club! Winter 2016

club!

DAS MAGAZIN DES BUSINESS CLUB HAMBURG

Dirigent in der Staatsoper und der Elbphilharmonie: Kent Nagano.

HAMBURG KLINGT

EUPHORIE DURCH DIE ELBPHILHARMONIE

Interview KENT NAGANO ÜBER DEN KLANG DES NEUEN KONZERTHAUSES, SURFER UND BIKINIS AM STRAND UND DIE FASZINATION HAMBURGS Firmenfinanzierung DAS ENDE DER BANKEN Gute Tat MANAGER AUF MISSION Genuss AM HERD MIT ALI GÜNGÖRMÜS

ICH FOLG' NICHT
JEDER STRÖMUNG.
ICH HALT' KURS.
www.holsten.de
HOLSTEN
PILSENER
BIER
BEWUSST
GENIESSEN.
DIE DEUTSCHEN BRAUER.
ECKEN. KANTEN. HOLSTEN.

IMPRESSUM

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

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

Chefredaktion:
Andreas Eckhoff, Achim Schneider

Art Direction:
Raphaela Schröder

Redaktion und Autoren:
Sonja Álvarez, Peter Barber, Detlef Gürtler, Oliver Hardt, Jörg Marwedel, Alexandra Maschewski, Uwe Prieser, Gisela Reiners, Norbert Scheid, Dr. Martin Tschechne, Nina Schwarz

Fotos Business Club Hamburg:
Martina van Kann

Lektorat:
Dr. Sigrid Schambach

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

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

Technische Umsetzung iPad:
PressMatrix GmbH
Friedensstraße 91
10249 Berlin
www.pressmatrix.de

Auflage:
11.000 Exemplare

TITELFOTO: IVO VON RENNER; FOTOS: VAN KANN, VON RENNER

BUSINESS CLUB HAMBURG

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

Hamburg klingt

Liebe Leserinnen und Leser,

vielleicht geht es Ihnen wie mir: Die Vorfreude auf die Elbphilharmonie ist groß. Zehn Jahre mussten wir auf das neue Wahrzeichen der Stadt warten, jetzt endlich erklingt Musik an der Kehrwiederspitze. Wie das neue Konzerthaus von den Hamburgern angenommen wird, zeigt sich schon beim Ticketverkauf für die ersten Konzerte – der Ansturm ist groß!
Was die Elbphilharmonie für die Stadt bedeutet und wie die Musikszene darauf reagiert, dem geht unser Autor Dr. Martin Tschechne in der Titelgeschichte auf den Grund. Einer, der dort in Zukunft auf der Bühne stehen wird, ist der Dirigent Kent Nagano. Für den Generalmusikdirektor der Hamburger Staatsoper ist die Elbphilharmonie nicht nur ein faszinierendes Konzerthaus, sondern auch ein Statement in unsicheren Zeiten. Das klingt gut.

Im Namen des gesamten Teams wünsche ich Ihnen Freude beim Lesen und alles Gute für 2017.

Peter Richard Stoffel

Musikalisches Quintett im Büro von Kent Nagano: club!-Redakteure Uwe Prieser und Achim Schneider, Kent Nagano, Calvin Corde und Fotograf Ivo von Renner (von links).

Schöne Töne 16

Mit der Eröffnung der Elbphilharmonie beginnt in Hamburg eine neue Musikepoche.

INHALT

03 ..... **Editorial**
Hamburg klingt.

06 ..... **Stefan Gwildis plant seinen Winter**
Der Musiker ist in der nächsten Zeit gut beschäftigt. Er liest sein erstes Hörbuch ein und steht mit den Söhnen Hamburgs auf der Bühne. Und er freut sich aufs Braten der Weihnachtsgans.

Look & Feel

08 ..... **Im Club und unterwegs**
Im Tropen-Aquarium ging es um die neuesten Trends in der IT-Branche, Hamburg Soirée im Club, Exkursion ins Brahms-Kontor, Immobilienfrühstück mit Oberbaudirektor Jörn Walter.

12 ..... **Hamburg Talk**
Jörn Lauterbach, Leiter der Hamburg-Redaktion „Die Welt“ und „Welt am Soontag“, im Gespräch mit dem scheidenden Hamburg Marketing-Geschäftsführer Thorsten Kausch.

14 ..... **Golf Matchplay-Serie**
Eugen Pletsch, Humorist, Journalist, Gitarrist und Golfsüchtiger, schreibt im club!-Magazin über das Thema „Business auf dem Golfplatz“ – mit wegweisenden Erkenntnissen.

Titelthema

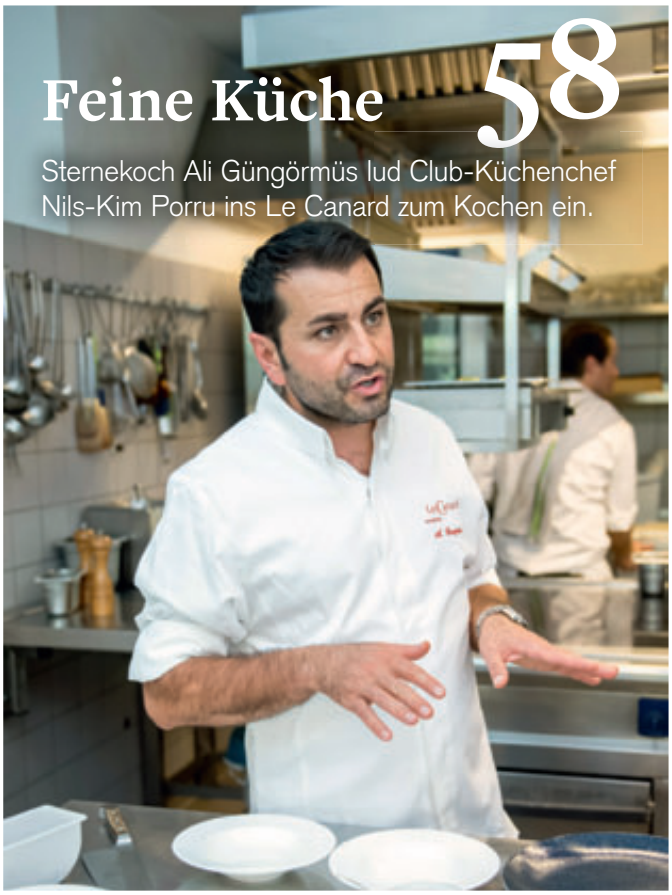
16 ..... **Hamburg klingt**
Ihre Fertigstellung hat zehn Jahre gedauert und es gab viel Streit und Diskussionen um die Elbphilharmonie. Jetzt wird sie eröffnet und die ganze Stadt freut sich auf das Konzerthaus.

24 ..... **Interview**
Kent Nagano wuchs an der Pazifikküste Kaliforniens auf. Warum er nicht Surfer wurde und keine Popmusik hörte, erzählt der Star-Dirigent im Gespräch mit club!-Magazin.

30 ..... **Meinung**
Clubmitglieder zum Thema „Hamburg klingt“.

TITEL
Der Dirigent Kent Nagano ist seit 2015 Generalmusikdirektor der Hamburgischen Staatsoper. Mit dem Philharmonischen Staatsorchester Hamburg spielt er zur Eröffnung der Elbphilharmonie Jörg Widmans „Arche“ – eine Welturaufführung. Im club!-Magazin spricht der Amerikaner über das besondere Erlebnis, bei der Einweihung eines neuen Konzerthauses dabei zu sein.

TITELFOTO: IVO VON RENNER, FOTOS: MARTINA VAN KANN



Feine Küche 58

Sternekoch Ali Güngörmüs lud Club-Küchenchef Nils-Kim Porru ins Le Canard zum Kochen ein.

Offene Worte 12

Thorsten Kausch, Geschäftsführer der Hamburg Marketing GmbH, zieht nach zehn Jahren Bilanz.

32 ..... **Gürtlers Grütze**
In seiner Kolumne macht sich Detlef Gürtler Gedanken über technische Geräte, die wir in Zukunft im oder am Ohr tragen – als Schmuck, Hilfsmittel oder Werkzeug.

Wissen

34 ..... **Bye bye bank**
Junge Gründer und Unternehmer nutzen immer häufiger andere Möglichkeiten als den klassischen Bankkredit, um den Start ihrer Firma zu finanzieren. Alternativen gibt es reichlich.

40 ..... **Meinung**
Clubmitglieder zum Thema „Unternehmensfinanzierung“.

Gute Tat

42 ..... **SeitenWechsel**
Die Patriotische Gesellschaft bietet Managern und Führungskräften die Möglichkeit, in sozialen Einrichtungen zu arbeiten, um ihre soziale Kompetenz weiterzuentwickeln.

Neu im Club

46 ..... **Menschen und ihre Geschichten**
Bauunternehmer Dieter Becken, Dental-Expertin Susanne Stegen, Digitalisierungs-Berater Frank Bösenkötter, Verpackungs-Entwickler Ole Bolling.

Special

54 ..... **Effiziente Energiekonzepte**
Das Unternehmen Gegenbauer Facility Management entwickelt für seine Kunden maßgerechte Strategien zum Sparen von Strom und Geld.

Gourmet & Genuss

58 ..... **Heimat-Liebe**
Sternekoch Ali Güngörmüs und Business Club-Chefkoch Nils-Kim Porru zauberten im Restaurant Le Canard Nouveau leichte Gerichte mit dem Flair ihrer Heimat.

66 ..... **Karl J. Pojer bittet zu tisch**
Was der Schreibtisch über den Vorsitzenden der Geschäftsführung von Hapag-Lloyd Kreuzfahrten verrät.

Service

03 ..... **Impressum**

44 ..... **Fünf Jahre Club!**

56 ..... **Alles Wissenswerte zum Club**

STEFAN GWILDIS 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.*

Erstmals zu Besuch im Business Club: Sänger Stefan Gwildis genoss den Ausblick von der Terrasse und spielte drinnen ein paar Melodien auf dem Flügel.

„Ich liebe das Meer. In der Natur spürt man, dass man im großen Ganzen nur ein kleiner Wicht ist.“

Stefan Gwildis, 58, ist Sänger, Bühnenkünstler und musikalischer Quereinsteiger. Er absolvierte eine Ausbildung am Thalia-Theater und war als Straßenmusiker unterwegs. Große Erfolge feiert er mit seinen Neuinterpretationen internationaler Soul-Klassiker. Gwildis wuchs in Hamburg-Barmbek auf und lebt heute mit seiner zweiten Frau in der Heide.

„Es gibt einige Projekte, um die ich mich im Winter kümmere. Eins davon ist ‚Gwildis liest‘, mein erstes Hörbuch, das im Januar erscheint. Ich lese Theodor Storms ‚Der Schimmelreiter‘. Auch die Musik habe ich gemacht – einen Walzer, weil ich finde, dass Storms Sprache sehr bildhaft ist, vor allem, wie er die Natur beschreibt. Das Walzermotiv ist für mich etwas, das der Natur sehr nahe kommt. Es beschreibt gut den ewigen Kreislauf, die großen Runden, die gedreht werden. Neben einigen Konzerten mit meiner Band steht im Dezember der Auftritt mit den Söhnen Hamburgs, also mit Joja Wendt und Rolf Claussen, in der Barclaycard Arena an. Gleichzeitig werde ich im Winter an einem Album feilen, das ich zusammen mit den Kieler Philharmonikern aufgenommen habe. Mit solch begabten und tollen Musikern zusammenzuarbeiten, ist für mich als Quereinsteiger immer eine große Ehre.

Weihnachten verbringe ich mit der Familie. Ich finde diese Zeit klasse, in der man sich einigelt, es sich gemütlich macht. Es gibt bei uns dann die klassischen Versuche, mal eine Ente oder eine Gans zu machen. Kochen ist für mich wie komponieren. Da stellen sich Fragen wie: Wie kriege ich eine richtig geile braune Soße hin? Oder: Wie bekomme ich die Ente schön kross und trotzdem saftig? Über Silvester geht es dann eventuell in den Urlaub in die Berge. Meine Frau liebt die Berge, ich eher das Meer. Das Tolle ist: In beiden Regionen hast du die ganze archaische Kraft der Natur um dich herum. Da spürt man, dass man im großen Ganzen doch nur ein kleiner Wicht ist.“

FOTO: MARTINA VAN KANN

ES IST DAS BESONDERE,
DAS WELLEN SCHLÄGT.
HAWESKO.DE
HANSEATISCHES WEIN UND SEKT KONTOR
ALS OFFIZIELLER WEINPARTNER DER ELBPHILHARMONIE
BEGRÜSSEN WIR HAMBURGS NEUES WAHRZEICHEN FÜR KULTUR.

Besondere Perspektive: Die Clubmitglieder im kreisrunden Treppenhaus des Brahmskontors.

MODERNER KLASSIKER

Das Brahmskontor ist ein geschichtsträchtiges Haus. Von der Konferenzetage koordinierte der damalige Innensenator Helmut Schmidt 1963 den Kampf gegen die Jahrhundert-Sturmflut. Architekt Stephen Perry hat es jetzt zu einem edlen Bürohaus im Backsteingewandt verwandelt, mit der Maßgabe, den Art Déco-Stil mir seinen Wandfliesen, edlem Steinzeug und stilechtem Buntglas aus den 1920er Jahren zu erhalten. Bei einer exklusiven Führung unterhielt Perry die Gäste mit vielen wissenswerten Details über das Gebäude, angereichert mit britischem Humor.

01 Aufmerksame Zuhörer: Jörg Tamke, Jule Sieverts, Norbert Stamer, Stefan Winter.

02 Der Architekt: Stephen Perry.

FOTOS: MARTINA VAN KANN, LAIBLE

Norbert Wüpper (Business Club), Andree Schaal (Leiter GK Partnervertrieb Nord/Ost Telekom Deutschland GmbH, Andreas Gomolluch (Geschäftsführer BFI Beratungsgesellschaft für Informationstechnologie mbH), Heiko Röhr (Director Cloud Sales, T-Systems International GmbH).

IT-TRENDS IM TROPEN-AQUARIUM

In eine außergewöhnliche Location lud die BFI-Geschäftführer Andreas Gomolluch die Mitglieder des Business Clubs ein: Im Tropen-Aquarium des Tierparks Hagenbeck informierten neun IT-Experten unter dem Motto „Die IT-Welt ist ein Haifischbecken" über neueste Entwicklungen bei Handys, Apps, Smartphone-Security sowie mobilen Infrastrukturen für Firmen und Sicherheit in Rechenzentren. Im Anschluss an den Informations-Marathon gab es einen exklusiven Rundgang durchs Tropen-Aquarium mit einem abschließenden „Dinner unter Haien".

Chefs am Ball: Hamburgs Bürgermeister Olaf Scholz (l.) und DFB-Präsident Reinhard Grindel.

HAMBURG-SOIRÉE IMMER AUF BALLHÖHE

Wenn es um Fußball geht, gibt es viel zu besprechen. Die 26. Hamburg Soirée, die zur Tradition gewordene Diskussionsrunde mit Bürgermeister Olaf Scholz und einem Sport-Gast, hielt, was sie versprach. Mit DFB-Präsident Reinhard Grindel sprachen Scholz und die Moderatoren Jens Meyer-Odewald und Christian Hinzpeter – auch über den HSV und St. Pauli. Einen Rat mochten beide den schwächelnden Klubs nicht geben. Scholz: „Diejenigen, die dort in der Verantwortung stehen, können es besser als ich."

NEUE QUARTIERE – MEHR STADT IN DER HANSESTADT

1999 übernahm Prof. Dipl.-Ing. Jörn Walter die Leitung der Oberbaudirektion Hamburg. Seitdem arbeitet er am zukünftigen Gesicht der Hansestadt. Beim Businessfrühstück philosophierte der gebürtige Bremer über seine städtebaulichen Ideen, sprach von „urbanen Räumen", „integriertem Zusammenwirken von Stadt und Hafen" und vom „menschlichen Maßstab in der Stadplanung". Am Herzen liegen ihm die Quartie in Altonas neuer Mitte, Jenfelder Au und in Wilhelmsburg. Hier möchte er sein Konzept „Stadt in der Stadt" verwirklichen.

01 Ivo Goessler im Gespräch mit Prof. Dipl.-Ing. Jörn Walter.

02 Carsten Ritter (GIRA), Partner des Immobilien-Frühstücks.

Das Talk-Quartett: Oliver Goessler (Managing Director Montblanc Deutschland), Carsten Sühring (Vertriebsleiter Hapag-Lloyd Cruises), Jens Gardthausen (Geschäftsführer Moet Hennessy Deutschland) und Moderator Matthias Wolk.

