wir uns an AI.Hamburg gewandt. In kürzester Zeit konnten wir unsere Idee und den Business-Case vorstellen. Dieses Tempo wünsche ich mir auch von der Hamburger Politik, denn nur wenn Wirtschaft und Politik gemeinsam handeln, können Innovationen entstehen.

FOTOS: FABIJAN VUKSIC, ARCHIV, PRIVAT

NELTA®

CONFIDENCE FOR YOUR IT.

Nelta ist Ihr Partner zur nachhaltigen Optimierung von IT-Lösungen. Wir unterstützen mit unserer Expertise und dem Einsatz modernster Technologien, während Sie sich auf Ihr Kerngeschäft konzentrieren.

Jetzt Termin vereinbaren!
www.nelta.de
business@nelta.de

GÜRTLERS GRÜTZE

AUS ALT DENK NEU

Text: **Detlef Gürtler**

„Nur wer sich ändert, bleibt sich treu“, sang Wolf Biermann in der deutschen Wendezeit vor 30 Jahren. Er meinte die Menschen, und er meinte das Land. Aber das gilt auch für Unternehmen. Vielleicht sogar: gerade für Unternehmen.

Natürlich gibt es die große Verlockung, auch morgen genau das weiterzumachen, womit man heute erfolgreich ist. Es gibt ja auch Fälle, in denen das sehr gut und sehr lange funktioniert. Der Weltrekord steht, und das wohl noch ziemlich lange, bei 1428 Jahren. So lange gab es nämlich den japanischen Tempelbaubetrieb Kongo Gumi, bevor er im Januar 2006 liquidiert wurde. Vielleicht hatte sich ja die Bauqualität japanischer Tempel im 20. Jahrhundert so verbessert, dass sie einfach viel seltener repariert werden mussten als früher. Aber auch in Deutschlands ältesten Unternehmen spielt oft ein religiöses Element mit – einige von ihnen starteten nämlich vor etwa tausend Jahren als Kloster-Brauereien. Getrunken, gebetet und gestorben wird halt immer.

In allen anderen Gewerken muss man sich hingegen schon deshalb immer wieder etwas Neues einfallen lassen, weil sich die Welt um einen herum ständig verändert. Mal hat die Veränderung nur zwei Buchstaben, wie AI, mal 34, wie Lieferkettensorgfaltspflichtgesetz. Und in den allermeisten Fällen sind es solche Veränderungen, die zu neuen Produkten oder Services führen. Den löslichen Kaffee beispielsweise verdanken wir einer Kaffee-Rekordernte in Brasilien im Jahr 1930: Überangebot und Weltwirtschaftskrise zusammen führten zu einem totalen Zusammenbruch des Kaffeepreises. Daraufhin fragte die Regierung bei Nestlé nach, ob es einen Weg geben könnte, überschüssige Kaffeemengen haltbar zu machen. 1938 kam das Forschungsergebnis als Nescafé auf den Markt.

Nur den wenigsten ist es vergönnt, durch einen neuen Gedanken den Lauf der Welt tatsächlich zu verändern. Und wo es doch gelingt, kann der eigentliche Initiator oft nur zuschauen, wie andere davon profitieren. Richard Trevithick war so einer: 1802 baute er seine erste Lokomotive, 1808 ließ er in London ein verbessertes Modell als „Dampf-Zirkus“ auf Schienen im Kreis herumfahren, für einen Schilling pro Runde. 1811 machte er Bankrott, 1833 starb er völlig verarmt – als George Stephenson gerade damit begonnen hatte, für die Erfindung der Eisenbahn Ruhm und Reichtum zu ernten.

Auch die Forschungsarbeiten des russischen Klimatologen Aleksandr Voeikov erwiesen sich erst Jahrzehnte nach seinem Tod 1916 als bahnbrechend. Er hatte es auf den Aralsee abgesehen, damals der viertgrößte See der Welt. Das ganze Gewässer war für ihn nicht mehr als ein “nutzloser Verdunster” und ein “Irrtum der Natur” – mit all dem Wasser könne man doch etwas Besseres anstellen. Ab 1960 war es dann so weit: Großangelegte Bewässerungsprojekte verschafften der Sowjetunion eine stattliche Baumwollindustrie, und der See ist seither so gut verschwunden.

Wenn so etwas beim neuen Denken herauskommt, wäre es dann nicht doch besser, es zu lassen? Nicht in jedem Fall – sonst leidet man nämlich an Atychiphobie, der krankhaften Angst davor, Fehler zu machen. Sie führt allerdings nicht dazu, dass die Betroffenen besonders sorgfältig arbeiten, sondern dazu, dass sie überhaupt nichts mehr unternehmen, um nur ja nichts falsch zu machen. Die Evolutionsbiologen schicken uns da lieber auf einen Mittelweg: Es liege zwar in der Natur des Menschen, Risiken zu vermeiden – Abwehrmechanismen im Gehirn hindern uns daran, uns in gefährliche Situationen zu begeben. Aber deswegen hat neues Denken immer dann eine Chance, wenn wir mit dem alten nicht weiterkommen. Jetzt zum Beispiel.

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

ILLUSTRATION: RAPHAELA SCHRÖDER

ZUKUNFT WIRD AUS MUT GEMACHT

Corona, Ukrainekrieg, Energiekrise: In turbulenten Zeiten ein Start-up zu gründen, ein Unternehmen zu leiten oder als Führungskraft Tag für Tag neu zu überzeugen, das erfordert Mut. Die gute Nachricht ist: Mut kann man lernen.

Text: **Lena Johanna Philippi** Illustration: **Nguyet Cu**

Ausgerechnet die Klimakrise brachte die Verfahrensingenieurin Anne Lamp auf eine geniale Idee: Die Entwicklung einer komplett kompostierbaren Kunststoffalternative aus Pflanzenresten im Kampf gegen Plastikberge und Umweltverschmutzung. Gemeinsam mit der Unternehmensberaterin und Psychologin Johanna Baare gründete sie 2020 Traceless Materials. „Es gehörte enorm viel Mut dazu, ein eigenes Start-up zu gründen“, sagt Lamp. „Man glaubt an eine Idee, die andere noch gar nicht sehen und geht damit dann finanzielle Verpflichtungen ein, muss Leute einstellen und bezahlen.“

Als Wissenschaftlerin sei sie eigentlich gewohnt, stets analytisch vorzugehen, Optionen gründlich gegeneinander abzuwägen. „Ich war auch in jungen Jahren noch nie die Draufgängerin, die alles aus dem Bauch heraus gemacht und sich viel getraut hat“, erinnert sich Lamp. „Außerdem gab es in meiner beruflichen Ausbildung, im Ingenieurwesen und in der Wissenschaft, generell wenig Spirit in Bezug auf Firmengründungen. Dass ich für mich diese Möglichkeit in Betracht gezogen habe, war gewissermaßen eine Exotenentscheidung“, so Lamp. In ihrem Entschluss bestärkt und inspiriert haben sie neben der Familie und ihrem früheren Chef auch andere Gründer, die mit ihren Firmen bereits Erfolge verzeichneten. „Dazu kamen noch ein sehr starkes Urvertrauen in mich selbst und in das Leben und der Glaube, dass wir der Welt mit unserer Idee einen Mehrwert bieten. Wir waren einfach überzeugt davon, dass alles gut gehen wird.“ Anne Lamp behielt recht: Für ihren Mut und Gründergeist wurden sie und Johanna Baare vom Bundesumweltministeriums (BMUV) mit einer fünf Millionen Euro schweren Förderung belohnt. Das Geld fließt in den Bau einer neuen Produktionsanlage, die Ende 2024 in Hamburg in Betrieb gehen soll.

Aktuelle Studie zeigt: Jüngere Menschen trauen sich eher, ein eigenes Unternehmen zu gründen

Nicht nur das Beispiel Traceless Materials, sondern auch aktuelle Daten des Länderberichts Deutschland 2022/23 des Global Entrepreneurship Monitor (GEM) zeigen, dass die Deutschen trotz wirtschaftlicher Herausforderungen der vergangenen Jahre grundsätzlich motiviert sind, den Schritt in die Selbständigkeit zu wagen. Im Jahr 2022 stieg die Gründungsquote im Vergleich zum Vorjahr von 6,9 auf 9,1 Prozent. Dabei fällt ein Detail besonders auf: Laut der Studie, machen sich immer mehr jüngere Menschen selbstständig. So lag die Gründungsquote der 18- bis 24-Jährigen bei 15,2 Prozent.

„Man muss die Komfortzone verlassen.“

Alexandra Reiter, Berufscoach und Organisationsberaterin

Bedeutet das im Umkehrschluss aber auch, dass die Jüngeren automatisch die Mutigeren unter den Gründern sind? Ja, meint Alexandra Reiter, Berufscoach und Organisationsberaterin in Hamburg: „Erklärt werden kann dies durch das sogenannte Generation-Z-Phänomen. Anders als in den Generationen zuvor ist das Selbstbewusstsein dieser jungen Leute durch ihre Eltern generell sehr gepusht worden.“ Der Background der 18- bis 24-Jährigen laute: Du kannst alles machen, probiere es einfach aus. Außerdem hätten die Jüngeren ihre eigenen Eltern vor allem in den vergangenen Jahren sehr genau beobachtet. „Corona, Burn-Out, das wollen sie nicht“, so Reiter. „Ihre Priorität ist die berufliche Erfüllung. Nicht, wie es bei den vorherigen Generationen immer war, die Sicherheit. Dazu kommt natürlich auch der Fachkräftemangel. Jüngere Menschen wissen, wenn ich mit meinem Start-up scheitern sollte, dann kann ich mich einfach bei einer Firma anstellen lassen.“

Dabei sei Mut letztlich eine Eigenschaft, die alle mitbringen sollten, die mit ihrem Business erfolgreich →

sein wollen, völlig unabhängig vom Alter. „Als Führungskraft muss ich Entscheidungen fällen und dazu brauche ich Mut. Wenn ich als Führungskraft diesen Mut nicht habe, dann blockiert das das ganze Team“, sagt Reiter.

Hinter der App Bejoy stehen drei kluge Köpfe – und deren Mut, sich Unterstützung zu suchen

Dass der Unternehmenswert Mut ein wichtiger Parameter für Erfolg ist, davon ist auch Hanne Butting überzeugt. Gemeinsam mit den beiden Informatikern Dr. Arne Bernin und Sobin Ghose hat sie 2021 die Firma Beyond Emotion in Hamburg gegründet – und sich damit auf eines der am heißesten diskutierten Terrains der Gegenwart gewagt: Künstliche Intelligenz. Auf dieser Technologie basiert ihr innovatives Produkt. „Bejoy ist ein digitaler Bilderrahmen für Seniorinnen und Senioren mit integrierter Stimmungsbenachrichtigung und Aktivitätserkennung“, erklärt Butting. Der Bilderrahmen wird in der Wohnung des Pflegebedürftigen aufgestellt und kann verschiedene Emotionen und Gesichtsausdrücke mittels einer integrierten Kamera erkennen. Per Smartphone-App werden die Angehörigen über den aktuellen Gefühlszustand des Seniors informiert. Außerdem zeigt die App an, wann der Pflegebedürftige zuletzt gesehen wurde und schlägt bei ungewöhnlich langer Abwesenheit Alarm. Zusätzlich können Familienfotos und Urlaubsbilder über die App auf den Bilderrahmen übertragen werden. Die Idee dahinter: Die Älteren könnten so intensiver am Leben und Alltag der Jüngeren teilhaben. „Wir wünschen uns, dass dadurch ältere Menschen länger zu Hause leben können“, sagt Butting. „Und natürlich ist der Weg in diese Branche, in der auch der Datenschutz ein wichtiges Thema ist, nicht einfach, dessen sind wir uns bewusst. Ein Start-up in diesem Bereich zu gründen, kann man durchaus mutig nennen.“ Mut habe es auch gekostet, ihr anfänglich dreiköpfiges Team zu vergrößern. „Denn es gibt immer wieder Phasen, wo es eine Herausforderung ist, ausreichend Finanzierung zu erhalten“, räumt die Gründerin ein. Dank Förderprogrammen und der Hilfe von Investoren konnte das Team zwischenzeitlich wachsen. Aktuell feilen 16 Mitarbeiter an der Zukunft von Bejoy.

> **„Ja, es hat Mut gekostet, zu wachsen.“**
>
> Hanne Butting, Unternehmerin der Firma Beyond Emotion

FOTO: REITER, BEYOND EMOTION GBMH

Berufscoach Alexandra Reiter betont, dass es unerlässlich ist, sich als Unternehmer oder Unternehmerin bewusst zu machen, dass es am Ende keine hundertprozentige Sicherheit für Erfolg gibt: „Ich vergleiche das immer gern mit Turmspringern. Am Anfang springen die Sportler in mit Schaumstoff gefüllte Gruben. So können sie ihr Training perfektionieren. Aber irgendwann kommt der Tag, an dem der Schaumstoff durch Wasser ersetzt wird. Dann müssen sie springen. Das ist dann das letzte Quäntchen, für das es dann den Mut braucht.“

Glücklicherweise sei Mut grundsätzlich lernbar, so Reiter. Sogar Menschen, die eher zu den vorsichtigeren Persönlichkeitstypen zählen, könnten mutiger werden. „Wir sprechen hier einfach von einer Verhaltensänderung. Der Punkt ist, dass man seine Komfortzone verlassen muss. Etwas wagen, etwas ausprobieren um dann zu erleben, ich habe es geschafft, es hat geklappt, das macht uns mutiger.“ Der Duden beschreibt das Wort Mut als die Fähigkeit, in einer gefährlichen, riskanten Situation seine Angst zu überwinden und furchtlos angesichts einer Situation zu sein, in der man Angst haben könnte. Dazu kommt die Bereitschaft, auch im Hinblick zu erwartender Nachteile etwas zu tun, was man für richtig hält. Zum Mutigsein gehört also auch immer die Option, scheitern zu können. „Natürlich ist es so, dass uns eine Entscheidung umso schwerer fällt, je höher das Risiko ist“, sagt Alexandra Reiter. „Wenn ich durch meine Entscheidung als Unternehmer zum Beispiel eventuell Millionen von Euros an die Wand fahre, dann gehe ich mit meiner Abwägung natürlich länger schwanger, als wenn die Folgen nicht so gewichtig sind. Und dann gibt es noch den Faktor Zeit: Je länger ich mit eventuellen negativen Folgen leben müsste, desto schwerer wird mir die Entscheidung fallen und ich werde länger darüber nachdenken, sie zu treffen.“

Angst davor zu haben, Fehler zu machen, ist okay – schlimmer ist es, gar nichts zu tun

Dass es den meisten von uns generell eher schwer fällt, Entscheidungen zu treffen, liege vor allem daran, dass wir Angst davor haben, Fehler zu machen. „Das ist uns kulturell schon in die Wiege gelegt. Viele denken ja auch, das Gegenteil von Mut wäre Angst. Das stimmt nicht. Es ist die Handlungsunfähigkeit.“ Angst hingegen könne mit den richtigen Methoden umschifft werden: Steht eine Entscheidung an, sollte man alle möglichen Strategien genau durchgehen. Und sich dann die Frage stellen: Was könnte im schlimmsten Fall passieren? Wie wahrscheinlich ist es, dass meine Entscheidung dazu führt, dass etwas schiefgeht? Und welchen Preis bin ich dann bereit zu zahlen?

Die Abwägung von Risiken und Chancen ist also die Grundlage, wenn es darum geht, die Segel zu straffen und seine Reise fortzusetzen – egal in welche Richtung. Und oft verliere das groß erscheinende Problem bei näherer Betrachtung sogar seinen Schrecken. Diese Erfahrung hat Alexandra Reiter bereits selbst gemacht. Denn auch sie hat ein eigenes Business. „Eine Situation, in der ich mutig sein musste, war, als ich mich entschied, meinen festen Teilzeitjob zu kündigen, um mich komplett auf meine Selbstständigkeit zu konzentrieren. Vor einigen Jahren habe ich dann auch beschlossen, keine Gruppenseminare mehr zu geben, sondern nur noch Einzelcoachings zu machen.“ Über beide Entscheidungen musste die Wahlhamburgerin länger nachdenken. Am Ende, sagt sie, habe sie nichts bereut.

EVENT TIPP

WORKSHOP: ZUKUNFT WIRD AUS MUT GEMACHT

Stephan Westermann ist Trainer, Coach und Zukunfts-Berater. In seinem Workshop entwickeln die Teilnehmer ihr ganz persönliches Bild von einer begeisternden Zukunft.

Donnerstag, 8. Februar 2024, 8.30 Uhr, Business Club Hamburg, Elbchaussee 43, 22765 Hamburg
Anmeldung unter: www.bch.de

5 MUTMACH-TIPPS:

1. SICHERHEIT ALS ILLUSION BEGREIFEN

Egal, wie gewichtig das Thema ist, mit dem man sich auseinandersetzen muss, es gibt keine hundertprozentige Sicherheit, dass man am Ende mit seiner Entscheidung diesbezüglich richtig liegt. Sich das klar zu machen und sich bewusst zu sein, dass wir nie alles bis ins kleinste Detail kontrollieren können, kann den Druck nehmen und dafür sorgen, dass wir vom Grübeln ins Handeln kommen.

2. WICHTIGE KERNFRAGEN STELLEN

Wer erfolgreich sein und seine Ziele erreichen möchte, der muss damit rech-nen, dass er oder sie auf dem Weg auch scheitern kann. Eine Möglichkeit, ein Thema objektiver betrachten zu können ist, sich die beiden folgende Fra-gen zu stellen: Was könnte im schlimmsten Fall passieren? Und welchen Preis bin ich zu zahlen, wenn ich scheitere?.

3. TRAGWEITE ERKENNEN

Michael Ende hat in seiner Kinderbuchreihe „Jim Knopf und Lukas der Lokomotivführer“ den möglichen Umgang mit Ängsten beschrieben: Jim und Lukas treffen in der Wüste einen furchteinflößenden Riesen. Doch je näher sie ihm kommen, desto kleiner wird er. Am Ende ist er sogar einen Kopf kleiner als Lukas – und die Angst ist verflogen. Die Moral von der Geschichte: Manchmal erscheinen uns Probleme, verbunden mit Angst, größer als sie wirklich sind. Bei näherer Betrachtung verlieren sie oft ihren Schrecken.

4. CHANCEN UND RISIKEN ABWÄGEN

Das Risiko einer Sache zu kalkulieren ist wichtig und kann uns vor schwer-wiegenden Folgen bewahren. Genauso wichtig ist es aber, auch die Chan-cen in den Blick zu nehmen. Wer permanent wie ein Kaninchen vor der Schlange sitzt und sich darauf konzentriert, nicht gefressen zu werden, der wird im Zweifel nie den Sprung auf die Wiese nebenan wagen und feststel-len, dass das Gras dort noch viel grüner ist.

5. EXPERTEN ZU RATE ZIEHEN

Wer sich bei Entscheidungen grundsätzlich unsicher ist, der kann sich Tipps von erfahrenen Business-Coaches, Finanzberatern oder anderen Experten holen. Auch Gespräche mit potenziellen Investoren oder Menschen, die bereits in ähnlichen Situationen waren, können Themen und Aspekte in ein neues Licht rücken und letztlich hilfreiche Impulse geben.

BUCHTIPP:

Neue Ideen und Visionen zu haben ist gut. Diese konsequent zu verfolgen und letzlich auch wirklich umzusetzen, ist aber oftmals leichter gesagt als getan. Vor allem, wenn Führungskräften der Zukunftsmut fehlt. Dahinter steht ein Potpurri an bestimmten Wahrnehmungen, Handlungen und Überzeugungen. Erst mit der Verankerung von Zuversicht, Selbstwirksamkeit, Widerstandskraft und Optimismus ist das Fundament eines Unternehmens angersichts des stetigen Wandels unserer Welt erfolgreich aufgestellt. In dem Ratgeber „30 Minuten Zukunftsmut“ erfahren Unternehmer und Unternehmerinnen, wie sie den Zukunftsmut in Ihrem Betrieb kultivieren, das Innovationsverhalten Ihrer Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen signifikant verbessern und ihre Firma so für zukünftige Herausforderungen fit machen können.

Carl Naughton, Andreas Steinle: 30 Minuten Zukunftsmut, Gabal Verlag, als Ta-schenbuch für 9,90 Euro oder als E-Book für 7,99 Euro.

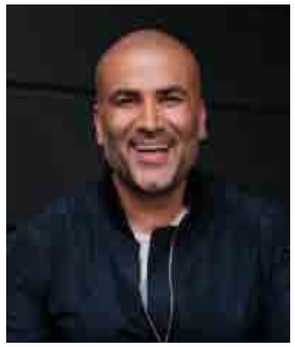
YOUTUBE–VIDEO

QR-Code Scannen und Interview über „Zukunftsmut“ mit Dr. Carl Naughton, Wirtschaftspsychologe, Linguist und Trainer ansehen

https://www.youtube.com/watch?v=P_4A9MBSL4k

„Jedes Investment bedarf einer extra Portion Mut“

Clubmitglieder zum Thema „Mut und Chancen im Unternehmertum“



KEMAL ÜRES
Geschäftsführer
Daily Catering GmbH

Wer als Unternehmer erfolgreich sein will, muss bereit sein, einen hohen Preis zu bezahlen. Die sozialen Medien verzerren das Bild, denn im Internet hat es häufig den Anschein, als wenn jeder erfolgreich ist. Ganz nach dem Motto: Alles geht ganz einfach – höher, schneller, weiter. Dabei unterschätzen die Leute oft, wie viel Anstrengung es kostet, ein Unternehmen zu führen. Man steht immer wieder vor schwierigen Entscheidungen und muss ständig in das Geschäft investieren. Dafür braucht es eine Menge Mut, und man muss leidensfähig sein. Für mich ist Mut die Mutter des erfolgreichen Unternehmertums. Wer keinen Mut hat, der lebt ständig in Angst und die ist ein schlechter Begleiter. Sie blockiert nicht nur die Gedanken, sondern sie verhindert auch oft das richtige Handeln.

JEAN-CLAUDE GUTZEIT
Geschäftsführer
BGL Software GmbH

Mut ist ein starkes Wort und hat sicherlich mehr Berechtigung, wenn es um Leben oder Tod geht. Mutige Unternehmensführung ist in einem pessimistischen Umfeld ein zunehmend wichtiger Erfolgsfaktor. Stets positiv und visionär zu bleiben und die gestaltenden Entscheidungen abwägend, aber ohne Angst zu treffen, ist fast schon ein Muss, um innovativ und anpassungsfähig zu bleiben. Für mich persönlich bedeutet Mut vor allem auch trotz gelebter Erfahrungen (Enttäuschungen) voll auf Menschen und Beziehungen zu setzen. Eine mutige Entscheidung erkenne ich daran, dass vorher alle wussten, warum es nicht funktionieren kann und man im Nachhinein den Erfolg vor allem mit Glück erklärt.

MICHAEL KRIEGER
Geschäftsführer
MKCP Beteiligungsgesellschaft mbH

Mut kann man nicht lernen, es ist ein Persönlichkeitsmerkmal. Es gibt viele, die bei allem zuerst das Risiko sehen und nicht die Chancen erkennen, die sich bieten. Diese Menschen werden kein Unternehmen gründen, sondern sich eher für einen sicheren Job entscheiden. In unserem Business ist es zumeist so, dass wir in Branchen investieren, von denen wir kaum oder gar spezifisches Wissen haben. Wir schauen uns die Projekte genau an, um zwischen Risiko und Chancen abzuwägen. Trotzdem bedarf ein Investment immer einer extra Portion Mut, denn man gelangt bei jedem Prozess an den Punkt, an dem man an seiner Entscheidung zweifelt. Man kann mit seiner mutigen Entscheidung schließlich auch einmal daneben liegen.

JAN BUDDE
Geschäftsführer
Body Attack GmbH & Co. KG

Gerade jüngere Menschen sind viel mutiger geworden und trauen sich heute einiges zu. In früheren Zeiten haben die Leute häufig auf den grünen Haken gewartet, um auf der sicheren Seite zu sein. Heute packen sie zu und nehmen ihre Chance wahr. Genauso mache ich es auch. Schauen, testen und machen – das war immer die beste Entscheidung. Wenn ich eine Idee habe, dann lege ich los. Unternehmertum lernt man nicht, das kommt von innen heraus. Man muss eine Vision haben, die Chancen und Möglichkeiten erkennen und dann seine Idee auf die Bahn bringen. Man muss aber auch damit umgehen können, wenn etwas nicht klappt. Am Ende werden die Mutigen mit dem Erfolg belohnt.

FOTOS: ARCHIV

Haspa Private Banking –
so individuell wie Ihr Fingerabdruck
und jetzt 3-fach ausgezeichnet.

Zukunftssicherung, Immobilienmanagement
Unternehmensnachfolge, Generationenmanagement
Vermögensverwaltung, Vermögensberatung

Elite Report 2004–2023
Bester Vermögensverwalter
Ausgezeichnet durch das Handelsblatt bzw. DIE WELT

FUCHSRICHTER 2023
PRIVATE BANKING
GESAMTWERTUNG DE
Platz 2
HAMBURGER SPARKASSE
FUCHSRICHTER.DE/SIEGEL

FOCUS MONEY
HERAUSRAGENDE
VERMÖGENS-
VERWALTUNG
Note: 1,9
FOCUS-MONEY 48/2022
Im Test: 35 Banken
vier weitere Banken
erhielten die Note 1,9
ntv

Lassen Sie uns gemeinsam Ihre persönliche **Private Banking ID** entwickeln, abgestimmt auf Ihre Bedürfnisse als Unternehmerinnen und Unternehmer, Vermögende oder Top-Verdienende.