LUXUS-ABEND IM CLUB

Das Wort Luxus ist aus dem Lateinischen und bezeichnet Aufwendungen oder Ausstattungen, die über das übliche Maß des normalen Lebensstandards hinausgehen. Unter der charmanten Moderation von Matthias Wolk trafen sich mit Oliver Goessler, Carsten Sühring und Jens Gardthausen drei Anbieter von Luxusprodukten, um die Frage zu diskutieren: Was ist Luxus? Ein Punkt, in dem sich alle einig waren, hatte nichts mit den luxuriösen Dingen zu tun. Denn Luxus ist für sie Zeit, die man für sich hat und mit seiner Familie verbringt. Die Runde stellte fest, „dass Luxus immer individueller wird". Jeder Mensch möchte gern etwas Besonderes für sich haben. Die drei Experten waren sich aber auch darüber einig, dass gerade die Menschen hierzulande Nachholbedarf in Sachen Luxus haben. Der Tenor lautete: „Die Deutschen sollten noch mehr lernen, sich etwas zu gönnen".

01 Marc Behrens und Tim Hertel.

02 Ivo von Renner und Dagmar von Renner.

03 Marion Sinner, Alexander Herring und Faralda Rief.

EVENT TIPPS

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

Montag, 12. Dezember 2016, 19 Uhr
Das Geheimnis des Hennessy Cognacs entdecken
Brand Ambassador Thomas Zilm ist Barmann und Markenbotschafter von Ardbeg und Glenmorangie. Er führt Sie durch die Welt der Cognac-Herstellung und verkostet mit Ihnen unterschiedliche edle Spirituosen.

Mittwoch, 8. Februar 2017, 19 Uhr
Virtual Reality –
The Next Big Thing
Für Gamer ist es ein Kick, für Techniker die Zukunft. Eine Realität, die nur virtuell ist, aber erlebt und gefühlt werden kann. Virtual Reality-Experte Matthias Wolk stellt sie Ihnen vor.

Dienstag, 14. Februar 2017, 9 Uhr
Immobilienfrühstück mit Dieter Becken und Lars Kreyenhagen
Lars Kreyenhagen ist Geschäftsführer von Karl Anders – Studio für Brand Profiling. Mit Bauunternehmer Dieter Becken spricht er über das Thema „Real Estate – Real Brand".

Dienstag, 4. April 2017, 19 Uhr
Business-Talk mit Unternehmer Christoph Birkel
Wie Christoph Birkel, der Geschäftsführer des hit-Technopark Hamburg, die Stadt zur Nummer eins in Sachen Technologie machen will – und was Trampolinspringen damit zu tun hat.

FOTO: MARTINA VAN KANN, ARCHIV

WEMPE
MACHEN SIE SICH SELBST
EINE UNENDLICHE LIEBESERKLÄRUNG.
HELIORO BY KIM
Hamburg: Jungfernstieg 8, T 040.33 44 88 24 · Mönckebergstraße 19, T 040.33 44 88 22
Neun endlos miteinander verwobene Goldstrahlen in 18k Roségold ergeben den Ring Helioro.
Entdecken Sie Helioro BY KIM bei Wempe an den besten Adressen Deutschlands und in London,
Paris, Madrid, Wien, New York und Peking oder bestellen Sie unter www.wempe.de

DIE MARKE HAMBURG

Die Hansestadt liegt im Trend. Die Besucherzahlen steigen. Im Hamburg-Talk spricht **THORSTEN KAUSCH,** *zehn Jahre lang Geschäftsführer der Hamburg Marketing GmbH, über die Bemühungen, die Stadt immer besser zu vermarkten.*

Auf der Bühne des Business Clubs gab der scheidende Geschäftsführer der Hamburg Marketing GmbH, Thorsten Kausch (rechts), im Gespräch mit Jörn Lauterbach, Redaktionsleiter für die Zeitungsausgaben sowie den Online-Auftritt von „Die Welt" und „Welt am Sonntag" Hamburg, den anwesenden Gästen interessante Einblicke in seine zehnjährige Arbeit als oberster Werber für die Stadt.

DAS SAGEN DIE CLUBGÄSTE

SUSAN MOLZOW
Geschäftsführerin
Morgenpost Verlag GmbH

„Als ich kam, hatte ich bei Stadtmarketing die Vorstellung, die machen Plakate, wie schön Hamburg ist. Ich gehe mit der Erkenntnis, wie komplex deren Arbeit doch ist. Allein wie man versucht, die Touristenströme so zu steuern, dass sie auch Akzeptanz bei den Hamburgern finden."

JAN-NIKO LAFRENTZ
Geschäftsführer
hamburg.de

„Nehmen wir nur die halbe Million Besucher bei den Hamburger Cruise Days. Oder das Reeperbahn-Festival, das sich durchgesetzt hat. Inzwischen ja auch die Elbphilharmonie. Der Erfolg der Marke Hamburg hat viele Väter. Einer der wichtigsten ist Thorsten Kausch. Schade, dass er geht."

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

„10 Jahre Stadtmarketing – Bilanz und Perspektive". Der Abend im Business Club ist auch eine Art Abschiedsvorstellung für Thorsten Kausch, der zehn Jahre lang der führende Kopf der Hamburg Marketing GmbH war.

Es war einer dieser schönen, freundlichen Tage, an denen die Sonne mit der Stadt an Elbe und Alster spielte und flirtete. Und die „schlafende Schöne", wie Helmut Schmidt sie einmal nannte, beste Werbung für sich selbst machte. Von schlafen kann in Hamburg ohnehin nicht mehr die Rede sein, denn die Elbmetropole ist seit einigen Jahren bei Touristen im Trend – das ist auch ein Verdienst des Stadtmarketings. „Wie aber funktioniert das eigentlich, dass unsere Stadt eine solch internationale Strahlkraft entwickelt und so viele Menschen anzieht wie nie zuvor?", eröffnete Business Club-Geschäftsführer Peter Richard Stoffel den Hamburg-Talk. Und man hätte hinzufügen mögen: „Kann man Hamburg als Marke überhaupt noch besser verkaufen?"
Jörn Lauterbach aber, der ebenso wissende wie gewitzte Redaktionsleiter „Die Welt" und „Welt am Sonntag" Hamburg, provozierte seinen Gesprächspartner Thorsten Kausch – sie spielen übrigens gemeinsam in einer Fußballmannschaft – gleich mit der Frage: „Erfolgreiches Stadtmarketing mit kreativen Aktionen und vielen schönen Bildern – wie viel davon aber ist wahr?" Die Frage sorgte für Gelächter beim Publikum. Der Abend aber zeigte, wie zielgenau Lauterbach damit ins Zentrum getroffen hatte. Stadtmarketing und Wahrheit – wie kompliziert das in den Abhängigkeiten zwischen Politik, Verwaltung und Wirtschaft sein kann, das offenbarte Thorsten Kausch mit einem amüsanten Beispiel.
Es war in der Amtszeit von Karin Freifrau von Welck als Kultursenatorin (2004 – 2010). „Hummel-Hummel und Zitronen-Jette hatten wir schon entsorgt", erzählt der Mann, der im September die Kommandobrücke der Hamburg Marketing GmbH verließ. „Aber neben dem Schönen und Traditionellen müssen wir auch einmal die raue, die Malocher-Seite Hamburgs zeigen, hatten wir uns vorgenommen." Und ein Bild mit dem Hafen als Hintergrund in Auftrag gegeben, dessen Blickfang ein Seemann mit freiem Oberkörper und tätowiertem Anker auf dem Bizeps war. Darüber war Freifrau von Welck gar nicht amüsiert. Die Kultursenatorin untersagte sogar energisch, dass mit dem halbnackten Seemann für Hamburg geworben werde. „Wir durften das Bild wenigstens auf unserem Server lassen", sagt Thorsten Kausch und lächelt. „Es wurde das mit Abstand beliebteste aller Werbebilder."
Aber das mit der Wahrheit im Leben und Empfinden einer Stadt, das ist ja ohnehin eine wankelmütige Angelegenheit. „Mit der Elbphilharmonie zu werben, da liegst du ja ohnehin ganz vorne", sagt der Marketing-Stratege. „Auch in der Bevölkerung. Die Hamburger sind doch so stolz auf ihr neues Wahrzeichen."
Aber Augenblick, war da nicht noch etwas? Horrender Kostenanstieg, ständige Verzögerungen! Vergiss es. Die Pariser haben ihren Eiffelturm und wir jetzt unsere Elbphilharmonie.
„Thorsten, was hat sich in den zehn Jahren, in denen du unsere Stadt als Marke mitgeprägt hast, am stärksten verändert?", wollte Jörn Lauterbach noch wissen. „Wachstum um jeden Preis, vor allem im Tourismus und in der Wirtschaft, das war zu Beginn unser Mantra", blickt der 43-Jährige zurück. „Und das haben wir laut hinausposaunt. Die Besucherzahlen steigen kontinuierlich weiter, Hamburg gilt als einer der attraktivsten Wirtschaftsstandorte Nordeuropas. Das Stadtmarketing aber muss heute viel genauer hin- und zuhören. Vor allem auch auf das, was die Bewohner in den einzelnen Stadtteilen wollen und was sie nicht wollen. Auch da gibt es ja Widersprüche. Auf das Schanzenviertel war doch kein Hamburger stolz. Das war nur ärgerlich. Viele junge Menschen aber sind gerade deshalb nach Hamburg gekommen. Mit dieser Jugend kam Frische und Kreativität in die Stadt und die wiederum haben neue Firmen angelockt. Oder nehmen wir das Reeperbahn-Festival, was für ein Erfolg ist daraus geworden. Dieses Marketing nach innen, darauf hören, was die Hamburger eigentlich wollen – nur in diesem Einklang kann man Hamburg als internationale Marke in Zukunft verkaufen."

THORSTEN KAUSCH

„Wir müssen auch einmal die raue Malocher-Seite Hamburgs zeigen."

DR. ULRICH KAMPFFMEYER
Geschäftsführer
Project Consult

„Das Gespräch wurde sehr professionell geführt und trotz der persönlichen Bekanntschaft der beiden mit der nötigen Distanz. Sehr interessant fand ich die Beispiele, die die internen Schwierigkeiten des Stadtmarketings im Dreiecksverhältnis von Politik, Wirtschaft und Verwaltung offenlegten."

DORIS PETERSEN
Senior Representative
Deutsche Messe AG

„Die erfrischende Ehrlichkeit von Herrn Kausch, mit der er Einblicke in die Arbeit des Stadtmarketings gegeben hat – das war wieder ein spannender Diskussionsabend. Kurzweilig auch seine Anekdoten, zum Teil ja auch mit kritischen Untertönen. Thorsten Kausch wird Hamburg fehlen."

Business oder Golf? „Wer am Abschlag über Wasser sein iPad auspackt, um ein Bauherrenmodell zu erläutern, sollte schwimmen können."

SUBLIME METHODEN BEIM KILLER-MATCH

Mit seinen wunderbar humorvollen Geschichten rund um das Thema Golf begeistert **EUGEN PLETSCH** *seit mehr als zwei Jahrzehnten seine Leser und Zuhörer. Für club! hat er sich die Frage gestellt: Was hat Golf eigentlich mit Business zu tun?*

Er habe mein neues Buch „Anmerkungen für Golfreisende" gelesen, meinte kürzlich jemand am Telefon. Wäre ja ganz nett, aber über ‚Business auf dem Golfplatz' stünde nichts drin. Wo doch Trump sein ganzes Business auf seinen Golfplätzen abwickeln würde, wolle er darüber eigentlich mehr wissen.

„Das Buch wurde vor der Trump-Wahl veröffentlicht und ist für den Urlaub gedacht", stotterte ich, „und im Urlaub sollten auch die Geschäfte mal Urlaub machen, oder?"

„Trotzdem. Schreib' doch mal etwas über Business auf dem Golfplatz. Man hört darüber so viel", insistierte mein Anrufer.

„Das hängt vielleicht damit zusammen, dass die angeblichen Riesengeschäfte oft Riesenpleiten werden", trumpfte ich auf und hatte dabei eine dunkle Vision von Trumps künftiger Regentschaft. Über Geschäfte auf dem Golfplatz habe ich während der vergangenen 20 Jahre Golfschreiberei tatsächlich kaum ein Wort verloren. Warum auch? Soll ich jemandem erklären, wie man das scheue Reh, den Kunden, auf dem sattgrünen Fairway anpitcht? Oder andersrum: Wie man sich Anlageveruntreuer und Versicherungsfritzen vom Leib hält?

Eugen Pletsch – Humorist, Gitarrist, Golfer mit einstelligem Handicap.

Gemäß Etikette soll man auf dem Golfplatz niemandem auf den Keks gehen. Weder der Ehefrau mit Belehrungen noch einem Mitspieler durch Akquisitionsversuche. Das bedeutet: Wer am Abschlag eines Par 3 über Wasser sein iPad auspackt, um ein Bauherrenmodell zu erläutern, sollte schwimmen können! Was soll ich dazu noch schreiben? Aber gut: Weil die vielfältigen Freizeit-

FOTOS: VAN KANN, FOTOLIA, ARCHIV

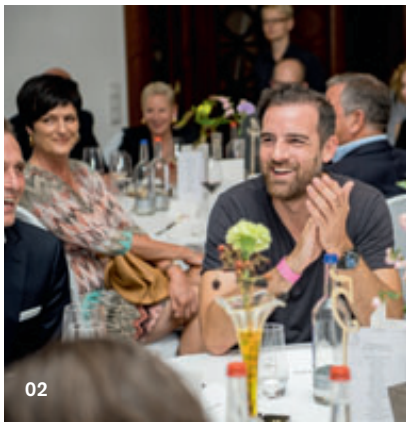
aktivitäten der Golfinteressierten zu wenig Zeit für das Golfspiel lassen, hat der DGV den Light-Golfer erfunden, um die immer größer werdenden Defizite der Golfclubs mit ‚Frischfleisch' aufzufüllen, wie der Golflehrer seine Grobmotoriker liebevoll bezeichnet. Was das mit Business auf dem Golfplatz zu tun hat? Nun, das ist Golf-Business und das erste, was Anfänger kennenlernen, wenn sie in die Fänge eines Clubmanagers geraten, dem das Wasser bis zum Hals steht. Aber mit ‚Geschäften auf dem Golfplatz' ist natürlich etwas anderes gemeint.

Ich durfte vor etlichen Jahren lauschen, als der Kanadier Gerry T. Kierans über die „Does & Don'ts des Business Golf" referierte. Soweit ich mich entsinne, bestand die Etikette des „Biz Golf" aus 35 Punkten und an erster Stelle, meinte Gerry, müsse man die Golfregeln kennen! Mit einem Geschäftspartner auf dem Platz ist das Handy tabu, man solle nicht rauchen und das Cart fährt der Gastgeber. Niemals quatschen, wenn ein anderer schlägt, immer flott spielen, keinesfalls über Politik diskutieren (zumindest nicht mit Trump), nicht über den Platz schimpfen und schon gar nicht über die lahme Ente im vorderen Flight (könnte die Ehefrau des Geschäftspartner sein). Saufen, fluchen und Schläger schmeißen … auch dabei sollte man sich im Griff haben. Gerrys 35 Punkte schließen damit, dass man seinem Mitspieler auf der 18 auch dann die Hand gibt, wenn er keinen Fondanteil zeichnet. Dass man ihm das dann auf der nächsten Runde heimzahlt, indem man zum Beispiel im Rückschwung nach den Kosten seiner Scheidung fragt, hat Gerry nicht erwähnt. Über ‚Combat-Golf', wie diese sublimen Methoden des Killer-Matchplays genannt werden, steht in meinen „Anmerkungen für Golfreisende" übrigens deshalb nichts drin, weil das Buch, wie gesagt, der Entspannung dienen soll.

Das neue Buch von Eugen Pletsch: Anmerkungen für Golfreisende – Play it with ease in the breeze …, Edition Holinwan, ISBN 978-3-7412-7945-4, beispielweise bei Amazon, 9,99 Euro. Titelfoto: Oliver Hardt, Hardt Photography

10 000 EURO FÜR DIE METZELDER-STIFTUNG

Christoph Metzelder, früherer Fußball-Nationalspieler in Diensten von Borussia Dortmund, Real Madrid und Schalke 04 freute sich sehr. Das Finale der BCH-Matchplay-Serie mit Scramble-Turnier, Galadinner und Tombola stand ganz im Zeichen der Christoph Metzelder-Stiftung. Die golfspielenden Clubmitglieder spendeten für diesen guten Zweck 10 000 Euro.