Jetzt Termin für eine 360°-Beratung vereinbaren.
haspa.de/ID

Haspa
Private Banking

BERATEN MIT HIRN, HERZ UND HAND

*Die **H&Z GROUP** ist ein weltweit tätiges Beratungsunternehmen, das seine Kunden auch im Bereich Einkauf unterstützt. Der spielt eine immer wichtigere Rolle, denn externe Lieferanten liefern bis zu 70 Prozent der Wertschöpfung für Unternehmen.*

Text: **Achim Schneider**

Die Welt ist im Wandel. Themen wie Klimaschutz, Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Transformation sind Schlagwörter, die uns täglich begegnen – sowohl in der Gesellschaft als auch in der Wirtschaft. Unternehmen müssen sich den neuen Bedingungen anpassen. Nicht nur, um die Herausforderungen des globalen Wettbewerbs erfolgreich zu meistern, sondern auch, um die gesetzlichen Vorschriften zum Thema Nachhaltigkeit und Klimaschutz zu erfüllen. Ein wesentlicher Bereich innerhalb eines Unternehmens ist deshalb der Einkauf, dessen Aufgabe es ist, kostengünstig Teile und Komponenten oder Waren einzukaufen und dabei die gesamte Lieferkette nachhaltig zu managen. Die H&Z Unternehmensberatung unterstützt Unternehmen dabei, die Transformation in die Zukunft erfolgreich zu gestalten.

H&Z-Experten für Einkauf und Nachhaltigkeit: Dr. Silke Mayer (Principal, Managementteam), Sven Steinert (Geschäftsführer SUSTAINX GmbH).

„So wie sich die Welt verändert hat, so hat sich auch das Bild des Einkaufs in den Unternehmen geändert“, sagt Sven Steinert. Er ist Berater und Geschäftsführer von SUSTAINX, das zur H&Z Group gehört. „In der Vergangenheit ist der Einkauf ein unliebsames Kind gewesen, das von vielen im Unternehmen belächelt wurde“, erklärt er. Doch seine Rolle innerhalb der Betriebe hat sich signifikant verändert. Statt wie in früheren Zeiten lediglich Preise mit Anbietern zu verhandeln und als „Beschaffer“ angesehen zu werden, nimmt der Einkauf inzwischen eine wichtige strategische Funktion als Verhandler und Verantwortlicher für Nachhaltigkeit in der gesamten Lieferkette von Waren, Produkten und Materialien ein.

Die H&Z Unternehmensberatung wurde 1997 gegründet. Zu ihren Schwerpunkten gehören die Beratung in den Bereichen Strategie & Performance, Einkauf, Vertrieb, Transformation und Nachhaltigkeit. Unter dem Dach der H&Z Group finden sich neun Unternehmen mit 600 Beratern, die in 26 Büros tätig sind. Das Credo des Unternehmens lautet: Beratung mit Hirn, Herz, Hand.

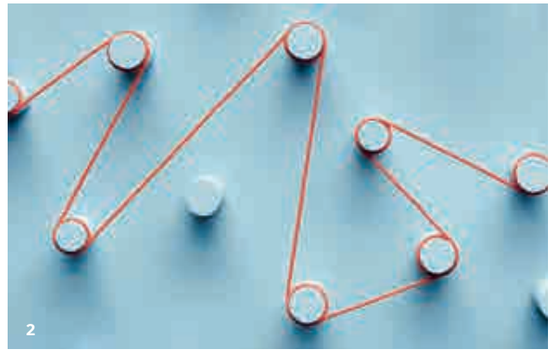
- Hirn: Konzepte entwickeln, damit Firmen sich weiterentwickeln und den Aufgaben der Zukunft gewachsen sind
- Herz: Vertrauen schaffen, Prozesse gestalten, Changemanagement und Transformation begleiten
- Hand: Vor Ort dabei sein, Widerstände abbauen und bei der Umsetzung mit anpacken

Sven Steinert veranschaulicht die Arbeit der H&Z Group an einem praktischen Beispiel bei der Reederei Hapag Lloyd. Das Schifffahrtsunternehmen benötigte Unterstützung bei der Organisation nachhaltiger Lieferketten. Der Berater sagt: „Wir haben uns alle Prozesse und die Organisationsstruktur in Bezug auf Nachhaltigkeit angesehen, haben Interviews mit den Beteiligten geführt und eine Einordnung des Unternehmens im Wettbewerb vorgenommen.“ Mit den gewonnenen Erkenntnissen haben wir eine Strategie entwickelt mit dem Ziel, das vorhandene Level im Bereich Nachhaltigkeit anzuheben. Und dann haben wir mit dem Bild eines Containerschiffes die einzelne Hauptprozesse der Einkaufsorganisation visualisiert.“

Bei der Umsetzung des Konzeptes war Sven Steinert aktiv beteiligt. „Wir erarbeiten nicht nur ein Konzept, sondern wir machen auch das Roll-out mit den Firmen. Es wurden Nachhaltigkeitsstrategien für die gesamte Lieferkette definiert: Wie kommen die Container vom Lieferanten zum Hafen und wie kommen sie irgendwann vom angelaufenen Hafen zum Endkunden? Welche Transporter können dafür genutzt werden? Gibt es eine nachhaltige Ladeinfrastruktur? Welche Lieferanten kann man mit ins Boot nehmen? Welche Maßnahmen müssen getroffen werden, um nachhaltige Transportketten zu erhalten? Für alle diese Fragen wurden gemeinsam Lösungswege entwickelt und umgesetzt.

„Um unsere Konzepte in den jeweiligen Regionen zu verankern, gibt es die Sustainability Champions“, sagt Dr. Silke Mayer vom Managementteam. „Sie sind dafür verantwortlich, dass die Templates ausgefüllt werden und unser Gedankenkonstrukt von den Leuten vor Ort verstanden und übernommen wird.“ Eines ist beiden Beratern wichtig: „Wir sagen nicht, dass wir alles besser wissen. Wir fördern ein gesundes Miteinander und sind nicht dazu da, schlau zu reden, sondern tatkräftig mit anzupacken“, beschreibt Mayer ihre Rolle. Sven Steinert sieht es so: „Wir geben die Schiene und den Zug vor, zeigen den Leuten im Führerhaus, welche Knöpfe und Hebel sie bedienen müssen, damit sie später in der Lage sind, selbst zu fahren und die Weichen stellen zu können.“

FOTOS: H&Z GROUP, ARCHIV



Große Kompetenz: Die H&Z Group berät Unternehmen im Bereich Einkauf (1), Strategie und Performance (2), Nachhaltigkeit (3), Transformation (4).

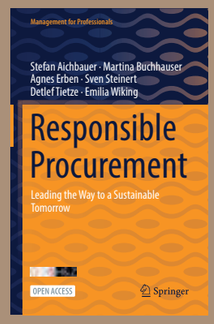
Für Silke Mayer ist das Thema Nachhaltigkeit im Einkauf das „New normal“ in der Businesswelt. „Das Thema wird in Zukunft auf jeder Unternehmensagenda stehen“, sagt sie. Deshalb muss bei den Firmen ein Umdenken bezüglich der Haltung gegenüber dem Einkauf stattfinden. Um die Bereiche Comply (Gesetze, die erfüllt werden müssen), Compete (mit der Konkurrenz mithalten), Lead (das Thema Nachhaltigkeit vorantreiben) in den Firmen zu etablieren, müssen die Unternehmen ihre Mitarbeiter motivieren, aktiv daran mitzuarbeiten. Die Chefs müssen Role Models sein, sollten Nachhaltigkeit vorleben und umweltbewusst handeln. „Denn“, so sagt Silke Mayer, „Nachhaltigkeit ist gekommen, um zu bleiben, weil es nicht anders in der Zukunft funktioniert“.

KONTAKT

H&Z Unternehmensberatung AG
Max-Joseph-Straße 6, 80333 München
Tel.: +49 89 24 29 69-0
hq@hz.group
www.hz.group
Soon to come: H&Z Office in Hamburg

Zum Thema Nachhaltigkeit hat Sven Steinert mit einem Team das Buch „Responsable Procurement“ geschrieben. Die Autoren beleuchten die gesamte Lieferkette, die bei der Beschaffung einen großen Teil der Unternehmensausgaben ausmacht und bieten einen ganzheitlichen Nachhaltigkeitsansatz, der von Zieldefinitionen bis zur Verankerung von Nachhaltigkeit in einer Organisation und ihren Entscheidungsprozessen reicht.

Das Buch ist kostenfrei zu beziehen unter:
https://hz.group/de/news/buch-launch



KOOPERATIONSPARTNER

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

www.holsten-pilsener.de

www.hl-cruises.de

www.gutkaden.de

ABB Allgemeine Baugesellschaft Buck
AEMEDIA
agentur artprolog
Albrecht Solutions
Angermann Real Estate Advisory
Audi Zentrum Hamburg
BLICKWINKEL I Position • Potentiale
BGL Software
BlockGruppe
Bluplanet Digital
Body Attack Sports Nutrition
bürosuche.de
CYLAD Consulting
Danfoss
Degussa Goldhandel
Delphi-HR Consulting
designfunktion
EGOR Managementberatung
Engel & Völkers
Fabijan Vuksic photography
FC St. Pauli
HANSA PARTNER Wirtschaftsprüfung
HAPEKO Hanseatisches Personalkontor
HASPA Hamburger Sparkasse
Hebewerk Consulting
HSV Fußball
IFB Ingenieurbüro für Bautechnik
IpB Institut für persönliche Bildung
Klondike
Klüh Services
Mail Boxes Etc. Hamburg Altona
memberslounge.com
microbizz Deutschland
Montblanc
Nord Event
Nord-Ostsee Automobile
Nordakademie
PAISLEY BESPOKE
Penske Sportwagen Hamburg
PricewaterhouseCoopers
PVS berlin-brandenburg-hamburg
Q-Data Service
Radiopark
Ramboll Deutschland
ROBEO
Robert C. Spies
rugekrömer Arbeitsrecht
Silicon Pauli
Silpion IT-Solutions
Sopra Steria
STARCAR
TAVAGROUP
Telekom Deutschland
Turkish Airlines
UBS Europe
Uexküll & Stolberg
Uptime IT
V3 Business Consultants
Verkehrsrecht Rocke Winter Bachmor
Villa im Heinepark
Volkswagen Automobile Hamburg
VRtualX
Wir für Gesundheit

Stölting SERVICE GROUP

SERVICE
WITH A SMILE.
SEIT 1899.

DIENSTLEISTUNG
AUF HÖCHSTEM
NIVEAU. SEIT 1899.

AUCH IM RAUM HAMBURG
IMMER FÜR SIE DA.

Die STÖLTING SERVICE GROUP ist deutschlandweit einer der führenden Anbieter von Serviceleistungen in den Bereichen Cleaning, Security und Personal. Wir entwickeln individuelle, maßgeschneiderte Lösungen für und mit den Kunden, damit Sie sich besser auf Ihr Kerngeschäft konzentrieren können.

Bereits seit über 120 Jahren bieten wir unseren Kunden durch das Zusammenspiel unserer Dienstleistungen optimale Komplettlösungen an und stellen bei vielen namhaften Auftraggebern mit über 14.000 Mitarbeitern unsere Leistungsfähigkeit täglich unter Beweis.

Unsere qualifizierte Dienstleistung definiert sich als Wettbewerbsvorteil unserer Kunden und gilt somit als Investition in die Zukunft. Fragen Sie uns gerne an.

Stölting Service Group GmbH | Hamburg
Kuehnstraße 71 c | 22045 Hamburg | T 040 - 98769606

CLEANING SERVICE
SECURITY SERVICE
PERSONAL SERVICE

STÖLTING SERVICE GROUP GmbH | Unternehmenszentrale
Johannes-Rau-Allee 15–19 | 45889 Gelsenkirchen | T. 0209 - 70 279-0 | info@stoelting-gruppe.de | www.stoelting-gruppe.de

KOMPETENZ, KIEZ, KUNST

Er ist Gründer des Instituts für persönliche Bildung, Buchautor und er hat ein eigenes Musical auf die Bühne gebracht. Seit Anfang des Jahres hat **THOMAS BIRKHAHN** *ein weiteres Betätigungsfeld: als Geschäftsführer im Pulverfass auf der Reeperbahn.*

Text: **Achim Schneider** Foto: **Fabijan Vuksic**

Er ist immer für eine Überraschung gut. Für das Gespräch mit dem club! Magazin schlug Thomas Birkhahn einen außergewöhnlichen Treffpunkt vor: das Pulverfass Cabaret auf der Hamburger Reeperbahn. Staunen. Meinte er tatsächlich Europas berühmtestes Queer Varieté, das in diesem Jahr seinen fünfzigsten Geburtstag feiert? „Das passt perfekt“, sagte er, „da kann ich direkt vor Ort erzählen, wie ich das Pulverfass mit meiner Vision weiterentwickeln möchte.“

Das Thema Weiterentwickeln liegt in der DNA des Wahlhamburgers. Schon früh in seinem Berufsleben hat sich Thomas Birkhahn zur Aufgabe gemacht, andere Menschen „zu begeistern, zu inspirieren und zu stärken, damit sie ihre Potenziale aktiver nutzen und sich persönlich weiterentwickeln.“ Seit mehr als 40 Jahren ist er in der Personalentwicklung unterwegs. Zuerst als Dozent an der Fachhochschule für Psychologie und Sozialwissenschaften in Hildesheim, dann sieben Jahre lang als Vorstand im Bereich Personalentwicklung und Organisation eines Göttinger Unternehmens. Seine permanente Neugier und das Interesse an Menschen waren ausschlaggebend für die Gründung seines eigenen Unternehmens – das Institut für persönliche Bildung (IpB).

Das Motto des Trainers und Moderators lautet: Kompetenzen stärken. Er fragte sich: „Was muss ich tun, um die Kompetenzen anderer zu stärken?“ Birkhahn ist davon überzeugt, dass die Menschen das Wissen sowie die Fähigkeiten haben, um ihre Anforderungen im Job zu bewältigen. „Sie müssen manchmal nur aktiviert werden“, sagt er. Und genau das machen Thomas Birkhahn und sein Team in Hamburg, Berlin, Wien und Basel. Zu den Schwerpunkten des IpB zählen die Themen Führung, Teamentwicklung, Changemanagement und die persönliche Bildung. Wobei ihm das B bei beim Thema „Persönliche Bildung“ besonders wichtig ist. „Es steht nicht für die Anhäufung von Wissen. Für mich bedeutet es die Auseinandersetzung mit mir, anderen Menschen sowie den gesellschaftlichen Themen. Das ist mein Verständnis von Bildung“, erklärt er.

Um den Einstieg beim Pulverfass zu verstehen, muss man etwas ausholen. Thomas Birkhahn hat neben anderen Hobbies ein Faible für die Kunst. Als er vor 30 Jahren in Berlin das Musical Linie 1 live erlebte, hat es bei ihm Klick gemacht. Das Stück hat ihn sofort gepackt und es fasziniert ihn, „weil die Texte auch heute noch aktuell sind“. Er entwickelte bei einem Workshop mit jungen Teilnehmern die Idee, ein Musical über das Thema „Persönliche Bildung“ auf die Bühne zu bringen. Aus der Idee entstand das Stück „Glücklich in 90 Minuten“.

Birkhahn schrieb ein Exposé und machte sich auf die Suche nach Autoren und Komponisten für sein Vorhaben. Mit Jan-Christof Scheibe – Musiker, Produzent, Arrangeur – fand er den idealen Partner, um seine Idee umzusetzen. „Jan-Christof hat meine Vision sehr schnell verstanden. Wir haben das Musical gemeinsam gestaltet und ein tolles Ergebnis geschaffen“, sagt er stolz. 2019 war es soweit: „Glücklich in 90 Minuten“ feierte in den Hamburger Kammerspielen Premiere. Mittlerweile wurde die musikalische Revue über das Glück und den Sinn des Lebens mehr als 50-Mal aufgeführt. Jetzt bringt Thomas Birkhahn es in „seinem“ Pulverfass auf die Bühne.

Für das weit über die Hamburger Grenzen hinaus bekannte Revue-Theater hat der 62-Jährige seine eigene Vision entwickelt. „Natürlich wird hier „Glücklich in 90 Minuten“ gespielt und auch ein zweites Musical ist schon in Arbeit.“ Doch das ist längst nicht alles. „Ich möchte auch anderen die Möglichkeit geben, ihre Stücke – Theater, Kabarett oder Musik – auf die Bühne zu bringen. Ganz nach meinem Motto: Kompetenzen stärken“, beschreibt er seine Zukunftspläne für das Theater auf dem Kiez.

Um seine vielfältigen Tätigkeiten als geschäftsführender Gesellschafter, Buchautor, Coach, Moderator und Theaterproduzent besser koordinieren zu können, hat Thomas Birkhahn sein Unternehmen neu strukturiert und die Birkhahn Group gegründet. Mit dem Institut für Bildung, Consulting sowie einem Buchverlag. Als vierte Säule ist die Agentur Enable Culture hinzu gekommen, mit der Birkhahn kulturelle Veranstaltungen aus Hamburg (Musicals, Operetten, literarische Konzerte oder die Shows aus dem Pulverfass) in andere Orte des deutschsprachigen Raumes bringen will.

Übrigens: Er wird zukünftig auch auf der Bühne stehen. Allerdings nur für sich allein und ohne Publikum. Thomas Birkhahn, der zuhause gern Musik über seinen chromglänzenden Plattenspieler hört, will auch die eigene musikalische Kompetenz stärken. Er spielt seit einiger Zeit Saxofon. Dafür ist regelmäßiges Üben angesagt. Wo geht das besser als auf der Bühne des Pulverfass'?

KONTAKT

Birkhahn Group
Isestraße 26
20144 Hamburg
Tel: +49 40 359 641-79
t.birkhahn@birkhahn-group.de
www.birkhahn-group.de

Miteigentümer Thomas Birkhahn hat große Pläne mit dem Pulverfass: „Ich möchte das Haus mit meinen Ideen und Visionen weiterentwickeln.“

Das neue Heilmittel bei chronischer Digitalisierung.

Trotz hoher Investitionen in ihre digitale Gesundheit liegen viele Unternehmen nach wie vor auf der Intensivstation – irreparable Schäden können die Folge sein. Dank der neuen Formel von **Digital Omega-WTF Complex 2** lässt sich jede Form von gescheiterten Innovationsbestrebungen behandeln oder vollständig heilen.

Jetzt Anmelden
auf www.bch.de oder
QR-Code scannen!

Entwickelt von
Esther & Björn Freter
Chefärzte bei
Whiskey Tango Foxtrot

Neugierig oder selbst betroffen?
Wir möchten Sie auf eine informative und gleichzeitig unterhaltsame Reise durch die Fallstricke der Digitalisierung mitnehmen. Wir zeigen Ihnen, was (meistens) schiefgeht und wie man es (meistens) besser machen kann. Kein langweiliges Strategie-Gerede, sondern konkrete Beispiele und Ratschläge aus dem echten Unternehmensalltag vom Startup bis zum Großkonzern.

Whiskey Tango Foxtrot

wtfoxtrot.de

DIE VERMITTLERIN

TANIA VENEMA *leitet gemeinsam mit Arne Kaiser die Geschicke von Hapeko Deutschland. Die Personalberatung vermittelt jährlich rund 2000 Fach- und Führungskräfte an Firmen unterschiedlicher Branchen.*

Text: **Lena Johanna Philippi**

Tania Venema: „Ich versuche, mich nur mit guten Leuten zu umgeben."

Wenn Tania Venema den Raum betritt, dann ist klar: Hier kommt die Chefin. Die 52-Jährige strahlt eine starke Präsenz aus, klar und bestimmt, meistens jedoch mit einem Lächeln auf den Lippen. Vor 15 Jahren entschied sich die Diplom-Betriebswirtin ein Teil der Personalberatung HAPEKO Deutschland zu werden. Nur sechs Jahre später hielt sie als Geschäftsführerin die Fäden des Unternehmens mit aktuell rund 250 Beschäftigten an 25 Standorten selbst in der Hand – und tut es bis heute.

In ihre Rolle als Chefin sei sie nach und nach „einfach hineingewachsen", verrät Tania Venema. Geholfen haben ihr dabei Fleiß, ein strukturierter Lebenslauf, eine klare Vorstellung von Mitarbeiterführung und vor allem Menschenkenntnis. „Ich versuche, mich ausschließlich mit guten Leuten zu umgeben", sagt sie. „Vor allem in den Zentralfunktionen ist es wichtig, dass unsere Kollegen und Kolleginnen selbstständig arbeiten und dies auch gern tun." Ganz nach dem Prinzip: Führen und Raum lassen.

Im Laufe der Zeit hat sie als Chefin ebenfalls ihre ganz eigene Haltung gefunden. Natürlich sei es ihr Job, zu delegieren, erklärt sie. Aber es sei nicht ihr Stil, das mit Autorität zu tun. „Wenn mir eine Auszubildende sagt, ich habe eine Idee und diese Idee ist dann auch noch besser als meine, dann sage ich sehr gerne: Super, danke dafür!"

Seit der Pandemie hat sich auch bei HAPEKO viel verändert. Jetzt, in der Zeit danach, soll die Arbeit im Büro für die Menschen wieder erstrebenswerter sein, als zu Hause zu bleiben. „Man muss ein Umfeld schaffen, in dem die Leute gerne arbeiten", sagt Venema. Insgesamt 13 Firmenumzüge hat sie daher in den vergangenen zwei Jahren landesweit initiiert. Auch der Standort Hamburg gehörte dazu. 2019 arbeiteten ihre Mitarbeiter noch am Neuen Wall. „Aber wir sind personell so stark gewachsen, dass wir schon kurze Zeit später Fläche anmieten mussten", erklärt die Geschäftsführerin. Anfang November dieses Jahres zog die Belegschaft daher in ein neues, größeres Büro am Großen Burstah. Die Umstrukturierungsmaßnahmen zeigen Erfolg: 2019 wies das Unternehmen 23 Millionen Euro Umsatz aus, in diesem Jahr könnte es doppelt so viel werden. Ein Ende des Wachstums ist nicht in Sicht, zumal Personalberatungsfirmen vom Fachkräftemangel profitieren. HAPEKO vermittelt jährlich rund 2000 Fach- und Führungskräfte an Betriebe unterschiedlichster Branchen.

„Ich mache mir um unser Unternehmen keine Sorgen", sagt Tania Venema, die mit ihrem Arbeitseinsatz vorangeht und im Schnitt mindestens 50 Stunden die Woche arbeitet. Um dem Personalmangel grundsätzlich entgegenzuwirken, müssten aber in vielen Firmen alte Strukturen aufgebrochen werden: berufliche Tätigkeiten automatisieren, junge Teams mit älteren Kollegen verstärken, Vollzeitstellen mit Teilzeitkräften besetzen und Englisch etablieren – all das könne in den Wogen des demografischen Wandels neue Perspektiven schaffen.

Auch privat kann Tania Venema mit dem sprichwörtlichen Treten auf der Stelle nichts anfangen: „In Bewegung kann ich besser denken." Lange Spaziergänge im Sachsenwald, nahe ihres Wohnortes Aumühle, helfen ihr dabei. Ihren Mann unterstützt sie bei der Zucht schleswig-holsteinischer Springpferde, im Umgang mit den Fohlen übt sie sich in Geduld und Humor. Einmal pro Woche macht sie zudem ein besonderes Fitnesstraining: Eine Mischung aus Crossfit und Boxen. „Denn manchmal ist es auch gut, mal nicht nachzudenken", meint Tania Venema. „Und stattdessen einfach mal Dampf abzulassen."

KONTAKT

HAPEKO Deutschland GmbH
Großer Burstah 1
20457 Hamburg
Tel: +49 (0)40 8229 9118 11
info@hapeko.de
www.hapeko.de

FOTO: FABIJAN VUKSIC

FRANZBRÖTCHEN DES FERNSEHENS

Der frühere ProSieben-Programmdirektor **BORRIS BRANDT** *will den lokalen Fernsehsender Hamburg 1 zu einer medialen Heimat für alle Hamburger machen, die sich auf die guten, alten Werte konzentrieren.*

Text: **Lena Johanna Philippi** Foto: **Fabijan Vuksic**

„Wir werden den Fernsehsender Hamburg 1 zum Franzbrötchen unter den Lokalsendern machen“, sagt Borris Brandt. Umgeben von Fernsehkameras, Tonangeln und Scheinwerfern erklärt der Mann, der den Spielfilmsender ProSieben einst zu einem der quotenstärksten Entertainment-Sendern Deutschlands umgestaltete, wie er aus dem hanseatischen Lokalsender in seinem neuen Job ein mediales „Lieblingsstück“ machen will. Hamburg 1 hatte im vergangenen Jahr Insolvenz angemeldet und war zunächst von Ex-HSV-Präsident Jürgen Hunke und Medienunternehmer Frank Otto gerettet worden. Anfang 2023 dann verkauften die beiden ihre Anteile an Godd Media Broadcast GmbH weiter, die neben Hamburg 1 mehrere Lokalsender in Deutschland besitzt. Das Berliner Unternehmen setzt nun auf Fernsehprofi Brandt, um ihren Hamburger Neueinkauf wieder auf Spur zu bringen.