01 Scramble auf Gut Kaden (v. l.): Nikolaus Hultgren, Markus Stockfleth, Norbert Stamer, Jürgen Deforth.

02 Gast beim Dinner: Christoph Metzelder.

03 Scramble-Sieger: (v. l.): Frank Stadthöwer, Prof. Heinz Züllighoven, Nadja Kahn und BCH-Chef Peter Richard Stoffel.

EVENT TIPP

MATCHPLAY 2017: JETZT ANMELDEN!

Im kommenden Jahr geht die Matchplay-Serie des Business Club Hamburg in ihre sechste Saison. Nach der Jubiläumsserie 2016 heißt es jetzt: Back to the Roots! Gespielt wird wie in den Anfangsjahren zunächst in Vierergruppen, die Sieger qualifizieren sich für die K.o.-Runden. Und im August werden die vier besten Spieler zum Halbfinal- und Final-Wochenende nach Schloss Lüdersburg eingeladen.

Neu in 2017: „Bring a friend". Jedes teilnehmende ist berechtigt, einen Geschäftspartner, Kollegen, Freund oder Ehepartner für die Matchplay-Serie zu nominieren. Am 1. September endet die Saison mit einem Scamble-Turnier und der anschließenden Galaparty.

Die Kick off-Veranstaltung mit Auslosung der Gruppen findet am 21. März 2017 um 19 Uhr im Business Club Hamburg statt.

Die Sponsoren 2017: Carlsberg Brauerei, MS Europa 2, SCHLARMANNvonGEYSO.

MS EUROPA 2

SCHLARMANNvonGEYSO
Rechtsanwälte Steuerberater Wirtschaftsprüfer Partnerscha

Duckstein

Herz und Sinne weit geöffnet

Als Stadt der Musik hat Hamburg eine lange Geschichte. Hier wurde 1678 das erste Opernhaus Deutschlands eröffnet. Mit der prachtvollen Elbphilharmonie beginnt nun eine neue Epoche.

FOTO: MICHAEL ZAPP

Der große Konzertsaal der Elbphilharmonie bietet 2100 Gästen Platz. Die Sitzplätze sind im Stile von Weinbergterrassen angeordnet, so dass das Publikum von jedem Platz aus optimal hören und sehen kann. Der riesige Klangreflektor an der Decke verteilt den Klang gleichmäßig im Raum.

Text: **Dr. Martin Tschechne**

Die Geschichte der Musik in Hamburg beginnt an einem Sonnabend im Herbst 2016. Auf einer Studiobühne der Kampnagelfabrik sitzt die junge Syrerin Ghaitha al Shaar mit dreien ihrer Landsleute. Sie selbst spielt Oud, die klassische arabische Laute, die Männer: ein weiteres Zupfinstrument, es heißt Sas, eine Geige, eine flache Trommel. Unsicherheit ist ihnen anzumerken. Sie sind Flüchtlinge, in Deutschland vorerst untergekommen, aber fremd. Wird das Publikum ihre Musik verstehen? Der Beifall scheint sie ermuntern zu wollen. Genau dafür sind viele Leute hierhergekommen.

Eine Reise aus ihrer syrischen Heimat bis nach Deutschland hatte ein Begleiter zuvor angekündigt, auf Englisch, eine fremde Sprache, fremdes Publikum. Aber der Fluchtweg, nacherzählt in Musik – das ist eine schöne Geste des Entgegenkommens. Manche Zuschauer scheinen gerührt. Die weiteren Ansagen machen die Musiker selbst in ihrer Muttersprache. Die Namen Türkei und Bulgarien sind noch zu ahnen, dann scheint der weite Weg zu enden. Auch in den Stücken ist keine Annäherung an die ungarische Grenze, an Österreich, Bayern oder gar den Norden zu spüren. Die da spielen, sind Könner; das steht nach wenigen Takten fest. Und sie steigern noch ihr Tempo, ihre Virtuosität, die Dichte ihres Vortrags. Aber Kultur braucht jemanden, der sie erklärt. Sonst bleibt sie verschlossen. Als die Musiker sich nach einer Stunde verbeugen, verabschiedet sie ein artiger, etwas ratloser Applaus. Wenn das Wesen von Musik eine freundliche Einladung ist – wer hier darf sich aufgefordert fühlen? Und zu was?

Die Geschichte der Musik in Hamburg beginnt an einem Mittwochabend in der Laeiszhalle. Eine Stunde vor dem Konzert, so ist es Sitte hier, bietet der Dirigent eine Einführung in das Programm, erläutert die Stücke, bringt sie in einen historischen oder künstlerischen Zusammenhang, begründet ihre Auswahl. Das Symphonieorchester des Norddeutschen Rundfunks wird Werke von Mozart, Richard Strauß und dem polnischen Komponisten Karol Szymanowski spielen. Der Saal ist schon jetzt halb voll, mindestens. Thomas Hengelbrock, der Chef des Orchesters, lässt sich für diesen Teil des Abends entschuldigen – schade, die lockere, charmante Art seiner Einführungen hat hier viele Bewunderer. Aber ein freundlicher Kollege springt ein. Auch sein Vortrag gerät launig. Ist es nun bemerkenswert, dass so viele junge Besucher gekommen sind, um sich die Genealogie der Komponisten und ihrer Werke erläutern zu lassen? Der Mann auf der Bühne hat Hörbeispiele aus den Symphonien ausgesucht, ein Mitarbeiter des Hauses spielt sie auf einem Laptop an; die Parallelen sind verblüffend. Oder sind es die vielen älteren Zuhörer, die hier auffallen? Als wäre Mozart nicht auch für sie ein Gigant der Musikgeschichte, einer, den zu verstehen man erst lernen muss. Und mal ehrlich: Wer kannte Szymanowski?

Nach einer Dreiviertelstunde bittet der Vertreter des Dirigenten die Zuhörer, ihre Plätze und den Saal noch einmal für ein paar Minuten zu verlassen. Das ist ungewöhnlich. Das Orchester habe sich in den vergangenen Tagen im neuen, großen Konzertsaal der Elbphilharmonie getroffen, begründet er seine Bitte. Nun müssten sich die Musiker erst wieder auf die vertraute Akustik der Laeiszhalle einspielen.

So schnell geht es mit dem Wandel. Aber schon der neue Name des öffentlich-rechtlichen Klangkörpers verweist auf das künftige Domizil; er lautet jetzt offiziell: NDR Elbphilharmonie Orchester. Große Veränderungen kündigen sich an. Hengelbrock verbeugt sich unter dankbarem Applaus. Aber ein Hauch von Abschied ist auch zu spüren. War es nun das vorletzte oder das vorvorletzte Konzert im vertrauten Barock der in ihrer Gestalt eher schlichten Halle? Demnächst also drüben in dieser neuen, phantastischen, pulsierenden Herzkammer der Elbphilharmonie. Der japanische Klangarchitekt Yasuhisa Toyota soll ja Wunder vollbracht haben. Jeder hier will schon irgendwo irgendetwas davon gehört haben. Die Wellen der Wandpaneele, am Computer berechnet, zehntausend Schall schluckende, brechende, reflektierende Tafeln, und keine soll der anderen gleichen. Die Stimmung ist: freudig erregte Erwartung.

Die Geschichte der Musik in Hamburg beginnt an einem Freitagnachmittag im Bunker an der Feldstraße. Riccardo Minasi

Für den optimalen Klang hat der Akustiker Yasuhisa Toyota den Konzertsaal mit 10 000 individuell gefertigten Gipsfaserplatten verkleidet.

FOTO: BERTOLD FABRICIUS, MAXIM SCHULZ

Auf dem ehemaligen Kaispeicher A befinden sich die Elbphilharmonie mit drei Konzertsälen (2100, 550, 170 Plätze), das Westin-Hotel mit 244 Suiten und Hotelzimmern sowie 45 Luxuswohnungen mit Elbblick. Die frei zugängliche Plaza ist über eine 82 Meter lange Rolltreppe zu erreichen.

muss nun doch den Pullover ausziehen. Im Resonanzraum probt das Kammerorchester, das dem Saal seinen Namen gegeben hat: das Ensemble Resonanz. Heute Abend wird es hier seine jüngste CD mit vier Symphonien und sechs Sonaten von Carl Philipp Emanuel Bach vorstellen. Der beinahe ebenso große Sohn des großen Johann Sebastian Bach gehört zum musikalischen Selbstbewusstsein, zum Stolz der Stadt, seit er hier 1768 Nachfolger des ebenfalls großen Georg Philipp Telemann wurde und bis zu seinem Tod zwanzig Jahre lang das Musikleben prägte. Seine Hamburger Sonaten und die sechs Hamburger Symphonien gehören zum Tafelsilber. Begraben liegt er in St. Michaelis. Wo auch sonst?

Der italienische Dirigent und Geigen-Solist muss doppelte Arbeit leisten. Da wird ihm natürlich warm. Gut zwanzig Musikerinnen und Musiker sitzen im Halbkreis um ihn herum, die meisten spielen Streichinstrumente, in der Mitte ein Cembalo, hinten Horn, Oboe, Flöte. „Wir sind ein reines Streicherensemble“, wird David-Maria Gramse in einer Pause erläutern. Er spielt im Orchester die zweite Violine. „Wenn wir für eines unserer Projekte andere Musiker brauchen, Bläser etwa, dann rufen wir sie einfach hinzu. Wir haben so viele Freunde.“

Das Ensemble ist demokratisch organisiert; seine Mitglieder sind selbständige Unternehmer, Gesellschafter einer gemeinnützigen GmbH. Rund siebzig Konzerte geben sie im Jahr, die Hälfte ihres Etats müssen sie selber einspielen. Auch der Dirigent ist nur zu Gast. Minasi genießt Weltruhm als Kenner und Interpret barocker Musik in historischer Aufführungspraxis. Er ist ein Virtuose, ein Forscher und Gelehrter – und vielleicht gerade deshalb auch offen für Neues, für Experimente in Klang und Dynamik. Da liegen er selbst und das Ensemble ganz nah beieinander. Wer in der Musikgeschichte weit genug zurückgeht, der ist es gewohnt, alles zu hinterfragen.

Die Atmosphäre ist locker. Die Musiker tragen Jeans und Turnschuhe, sie plaudern miteinander, lachen, blättern in den Noten. Minasi, nun im T-Shirt, ruft Zahlen in die Runde. Vierundvierzig, siebenundsechzig: Es sind die Nummern der Takte, in denen die Kollegen bitte noch einmal einsetzen mögen. Das ist faszinierend zu beobachten. Zack, sind sie da, mitten in einer temperamentvoll drängenden Kadenz, absolut präzise und sicher, →

eingespielt seit 1994. Der Solist spielt und dirigiert, greift mit den Händen in die Luft, als könnte er die Schwingungen dort modellieren, er lockt, dämpft und kommentiert, dieselbe Sequenz gleich noch einmal oder from the beginning. Wenn Konzentration und Spielfreude einen Raum ausfüllen können: Hier ist es zu erleben. Mein Gott, muss es toll sein, in so einer Gemeinschaft aufzugehen!

Später erzählt der zweite Violinist von den Ausflügen des Ensembles. Nach Wilhelmsburg, auf die Veddel, zu gemeinsamen Auftritten mit der türkischstämmigen Sas- und Oud-Spielerin Derya Yildirim oder den Jazz-Musikern der Sinti-Familie Weiß. Sie geben Kinderkonzerte, spielen das amerikanische Streichquartett von Antonín Dvořák in der Ballinstadt, weil von dort die Auswanderer nach Amerika abgereist sind. Sie kontrastieren

Stars wie Telemann, Bach, Brahms und Mendelssohn Bartholdy lebten in Hamburg.

ihre Bratschen und Celli mit elektronischen Sounds, geben neue Kompositionen in Auftrag und ergänzen ihre musikalischen Vorstöße in unbekannte Welten, indem sie einen Sternenforscher oder einen Soziologen um Erläuterungen zu Gegenwart und Ewigkeit bitten. Im Dezember geht es nach Japan, Tokio und Nagoya, nächstes Jahr nach Südostasien. Ab Januar sind sie offiziell das zweite Residenzorchester der Elbphilharmonie, aber der Saal im Bunker mit seinen beweglichen Wänden und den konzentrischen Kreisen seiner Beleuchtung bleibt ihre Heimat. „Wir machen viele verrückte Sachen“, sagt Gramse, „aber es muss immer gut klingen.“

Nein, die Geschichte der Musik in Hamburg beginnt natürlich mit Telemann und Bach, Johannes Brahms, Felix Mendelssohn Bartholdy und Gustav Mahler, die alle hier gelebt und gearbeitet haben. Sie nennt den in ganz Europa gerühmten Orgelbauer Arp Schnitger und „Steinway’s Pianofortefabrik“, die 1880 in der Schanzenstraße mit dem Bau ihrer berühmten Konzertflügel begann. Sie erzählt vom ersten bürgerlichen Opernhaus in Deutschland, es stand am Gänsemarkt, in dem der gerade 19 Jahre alte Georg Friedrich Händel seine erste Oper, „Almira“, uraufführen ließ, beruft sich stolz auf Komponisten wie Paul Dessau, György Ligeti und Alfred Schnittke und erinnert an legendäre Orchesterleiter wie Günther Wand, Christoph von Dohnányi oder Ingo Metzmacher. Der Musikkritiker Joachim Mischke hat ein wundervolles, sehr launiges und sehr dickes Buch darüber geschrieben.

Es ist die Geschichte einer Kultur, die nicht von Fürstenhöfen aus dirigiert, sondern aus bürgerlichem Engagement begründet und gefördert wurde. Mal großzügig, mal vielleicht weniger, aber immer war da ein Freiraum, der den Künsten Luft zum Atmen ließ. Was daraus entstand, hat einen ganz besonderen, einen demokratischen Charakter. Zu danken ist ihm, dass die Schwellen niedrig sind, die Verbindungen fein verästelt, Herzen und Sinne weit →

Thomas Hengelbrock (oben) ist der neue musikalische Hausherr in der Elbphilharmonie. Seit 2011 ist er Chefdirigent des NDR Sinfonieorchesters, das als neues Residenzorchester in NDR Elbphilharmonie Orchester umbenannt wurde. Das Ensemble Resonanz (unten) findet seine musikalische Heimat ab jetzt im kleinen Saal der Elbphilharmonie.

FOTOS: NDR/PHILIPP VON HESSEN, MARCUS HÖHN, TOBIAS SCHULT

DREAMTEAM

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

STEINWAY & SONS

Rondenbarg 10 · 22525 Hamburg

EU.STEINWAY.COM

geöffnet. Gleich drei große, großartige Klangkörper teilen sich die Aufgabe, die Neugier ihres Publikums zu wecken und zu belohnen – neben dem Residenzorchester der Elbphilharmonie die Hamburger Symphoniker unter dem Orchesterchef Jeffrey Tate und an der Oper das Philharmonische Staatsorchester mit seinem neuen Dirigenten Kent Nagano, der in Boston und Berlin, München und Manchester, Lyon und Los Angeles die großen Orchester der Welt dirigiert hat, bevor er nach Hamburg kam. Weil der Aufbruch jetzt nämlich hier stattfindet.

Das Opernhaus von Sydney hat vom Baubeginn bis zur Eröffnung 14 Jahre gebraucht.

Und dann all die vielen guten, sehr guten und hervorragenden Ensembles, die von Hamburg aus in die ganze Welt abstrahlen – sie sind Produkte und Ausdruck dieser demokratischen Gesinnung auch in der Kultur: die Camerata, die Klassik Philharmonie, das Bachorchester, das Harvestehuder Sinfonieorchester, ungezählte Chöre, Kammermusik-Ensembles, Klaviertrios und Streichquartette. Die Geschichte der Musik in Hamburg? Vielleicht beginnt sie an einem Freitag Ende November. Im Rolf-Liebermann-Studio des NDR präsentiert der Harfen-Virtuose Xavier de Maistre junge Harfenisten, seine eigenen Schüler von der Hochschule für Musik und Theater in Hamburg und Solisten der Akademien aus Hannover, Lübeck und Rostock. Die Stimmung auch hier: gespannte, freudige Erwartung. Das hat sich in sechzig Jahren kaum geändert. Seit 1957 bietet das „Podium der Jungen“ einmal im Monat begabten Musikern diese Chance, und für viele – Martha Argerich, Christoph Eschenbach, Thomas Quasthoff – war es so etwas wie die Startrampe zu einer Weltkarriere.