„Eins meiner Talente ist, dass ich heute fühle, was die Menschen morgen bewegt und was sie brauchen“, sagt Brandt. Aktuell gehe es in der Medienwelt vor allem um Geschwindigkeit und Lautstärke. Künftig aber würden die Menschen wieder stärker nach Geborgenheit, Zugehörigkeit und Heimat suchen. „Die Menschen brauchen Rituale, Konzentration, Sicherheit und Ruhe. Und die findet man in Vereinen, bei gemeinsamen Hobbies, in der Kultur“, sagt der 62-Jährige. Genau an diesem Punkt will der neue Hamburg-1-Macher ansetzen: „Bei uns sollen die Zuschauer eine mediale Heimat finden, die sie über ihr Umfeld informiert und sich auf gute, alte Werte konzentriert. Der Sender werde zu einer mit Herz und Liebe gemachten Plattform von Hamburgern für Hamburger, mit allem, was die Stadt bewegt und einer offenen, breit angelegten politischen Berichterstattung.“

Brandt selbst ist in der Unterhaltungsindustrie groß geworden. Als Sohn der Schauspieler Volker Brandt und Linde Fulda machte er eine Ausbildung zum Werbekaufmann und startete seine Karriere als Filialleiter eines Plattenladens in Eppendorf. Später arbeitete Brandt bei der Economia Werbeagentur, wurde Marketingleiter bei 20th Century Fox. 1998 übernahm er erst die Eigenentwicklung und wenig später die Programmdirektion von ProSieben. „Dort habe ich den Sender neu strukturiert und Formate wie ‚Galileo‘ oder ‚TV Total‘ oder Genres wie ‚Reality TV‘ etabliert.“ Als erster Programmdirektor der Welt kaufte er das Format Big Brother. Die TV-Show wurde in rund 70 Ländern ausgestrahlt. Schließlich wechselte Brandt als CEO zu Endemol in Köln. Als die Zusammenarbeit 2009 endete, zog es ihn zurück in seine Heimatstadt Hamburg. Dort erhielt der vierfache Vater einen Anruf, dem er zunächst wenig abgewinnen konnte: „Ein Headhunter fragte mich, ob ich für AIDA arbeiten will. Mein erster Gedanke war: Singen, tanzen und klatschen für alte Menschen mache ich nicht.“ Ein genauerer Blick ergab: Die Kreuzfahrtbranche hat Potenzial. Als Geschäftsführer von AIDA Entertainment konstruierte Brandt ein komplett neues Unterhaltungsprogramm und brachte Fernsehshows wie ‚Wer wird Millionär‘ und ‚The Voice‘ an Bord der Schiffe. Brandt bezeichnet sich selbst als kreativen Netzwerker und Erbauer unterhaltsamer Brücken zwischen Produkten, Dienstleistungen und Kunden oder Zuschauern. „Wenn ich morgens aufwache, dann habe ich schon tausend neue Ideen. Mein Kopf arbeitet die ganze Zeit.“ Und jetzt also Hamburg 1.

Um hin und wieder abschalten zu können, hat sich der begeisterte Konzertgänger und bekennende Take That Fan gemeinsam mit seiner Frau ein besonderes Hobby gesucht: „Auf der Suche nach einer Tätigkeit, bei der man sich vollkommen konzentrieren und an nichts anderes denken muss, als das, was man gerade tut, bin ich zum Schießsport gekommen. Und es funktioniert: Meine Frau und ich schneiden bei Wettbewerben besser ab als so mancher Polizist.“ Ruhe findet der Besitzer von drei italienischen Hirtenhunden auch in seinem Ferienhaus in Frankreich.

Und was passiert, wenn sich Borris Brandt irgendwann einmal aus der Medienwelt zurückzieht? Dann gibt es schon jemanden in nächster Generation, der die Branche mit tausend neuen Ideen bereichern will „Mein Sohn macht gerade ein Praktikum in einer Multimediaagentur“, sagt Brandt. „Und ich höre, er ist mir ähnlich.“

KONTAKT

Borris Brandt
Saseler Straße 183, 22159 Hamburg
Tel: 0171 752 34 35
b@rris.tv
www.borrisbrandt.de

TV-Profi Borris Brandt an seinem neuen Arbeitsplatz, dem Fernsehstudio des Senders Hamburg 1 in der Ferdinandstraße.

Castrol
Robotic Solutions

Forward
zur fortschrittlichen Automatisierung.

Entdecken Sie, wie Castrol Robotic Solutions die Betriebszeit maximieren und Effizienz in Ihren Fertigungsprozessen steigern können.

castrol.de/robotics

DER LIFESTYLE-MANAGER

Künstlerbetreuung, Merchandising, Ticketing, bedruckte Textilien, Onlineshops: **STAVROS FRANTZIS** *und seine Partner bieten Künstlern, Fans und Unternehmen ein umfangreiches Portfolio an Produkten und cleveren Businesslösungen.*

Text: **Achim Schneider**

Frantzis Stavros im Lager in Norderstedt. Hier werden auch alle Produkte bedruckt.

Seinen erste Geschäftsideee entwickelte Stavros Frantzis als Schüler auf dem Gymnasium. Da war der ehrgeizige junge Mann gerade 16 Jahre alt. „Es gab in Kaltenkirchen die Großraumdisco Traffic, in die ich mit meinen Freuden gegangen bin. Irgendwann kam mir die Idee, dass man dort alle möglichen Events machen kann“, sagt er in seinem Büro in Bahrenfeld. Also hat er kurzerhand eine Veranstaltungsfirma gegründet, um in dem Tanzschuppen und der Umgebung Musikevents und Partys für junge Leute zu organisieren.

Musik, Sport und Lifestyle – das war immer sein Ding. Als er ein duales BWL-Studium mit Ausbildung bei einem Gebäudereiniger machte, hatte er „ein Hip-Hop-Label laufen“. Nach erfolgreichem Studienabschluss trainierte der begeisterte Kampfsportler junge Sportler in seinem eigenen Studio in Thai- und Kickboxen. „Das Training mit den Kids hat mir großen Spaß gemacht, aber irgendwann musste ich mich neu orientieren.“ Gesagt, getan. Mit seinem Freund Dennis Sagra gründete er die Releeze Group, in der, wen wundert‘s, das Thema Lifestyle und Musik eine wichtige Rolle spielt. „Wir hatten Glück. Zum Einstieg konnten wir das Management der Hamburger Sängerin Ace Tee übernehmen, deren Song ‚Bist du Down‘ gerade im Internet viral ging“, sagt er.

Das war zwar der Türöffner für die Musikszene, aber Stavros Frantzis hatte nicht nur das Künstler-Management im Kopf. Denn an Ideen und Plänen mangelte es dem jungen Unternehmer nie: Er wollte zusätzlich kreatives Packaging für CDs produzieren, T-Shirts und Hoodies für Konzerte entwickeln, bedrucken und im eigenen Onlineshop verkaufen. Und so gründete er mit seinem Freund Dennis die Frantzis und Sagra GmbH, die sich inzwischen mit der Deluxeboxen GmbH und Upscale IT GmbH zur Releeze Group entwickelt hat. „Wir sind ein Premium-Merchandising-Anbieter, produzieren on-demand, vermarkten und – wenn es gewünscht ist – vertreiben die Produkte für unsere Kunden.“

Gerade die Kombination aus den Bereichen Grafik, Design, Digitaldruck, Vertrieb, IT-Lösungen für Onlineshops machen das Unternehmen erfolgreich. „Unsere Stärke ist, dass wir ein bisschen crazy sind und Dinge machen, die andere nicht machen“, sagt der Geschäftsführer. „Wir haben zum Beispiel eine außergewöhnliche Fanbox für ein deutsches Rap-Album gemacht, von der mehr als 70 000 Exemplare verkauft wurden. Das ist die erfolgreichste Fanbox der Musikgeschichte“, sagt er stolz. „Und als das Rapper-Duo O’Bros T-Shirts für seine Konzerttournee brauchte, haben wir ein komplettes Shirt-Bundle entwickelt: auf der Vorderseite das Logo designt und für die Rückseite ein grafisches Konzertticket entworfen. Mit dem zusätzlich aufgedruckten QR-Code konnten die Fans dann ins Konzert gehen. Die Message lautete: This is not a Shirt, this is a Ticket.“

Der größte Coup ist kürzlich gelungen: Die Releeze Group hat den Onlineshop für einen großen Proficlub in Hamburg neu aufgesetzt. „Da haben wir uns gegen reichlich Konkurrenz durchgesetzt“, sagt Stavros Frantzis. Wenn es nach ihm geht, darf das ruhig so weiter gehen. Der erfolgreiche Unternehmer und Hip-Hop-Fan hat eine Vision: „Wir wollen die Lifestylebereiche Sport und Musik weiter zusammenbringen und unsere Zukunftstechnologie für Onlineshops verstärkt anbieten.“

KONTAKT

Frantzis & Sagra GmbH
Albert-Einstein-Ring 4
22761 Hamburg
Tel: +49 40 89 06 69 90
stavros@frantzisundsagra.de
www.releeze.com

FOTO: FABIJAN VUKSIC

„Wir bieten den Kunden eine 360° Betreuung“

CHRISTOPHER ROSKOWETZ *ist Co-Founder und CEO von bluplanet, dem Value Added Partner für das Cloud-Ökosystem. Als führender Reseller für Salesforce bietet das Unternehmen dem Mittelstand individuelle Lösungen für die Digitalisierung.*

Christopher Roskowetz war in leitenden Positionen für global agierende Digitalagenturen unter anderem in China, Deutschland und den USA tätig. Im Mai 2021 gründete er bluplanet gemeinsam mit Thorsten Köhler und Christian Leffin. Inzwischen agiert das Start-up in Deutschland, Österreich und will in weitere europäische Märkte expandieren.

Text: **Martina Goy**

Herr Roskowetz, woher weiß ich als, sagen wir mal, konservativer Mittelständler, dass das Team von bluplanet die richtige Lösung für mich anbietet?
ROSKOWETZ: Wir verfügen als Team über jahrelange Erfahrung aus der Zusammenarbeit mit dem Mittelstand sowie großen und internationalen Unternehmen. Wir sehen uns die Bedürfnisse und Anforderungen jedes Kunden genau und individuell an, um auf dieser Basis die individuell passende Cloud-Software auszuwählen. Jedes Unternehmen ist mit eigenen Herausforderungen bei der Digitalisierung konfrontiert und hat andere Ziele. Selbst innerhalb derselben Branche können sich die Anforderungen oder die bereits bestehende Infrastruktur unterscheiden. Der Einkauf der Software als auch der benötigten Serviceleistungen ist mühsam und zeitintensiv. Unzählige Demos, Calls und verschiedene Ansprechpartner. bluplanet zentralisiert und vereinfacht diese Art des Einkaufens. Wir kennen die Herausforderungen der Digitalisierung in verschiedenen Branchen und Unternehmensgrößen und wissen gleichzeitig, dass sie der Schlüssel zur Zukunftsfähigkeit des deutschen Mittelstandes sind.

Ist der Wunsch nach Digitalisierung in dieser Zielgruppe vorhanden?
ROSKOWETZ: Unbedingt. Wir merken, dass der Druck, sich zu verändern, im Markt sehr groß ist. Die Digitalisierung bietet enorme Chancen für den deutschen Mittelstand, es herrscht leider aber auch große Unsicherheit: Das Angebot an Software

FOTO: FABIJAN VUKSIC/BLUPLANET

EVENT TIPP

DIE PERFEKTE CLOUD-LÖSUNG FÜR DIE DIGITALE TRANSFORMATION
Der Markt für Cloud-Software ist schwer überschaubar und die passende Lösung zu finden, ist für mittelständische Unternehmen eine echte Herausforderung. bluplanet CEO Christopher Roskowetz und Innovation Architect Cem Vogt sprechen beim Business Frühstück im Club über die Entwicklung von individuellen und passgenauen Digitalisierungsstrategien und zeigen, wie man diese erfolgreich umsetzt.

Donnerstag, 14. Dezember 2023, 9.00 Uhr
Business Club Hamburg
Anmeldung unter: www.bch.de

ist groß, teils schwer zu überblicken, Bedürfnisse und Anforderungen unterscheiden sich stark. Neue Lösungen müssen einfach in eine bestehende Infrastruktur integrierbar sein. Digitalisierung bedeutet nicht nur Einkauf einer neuen Software, sondern auch eine kulturelle Veränderung der Arbeitsweise innerhalb eines Unternehmens sowie mit Kunden und Partnern. Sehr häufig sogar eine Veränderung bestehender oder auch das Entstehen neuer Geschäftsmodelle.

Veränderungen machen auch Angst …
ROSKOWETZ: Das haben wir im Blick. Als bluplanet begleiten wir unsere Kunden durch den anstehenden Wandel. In vielen mittelständischen Unternehmen besteht die IT aus vielen Silos – oft weiß die eine Abteilung nicht, was die andere tut. Daten werden nur selten oder nicht gemeinsam genutzt. Deshalb ist es für uns wichtig, bei der Beratung zur Auswahl der Software alle Beteiligten an den Tisch zu holen: vom Marketingleiter über den Logistiker und den Vertriebschef bis zum Management. Hier werden Anforderungen und Ziele aus verschiedenen Blickwinkeln diskutiert, um eine gemeinsame Basis für Veränderungen und Vertrauen in neue Prozesse zu schaffen. Dazu braucht es eine klare Strategie.

Was heißt in diesem Fall Strategie?
ROSKOWETZ: Strategie bedeutet in dem Fall eine Zieldefinition zu entwickeln. Dabei analysieren wir den individuellen Bedarf unserer Kunden anhand eines eigens entwickelten Cloud Alignment Canvas und empfehlen anschließend die auf die jeweilige Strategie passenden Cloud-Produkte sowie den passenden Partner für Services wie Implementierung oder Beratung.

Maßgeschneiderte Digitalisierung? Ist dafür nicht besonders viel Aufwand nötig?
ROSKOWETZ: Im Grunde ist es eine klassische „Build-or-Buy-Entscheidung“. Eine individuell entwickelte Software ist meist mit einem hohen zeitlichen Aufwand und Kosten verbunden. bluplanet setzt deshalb gezielt auf bestehende Software-Lösungen von Weltmarktführern. So werden – quasi wie im Lego-Baukasten – einzelne Lösungen zu einer sofort einsatzfähigen Komplettlösung kombiniert, z. B. Salesforce für Vertrieb und Service, DocuSign für digitale Unterschrift, Aircall für Cloud-Telefonie. Daraus entstehen industriespezifische Templates, die schnell und effizient an die Bedürfnisse unserer Kunden angepasst werden. Ein weiterer Vorteil: Die Weiterentwicklungen der Lösungen liegen bei den Herstellern, ermöglichen die schnelle Verfügbarkeit von Produktinnovationen und Optimierungen. So ist die Integration von KI in bestehende Funktionen mit einfachen technischen Fähigkeiten auf Low-Code/No-Code Basis zu administrieren und schnelles Mitarbeiter-Onboarding möglich.

Wie wird das intern kommuniziert?
ROSKOWETZ: Besonders in größeren mittelständischen Unternehmen kann es herausfordernd sein, alle Stimmen zu hören, alle Anwender von neu eingeführten Lösungen und Prozessen zu überzeugen. Dabei sind Mitarbeitende die besten Botschafter für Veränderung. Unternehmen sollten sicherstellen, dass führende Positionen an der Vision partizipieren und von neuen Lösungen überzeugt sind. Diese können ihre Begeisterung und Leidenschaft weitergeben, Mehrwerte authentisch kommunizieren. bluplanet begleitet die Prozesse, moderiert auf Wunsch intern zwischen Kunde und Servicepartner.

Wie funktioniert das?
ROSKOWETZ: Wir sprechen von einer 360° Kundenbetreuung, sprich Einkauf, Beratung und Strategie aus einer Hand. Es gibt bei uns nur einen Ansprechpartner, einen Vertrag für verschiedene Cloud-Software, statt mehrerer individueller Einzelverträge und unterschiedlicher Ansprechpartner. Die Beratung durch unsere Experten basiert auf Branchen-Know-how und jahrelanger Erfahrung durch erfolgreich abgeschlossene Digitalisierungsprojekte. Das Produktportfolio ist bewusst so ausgerichtet, dass der Kunde im Mittelpunkt steht, eine vernetzte Zusammenarbeit über Abteilungsgrenzen hinweg möglicht ist. Wir arbeiten mit einer exklusiven Auswahl an erfahrenen Servicepartnern wie zum Beispiel adesso, Deloitte Digital und PwC zusammen, um unsere Kunden bestmöglich zu betreuen. Wir beraten unabhängig und verkaufen die benötigten Cloud-Software-Lizenzen. Zudem unterstützen wir bei der Auswahl des für die jeweilige Situation passenden Servicepartners. Wir sind davon überzeugt, dass die Investition in Cloud-Software in der aktuellen Marktsituation unsere Kunden unterstützt, Arbeitsabläufe zu vereinfachen, langfristig Kosten zu senken und sich besser an veränderte Marktbedingungen anzupassen. Digitalisierung ist also nicht nur Mittel zum Zweck, sondern eine Wachstumsstrategie.

KONTAKT

bluplanet Digital GmbH
Fehrbelliner Straße 47c
10119 Berlin
Tel: +49 30 91 73 30 20
E-Mail: info@bluplanet.com
www.bluplanet.com

club! – 02/23 **GOURMET & GENUSS**

GÖTTLICHE SPEISE

Für **ALEXANDER RÖDER,** *Hauptpastor im Hamburger Michel, ist Kochen eine Leidenschaft. Die Lektüre von Kochbüchern ist sein großes Hobby. Gemeinsam mit Chefkoch* **NILS-KIM PORRU** *zauberte er ein himmlisch schmeckendes Bao Bun.*

Kochen mit Gottes Segen: Nils-Kim Porru und Alexander Röder richten die gedämpften asiatischen Teigtaschen an. Durch das Sprossenfenster kann man im Hintergrund in die Hauptkirche blicken.

Alexander Röder in seiner Amtstracht, dem Ornat. Seit 18 Jahren ist der gebürtige Hamburger Hauptpastor der Hauptkirche St. Michaelis.

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

Das war so nicht zu erwarten! Aber er hat die Zwölf getroffen! Für das Treffen mit Alexander Röder, Hauptpastor an St. Michaelis, hat Business Club-Küchenchef Nils-Kim Porru Bao Bun (auch Bánh bao) vorbereitet, „asiatische Dampfnudeln", wie er selbst es übersetzt. Sie werden auch als gedämpfte Teigtaschen bezeichnet oder gefüllte Hefeklöße vietnamesischer Herkunft. Wie auch immer: Pastor Röder kostet und ist begeistert, schwärmt er doch für Asiens Küche.

Unter Klarsichtfolie ruhen die Buns, gefüllt mit aufwendig hergestelltem Pulled Pork, zwei Tage lang bei 68 Grad gegartem, marinierten Schweinenacken, der auseinandergezupft und raffiniert gewürzt wird. Die Blicke, die diese grau-weißen etwas länglich geformten Klöße anfangs treffen, changieren zwischen Skepsis und Ratlosigkeit – sehen sie doch nicht nur langweilig, sondern geradezu wenig Appetit anregend aus in ihrer feuchten Blässe. Warum wohl sind so viele Foodies verrückt nach diesen Dingern? Na gut, die Buns müssen ja noch gedämpft werden. Aber Dämpfen ist nicht Braten. Die Farbe verändert sich nicht, das etwas glitschige Aussehen bleibt. Doch die Konsistenz ändert sich. Das merkt man aber erst beim Essen. Porru lächelt wissend.

Interessiert und munter plaudernd begleitet der Michel-Pastor (seit 2005) fachsimpelnd Porrus Arbeit. Dass er in der Nacht nur drei Stunden in einem Hotelbett gelegen hat, merkt man ihm kein bisschen an. Selbstdisziplin. Zusammen mit den Kollegen von Hamburgs weiteren vier Hauptkirchen war er auf „Pilgerreise" im britischen Coventry, das im Zweiten Weltkrieg durch deutsche Bomben schwere Zerstörungen erlitt, darunter die mittelalterliche Kathedrale St. Michael's. Der Flieger von Birmingham verpasste den Anschlussflug in Amsterdam, die Nacht wurde sehr kurz, der Morgen begann sehr früh, aber Röder ist konzentriert bei der Sache. Er ist ein geübter Reisender, da wirft ihn so etwas nicht aus der Bahn.

Der 63-Jährige ist aber auch ein geübter Hobbykoch. Und ein geübter Esser, was man ihm, nebenbei bemerkt, weder an der Breite noch Tiefe ansieht. Und das liegt nicht am weiten Ornat, das nach traditionellem Schnitt gefertigt ist und von der ebenso traditionellen Halskrause, aus vielen Metern Stoff kunstvoll gefaltelt, gekrönt wird. Auch im privaten Dress macht der Weißhaarige mit 1,94 Metern Länge bella figura. Der „geübte Esser" bezieht sich also nicht auf Menge und Häufigkeit der Nahrungsaufnahme, sondern auf einen ausgeprägten Geschmackssinn. →

EVENT TIPP

PASTOR ALEXANDER RÖDER ZU GAST IM BUSINESS CLUB

In der Reihe „Persönlichkeiten im Gespräch" begrüßt Moderatorin Meike Stoffel den langjährigen Hauptpastor des Hamburger Michels. Im Talk geht es um die Stellung der Kirche in der Gesellschaft, prägende Beziehungen und die Liebe zur asiatischen Küche.

Mittwoch, 3. April, 19.00 Uhr
Business Club Hamburg
Anmeldung unter: www.bch.de

Zum Bao Bun gibt es einen asiatischen Kräutersalat mit Shiitake-Pilzen.

Unsere 24h IT-Notfallhilfe
0180 622 124 6
20 Ct./Anruf aus dem Festnetz, Mobilfunk max. 60 Ct./Anruf

Unser IT-Forensik-Mobil zur Soforthilfe vor Ort

IT-Vorfall? Ransomware? Hacking?

Seit vielen Jahren ist intersoft consulting mit den Themen Datenschutz, IT-Sicherheit und IT-Forensik im Business Club Hamburg vertreten.

Unser Mobil zählt zu den modernsten IT-Forensik-Laboren in Europa und ist in dieser Form einzigartig. Wir unterstützen deutschlandweit mit Maßnahmen und Soforthilfe bei Cyberangriffen.

www.intersoft-consulting.de/it-forensik

intersoft consulting

Prüfender Blick vor dem Anrichten: Die gegarten Teigtaschen werden mit knusprigen Shiso-Blättern und einer Essenz von der Peking-Ente serviert.

Aufgewachsen mit Schwester und Bruder in einem Kaufmannshaushalt in Rahlstedt, wurde er nach Vaters frühem Tod und wegen Mutters Berufstätigkeit von den Großmüttern versorgt. „Sie konnten wunderbar kochen, legten Essigbirnen ein, die es zu Wild gab, schnitten Tatar in Windeseile mit Messern und machten aus Gemüsen winzige Würfelchen. Wir Kinder liebten ihr Essen, fanden jedoch keine Rezepte nach ihrem Tod. Sie hatten alles im Gefühl. Wir haben versucht, ein paar Gerichte nachzukochen und den Geschmack zu treffen, den wir noch auf der Zunge hatten, haben es aber nicht geschafft.“ Daher die Übung.

Ein Hobby Röders ist das Lesen von Kochbüchern. „Gern Yotam Ottolenghi, der die vegetarische Küche modernisiert hat, aber ich schmökere auch gern in den Büchern der Altmeister wie Wolfram Siebeck oder Marianne Kaltenbach, hole mir Inspiration sogar bei Clemens Wilmenrod.“ Röder grinst. Wilmenrod war 1953 Deutschlands erster Fernsehkoch, obwohl er keine Ausbildung hatte und eigentlich Schauspieler war.

Zur asiatischen Küche kam Röder 1988 in San Francisco mit Hilfe eines alternativen Reiseführers, der ein Chinarestaurant mit würzstarker Szechuan-Küche empfahl. „Ich habe gezögert einzutreten, so abgeranzt war das Lokal, voller Dampf und abgestoßener Tische, aber das Essen war sensationell.“ Wo man in Hamburg die besten Zutaten für chinesisches Essen bekommt, weiß Röder so genau wie er die richtigen Händler für Fleisch und Gemüse auf dem Großneumarkt kennt. Wenn er mit Freunden einmal im Jahr nach Frankreich reist, dann wird das Ziel von der Qualität der Märkte in der Umgebung abhängig gemacht. Und einen Lieferanten seines Vertrauens für Hirsch und Reh („abgehangen, aber ohne Haut Gout“) hat er auch. „Ich schätze die Methode, Fleisch anzubraten und dann lange bei niedriger Temperatur zu garen. So wird es unglaublich zart und aromatisch.“ Nur bei Fisch muss er passen, den verträgt er nicht, was angeboren ist.

Nun sind die Buns gar. Porru serviert sie in einer göttlichen Essenz von der Peking-Ente, mit etwas Salat und hübschen Shiso-Blättern. Sie ähneln kleinen Ahornblättern, wurden getrocknet, mit einer Art Kleister, wie Porru es nennt, aus Tapioka und Reismehl bestrichen, mit Gewürzen und Sesam bestreut und wieder getrocknet. Sie knuspern und schmecken pikant. Und die Buns? Sie sehen immer noch recht blässlich aus, aber der Teig aus einer Mehl-Hefe-Mischung, ist weich, fluffig und doch fest und verbindet sich hervorragend mit der kräftig gewürzten Fleischfüllung. Röder isst schweigend, konzentriert und zunehmend begeistert. „Wunderbar! Ich liebe die asiatische Küche, aber ich war noch nie da.“ Japanisches Essen dagegen ist die Ausnahme. „Die bleibt mir fremd.“

Es muss für ihn auch nicht unbedingt etwas Exotisches sein. „Gute Bratkartoffeln und ein Spiegelei ist doch was Herrliches. Und Königsberger Klopse mit Rote Bete. Oder auch einfach tolles Schwarzbrot.“ Glänzen Röders Augen? Er kocht gern für die Geschwister samt Familien und für Freundeskreise, die zum Teil schon seit Jugendzeiten bestehen. Der Junggeselle pflegt seine Beziehungen. Auch mit den Gastgeschwistern in New Jersey, wo er in der 11. Klasse als Austauschschüler lebte, hat er immer noch engen Kontakt. „Als ich einmal drüben war, wurde ich von meinem ‚Bruder‘ gebeten, ihn zu trauen. Das habe ich gern gemacht, obwohl ich dort natürlich gar nicht arbeiten durfte.“ Aber das war niemandem wichtig. Was zählt, ist das Zwischenmenschliche. Und das kann man doch hervorragend zelebrieren beim Essen.