Wird die Elbphilharmonie nun also so etwas wie ein neuer Weltraumbahnhof der Kultur? Die Erwartungen sind gewaltig. Fast zehn Jahre brauchte es, den Entwurf der Architekten Jacques Herzog und Pierre de Meuron zu vollenden, die Kosten haben sich dabei verzehnfacht auf 789 Millionen Euro. Es soll an einem der Fleete in der Nähe einen Mann gegeben haben, der das Privileg genoss, von seinem Büro direkt auf das wachsende Wahrzeichen der Stadt blicken zu können – und dennoch seine Vorhänge geschlossen hielt. Er könne nicht mit ansehen, klagte er, wie dort drüben das Geld vernichtet werde. Ob er sich inzwi-

Die Lettin Iveta Apkalna ist Organistin in der Elbphilharmonie. Die Orgel wurde von der Manufaktur Philipp Klais in Bonn gefertigt. Sie hat 4765 Pfeifen, die kleinste misst elf Millimeter, die größte zehn Meter. Das Instrument ist ein Geschenk des Hamburger Unternehmers Peter Möhrle.

FOTOS: MICHAEL ZAPF

schen trösten lässt? Das berühmte Opernhaus von Sydney hat vom Baubeginn 1959 bis zu seiner Eröffnung 14 Jahre gebraucht; die Baukosten multiplizierten sich dabei um den Faktor 14, und 100 Millionen australischer Dollar waren damals eine gewaltige Summe. Fragt heute jemand danach, wenn vier Millionen Menschen pro Jahr das von der Unesco als Weltkulturerbe gefeierte Bauwerk in ehrfürchtigem Staunen betreten?

Für Christoph Lieben-Seutter, den Generalintendanten der Elbphilharmonie und der Laeiszhalle, ist das mit dem Weltraumbahnhof kein schlechtes Bild. Vielleicht passt aber besser das vom Fahrstuhl oder noch besser das von der Rolltreppe, die das Publikum ganz real vom Eingang auf der Rückseite des ehemaligen Kaispeichers in einem atemberaubend langen Schwung vor ein Panoramafenster befördert, von dem der Blick über Kräne und Containerschiffe in den Sonnenuntergang geht. Erst mal niederknien. „Fast überall vom Wasser umgeben“, schwärmt der Musikmanager. „Auf der einen Seite der Hafen, auf der anderen die Bürgerstadt: symbolischer und kraftvoller geht es kaum.“

Auch für die Musiker steckt viel Realität in der Metapher vom unaufhaltsamen Aufstieg. Die Qualitäten des Hauses und die der Musik bedingen einander wechselseitig, beinahe wie ein Perpetuum mobile, beinahe, als ließen sich die Gesetze der Physik außer Kraft setzen. „Die Akustik der Elbphilharmonie ist unglaublich transparent“, beginnt Lieben-Seutter zu erläutern. „Auch die Musiker hören sehr viel genauer, was um sie herum vorgeht.“

Schon deshalb werden die Orchester des Hauses einen Sprung nach vorn machen, da gibt es gar keinen Ausweg. Und die klangliche Qualität eines Saals, in dem keiner der 2100 Zuhörer weiter als dreißig Meter vom Dirigenten entfernt sitzt, wird zu einer Attraktion für die besten Musiker der Welt. Das Programmbuch für die erste Spielzeit, falls sich jemand an so etwas erinnern kann, ist so dick wie das Telefonbuch von, sagen wir, Bremen. Als Gäste werden erwartet: die Wiener und die Berliner Philharmoniker, Riccardo Muti mit dem Chicago Symphony Orchestra, Sir Simon Rattle, Ingo Metzmacher und Christoph von Dohnányi, Cecilia Bartoli und Jonas Kaufmann, Anja Harteros, Diana Damrau und Bryn Terfel, Anne-Sophie Mutter, Baiba Skride und Gidon Kremer, die Pianisten Lang Lang, Mitsuko Uchida und Murray Perahia, der indische Sarangi-Virtuose Dhruba Ghosh, der Cellist Yo-Yo Ma, der Komponist und Klarinettist Jörg Widmann und für Genießer edler Jazz-Musik Brad Mehldau, Branford Marsalis und Chick Corea. Na?

Die Geschichte der Musik in Hamburg beginnt an einem Mittwoch im September auf der Bühne im großen Saal der Elbphilharmonie. Die Organistin Iveta Apkalna bereitet sich vor. In ein paar Tagen wird sie die von Philipp Klais aus Bonn gebaute Orgel des neuen Konzerthauses mit ihren 4765 Pfeifen einer kleinen Auswahl von Musikkritikern vorstellen. Sie spielt einen Ton, lässt ihn sich ausbreiten bis unter den Deckentrichter des Saals, zieht alle Register. Dann atmet sie aus. „So einen Klang habe ich noch nicht erlebt“, sagt die aus Lettland stammende Titularorganistin der Elbphilharmonie. „Er kommt von überall. Diese Orgel umarmt das Publikum.“

Seit 2007 ist Christoph Lieben-Seutter (Foto oben) Generalintendant der Laeiszhalle. Zehn Jahre später übernimmt der Wiener die Leitung der Hamburger Elbphilharmonie.

Dr. Martin Tschechne ist Journalist und Psychologe in Hamburg. Seit er die Biografie zu William Stern schrieb, dem Erfinder des IQ, interessiert den Absolventen der Henri-Nannen-Schule alles, was mit Intelligenz zu tun hat – vor allem die Planung einer lebenswerten Zukunft.

Die Doppelaufgabe, als Generalmusikdirektor und Chefdirigent zugleich für das Orchesterrepertoire des Philharmonischen Staatsorchesters und für die Oper zuständig zu sein, bereitet Kent Nagano keine Probleme. „Die sinfonische Form ist aus der Oper entstanden."

„Spricht das Gebäude zu dir?“

Die Eröffnung der Elbphilharmonie ist auch für **KENT NAGANO** *ein Lebens-Ereignis. Im Interview spricht der Dirigent über die Seele von Gebäuden, Musik voll Sonne und Strand sowie die Stadt Hamburg, die für Zukunft steht, ehe sie woanders überhaupt erst erkannt wird.*

Interview: **Uwe Prieser, Achim Schneider** Foto: **Ivo von Renner**

club!: Herr Nagano, die Elbphilharmonie hat in Hamburg einen Riesen-Hype ausgelöst. Befindet sich Hamburg in einem musikalischen Aufbruch?
Kent Nagano: Für mich ist die Elbphilharmonie vor allem ein Statement. Ein Bekenntnis der Stadt Hamburg zu den Werten unserer Kultur und dafür, diese Werte für die Zukunft zu bewahren und zu entwickeln. Dafür brauchen wir die Künste und vor allem die Kunst der Musik. Man muss sich das einmal bewusst machen: Wir leben in einer der unsichersten Zeiten der Geschichte. Die Weltwirtschaft, die Finanzwelt, die internationalen Beziehungen – alles ist instabil und gefährdet. Und trotzdem wird hier eine solche Konzerthalle eröffnet und gefeiert! Sie ist ein Investment in unsere Kultur und die Musik.

Ihr Vater war Architekt. Haben Sie mit ihm über dieses außergewöhnliche Gebäude gesprochen?
Als mein Vater die ersten Fotos sah, war er als Architekt gefesselt von dem Entwurf. Er sagte, das wird etwas ganz Besonderes. Eine andere Frage war für ihn allerdings, ob es auch als Konzerthalle funktionieren würde.

Warum?
Das berühmte Opernhaus von Sydney mit seiner fabelhaften Architektur ist als Konzerthalle, vorsichtig ausgedrückt, nicht optimal. Die Qualität einer Konzerthalle wird über ihre Akustik entschieden.

Es heißt doch, dass die Elbphilharmonie gerade durch ihre Akustik zu den besten Konzertsälen der Welt gehören wird. Der weltberühmte Akustiker Yasuhisa Toyota …
… wir kennen uns seit dreißig Jahren!

… hat den Musikern empfohlen, wegen der besonderen Akustik in der Elbphilharmonie gedämpfter zu spielen als sie es von anderen Konzertsälen gewohnt sind. Haben Sie bereits einen Eindruck gewonnen?
Meinen ersten Eindruck hatte ich sozusagen als Publikum. Ich hörte bei einer Probe der Kollegen vom NDR-Elbphilharmonie-Orchester zu. Ich war positiv beeindruckt und bin sehr optimistisch.

Aber noch nicht ganz sicher?
Akustik ist nicht nur eine Angelegenheit des Computers. Es ist eine Kunst und darum haben wir keine hundertprozentige Kontrolle. Gäbe es sie, hätten wir überall auf der Welt nur großartige Konzerthallen. Das ist aber nicht der Fall. Die Fortschritte in Wissenschaft und Technologie auf diesem Gebiet haben nichts daran geändert, dass Akustik, zumindest teilweise, menschlich ist. Gott sei Dank!

„Akustik ist eine Frage des Gefühls. Wie klingt die Luft? Wie ist das Echo der Wände?“

Menschlich?
Ja, natürlich. Wir können akustische Informationen vom Computer ablesen. Aber das reicht nicht aus. Akustik ist eine Frage des Gefühls. Wie klingt die Luft? Wie ist das Echo von den Wänden? Spricht das Gebäude zu dir? Hat es eine Seele? Wenn die Wände kalt und steril sind oder wir in dem Raum ein Gefühl von Enge haben, nehmen wir Akustik anders wahr.

Nimmt das Publikum den Klang genauso wahr wie Sie und Ihre Musiker auf der Bühne?
Ich habe manches Mal erlebt, dass die Bläser für das Publikum

Wenn der Dirigent redet, sprechen die Hände wie selbstverständlich mit. Die großen Gesten aber sind dennoch nicht Naganos Stil, weder in der Musik noch in seinen Gedanken. Als Gefühlsmensch wie als Analytiker geht es ihm vor allem um die Substanz.

sehr laut waren, aber wir sie auf der Bühne kaum hörten. Wenn wir eine Homogenität im Klang erreichen wollen, dürfen wir nicht nur mit unseren Ohren hören, sondern auch mit unserem Verstand und Gefühl. Was für uns korrekt klingt, muss für das Publikum nicht genauso klingen. Deshalb ist es so wichtig, dass wir auf der Bühne das Publikum spüren. Musik ist Kommunikation, ein Dialog zwischen den Musikern, dem Publikum und dem Komponisten. Das ist der Grund, warum der Computer mit seinen Messergebnissen nicht die ganze Geschichte erzählt.

Was bedeutet das für die Elbphilharmonie als Konzertsaal?
Wir können über die Akustik jetzt noch nicht hundertprozentig sicher sein. Das ist unmöglich. Mit einer Konzerthalle verhält es sich wie mit einer neuen Stradivari für einen Geiger. Man braucht eine Weile, um sich an das wunderbare Instrument zu gewöhnen, das eigene Spiel und das Instrument einander über die Feinabstimmung anzupassen, bis es perfekt ist. Das ist auch bei einer Konzerthalle so. In Montreal hat es drei Jahre gedauert, bei der berühmten Berliner Philharmonie ebenfalls mehrere Jahre, bis die Akustik bei einhundert Prozent war.

Was erwarten Sie bei der Elbphilharmonie?
Nach allem, was ich bisher gehört habe, bin ich sehr optimistisch. Es sieht ganz danach aus, dass wir eine wunderbare Konzerthalle haben werden.

Glauben Sie, dass Sie mit ihr auch ein Publikum anlocken können, das sich bisher noch nicht für klassische Musik interessierte?
Etwas Neues hat immer seine Chance. So oft wir in der Laeiszhalle auch Beethovens Eroica gehört haben mögen, in der Elbphilharmonie wird sie in einem ganz neuen Kontext erscheinen.

Sie sind hier für das Opern- und das Orchesterrepertoire zuständig. Ist es in der Herangehensweise an die Musik ein Unterschied, ob Sie ein Konzert oder eine Oper proben?
Eigentlich nicht. Beides entspringt ja derselben Tradition. Historisch gesehen entstand die sinfonische Form aus der Form der Oper und ihrer Ouvertüre.

Mozart ist immer Mozart, einerlei ob es sich um Figaros Hochzeit oder um die Jupiter-Sinfonie handelt?
Aber ja! Die Oper ist Theater und Drama, aber wer würde behaupten wollen, dass in den Opern von Mozart oder Verdi die großen Momente des Orchesters eine untergeordnete Bedeutung hätten? Und andererseits: Wer könnte bei einer Sinfonie von Beethoven oder Mahler sagen, dass in dieser Musik kein Theater, kein Drama liegt?

Hat die Oper es nicht leichter, die Menschen für sich zu gewinnen als Orchestermusik, weil sie immer eine Geschichte erzählt, die die Menschen verstehen …
… (lachend) das kommt ganz auf die Oper an.

… während ein Konzert etwas Abstraktes ist, dessen Geschichte auch im Wechsel der Harmonien und ihrer Kommunikation innerhalb des Stücks besteht, das große Publikum aber kaum etwas über Harmonielehre weiß.

Erinnerungen an frühe Klavierstunden: „Mein Professor wollte in dem, was ich spielte, die Berge, Wälder und Schatten sehen. Aber durch das Fenster sah ich den Strand, Sonne, Bikinis. Und ohne es zu merken, spielte ich nicht mehr in Moll, sondern in herrlichem A-Dur."

Sinfonie oder Oper – der entscheidende Punkt ist, wie es gespielt, wie es vorgetragen wird. In Berlin sind die Konzerte des Deutschen Symphonie-Orchesters und der Berliner Philharmoniker immer ausverkauft. Und es kommen junge Leute in die Konzerte, viele begeisterte junge Leute. Worauf es ankommt, ist Qualität, Spitzenqualität. Wer keine Kompromisse in der Qualität des Spiels und der Programme macht, der wird sein Publikum auf die Dauer immer gewinnen.

In Ihrem Buch „Erwarten Sie Wunder" – sprachen Sie über Ihre Befürchtung, dass klassische Musik ihre Bedeutung für ein breites Publikum verlieren könnte.
Das Buch behandelt hier ein speziell amerikanisches Problem. In Amerika wird jungen Leuten erzählt, klassische Musik ist nur für die Eliten. Im Übrigen hat sie keine Bedeutung. Tatsächlich weiß die Mehrheit der 20-Jährigen und noch Jüngeren dort noch nicht einmal, wer Mozart oder Beethoven waren. Für sie ist Beethoven ein Hund. Nach dem Hollywoodfilm.

Für Sie war es zum Glück anders.
Meine Mutter war Pianistin. Von ihr bekam ich meinen ersten Klavierunterricht mit vier Jahren.

Als Sie begannen, Ihr Leben der Musik zu widmen, wollten Sie da schon gleich Dirigent werden?
Ich habe Komposition studiert, um vielleicht eines Tages ein Komponist zu sein. Doch meine berufliche Entwicklung verlief anders. Als ich anfangs neben Soziologie auch noch Jura studierte, dachte ich daran, möglicherweise Botschafter zu werden.

KENT NAGANO, 65, wuchs in Morro Bay zwischen Los Angeles und San Francisco direkt am Pazifik auf. Mit vier Jahren erhielt er von seiner Mutter, einer Konzertpianistin, den ersten Klavierunterricht. Als Achtjähriger dirigierte er bereits den Kirchenchor. Seinen internationalen Durchbruch als Dirigent feierte er 1984 mit einem Konzert seines Mentors Messiaen. Zehn Jahre später gab er sein Debüt an der New Yorker Met. Nach Berlin (2000) und München ist Hamburg seit 2015 seine dritte Station in Deutschland. International gefragt hat er seinen Vertrag als Music Director des Sinfonieorchesters Montreal bis 2020 verlängert. Bereits zweimal wurde Nagano mit dem renommierten Wilhelm-Furtwängler-Preis ausgezeichnet.

„Wenn man lernt, klassische Musik zu spielen und zu verstehen, lernt man sich zu konzentrieren und in Abstraktionen zu denken."

Und tatsächlich bin ich das ja auch geworden. Durch die Musik. Musik ist der größte Botschafter von allen.

Welche Rolle spielte Ihr erster Lehrer, Professor Korisheli, für Ihre musikalische Entwicklung?
Oh, ich verdanke ihm so viel! Beinahe jeden Tag war ich mit ihm zusammen, nicht nur wenn ich bei ihm Klavierunterricht hatte, auch an den Wochenenden in der Kirche unserer kleinen Gemeinde, im Knabenchor, im Orchester, die er beide dirigierte. Durch ihn ging uns Kindern auf, dass die Welt viel, viel größer ist als unser kleines Morro Bay. Wenn wir mit ihm musizierten, war es immer, als gingen wir auf eine große Reise. Dann waren wir fern von unserem kleinen Küstenort in Kalifornien.

Und dann mussten Sie wieder zurück zu den Czerny-Etüden.
Es war nicht immer nur angenehm. Klavier üben hieß, kein Football, nicht ans Meer gehen, schwimmen, surfen … Als Kind fühlte ich mich deshalb manchmal schon ein bisschen ausgeschlossen vom Leben der anderen.

Wie kamen Sie damit zurecht?
Ich erinnere mich an einen Tag, als ich vielleicht neun Jahre alt war. Vom Flügel in Professor Korishelis Studio konnte ich durch ein großes Fenster auf den Strand und das Meer sehen. Ich spielte eine Mozart-Sonate (summt das erste Leitthema). Er sagte, bitte mache durch dein Spiel, dass ich die Berge und Wälder sehe, du spielst C-Dur – und nun ins Moll und wir haben Schatten, eine andere Temperatur … Ich spielte und draußen sah ich den Strand, die Sonne, Surfer, Bikinis – und auf einmal hatte ich die Tonart gewechselt, statt Moll jetzt ein A-Dur voller Sonne und Strand. Es war, als befände ich mich in zwei verschiedenen Welten.

Und was sagte dazu der Professor?
Er wollte vor allem, dass wir etwas begriffen: Wenn du lernst, klassische Musik zu spielen und zu verstehen, erlernst du gleichzeitig die Fähigkeit, dich zu konzentrieren und in Abstraktionen zu denken. Wir sollten nicht in der oberflächlichen Welt der Popkultur leben, sondern die wirkliche Welt entdecken. Ich glaube, das war in seinen Augen das Wertvollste, das er uns mitgeben konnte.

Haben Sie jemals Popmusik gehört?
Meine Mutter hatte es verboten. Und das bedeutet (lacht): Ja! Aber nie auf Schallplatte oder im Radio.

Beim Eröffnungsfestival der Elbphilharmonie geben Sie Jörg Widmanns „Arche", eine Welturaufführung. Wie kam es dazu?
Eine Konzerthalle wie die Elbphilharmonie zu eröffnen ist etwas, das man vielleicht nur ein einziges Mal in seinem Leben erlebt. Die Laeiszhalle wurde vor einhundert Jahren eröffnet. Jörg Widmann und ich waren der Meinung, dass die Eröffnung mit der Geburt eines Stückes gefeiert werden sollte, einem Stück, das zum 21. Jahrhundert gehört. Wir wollen etwas Neues zum Leben bringen – wie die Konzerthalle.

Können Sie uns schon etwas dazu verraten?
In der „Arche" steckt die Idee, die Kultur weiterzutragen, in turbulenten, instabilen Zeiten. Es ist ein Stück mit mehreren Ebenen, die Texte stammen aus vielen unterschiedlichen Quellen. Es gibt einen Kinder- und einen Erwachsenenchor, verschiedene Generationen spielen eine Rolle, es gibt Solisten, Sprecher, Drama – also viele verschiedene Ebenen und das alles verbunden mit Musik und Gesellschaft. Niemand hat das je zuvor gehört – und wer dann nicht in Hamburg ist, der verpasst etwas.

Später spielen Sie Stücke bekannter Meister. Bach, Messiaen, Bruckner. Steckt dahinter ein Programm?
Messiaen, den ich als meinen Mentor bezeichnen möchte, war am Anfang äußerst umstritten. Avantgarde. Heute gehören seine Stücke ganz selbstverständlich zum Repertoire. Das Gleiche lässt sich von Bach sagen. Andere Komponisten waren zu seiner Zeit

Ein Trio zum Thema Oper und Elbphilharmonie. Kent Nagano mit club!-Redakteur Achim Schneider (Mitte) und Uwe Prieser.

Musik ist Kommunikation, von der ersten Probe bis zum Schlussakkord vor dem Publikum. Für Kent Nagano ist das Konzert ein Dialog zwischen drei Parteien: Musiker, Publikum und Komponist. „Das Publikum nimmt den Klang anders wahr als wir auf der Bühne."

berühmter als er. Bruckner war zu seinen Lebzeiten so unpopulär, dass er Schwierigkeiten hatte, eines seiner Stück überhaupt aufführen zu können. Heute sind alle drei unumstrittene große Meister. Und noch eines verbindet sie: Ihre besondere Bindung an Religion, die sich in ihrer Musik auch ausdrückt.

Sie haben gesagt, klassische Musik sei ein Universum, das sich ausdehnt, wenn man sich hineinbegibt. Betreten die Besucher mit der Elbphilharmonie also auch ein neues Universum?
Die meisten Menschen stimmen darin überein, dass klassische Musik gut ist für die Gesundheit. Sie stimuliert die Vorstellungskraft, die Kreativität, sie fördert ganz generell gesellschaftliches Bewusstsein. Klassische Musik macht den Geist frei. Sie lässt uns nicht passiv sein im Sinne: Nun unterhalte mich mal, sondern bringt uns dazu, mitzuerleben, teilzunehmen. Gerade deshalb, glaube ich, ist sie so wichtig für unser Leben.

Gab es einen Hauptgrund für Sie, nach Hamburg zu kommen?
Es gab sogar zwei und dazu noch einen dritten, der vielleicht noch wichtiger war. Der erste war das Gespräch mit der Kultursenatorin Kisseler, die mir die Idee nahebrachte und mich bat, mit dem Orchester zu sprechen. Ich hatte dabei den Eindruck, dass das Orchester sehr engagiert und ambitioniert war. Diese Musiker wollten wirklich etwas Besonderes. Der andere Grund war, dass gleichzeitig Georges Delnon als Intendant von Basel nach Hamburg kommen würde. Diese Kombination fand ich sehr interessant. Er denkt sehr musikalisch und ich war sicher, dass unsere Partnerschaft funktionieren würde. Die Partnerschaft muss funktionieren, sonst kann ich nicht arbeiten und nichts erreichen.

Sie sagten, es gab noch einen dritten Grund?
Richtig, die Stadt Hamburg. Hamburg hatte für mich immer eine große Faszination, weil es eine Hafenstadt ist. Wie San Francisco, woher ich komme. In Hafenstädten herrscht eine weltoffene Haltung, dort weht ein Entdeckergeist für das Neue, noch Unbekannte.

Aber die Musik…
Hamburg ist eine Stadt mit großer Musikgeschichte. Hier wurde 1678 das erste bürgerliche Opernhaus Deutschlands eröffnet, also eines, das von der Bürgerschaft Hamburgs getragen und finanziert wurde. Telemann hat in Hamburg gearbeitet, Bach war hier, Schütz. Hier sind neue Ideen von Orgelmusik und Komposition entstanden. Musikgeschichte! Brahms ist in Hamburg geboren worden, Mendelssohn ebenfalls, und seine Familie hat hier gelebt. Man darf nicht vergessen, wie bedeutend Hamburg in der Musikgeschichte ist. Aber da war noch etwas: Die Elbphilharmonie ist in meinen Augen ein Schritt in die Zukunft. Hamburg steht für mich für Zukunft, ehe diese Zukunft woanders bemerkt wird. Gustav Mahler war hier Dirigent und Operndirektor, als er noch nicht bekannt war. Hamburg wusste, dass er berühmt werden würde. Und schließlich, auch die Beatles begannen in Hamburg – ehe sie weltberühmt wurden. Darum geht es: Die Zukunft zu fühlen. Und ich bin stolz, daran teilzuhaben.

„Ein Konzertsaal ist weit mehr als nur ein Gebäude“

Clubmitglieder zum Thema „Hamburg klingt“

PROF. DR. HANS-JÖRG SCHMIDT-TRENZ
Handelskammer Hamburg
Hauptgeschäftsführer

Durch die Elbphilharmonie hat Hamburg nun endlich sein neues Wahrzeichen mit internationaler Strahlkraft. Die Bedeutung lässt sich nicht nur auf die Musikwirtschaft beschränken: Auch die Tourismuswirtschaft genauso wie der Einzelhandel profitieren von den zusätzlichen Gästen – und Hamburg darf ein Besucherplus von mehreren Hunderttausend in den nächsten Jahren erwarten! Hamburg wird also präsenter in den nationalen und internationalen Medien und kommt damit noch mehr auf die „emotionale Landkarte“ von Unternehmen und Arbeitskräften. Die wirtschaftlichen Effekte unseres neuen Wahrzeichens sind also genauso vielfältig wie positiv für die gesamte Stadt.

DR. FLORIAN GEHRKE
DIERKES PARTNER
Rechtsanwalt, Partner

Ich sehe die Elbphilharmonie seit Baubeginn jeden Tag aus unseren Büros am Baumwall. Für mich ist sie ein Leuchtturmprojekt, vergleichbar mit der Oper in Sydney – und daher eine Bereicherung für Hamburg. Als C-Kirchenmusiker bin ich sicher, dass sie ein Anziehungspunkt der Musikszene werden wird. Schon jetzt brennen Musiker weltweit darauf, den Großen Saal und seine Akustik zu erleben. Da ist auch die neue Orgel eine tolle Bereicherung. Sicher ist die Finanzierung aus dem Ruder gelaufen, aber der Zuschauerzuspruch zeigt, dass sich der Aufwand gelohnt hat. Und mal ehrlich: Wer hat denn wirklich an die 77 Millionen Euro geglaubt?

BENEDIKT LÖKES
Warner Music Central Europe
Director Corporate Communications

Keine Frage, die Elbphilharmonie ist unzweifelhaft eine Bereicherung für unsere Stadt und für den hiesigen Musikstandort. Bei aller nachvollziehbaren Euphorie für den neuen Konzertsaal und seine weltweite Strahlkraft ist es allerdings aus meiner Sicht von größter Bedeutung, dass eine Musikstadt weit mehr ausmacht als nur ein architektonisch beeindruckendes Gebäude. Deshalb ist es wichtig, dass auch die Popkultur und die szenischen Umfelder unserer Stadt weiterhin engagiert unterstützt werden, denn sie sind das kreative Fundament einer lebendigen und vielfältigen Musikszene und als Motor für die Entwicklung und das Image unserer Stadt ebenfalls von maßgeblicher Bedeutung.

MICHAEL REINHOLD
Musicworks
Geschäftsführer

Rund 780 Millionen Euro soll sie nun kosten – die Elbphilharmonie. Macht es heutzutage Sinn, so eine Summe für ein Konzerthaus auszugeben? Ich meine ja! Hier geht es bei allen berechtigten Zweifeln an der Planung und der Durchführung des Baus um unsere Bereitschaft, in unsere Kultur zu investieren. Ein Konzertsaal ist weit mehr als nur ein Gebäude. Er wird Teil der Musik und des Dialogs zwischen Künstlern und Publikum. Es liegt jetzt an den Verantwortlichen, jedem die Teilhabe an diesem großartigen Bauwerk zu ermöglichen. Über Alters-, Einkommens- und Genregrenzen hinweg – und da habe ich ein sehr gutes Gefühl. Kultur sollte uns etwas wert sein. Manchmal auch mehr als die zehn Euro Flat-Rate im Monat. Die Elbphilharmonie erinnert uns daran, vielleicht etwas schmerzhaft, wie wertvoll Musik wirklich ist.

FOTOS: ARCHIV

GRAF VON FABER-CASTELL

PERFEKTER BLEISTIFT IM MAGNUMFORMAT

radiert *schreibt* *spitzt*

ERHÄLTLICH IN UNSEREN BOUTIQUEN IN HAMBURG, DÜSSELDORF UND FRANKFURT SOWIE BEIM GUT SORTIERTEN FACHHÄNDLER IN IHRER NÄHE.
BESUCHEN SIE UNSEREN STORE LOCATOR UNTER WWW.GRAF-VON-FABER-CASTELL.DE

GÜRTLERS GRÜTZE

HIGHTECH IM OHR

Text: **Detlef Gürtler**

Wie tief lassen Sie Technik in sich hinein? Bis ins Blut? Unter die Haut? Ins Auge? Ins Gehirn? Ungern, vermutlich. Wir haben kein Problem damit, Technik nahe an uns herankommen zu lassen: in Brillen, Smartphones, Geräten aller Art. Direkt auf unserem Körper, mit Hautkontakt wie bei einer Smartwatch, wird das schon schwieriger – aber IN unserem Körper akzeptieren wir allenfalls Medizintechnik wie Herzschrittmacher oder künstliche Gelenke.

Oder eben einen Knopf im Ohr. Denn das Ohr ist nicht nur als Sitz eines unserer fünf Sinne sehr direkt mit dem Gehirn verbunden; es ist zudem ein Körperteil, der schon seit ewigen Zeiten mit Fremdkörpern zusammengebracht wird: mit Ohrringen und Kopfhörern, mit Ohrsteckern und Hörgeräten. Mode, Technik, Kommunikation, Medizin, alles ist unserem Ohr schon vertraut – das macht es zu einem idealen Einsatzgebiet für Technologien, die auf neue Art mit dem Körper interagieren. Von allen Wearables dürften deshalb die Earables die größte Zukunft haben: technische Geräte, die wir am oder im Ohr tragen können, als Schmuck, Hilfsmittel oder Werkzeug.

Klar, Hightech im Ohr gibt's schon – Hörgeräte nämlich. Es gibt sie am und im Ohr, vor und hinter dem Trommelfell, (fast) unsichtbar oder als designtes Fashion-Statement. Sie können als Implantat in der Hörschnecke oder im Schädelknochen eingebaut werden und sie können den Hörnerv aktivieren und inzwischen auch direkt den Hörkern im Hirnstamm. Kein wie auch immer smartes Phone und keine Watch kommt auch nur annähernd so ans Hirn heran wie ein solches Earable.

Noch gelten Hörgeräte und Implantate als Hilfsmittel für Hörgeschädigte. Kopfhörer sind cool, vor allem wenn sie von Beats sind. Hörgeräte sind uncool. Aber so schwarz-weiß wird die Zeichnung nicht bleiben. Allein schon die zunehmende Alterung der Gesellschaft sorgt dafür, dass immer mehr Menschen eine Hörhilfe brauchen werden. Und sie werden sie lieber tragen, wenn das cool ist: wenn der Knopf im Ohr nicht das Zeichen einer Behinderung, sondern einer Bereicherung der Sinne ist. Diese Bereicherung kann sogar über die uns bislang zur Verfügung stehenden fünf Sinne hinausgehen. Wäre es nicht sinnvoll, einen sechsten, siebten, achten Sinn zu haben – zur Wahrnehmung von Radioaktivität, zur Erinnerung an Träume, zum Lesen von Gedanken? Oder eine Seh-Hör-Kombination wie das Radar, um sich nachts so gut orientieren zu können wie Fledermäuse? Zu viel Science-Fiction? Dann gehen wir zurück zu etwas, was einige Menschen bereits beherrschen, die meisten allerdings nicht: Warum sollte nicht jeder Mensch auf der Welt das absolute Gehör haben?

Die Höhe eines beliebigen Tons exakt bestimmen zu können, ohne dafür auf Referenztöne angewiesen zu sein, ist eine teilweise angeborene, teilweise erlernte Fähigkeit bei Menschen. Sowohl mit genetischen Maßnahmen (eine Anlage für das absolute Gehör liegt auf Chromosom 8) als auch mit neurologischen Methoden (der Temporallappen der linken Gehirnhälfte zeigt bei absolut Hörenden eine besondere Aktivität) könnte eine größere Zahl von Menschen diese Eigenschaft erwerben.

Der Einsatz solcher Techniken, mit denen sich der eigene Körper oder dessen Fähigkeiten manipulieren lassen, wird immer häufiger akzeptiert, wenn auch oft mit mildem Schauern. Wo der unmittelbare Nutzen für den einzelnen Betroffenen als groß eingestuft wird, werden verfügbare Techniken auch genutzt werden.

Was die Menschen allerdings mit einem absoluten oder einem Fledermaus-Gehör anstellen sollen – das wird ihnen so schnell keine Technologie erklären; das werden sie schon für sich selbst herausbekommen müssen.