Porru zaubert nicht nur beim Kochen, sondern auch bei der Improvisation. Da die Begegnung direkt im Michel stattfand, auf der Nordseite, im sogenannten Herrensaal, in dem sich der Kirchengemeinderat stets an einem langen Konferenztisch trifft, oberhalb der Kanzel mit Blick in den Kirchenraum, war mit einer Kücheneinrichtung nicht zu rechnen. Aber wozu gibt es Kochplatten? Und als Unterlage musste Porrus gestreifte Küchenschürze herhalten. Beim Treffen mit HSV-Finanzvorstand Eric Huwer wurde für den Pizzaofen ein Brett über die Lehnen der Klappsessel gelegt. Geht nicht, gibt’s nicht.

ASTON MARTIN
Hamburg
THE WORLD’S MOST POWERFUL LUXURY SUV –
NOW AT ASTON MARTIN HAMBURG
Jetzt den DBX 707 Probe fahren
astonmartin-hamburg.com/probefahrt
Nord-Ostsee Automobile
Lust auf Leistung
Aston Martin Hamburg · Poppenbütteler Weg 5 · 22339 Hamburg · astonmartin-hamburg.com · welcome@astonmartin-hamburg.com

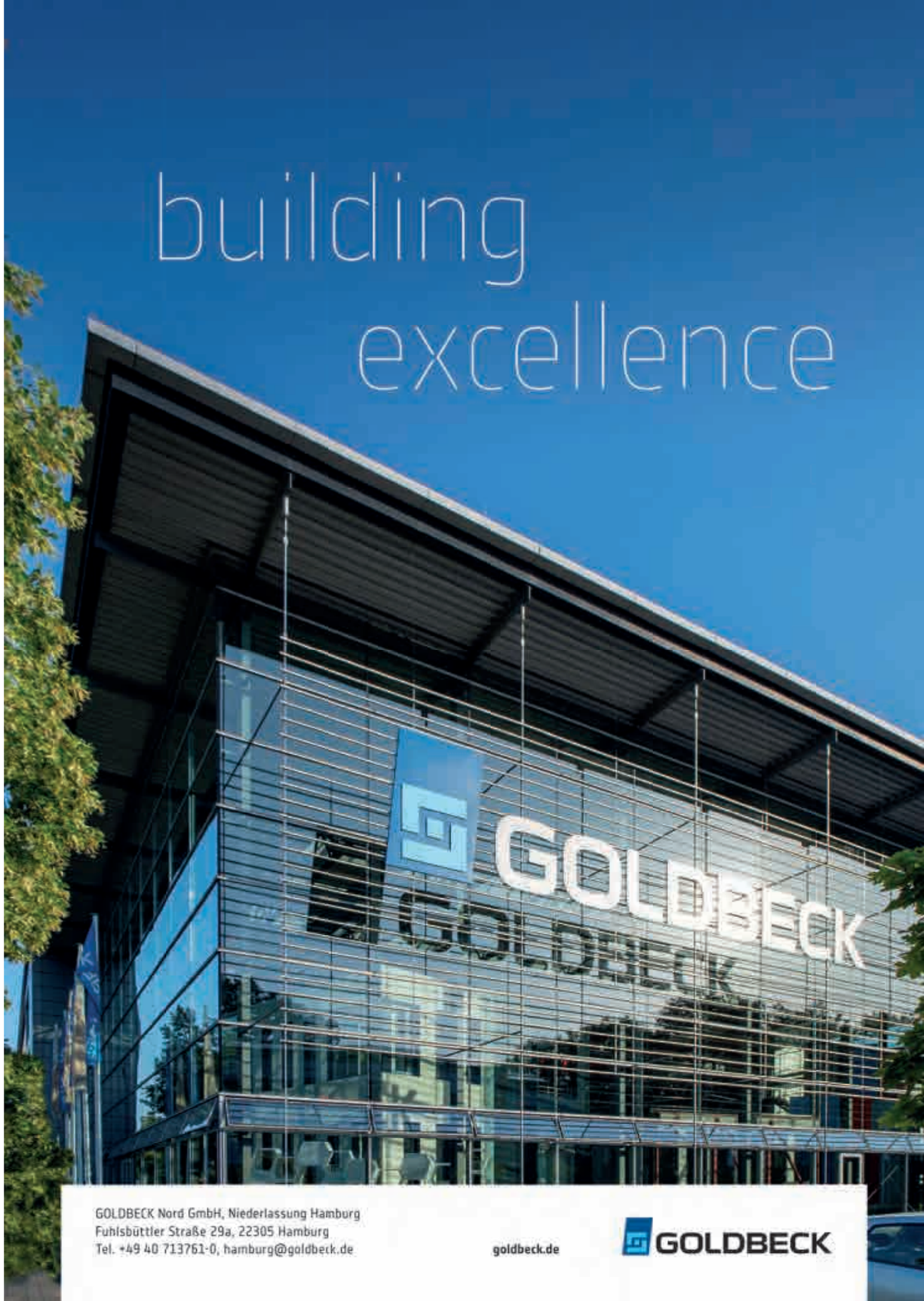
... BITTET ZU TISCH

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

Auf dem Weg in Thorsten Bucks Büro kommt man erst einmal am Küchentresen und der Kaffeemaschine vorbei. „Ich brauche es gemütlich am Arbeitsplatz“, sagt er und drückt damit aus, was ihm bei der Arbeit besonders wichtig ist. Gemütlich wirken auch seine beiden Sessel, auf denen die Gäste Platz nehmen können. Der Großvater hatte die stylischen Sitze in den 50ern für seinen Partykeller gekauft. „Sie sollten schon im Müll landen, aber ich konnte mich nicht von ihnen trennen. Sie sind mit Kunstleder bezogen, und man sitzt recht tief drin – so etwas gibt es heute gar nicht mehr“, sagt Buck. Überhaupt hat Thorsten Buck ein Faible für aus der Zeit gefallene Dinge, die ihren Dienst zuverlässig verrichten. Seine analoge Porsche-Uhr läuft so rund wie die PS-starken Motoren seiner Sportwagen aus Zuffenhausen. Auf dem Schreibtisch befindet sich neben dem riesigen Curved-Monitor ein Relikt aus längst vergangenen Bürozeiten – ein beigefarbener Tischrechner mit Papierrolle. „Den nutze ich ständig, für den schnellen Überblick oder um kurz mal eine Rechnung zu überprüfen. Das geht mit der alten Tipp-Maschine tatsächlich immer noch einfacher als auf dem Computer.“

Thorsten Buck ist Geschäftsführer der ABB - Allgemeine Baugesellschaft Buck mbH. Neben der Realisation von Neubauprojekten ist das Unternehmen auf die Sanierung öffentlicher Gebäude wie Schulen und Verwaltungsgebäude spezialisiert. Kontakt: t.buck@abb-hamburg.de

FOTOS: LENA SCHERER



automotive · living · yacht

Ihr NEIDFAKTOR

maßgeschneidert aus Leder und Carbon.

NEIDFAKTOR Manufaktur GmbH
Ludwig-Meyn-Straße 18
25469 Halstenbek
Tel.: 04101 85 80 83 0
Mail: sales@neidfaktor.com

www.neidfaktor.com

English Lounge

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

PITCH PERFECT

Native New Yorker **ALAN GILBERT**, *Chief Conductor of the NDR Elbphilharmonie Orchestra, takes the club! questionnaire and explains what it takes to work in three different cities simultaneously.*

PHOTO: NDR/MARCO BORGGREVE

FACING THE MUSIC

Conductor **ALAN GILBERT** *has extended his contract and will be delighting – and challenging – audiences at the Elbphilharmonie concert hall for a further six years.*

1

What were your reasons for taking the job as Chief Conductor of the NDR Elbphilharmonie Orchestra?
There were many reasons for accepting the offer: I have a long and important connection with the orchestra. Ever since I first worked with it in 2001, it has been one of my most important artistic homes. After more than 20 years, the relationship still seems fresh, and we're on an important artistic journey.

2

Are there any differences between working in Germany and the U.S.?
Obviously, there are differences in the working cultures and traditions surrounding orchestras in different countries. But I prefer to focus on the things that are similar and shared by musicians. The common language of music makes it possible to move seamlessly from one place to another. Essentially, we're all trying to do the same thing with music and even though the languages are different, we're all working to express ourselves and share our music in a very similar way.

3

What makes working abroad attractive for you?
I am very fortunate to be invited to work as a conductor and violinist in different places. I love to travel, I love to experience different cultures, I love to eat food from different places and I love being able to share what I do with a wide audience.

4

Which characteristic do you value most in your musicians?
I couldn't be luckier to have such a wonderful group of committed musicians in Hamburg. The only thing I ask of them is to really be generous with their energy. There must be a shared sense of purpose and a sense that we are all doing it for each other.

5

What are your plans for the future of the NDR Elbphilharmonie Orchestra?
It was a huge honor to be Music Director of my hometown orchestra – and a huge challenge because New York is the most scrutinized stage in the world. The point about orchestras is that they exist in the city where they play. Every city is different, and every city needs something slightly different. And I think the important thing is to connect with the people of the city in a way that is meaningful to them. We are helped in Hamburg by having arguably the world's greatest concert venue. The personal connection we have with our audience and our subscribers is exceptionally strong. I try to capitalize on that to satisfy the audience's musical needs. But also challenge and encourage them to find things that they didn't even know they were looking for.

6

Besides your engagement in Hamburg, you are the Music Director for the Royal Swedish Opera and a guest conductor in Stockholm and Tokyo. How do you switch from one country to another, from one orchestra to another?
I have a lot of responsibilities with my two main positions in Sweden and Hamburg, and in my position in Tokyo. There is always a lot of planning to do and scheduling that becomes more complicated. The hardest thing is keeping on top of the study and preparation. But I have always been the kind of musician who enjoys challenges and engaging with a lot of different repertoires.

7

What was your dream profession as a child?
I was interested in many different things when I grew up: There was a period when I thought I was going to be a doctor. But there was also such a strong momentum around and towards music that maybe I never really had a choice.

8

What do you do on a free weekend?
I am fundamentally a lazy person, but am incapable of spending my time the way a lazy person would. I always have too much to do. I'm lucky that my pathological need to be prepared is always stronger than my laziness; I will always do what it takes to be ready for my next project. But If I have a free weekend, I embrace it and happily sit back and do nothing.

9

Where do you like to go on holiday?
Since I travel so much there are no specific places I need to visit. The most important thing is to be with my family. My oldest daughter is away from home now, studying in the U.S. so I'm looking forward to seeing her on our next vacation, which happens to be in Japan.

10

Is there anything that has truly scared you?
A lot of things scare me these days in the world. I never would have thought 15 or 20 years ago that we would be back at this level of chaos and horror in the world, and I am very nervous about the direction things are going because it only seems to be getting worse. The ability for people to speak to each other and be understanding of each other's beliefs and cultures seems scarily at risk now.

11

What drives you?
I think once you achive a certain place in your career you could sit back and enjoy where you are, but I'm interested in continuing to improve. This was something that my parents instilled in me: the idea that you are never good enough. It has a difficult side, because you feel you can't meet the standard that is required. But it is a good motivating force. Believe me, I know there is a lot of room for improvement.

12

What do envisage for your retirement?
I've been talking to my family and friends about the idea of retiring and they laugh. I don't have any plans to stop but honestly: I can imagine not conducting, I can imagine having no plans – that would be beautiful.

ALAN GILBERT
Grammy Award-winning conductor Alan Gilbert, born in New York City, has been Chief Conductor of Hamburg's NDR Elbphilharmonie Orchestra since fall 2019 and Music Director of the Royal Swedish Opera since spring 2021. In Hamburg, his adventurous programming, thought-provoking festivals and regular online streaming are taking the orchestra to new artistic heights.

13

Did you have a mentor who helped you in your career?
I think it is very important to have mentors. I've had important people in my life whom I have studied with officially and others that I have just observed or been around. One of the things that has been most gratifying to me in my life has been teaching and trying to be a mentor to younger musicians. And I'm getting to the stage in my life where most musicians are younger musicians. Teaching is something I've loved. I was professor of conducting at the Juilliard School in New York and I don't have a position now since I moved back to Europe, but there a lot of young conductors who follow my rehearsals and ask for advice and I try to be helpful in any way that I can.

14

Any advice for people embarking on a career?
Being a conductor is about more than what you see on stage. You really need to be richly fulfilled with musical culture. My advice to young conductors is: "Work as hard as you can, so that you are as ready as you can be for as many opportunities in the future."

15

You have one wish – what do you wish for?
For a world that is peaceful and where all children can have safe, healthy and peaceful lives.

PHOTO: NDR/MARCO BORGGREVE

WHERE SOUTHERN CHARM MEETS MODERN NETWORKING

Downtown Greenville with Falls Park on the Reedy River and the elegant Liberty Bridge.