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

ILLUSTRATION: RAPHAELA SCHRÖDER

DIE TOP-LOCATION IN DER CITY

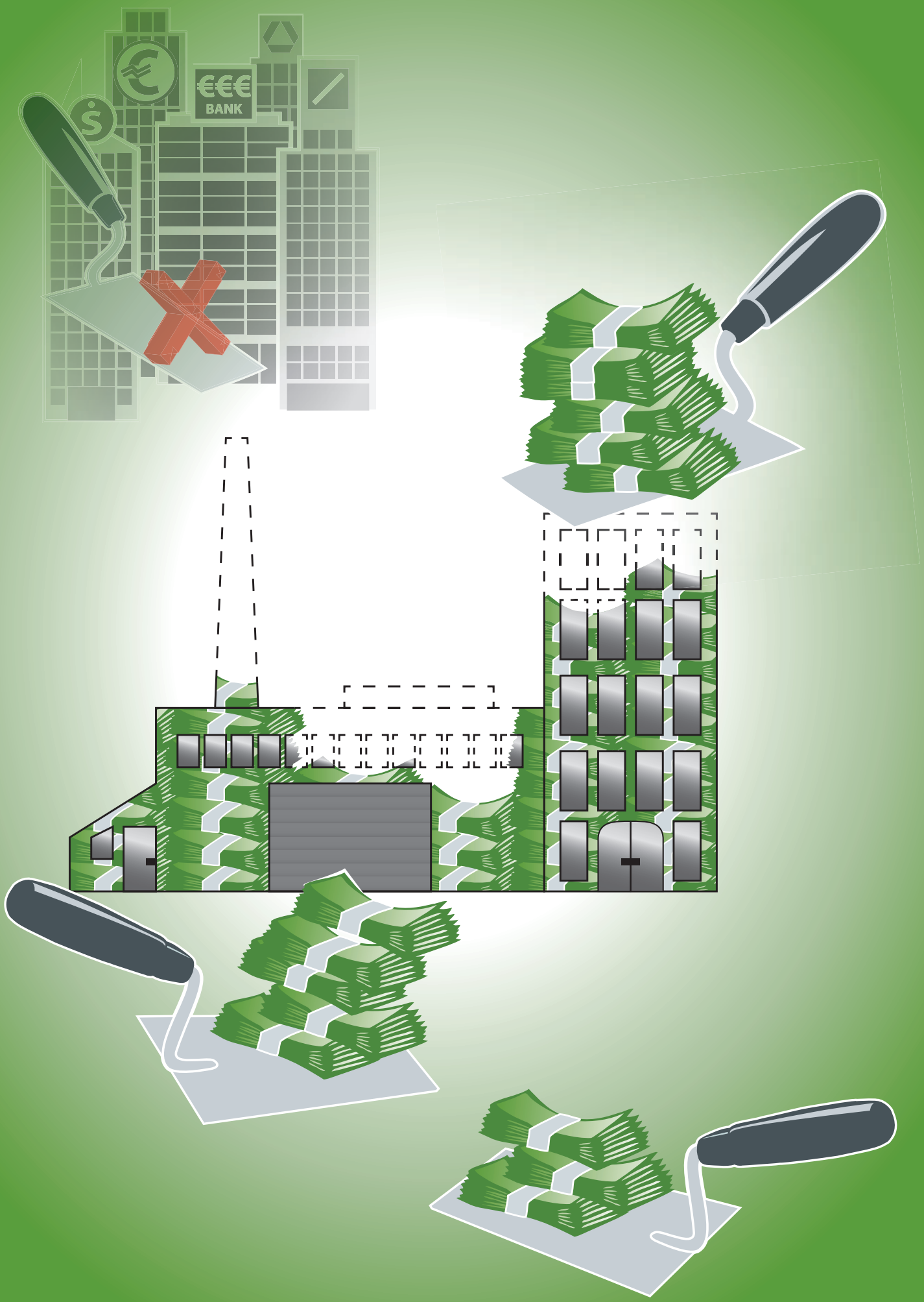
Denkmalgeschützte Räume und eine flexible Tagungsfläche mit modernster Technik in fußläufiger Nähe zur Hamburger Innenstadt. Der ideale Rahmen für Ihre Pressetermine, Seminare, Business-Events – oder vertraulichen Meetings.

Willkommen in Hamburgs modernstem Klassiker!

BRAHMS KONTOR

Besuchen Sie uns:
www.brahms-kontor.de
konferenz@brahms-kontor.de
040 5247602-14
Haltestelle: Messehallen

RECOMMENDED PARTNER
Hamburg
BRONZE
HAMBURG CONVENTION BUREAU


€€€
BANK

Bye, bye Bank

Bei der **UNTERNEHMENSFINANZIERUNG** *gibt es heute viele verschiedene Möglichkeiten, an Geld zu kommen. Immer mehr Unternehmer und Gründer entscheiden sich für alternative Wege zur klassischen Bankfinanzierung.*

Text: **Nina Schwarz** Illustration: **Raphaela Schröder**

Bei einem Grillabend trafen Christoph Ahmadi und Till Walz die Entscheidung: Sie würden es wagen und sich gemeinsam selbstständig machen. Die Idee: Trampolinhallen eröffnen. Der Name: „Jump House". Das Thema Trampolin war den beiden Jugendfreunden aus Ahrensburg vor einigen Jahren erstmals in den USA begegnet. Bei einer Messe erzählte ihnen ein gemeinsamer Geschäftspartner von einer Halle in Las Vegas. „Damals schien das alles noch gar nicht so mitreißend", sagt Christoph Ahmadi. Trotzdem verfolgten sie die Entwicklung weiter. Einen Tag vor dem Grilltreffen bekamen sie ein Update aus den USA. Tenor: Die Geschäftsidee flog regelrecht durch die Decke. Für Ahmadi und Walz eine Motivation mehr, das Projekt in Deutschland zu starten. Doch wie sollten sie das Ganze finanzieren? „Wir haben viele Wege sondiert", erzählt Ahmadi. Einer führte auch zur Bank. Die „sehr konstruktiven" Gespräche, die sie dort hatten, brachen sie allerdings vorzeitig ab. Der Grund: eine bessere Alternative. Zwei Privatinvestoren aus ihrem Umkreis wollten sich an dem Projekt beteiligten. „Im Vergleich war das, was die Banken uns anbieten konnten, für eine Start-up-Finanzierung nicht so attraktiv wie das Investorenmodell", erklärt Ahmadi. Gleichzeitig hatten sie so Partner im Team, „die uns sehr viel Know-how geben und das Unternehmen weiterbringen". Business Angels statt Bankkredit – eine Finanzierungsform, die sich als äußerst erfolgreich erweisen sollte.

Wer heute ein Unternehmen finanzieren möchte, kann verschiedene Wege einschlagen. Um die Bank als traditionellen Partner machen dabei viele Unternehmer einen Bogen. Und das, obwohl die Situation für Bankkredite günstig scheint: Die Zinsen der Kreditinstitute sind niedrig und es herrscht Investitionsstimmung. In einer Unternehmensbefragung der Förderbank KfW aus diesem Jahr heißt es, das Finanzierungsklima der Unternehmen befinde sich auf einem „Allzeithoch". Der Run auf Kredite müsste demnach groß sein. Doch Fehlanzeige. „Es war noch nie so günstig, an Kredite zu kommen, wie zurzeit", sagt Reiner Brüggestrat, Vorstandssprecher der Hamburger Volksbank. Dennoch sei die Kreditnachfrage von Unternehmen „moderat". Den Grund dafür sieht er vor allem in der florierenden Wirtschaft. Da es den Unternehmen sehr gut ginge, investierten sie einen großen Anteil mit eigenem Geld. „Die Kreditnachfrage hat sich sehr gespreizt", erklärt der Bankvorstand. „Kredite für langfristige Investitionen werden nach wie vor benötigt, insbesondere für Immobilien und Betriebsmittel." Nicht so stark nachgefragt würden Kredite, die man in zwei bis fünf Jahren zurückzahle.

Die Zurückhaltung der Unternehmer könnte allerdings noch andere Gründe haben. Ein „krisenbedingtes Restmisstrauen" vermutet Jörg Krämer, Chefvolkswirt der Commerzbank in einem Artikel der „Wirtschaftswoche". Aufgrund schlechter Erfahrungen in der Wirtschaftskrise hätten vor allem kleinere Unternehmen das Bestreben, unabhängiger von Fremdkapital zu sein. Die große Sorge: Was, wenn bei Marktschwankungen der Geldfluss nicht mehr funktioniert? →

„Bei langfristigen Krediten und hohen Beträgen gibt es keine echte Alternative zur Bank“, glaubt Bankvorstand Reiner Brüggestrat. Mad Dabelstein, Gründer und Geschäftsführer von MarConsult Schiffahrt, einem Reederei-Unternehmen, das eine Flotte aus Container-, Massengut- und Vielzweckschiffen in weltweiter Fahrt zum Einsatz bringt, sieht das anders. „Das nachhaltige Vetrauensverhältnis zu den Banken ist stark beeinträchtigt“, sagt er. Grund dafür sind „die den Banken auferlegten Vorgaben“. Nach mehr als 20 Jahren intensiver Zusammenarbeit mit Kreditinstituten stellt er fest, „dass die Bank nicht wie früher ein Partner des Unternehmers ist“. Vielmehr seien es die nicht nachvollziehbaren Richtlinien aus Brüssel, die die bisherige Geschäftspolitik der Bank beeinflussen und dem Darlehensnehmer nicht mehr das sichere Gefühl geben wie vor der Banken- und Finanzkrise. „Die Bankenwelt ist von einer Regulatorik gesteuert, die niemand durchschaut“, sagt Marcel Becker, CFO der Reederei. „Unternehmer wissen nicht, ob der Banker, der ihnen ein Darlehen gibt, morgen noch dazu stehen kann.“ Dadurch entstünden Risiken, die für einen Unternehmer unkalkulierbar seien. Die Folge: „Wir müssen alternative Finanzierungsmöglichkeiten schaffen und die Finanzierung unserer Schiffe auch über Privatinvestoren realisieren“, sagt Dabelstein. Mit ihnen hat er gute Erfahrungen gemacht. Bereits vor über 20 Jahren konnte die Reederei dank guter Kontakte ohne Bankkredit aufgebaut werden. Trotz oder gerade wegen des schwierigen Marktumfeldes zurzeit sieht die Geschäftsleitung der Reederei interessante Investitionsmöglichkeiten für private Investoren. Ihr Credo: „Die Grundlage einees jeden Geschäftes ist und bleibt unbedingtes Vertrauen zwischen den Partnern.“

„Grundlage eines jeden Geschäfts ist und bleibt Vertrauen.“

Mad Dabelstein, MarConsult Schiffahrt

Der herrschende Anlagedruck vermögender Finanziers nährt die Hoffnung manch eines Gründers oder Unternehmers mit Finanzierungsbedarf auf eine businessbeschleunigende Beteiligung von Privatinvestoren. Doch gerade in Hamburg, einer Stadt mit viel „altem Geld“, sind Risikokapitalgeber schwer zu finden. Christoph Birkel, Geschäftsführer des Technologiezentrums hit-Technopark und einer der Investoren beim Jump House, kennt die Szene. „Das Venture Capital mit all seinen Facetten hat in den letzten Jahren eine Renaissance erfahren“, erklärt er. Allerdings könnte die Szene in Hamburg noch viel mehr „Schlagkraft“ entwickeln. „Die Hamburger Pfeffersäcke sind zu traditionell und zurückhaltend“, kritisiert Birkel. „Bisher ist es noch nicht gelungen, das Privatvermögen der Stadt richtig strukturiert anzuzapfen.“ Und die Banken? „Zu denen kann man gehen, um ein Konto zu eröffnen, aber nicht, um →

TIPPS ZUR FINANZIERUNG

1. Business Angels
Ein erfahrener Unternehmer, der mit finanziellen Mitteln, Know-how und Kontakten bereits in der Frühphase der Gründung unterstützt, ist Gold wert. Business Angels erhalten Anteile am Unternehmen, meist zu einem recht hohen Zinssatz. Schwer zu finden, am besten durch private Kontakte oder eines der zahlreichen Netzwerke (z. B. BANEW, Angel Leads).

2. Privatinvestoren
Familie, Freunde, vermögende Bekannte – Privatinvestoren sind immer, ob in der Gründungs- oder Wachstumsphase, hilfreich. Seit 2013 soll der „INVEST – Zuschuss zum Wagniskapital“ vom Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) Privatinvestoren Anreize geben, ihr Geld in Start-ups anzulegen.

3. Institutionelle Investoren/Venture Capitalists
Mehr als 100 Wagniskapitalgeber gibt es in Deutschland, jeder mit eigenen Investment-Kriterien. Das weltweite Aushängeschild der Szene aus Berlin „Rocket Internet“ hat sich vom Company Builder zu einem hauptsächlich Venture Capital-Geber gewandelt.

4. Inkubatoren/Company Builder
Vor allem im Bereich Internet haben sich in den letzten Jahren viele Inkubatoren und Company Builder gegründet. Sie bieten eine „Full-Service-Lösung“ für Gründer zum Preis der Hauptanteile (z. B. Hanse Ventures in Hamburg, Project A in Berlin). Die Commerzbank hat in Frankfurt den „main incubator“ für FinTech-Start-ups gegründet.

5. Staatliche Förderprogramme
Beliebte Anlaufstellen für Finanzierungshilfen. Die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) bietet verschiedene Förderprogramme bzw. -kredite an, die Hamburgische Investitions- und Förderbank (IFB) das Programm „InnoRampUp“ sowie den „Innovationsstarter Fond Hamburg“. Für Technologie-Start-ups gibt es den High Tech-Gründerfonds (HTGF).

6. Acceleratorprogramm
Professionelle Unterstützung in der Anfangsphase der Gründung für einen begrenzten Zeitraum und meist zu einem festgeschriebenen Satz an Prozenten. Beispiele: „Axel Springer Plug and Play“ oder „hub:raum“.

7. Crowd-Finanzierung
Die Schwarmfinanzierung kommt in drei Arten daher. Das Crowdfunding, bei dem Privatpersonen ihr Geld für eine sachliche oder ideelle Gegenleistung hergeben, macht vor allem für innovative Produkte Sinn, die relativ massentauglich sind. Beim Crowdinvesting erwerben die Investoren einen Anteil am Unternehmen. Beim Crowdlending wiederum (z. B. auf der Online-Plattform Funding Circle) geben Privatanleger Unternehmenskredite.

8. Bootstrapping
Gründen aus eigenen Mitteln dank strengem Sparkurs und simpler Unternehmensinfrastruktur, die durch Online-Tools relativ leicht aufzubauen ist. Zum Thema gibt es das kostenlose E-Book von Thorsten Kucklick: „Das 1000-Euro-Start-up“.

Produktdesign: schmitz Visuelle Kommunikation

GIRA

Abgebildete
Farbkombinationen:

01
Reinweiß glänzend

02
Hellgrau Soft-Touch /
Reinweiß glänzend

03
Grau Soft-Touch /
Anthrazit

01

03

Gira E3

Harmonische Form, dezente Farben.

02

Das neue Schalterprogramm Gira E3 vereint runde Formensprache, seidenmatte und glänzende Oberflächen in neun dezenten Farbtönen. Aus der Kombination von Trägerrahmen und Einsätzen in den Farben Anthrazit oder Reinweiß glänzend und den farbigen Deckrahmen ergibt sich eine variantenreiche Designvielfalt.
Gira E3 ist die ideale Wahl für harmonisch abgestimmte Einrichtungskonzepte. Mehr als 300 Funktionen aus dem Gira System 55 bieten höchsten Komfort, Sicherheit und Wirtschaftlichkeit für alle Anforderungen der modernen Gebäudetechnik.

Auszeichnungen:
Iconic Awards 2016, Winner,
German Design Award 2017,
Winner.

Mehr Informationen unter:
www.gira.de/e3

hgschmitz.de

einen Geldgeber zu finden“, meint Birkel. Wie Reederei-Inhaber Dabelstein ist er überzeugt: Der Banker als langjähriger Partner und Vertrauter, der in der Krise zu einem steht, das war einmal. Diese Rolle übernehmen heute andere Kapitalgeber. Und diese kommen immer öfter auch aus dem Ausland.

Nachdem Berlin durch die Samwer-Brüder mit ihrem Internetinkubator Rocket Internet in den letzten Jahren weltweit Aufmerksamkeit erregt hat, rückt Deutschland und damit auch Hamburg stärker ins Sichtfeld anlagewilliger Adleraugen aus der ganzen Welt. Vor allem für die Online-Branche ist das interessant. Hier sind Banken ohnehin keine Option. Als Hochrisiko-Asset eingestuft, bekommen Online-Start-ups von klassischen Kreditinstituten schnell die Tür vor der Nase zugeschlagen. Da gleichzeitig über 60 Prozent der Neugründungen digital sind, ist eine riesige Anzahl an Gründern gezwungen, sich nach Alternativen umzugucken.

In diese Lücke springt das Hamburger Unternehmen Hanse Ventures, das als Co-Gründer im Bereich Internet und Mobile agiert. Der Company Builder aus der HafenCity baut Start-ups auf und setzt spannende Ideen mit passenden Gründerteams um. „Unser Geschäft funktioniert mit Risikokapital und fällt damit in eine Risikoklasse, die viele Banken nicht eingehen können“, sagt Geschäftsführer Tobias Seikel. Rund eintausend Ideen landen jährlich bei ihm und seinem Team auf dem Tisch. Davon schaffen es grob drei bis fünf zur Gründung. Findet Hanse Ventures eine Idee und/oder den Gründer gut, werden im hauseigenen Netzwerk unter anderem geeignete Investoren für die jeweiligen Finanzierungsrunden gesucht, Formalitäten geregelt, Büros zur Verfügung gestellt. Rund 25 Experten aus allen relevanten Bereichen wie IT, Design, Business Intelligence und Onlinemarketing stehen zur Unterstützung bereit. Der Vorteil: „Eine enorme Beschleunigung“, sagt Seikel. „Der Gründer kann sich ganz darauf konzentrieren, das Unternehmen aufzubauen, während erfahrene Leute die jeweiligen Bereiche in die richtige Richtung anschieben.“ Der Preis für den Rundum-Service sind Anteile. Einen Großteil von ihnen hält bei der Gründung Hanse Ventures. Dennoch sind die Gewinne verlockend. „Wenn alles nach unseren Vorstellungen läuft, ist die Rendite nicht vergleichbar mit anderen Investitionsklassen“, schwärmt Tobias Seikel. Läuft es schlecht, droht der „Totalausfall“.

„Die Venture Capital-Szene in Hamburg könnte viel mehr Schlagkraft haben.“

Christoph Birkel, Geschäftsführer hit-Technopark

Wer sich vor großen Verlusten, verärgerten Investoren und einer Einmischung von außen schützen will, kann es auch komplett ohne Fremdkapital versuchen. Das „Bootstrapping“, das Gründen aus eigenen Mitteln, ist eine Option, die heute immer attraktiver, weil immer einfacher wird. Thorsten Kucklick, Unternehmer und Autor eines E-Books mit dem Titel: „Das 1000 Euro-Start-up“, kennt sich mit der Methode aus. Er selbst hat das Online-Unternehmen „Mein Spiel“ per Bootstrapping gegründet. Diese Form der Erstfinanzierung „passt nicht auf jedes Geschäftsvorhaben“, sagt er. „Aber die Bereiche, wo es passt, werden immer mehr.“ Grund dafür sind immer neue Online-Tools, die man für günstiges Geld mieten kann und die teure Software überflüssig machen. „So kann man sich relativ einfach eine funktionierende Unternehmensstruktur aufbauen, leichtgewichtig starten und den Markt erst einmal testen.“ Statt eines teuren Teams werden Netzwerke genutzt. Der Vorteil: absolute Unabhängigkeit. Der Nachteil: es muss gespart werden, wo es nur geht. Das ist nicht sonderlich „sexy“ und erst recht nicht spektakulär. Aber für die Anfangsphase oft sinnvoll. Wer dann einen positiven Track Record aufbaut, weckt eventuell bei einer Bank Interesse. Auch Crowdfunding oder Crowdinvesting ist bei bestimmten Vorhaben oder Projekten eine gute Möglichkeit der Finanzierung. Allerdings ist der Verwaltungsapparat enorm. Für die Aufstockung des Eigenkapitals, als Marketinginstrument oder Marktanalyse-Tool ist die Schwarm-Finanzierung bei bestimmten Vorhaben oder Projekten sinnvoll.

Die Jump House-Gründer Christoph Ahmadi und Till Walz sind aus der Erstfinanzierungsphase längst heraus. Sie haben kürzlich ihren vierten Standort eröffnet, sechs weitere Hallen sollen 2017 folgen. Von der Gründung bis heute bezeichnen die Gründer die Zusammenarbeit mit ihren Investoren als „äußerst fruchtbar und partnerschaftlich“. Die Wellenlänge zwischen den Partnern stimmt und sie sind „schnell entscheidungsfähig“. Um weiterhin schnell wachsen zu können, haben sie nun auch mit Banken wieder Gespräche aufgenommen.

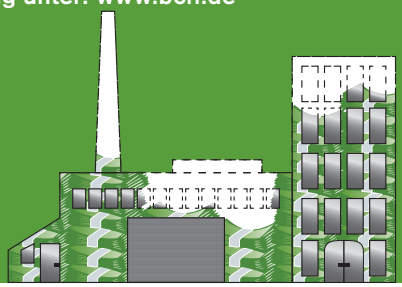
Der Unterschied zu damals: ein beachtlicher Track Record, eine Auszeichnung mit dem Hamburger Gründerpreis – und Angebote der Banken mit deutlich besseren Kreditkonditionen als noch vor zwei Jahren bei der Neugründung.

EVENT TIPP

WIE UNSER WOHLSTAND VERNICHTET WIRD – WARUM WIR EINE NEUES DENKEN BRAUCHEN

Sie sind Ökonomen, Querdenker und erfolgreiche Buchautoren. Marc Friedrich und Matthias Weik stellen im Club ihr neuestes Buch „Kapitalfehler: Wie unser Wohlstand vernichtet wird und warum wir ein neues Wirtschaftsdenken brauchen“ vor. Die Finanzexperten referieren über Finanzkrisen, Null- und Negativzinsen, Manipulation, finanzielle Repression – kurzum, über „die Epoche des finanziellen Wahnsinns“.

Dienstag, 31. Januar 2017, 19 Uhr
Business Club Hamburg
Elbchaussee 43
22765 Hamburg
Anmeldung unter: www.bch.de



NACHHALTIG DENKEN, FÜHLEN UND HANDELN

Kaum eine Unternehmensdarstellung funktioniert ohne den Begriff Nachhaltigkeit. Häufig wird aber vergessen, dass Nachhaltigkeit mehr ist, als einige „grüne“ Produkte anzubieten. Sie muss Aufgabe aller Akteure eines Unternehmens sein, damit Geschäfts- und Steuerungsprozesse sich nachhaltig entfalten.

Zielgerichtete synergetische Prozesse in allen Organisationsbereichen sind daher der Kern der Corporate Social Responsibility des ganzheitlichen Gebäudemanagementdienstleisters ray facility management group. Die darin enthaltene Nachhaltigkeitsphilosophie, die soziale, ökologische und ökonomische Verantwortung bündelt, setzt vor diesem Hintergrund Kreislaufprozesse ray360° um, die auf einer klaren Nachhaltigkeitsstrategie basieren. Hierzu werden die Erkenntnisse unabhängiger Nachhaltigkeitsbenchmarks und Zertifizierungen herangezogen. So lassen sich nachhaltige Unternehmensaktivitäten in der ray group zum Wohle der Mitarbeiter und der Kunden ausbauen.

Als werteorientiertes Familienunternehmen fühlt sich ray den heimischen Regionen ebenso verpflichtet wie der Entwicklung der Branche. Das Engagement in diesen Bereichen ist unverzichtbar, um eine Entwicklung in den Segmenten der Nachhaltigkeit anzuschieben und damit eine lebenswertere Gesellschaft und Gemeinwohlökonomie zu erhalten. Mit eindeutigen Ziel- und Handlungsformulierungen setzt ray hier Maßstäbe: Exemplarisch aufgeführt seien alters- und familiengerechte Arbeitsplätze, Förderung von Menschen mit Einschränkungen, zukunftsweisende Personalbildungsprogramme, Unterstützung regionaler Bildungseinrichtungen, Konzepte zur Minimierung von Energie- und CO_2-Aufwand, umweltpolitisches Engagement in Branchengremien und wissenschaftliche Kooperationen für mehr Qualität in der täglichen Arbeit. Die Konzepte der ray-Nachhaltigkeitsphilosophie werden individuell auf die ray-Kundenwünsche übertragen. Auf diese Weise stärkt ray deren Erfolg und Nachhaltigkeitsbilanz. Ein Überblick lässt sich auf www.ray.de nachlesen.

Die Zukunft nachhaltig zu gestalten und zu sichern ist der Anspruch der ray group. Auf dieser Basis werden neue maßgeschneiderter FM-Konzepte auch zukünftig den Weg des Unternehmens für Mitarbeiter, Kunden und Gesellschaft mitbestimmen.

Fällt erst auf, wenn es fehlt:
Professionelles Facility Management

Hotline: 0800-987 5000 www.ray.de

ray©
facility management group

„Die Anforderungen der Banken sind gestiegen“

Clubmitglieder zum Thema „Unternehmensfinanzierung“

OLAF PUTTLITZ
Starcar GmbH
Geschäftsführer

„Wir von Starcar arbeiten seit Jahren vertrauensvoll mit unseren Hausbanken zusammen und haben dadurch trotz verschärfter Kreditrichtlinien der Banken keine Nachteile. Für junge Start-up-Unternehmen ist es allerdings schwierig geworden, finanzielle Unterstützung zu erhalten, weil die Banken hier sehr zurückhaltend sind und oft blockieren. Ich halte das Crowdfunding für eine gute Methode für Jungunternehmer, an Geld zu kommen und so die Schwierigkeiten mit den Banken zu umgehen. Auch von der Investitionsseite her ist das ein spannendes Thema, selbst wenn die einzelnen Projekte natürlich sehr risikobehaftet sind.“

MARKUS STOCKFLETH
TAVAGROUP
Geschäftsführer

Eine gute Hausbank wird als Finanzierungspartner unerlässlich sein. Aber der Trend, dass Unternehmer ihre Finanzen gerne ohne Einflussnahme einer Geschäftsbank regeln wollen, wächst stetig. Hierfür gibt es unterschiedliche Gründe. Zum einen sind die Anforderungen der Banken an Kreditnehmer gestiegen. Aus Unternehmersicht ist das Vertrauen in die Bankenwelt gesunken und die Nachvollziehbarkeit ihrer Aussagen und Entscheidungen sind für die Unternehmer aufgrund fehlenden Wissens über die Kreditvergaberichtlinien schwer verständlich. Meiner Meinung nach ist der Weg zur Bank weiterhin sinnvoll. Zum jetzigen Zeitpunkt, in der sich die Banken in einer schwierigen Phase befinden, kann aber auch die Investorensuche bzw. Crowdfunding ein gangbarer Weg sein.

CHRISTIAN WULFF
Partner Transactions – Retail & Consumer Goods
PricewaterhouseCoopers AG

Das Verhältnis zwischen Unternehmenskunden und Bank ist deutlich rationaler geworden. Relationship-Banking tritt in den Hintergrund. Auch kleinere Investitionsvorhaben werden oft intensiv analysiert und sollten dementsprechend gut dokumentiert sein. Darüber hinaus agieren Banken immer häufiger im Konsortium. Für Kreditnehmer erhöht sich dadurch die Komplexität. Es gilt, die unterschiedlichen Interessenschwerpunkte zu erkennen und Informationsbedürfnisse zu bedienen. Das Finanzierungsklima ist aufgrund des niedrigen Zinsniveaus grundsätzlich sehr gut. Auch sind viele Banken wieder gerne bereit, ihre Kreditengagements auszudehnen. Sie sehen dabei aber sehr genau auf das Geschäftsmodell. Zudem müssen sie stets die strengeren regulatorischen Zwänge der Eigenkapitalunterlegung im Auge behalten. Junge, innovative Geschäftsmodelle haben es daher schwer, Fremdkapitalmittel zu bekommen. Sie sind auf Eigenkapitalgeber angewiesen.

HEIKO HUBERTZ
Whow Games GmbH
Geschäftsführer

„Die neuen digitalen Methoden schaffen sehr attraktive neue Möglichkeiten der Unternehmensfinanzierung. Heute stehen nicht nur die Banken mit Kapital zur Verfügung, sondern Crowdfunding, Peer-to-Peer-Lending-Plattformen als auch neue Fintech Unternehmen wie bezahlt.de helfen kleinen und mittelständischen Unternehmen, sich kurz- und langfristig zu finanzieren.“

FOTOS: ARCHIV

DEUTSCHLANDS SCHÖNSTE ARBEITSLANDSCHAFTEN.

Design Offices bietet deutschlandweit Orte für Kreativität, Innovation und produktives Teamwork. Hier bekommt New Work ein zu Hause: flexible Büros und Coworking Bereiche, inspirierende Tagungsräume sowie spektakuläre Eventflächen. Perfekt abgestimmt auf die Anforderungen an modernes Arbeiten inklusive Service on demand. Mehr unter **www.designoffices.de**

DESIGN OFFICES
THE BRAND LOCATION

BERLIN DÜSSELDORF FRANKFURT HAMBURG KÖLN MÜNCHEN NÜRNBERG STUTTGART

SEITENWECHSEL – DAS PROGRAMM FÜR MANAGER

Für eine Woche in eine andere Welt eintauchen – das Programm SeitenWechsel bietet Managern und Führungskräften die Möglichkeit, in sozialen Einrichtungen zu arbeiten und durch neue Erfahrungen ihre Persönlichkeit sowie soziale Kompetenzen weiter zu entwickeln. Der Preis beträgt 2300 Euro, davon gehen 700 Euro an die soziale Einrichtung. Zum Kennenlernen: Die nächste Infoveranstaltung mit Erfahrungsbericht findet am **14. Februar 2017 von 17.30 bis 19.00 Uhr** statt. Weitere Infos gibt es bei der Patriotischen Gesellschaft.

Andreas Mansfeld von der HASPA (Bild oben, links) arbeitete eine Woche lang bei Axel Mangat in der Bahnhofsmission. Doris Tito (links) und Elke Münchow von der Patriotischen Gesellschaft machen als „Vermittler zwischen den Welten" den Seitenwechsel möglich.

WECHSEL ZWISCHEN DEN WELTEN

Das Programm **SEITENWECHSEL** *der Patriotischen Gesellschaft ermöglicht ein Management- und Persönlichkeitstraining der besonderen Art: Führungskräfte aus der Wirtschaft werden eine Woche lang zu Praktikanten der Sozialarbeit.*

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

Randvoll mit Eindrücken kam Andreas Mansfeld nach jedem dieser besonderen Arbeitstage nach Hause. In den Stunden zuvor hatte er viele Gespräche geführt. Er hatte zugehört, Beistand geleistet und nicht selten die Rolle des Seelsorgers eingenommen. Es waren nicht Kunden oder Kollegen von der HASPA, denen er begegnet ist, sondern Obdachlose, Arme, Hilfsbedürftige. Auch war der Leiter des Firmenkundengeschäfts nicht wie gewohnt als Führungskraft im Einsatz, sondern als Praktikant. Sein Arbeitsplatz: die Bahnhofsmission am Hauptbahnhof.

„SeitenWechsel“ heißt das Programm, das Andreas Mansfeld eine Woche lang absolvierte – ein Managementtraining der anderen Art. Das Konzept: „Führungskräfte aus der Wirtschaft verlassen ihre gewohnte Rolle und werden zu Praktikanten der Sozialarbeit“, erklärt Programmleiterin Doris Tito. „Es ist ein Persönlichkeitstraining, bei dem wir Menschen ermuntern, sich einem Bereich zu widmen, der ihnen fremd ist.“

Die Idee für den „SeitenWechsel“ stammt ursprünglich aus der Schweiz. Seit 16 Jahren wird er auch in Deutschland und in Hamburg von der Patriotischen Gesellschaft angeboten, einem gemeinnützigen Verein, der sich seit mehr als 250 Jahren „für das Gemeinwohl in der Stadt Hamburg einsetzt“. Rund 1900 Führungskräfte haben mit Hilfe von Doris Tito und Stellvertreterin Elke Münchow sowie den bundesweiten Kooperationspartnern bereits „ihre Komfortzone verlassen“ und sind auf „Menschen in schwierigen Lebenslagen“ getroffen. „Wir sind Vermittler zwischen den Welten“, sagt Elke Münchow. Ziel ist es, „sich mit einem sozialen Thema auseinanderzusetzen, soziale Kompetenzen zu verbessern und mit einem anderen Bewusstsein zurückzukehren“. Insgesamt arbeitet die Patriotische Gesellschaft in Hamburg mit 70 sozialen Einrichtungen zusammen – von der psychiatrischen Klinik, über Obdachlosenunterkünfte bis hin zu Hospizen. Die Kosten betragen 2300 Euro. Davon gehen 700 Euro an die soziale Einrichtung, die ebenfalls von dem Programm profitiert: „Für uns sind Seitenwechsler wichtige Impulse von außen“, sagt Axel Mangat, Leiter der Bahnhofsmission und für eine Woche Chef von Andreas Mansfeld. Bei der sogenannten Marktbörse, der Auftaktveranstaltung vor jedem SeitenWechsel, bei der sich die verschiedenen Einrichtungen präsentieren, trafen die beiden Männer erstmals aufeinander.