Text: **Fiona Sangster**

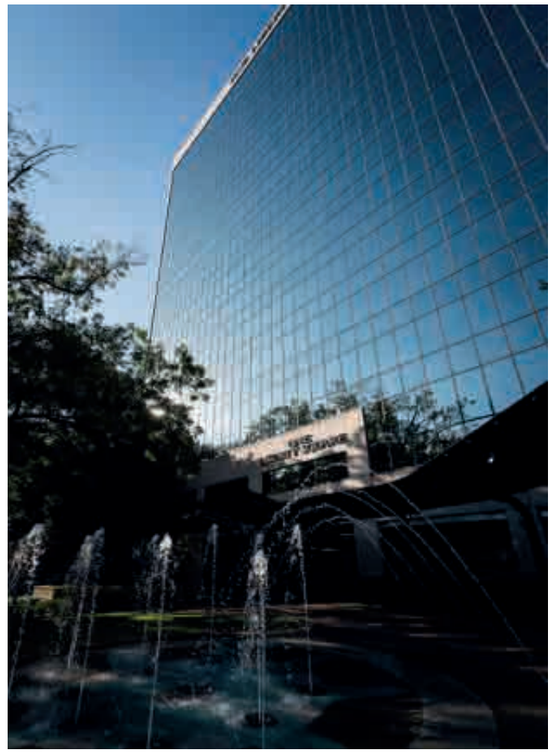
Currently undergoing a complete revamp, the **CITY CLUB OF GREENVILLE** *is a tribute to the past, a celebration of the future, and a haven where the warmth of Southern hospitality meets the vigour of modern ambition.*

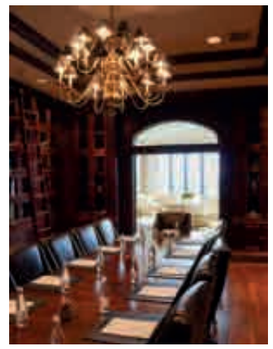
Tucked into the foothills of the Appalachians, the city of Greenville in South Carolina – roughly equidistant from Atlanta, Georgia, and Charlotteville, North Carolina – boasts one of the most photogenic city centres in the Deep South. The city's natural charms are amplified by the Reedy River, which winds its way through the city before cascading dramatically down the waterfalls in Falls Park. This constantly growing city has received many accolades, including a position on the list of the Best Places to Live in the USA. As an important regional capital and a centre of industry in the Deep South, Greenville has a vibrant business community – and a club that is dedicated to serving the needs of this community.

Founded nearly 40 years ago as the Commerce Club with the aim of providing a meeting place for the Greenville leadership community, the club was recently renamed the City Club of Greenville and an extensive refurbishment programme began. The new, ultra-sleek style uses lots of rich colours and natural, tactile materials to create an engaging atmosphere and a refined lifestyle space that is relevant not only for business, but also for social purposes. The new name encourages members to think of the Club as something more than just a centre for commerce; instead, it tells the community exactly what it is – a place to meet, greet and gather in the ever-growing city of Greenville.

The City Club is only a short drive from Greenville airport and within easy walking distance of the lovely Falls Park on the Reedy. Located on the 17th floor of an elegant downtown building and with a good choice of hotels in the immediate vicinity, the Club is conveniently situated for business and social meetings in Greenville. As you step off the elevators to a corridor with black cherry wood finishes, brass accents and blue river water tile, you're greeted by the Club's concierge who is there to assist with dining reservations and provide information about events and business suites.

Branching off from the lobby is a new 18-seat bar with panoramic views, the ideal place to wrap up the day or start the evening with a cocktail. The modern, sleek interiors of the Emerald Lounge create a professional environment where the Club's diverse membership of executives, creatives, entrepreneurs, young professionals, military, civic and other community leaders comes to engage. This all-day space is ideal for entertaining clients. Once it's time to eat, the Green Room is the perfect backdrop for Greenville's highest elevation dining experience. The new dining space is tucked away in an intimate corner to the right of the new central bar area. Ideal for couples and smaller groups, dining in the Green Room will be a high-end experience of world-class cooking and personalized service, perfect for →





The Club, situated above the city on the 17th floor, reaches even further heights with the new interior design.

PHOTOS: CITY CLUB GREENVILLE, ISTOCK.COM/SEAN PAVONE

Elegant fine dining and relaxed conviviality at the Club restaurant.

client entertaining with beautiful panoramic views across the city.

The redesigned Club has a choice of business suites and ample space for working; its aim is to be an extension of its members' offices with a choice of spots to spend the day working remotely, plus private meeting rooms in several sizes, all equipped with the latest technology. Corporate or social functions are taken to the next level at the City Club of Greenville, with events professionals on hand to assist with planning the perfect boardroom meeting, conference or client get-together. From choosing the appropriate space and seating arrangements to designing the perfect food and beverage menus, the Club's goal is to help members and visitors from reciprocal clubs host a successful event.

The Club boasts a wide range of member and guest events, from wine dinners to golf outings and monthly receptions. For business minds, there are monthly networking events.

The Club's dress code is casual smart; shirts with collars are required and sportswear is not permitted.

The City Club of Greenville is managed by BNG Hospitality, whose portfolio currently includes five city clubs across the United States. All five clubs have reciprocal agreements with Business Club Hamburg and welcome club members to enjoy their amenities.

The City Club of Greenville
One Liberty Square
55 Beattie Place, Greenville, SC 29601
Tel: +864 232 56000
concierge@cityclubgreenville.com
www.cityclubgreenville.com

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:

Bahrain
Capital Club Bahrain
www.capitalclubbahrain.com

Bangkok
Pacific City Club Bangkok
www.pacificcityclub.com

Basel
Club de Bâle Basel
www.clubdebale.ch

Bremen
Havanna Lounge Bremen
www.havannalounge.de

Charleston
The Harbour Club
www.myharbourclub.com

Chicago
Union League Club of Chicago
www.ulcc.org

Dubai
Capital Club Dubai
www.capitalclubdubai.com

Düsseldorf
Wirtschaftsclub Düsseldorf
www.wirtschaftsclubduesseldorf.de

Edinburgh
The Royal Scots Club Edinburgh
www.royalscotsclub.com

Frankfurt
Airport Club Frankfurt
www.airportclub.de

Greenville
City Club of Greenville
www.mycommerceclub.com

Hongkong
The Refinery Club
www.refineryclub.com

Cape Town
The Stack Cape Town
www.thestack.co.za

Lagos
Capital Club Lagos
www.captialclublagos.com

Leipzig
Club International Leipzig
www.club-international.de

London
National Liberal Club London
www.nlc.org.uk

London
City University Club London
www.cityuniversityclub.co.uk

Luxembourg
House17 Luxembourg
www.house17.lu

Melbourne
CUB Melbourne
www.cub.club

Memphis
The Crescent Club
www.thecrescentclub.com

Montreal
The Forest & Stream Club
www.forestandstream.ca

Nairobi
Capital Club East Africa Nairobi
www.capitalclubea.com

Prague
Prague Business Club
www.businessclub.cz

San Antonio
The Centre Club
www.mycentreclub.com

San Francisco
Marines' Memorial
www.marinesmemorial.org

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

Sydney
CUB Sydney
www.cub.club

Sydney
Royal Automobile Club of Australia
www.raca.com.au

Tampa
The Tampa Club
www.thetampaclub.com Tampa

Tampa
University Club of Tampa
www.uclubtampa.com

Toronto
The Albany Club
www.albanyclub.ca

Vadodara
Sun City Club & Resort Vadodara
www.suncityclub.in

Vancouver
The Vancouver Club
www.vancouverclub.ca

Wintherthur
Club zur Geduld Winterthur
www.zurgeduld.ch

Zurich
Haute Zürich
www.haute.ch

PHOTO: CITY CLUB GREENVILLE

So schön, da will man das Ziel nie erreichen

Das Wohlfühlen wird Ihnen hier leichtgemacht, denn der neue vollelektrische ID.7 punktet nicht nur mit seinem eleganten, futuristischen Design, sondern hat auch so einiges an Komfort zu bieten. Zum Beispiel die optionalen ergoActive Premium-Sitze mit Massagefunktion oder auch das serienmäßige Digital Cockpit, das mit dem neuesten, intuitiven Bedienkonzept zum echten Smart Device wird. Also, worauf warten Sie noch: Informieren Sie sich jetzt bei uns – wir freuen uns auf Ihren Besuch.

* ID.7 Stromverbrauch in kWh/100 km: 16,3–14,1 (kombiniert); CO_2-Emission in g/km: 0. Für das Fahrzeug liegen nur noch Verbrauchs- und Emissionswerte nach WLTP und nicht nach NEFZ vor. Angaben zu Verbrauch und CO_2-Emissionen bei Spannbreiten in Abhängigkeit von den gewählten Ausstattungen des Fahrzeugs.

ID.7 Pro 210 kW (286 PS) 77 kWh 1-Gang-Automatik
Stromverbrauch in kWh/100 km: 14,1 (kombiniert); CO_2-Emission in g/km: 0
Ausstattung: automatische Distanzregelung ACC, Fahrassistent „Travel Assist", Spurhalteassistent „Lane Assist", „Emergency Assist", „Front Assist" mit Fußgänger- und Radfahrererkennung, Parkassistent „Park Assist Plus" inkl. Einparkhilfe, Spurwechselassistent „Side Assist", Ausparkassistent und Ausstiegswarnung, Umgebungsansicht „Area View" inkl. Rückfahrkamera „Rear View", Verkehrszeichenerkennung, Augmented-Reality-Head-up-Display, Navigationssystem „Discover Pro Max", schlüsselloses Schließ- und Startsystem „Keyless Access", LED-Scheinwerfer, Leichtmetallräder „Hudson" in Schwarz, Diebstahlwarnanlage mit Innenraumüberwachung u. v. m.
Lackierung: Mondsteingrau/Schwarz

GeschäftsfahrzeugLeasingrate mtl.:	**540,00 €¹**	Laufzeit:	48 Monate
Leasing-Sonderzahlung:	0,00 €	Jährliche Fahrleistung:	10.000 km

Fahrzeugabbildung zeigt Sonderausstattungen. Bildliche Darstellungen können vom Auslieferungsstand abweichen. Gültig bis zum 30.12.2023. Stand 10/2023. Änderungen und Irrtümer vorbehalten. ¹ Ein Angebot der Volkswagen Leasing GmbH, Gifhorner Str. 57, 38112 Braunschweig, für gewerbliche Einzelabnehmer mit Ausnahme von Sonderkunden. Inkl. Auslieferungskosten für die Autostadt Wolfsburg – Classic (A1) und zzgl. MwSt. Bonität vorausgesetzt.

Volkswagen Automobile Hamburg

Alexander Ruge
Fruchtallee 29, 20259 Hamburg
alexander.ruge@volkswagen-hamburg.de
Tel. 040 43172 318
Mobil 0162 205 63 94

Volkswagen Automobile Hamburg GmbH
Fruchtallee 29, 20259 Hamburg
Tel. 040 43172 1111

Wiesendamm 120, 22303 Hamburg
Tel. 040 270798 1111

Glinder Weg 2, 21509 Glinde
Tel. 040 727792 1111

Großmoorbogen 1A, 21079 Hamburg
Tel. 040 76607 1111

Horner Landstraße 40, 22111 Hamburg
Tel. 040 65061 1111

VGRHH GmbH
Stockflethweg 30, 22417 Hamburg
Tel. 040 527227 1111

Bornkampsweg 4, 22761 Hamburg
Tel. 040 89691 1111

VOR UNS DIE WELT

ANTARKTIS – LEBENSTRAUM UND ABENTEUER

Gigantische Eisberge, Tausende Pinguine und imposante Wale: Dank unserer vielfältigen Reisetermine entdecken Sie die Wunder der Antarktis zu Ihrer Lieblingszeit. Kommen Sie an Bord unserer kleinen, eistauglichen Expeditionsschiffe (max. 199 Gäste) HANSEATIC inspiration und HANSEATIC spirit, und nehmen Sie Kurs auf eine Welt des Staunens.

Extra für Einzelreisende: Wer ohne Begleitung reist, zahlt nur 20 % Aufpreis in Kat. 1 – 8.

EXPEDITION ANTARKTIS:
8 Reisen von November 2023 bis Februar 2024.
Alle Details und Termine auf **www.mehr-als-eis.de**

Reisebeispiel mit der HANSEATIC inspiration:
07.02. – 29.02.2024 | 22 Tage | Reise INS2403
Von Ushuaia nach Montevideo über Süd-Shetland-Inseln, Antarktische Halbinsel, Weddellmeer, Süd-Orkney-Inseln, Südgeorgien, Falkland-Inseln
pro Person (Doppelbelegung) ab **€ 19.100**
Seereise INS2403 inkl. Sonderflug und An-/Abreisepaket

Beratung
und Buchung:
040 30703070
Oder in Ihrem
Reisebüro.

Hapag-Lloyd Cruises,
eine Unternehmung der TUI Cruises GmbH,
Heidenkampsweg 58, 20097 Hamburg

HAPAG 18 91 LLOYD
CRUISES