„Ich habe mich bewusst für das Leben auf der Straße entschieden“, sagt Andreas Mansfeld. „Das ist die Welt neben meiner Welt und ich gehe jeden Tag durch sie durch, ohne sie wahrzunehmen.“ Als sein Arbeitgeber ihm eine Teilnahme am SeitenWechsel anbot, war er gleich angetan: „Man ist in seinem Luxusleben ja sehr eingefahren unterwegs“, sagt er. „Ich wollte einmal eine andere Welt erleben.“ Und wie bei Praktikanten üblich, durchlief der Manager verschiedene Stationen seiner temporären Arbeitsstelle. Er fuhr mit dem Krankenmobil durch die Stadt, erlebte, wie viele Obdachlose das Angebot an kostenloser Zahn- oder Arztbehandlung wahrnahmen. Sogar nachts war er im Einsatz. Mit dem Mitternachtsbus sammelte er übrig gebliebene Backwaren von Bäckern ein und verteilte Brot, Kaffee und Decken an die Bedürftigen in der Stadt. „Ich war erstaunt, wie viele Obdachlose es tatsächlich gibt, die man auf den ersten Blick gar nicht als solche erkennt“, sagt Mansfeld.

Ein Ereignis ist ihm besonders in Erinnerung geblieben. Als er draußen auf einer Bank Pause machte, setzten sich zwei Obdachlose neben ihn. Das Ehepaar hatte ihn aus der Bahnhofsmission wiedererkannt. Im ersten Moment war Mansfeld irritiert, aber dann entwickelte sich ein ganz normales Gespräch. „Sie waren einfach sehr interessiert an meinem Leben“, erzählt er.

Nach einer Woche Sozialarbeit hat sich Andreas Mansfeld verändert. „Man ist danach kein neuer Mensch, aber man entwickelt eine größere Sensibilität für die Mitmenschen“, sagt er. Und diese Fähigkeit kann er auch in der Sparkasse gut gebrauchen.

SO KÖNNEN CLUBMITGLIEDER TEILNEHMEN

Wenn Sie Interesse an einem Seitenwechsel haben, nehmen Sie Kontakt auf:

Patriotische Gesellschaft
Doris Tito und Elke Münchow
Trostbrücke 4–6
20457 Hamburg
Tel: +49 30 70 90 50-15
seitenwechsel@patriotische-gesellschaft.de
www.seitenwechsel.com

DEDON
TOUR DU MONDE
DEDON COLLECTION MBRACE
Design by Sebastian Herkner
www.dedon.de

VISIONÄR MIT MUT

Erst Maurerlehre, dann zwei Studienabschlüsse und heute einer der erfolgreichsten Bauunternehmer Hamburgs. **DIETER BECKEN** *wagte 2007 mit der Becken Holding GmbH einen radikalen Neustart und baut heute weit über die Stadtgrenzen hinaus.*

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

„Sie haben Pech", sagt Dieter Becken und schaut durch die bodentiefen Fenster seines Büros im 22. Stock des Berliner Tor Centers. Draußen versickert die Stadt im trüb-feuchten Novemberdunst. „An guten Tagen kann man bis zum Süllberg gucken." Im maritim-blauen Anzug mit Einstecktuch nimmt er in einem der Ledersessel Platz. Trotz Nebelschwaden ist der Panoramablick imposant. Von hier blickt Dieter Becken hinunter auf die Stadt, deren Bild er ein gutes Stück weit mitgeprägt hat. Zu seinen bekanntesten Bauwerken gehören der Berliner Bogen, das Deichtor Center und das Polizeipräsidium in Alsterdorf.

Als Visionär und Selfmade-Millionär hat Dieter Becken in 40 Jahren Unternehmertum eine der größten Projektentwicklungsgesellschaften Deutschlands aufgebaut. Die Becken Holding betreut ein Projektentwicklungsvolumen von über 500 Millionen Euro und weitere rund 400 Millionen Euro als Asset Manager. Solch einen Erfolg hätte ihm einst kaum jemand zugetraut. Tatsächlich ist seine Lebensgeschichte „eine, die es in sich hat".

Als DDR-Flüchtling kam der siebenjährige Dieter Becken mit Eltern und Geschwistern Ende der 50er Jahre nach Hamburg. Nach einiger Zeit in Lagern landeten sie in Tornesch. Nach Abschluss der Volksschule sagte ein Berufsberater etwas, „das ich nie vergessen werde", erzählt Becken. Er könne „maximal einfache handwerkliche Berufe erlernen". Becken wurde Maurer, arbeitete vier Jahre auf dem Bau. Sein Traum: Diplom-Ingenieur werden. Er holte die Fachhochschulreife nach, ging an die Uni und studierte erst Architektur in Hamburg, dann Ingenieurwissenschaften in Hannover. Nun wollte er selbstständig sein, mietete kurzerhand ein Büro und wartete auf Aufträge. „Als nach drei Monaten immer noch keiner kam, wurde ich nervös", lacht Becken. Er änderte seine Strategie und strebte eine Investor-Karriere an. Durch den Bau und Verkauf von Einfamilienhäusern verdiente er sein erstes „richtiges" Geld. Als der Senat sich in den 90er Jahren mühte, große Firmen vom Abwandern nach Berlin abzuhalten, entdeckte Becken ein lukratives Geschäft. Er versprach den Firmen die besten Standorte und kaufte Grundstücke von der Stadt mit dem Hinweis, das jeweilige Unternehmen in Hamburg zu halten. Zu seinen Kunden zählten unter anderem Warner Brothers, IBM und die IKB Bank. „Dadurch habe ich mir ein ziemliches Investitionsvolumen aufgebaut", sagt Becken.

Ende 2006 dann der große Schnitt. Kurz vor der Finanzkrise, als die Weltwirtschaft sich veränderte, das Geschäft schwieriger und das Risiko für private Kreditnehmer unkalkulierbar wurde, fasste er einen Entschluss: Er würde alles verkaufen. In nur einer Nacht erwarb sein gesamtes Immobilienportfolio der US-Finanzdienstleister Morgan Stanley. Preis: 635 Millionen Euro. Dieter Becken blieb kein einziges Haus. Doch er verfügte nun über ausreichend Eigenkapital, um mit seinen Mitarbeitern die bereits geplante neue Struktur aufzubauen. Er gründete die Becken Holding GmbH, ein management-geführtes Unternehmen, über dem das Family Office steht, geleitet von seiner Tochter. Becken selbst bezeichnet diesen Schritt als eine seiner „größten persönlichen Leistungen". Er sagt: „So lange durchzuhalten, sich immer mehr zu verschulden und dann den Mut zu haben, alles zu verkaufen – das ist mir unglaublich schwer gefallen."

Neue Aufträge kamen schnell – und das Geschäft floriert besser als vor dem Verkauf. Inzwischen baut Becken neben Hamburg in vielen weiteren deutschen Großstädten. Der Chef, voll im Geiste eines Visionärs, plant derweil „die neue Zeit". Erste Fonds sollen mit institutionellen Anlegern ins Leben gerufen werden, „vorsichtige Schritte" über die Grenzen Deutschlands hinweg folgen. Bis ins deutschsprachige Ausland will Dieter Becken noch aktiv dabei sein, „die nachfolgende Generation darf dann auch nach Amerika oder Australien gehen, da mache ich nicht mehr mit". Er müsse allerdings noch lernen loszulassen, den jungen Leuten mehr Raum zu geben. „Aber das schaffe ich", schmunzelt er. Und für die Zeit mit mehr Freizeit, hat er auch einen Plan: eine Kunstsammlung aufbauen. „Ich liebe Werke aus dem 19. Jahrhundert, besonders die Düsseldorfer Schule", schwärmt Becken und deutet auf einige Rahmen in einer Ecke seines Büros – der Anfang als Kunstsammler ist bereits gemacht.

Einen weiteren großen Traum verwirklicht sich Dieter Becken kommendes Jahr. „Ich habe immer von einem Firmenhauptsitz mit eigenem Stammhaus geträumt." Im April ist es so weit. Alle seine Hamburger Firmen ziehen in das Finnlandhaus an der Esplanade. Für ihn ist das die perfekte Lage: mitten in der City, direkt am Wasser – und, natürlich, mit tollem Blick auf die Stadt.

KONTAKT

Becken Holding GmbH
Beim Strohhause 17
20097 Hamburg
Tel: 040 23 78 40 10
holding@becken.de
www.becken.de

Erfolgreicher Investor und Bauunternehmer: Dieter Becken im Büro der Becken Holding im 22. Stock des Berliner Tor Centers. Zu seinen bekanntesten Bauwerken gehört unter anderem der Berliner Bogen am Heidenkampsweg.

In den neu gestalteten Büros der DMG-Marketingabteilung fällt Susanne Stegen mit ihrem roten Kleid auf. Rot ist ihre Lieblingsfarbe, verrät die Geschäftsführerin. Seit 18 Jahren arbeitet sie für den Dentalmaterial-Hersteller.

DIE CHEMIE STIMMT

Seit fast 20 Jahren arbeitet **SUSANNE STEGEN** *für die DMG, bald die Hälfte der Zeit als Geschäfsführerin. Obwohl sie seit dem Abitur nichts mehr mit Chemie zu tun hatte, wagte sie den Schritt in die unbekannte Branche. Mit Erfolg. Es passt einfach.*

Text: **Alexander Siebert** Foto: **Martina van Kann**

Süßigkeiten stehen bei der Dental Material Group (DMG) in Lurup offenbar hoch im Kurs. Schon am Empfang lockt eine Schale mit Kaubonbons, in der Lobby der Marketingabteilung ist ein großes Angebot an Plätzchen und anderen Naschereien ausgebreitet. Selbst Geschäftsführerin Susanne Stegen empfängt ihre Gäste mit einer Auswahl an Keksen und Schokolade. „Wir müssen schließlich etwas für unsere Endkunden tun", sagt sie, und meint diese Aussage offensichtlich nicht ganz ernst, wie ihr Lachen verrät.

Ihr kleines Büro befindet sich direkt neben dem Eingang. Eine Übergangslösung, wie sie verrät, denn es werde gerade umgebaut. Die Geschäfte laufen gut bei der Dental Material Group. „Wir stellen Verbrauchsmaterialien für Zahnärzte her", erklärt Stegen. Das sind Stoffe, mit denen der Zahnarzt zum Beispiel einen Abdruck anfertigt oder eine Füllung legt. „Chemische Produkte im Wesentlichen", sagt die Geschäftsführerin. Auf diesem Gebiet ist die DMG Vorreiter. Viele dieser Entwicklungen hat sich die Firma patentieren lassen. „Und wir haben uns erlaubt, diese Patente als dentale Meilensteine zu bezeichnen und in unseren Slogan zu übernehmen", erklärt Stegen das Motto: Dental Milestones Guaranteed – dentale Meilensteine garantiert. Mithilfe diverser Applikations- und Dosiersystemse konnte die DMG als erste automatisch angemischte Materialien anbieten. Heißt: Was der Zahnarzt per Hand anrühren musste, macht nun eine Maschine. Oder Icon, eine Therapie zur Kariesbehandlung, die ohne Bohren auskommt und für die es den deutschen Innovationspreis gab.

Mit dem Bohrer hat auch Susanne Stegen lange keine Bekanntschaft mehr machen müssen. „Glücklicherweise habe ich in den letzten fünf, sechs Jahren zu hören gekriegt: Alles prima", sagt sie. Als Geschäftsführerin geht die 48-Jährige regelmäßig zur Zahnvorsorge. Ihr Job habe diese Termine schon verändert. „Ich bin logischerweise viel informierter", sagt Stegen. Dabei hatte sie vor ihrer DMG-Zeit lange gar nichts mit Chemie zu tun. Den letzten Berührungspunkt gab es in der Abiturprüfung 1987 in ihrer Heimat, der Lüneburger Heide. Von dort ging Stegen nach Hamburg, um eine Ausbildung zur Europa-Sekretärin zu absolvieren. Was sie in diesen fast drei Jahren an Praxis versäumte, holte sie in zweieinhalb Jahren bei einer Zeitarbeitsfirma nach. „Das empfinde ich als praktische Lehrzeit zu meiner Ausbildung", sagt sie. Hängen blieb sie bei der Holsten Brauerei. Ihre erste von drei Stationen in der Lebensmittelindustrie. Es folgten eine Zeit bei Tchibo und zwei Jahre bei Dr. Oetker.

Den Schritt zum Dentalmaterial kommentierten ihre Freunde übrigens mit: „Naja, das kommt ja auch in den Mund", sagt Stegen. Seit 1998 arbeitet sie bei der DMG. Zunächst als Area Sales Managerin für die USA und seit 2008 als Geschäftsführerin, zuständig für Marketing und Vertrieb. Vom US-Markt hatte sie damals ähnlich viel Ahnung wie von Chemie. Trotzdem schenkte man ihr bei der DMG das Vertrauen. Und nach zwei Jahren bei Dr. Oetker in Bielefeld konnte sie endlich wieder zurück in ihre Lieblingsstadt: „Die Sehnsucht war groß", sagt Stegen: „Hamburg an einem schönen Sommertag ist für mich fast unschlagbar." Auf dem Dorf aufgewachsen möchte sie heute nirgendwo anders mehr leben.

Auf dem Sideboard in ihrem Büro liegt ein Chinesisch-Buch. Stegen lernt gerade ihre sechste Sprache. Englisch, Französisch, Spanisch, Italienisch und Russisch beherrscht sie schon. Das trifft sich gut, denn sie reist gerne und viel – mal privat, oft aber beruflich: „An 80 bis 90 Tagen im Jahr", schätzt die Hobby-Kunstliebhaberin. Um die langen Flüge, aber auch die langen Tage im Büro durchzuhalten, versucht sie sich durch Laufen, Yoga und Training im Fitnessstudio fitzuhalten. Außerdem kocht und isst sie gerne. Nur einen Wunsch konnte sich Susanne Stegen bisher noch nicht erfüllen: „Ich hätte wahnsinnig gerne einen Hund", sagt sie. Momentan fehle ihr aber die Zeit, sich um einen zu kümmern: „Es kann sein, dass er bis zu meiner Rente warten muss." Das dürfte noch ein wenig dauern.

KONTAKT

DMG Chemisch-Pharmazeutische Fabrik GmbH
Elbgaustraße 248
22547 Hamburg
Tel: 040 84 00 60
info@dmg-dental.com
www.dmg-dental.com

DIE RICHTIGE ENTSCHEIDUNG

Schon in jungen Jahren musste **FRANK BÖSENKÖTTER** *eine Entscheidung treffen: für den Leistungssport oder für eine berufliche Karriere. Damals ist es der Beruf geworden, heute kreuzen sich mitunter beide Wege.*

„Digitalisiert" mit Dicide den Business Club: Frank Bösenkötter.

Text: **Alexander Siebert**

Auf dem Handballfeld war Frank Bösenkötter weitestgehend auf sich allein gestellt. Es gab ihn, einen großgewachsenen Linkshänder, wie geschaffen für die Position im rechten Rückraum. Es gab die Teamkollegen und die Anweisungen des Trainers. Mehr nicht. An technische Hilfen wie Analysetools oder Apps war Ende der Achtziger selbst im Leistungssport noch nicht zu denken. Bösenkötter spielte mit dem TSV Altenholz in der Zweiten Bundesliga.

Heute, über 25 Jahre später, sitzt der 46-Jährige auf der Zuschauertribüne des THW Kiel. Handball ist noch immer seine große Leidenschaft, nur selber spielen möchte er nicht mehr. „Auch, wenn es schon noch kribbelt", gibt er zu. THW-Spiele zu schauen, ist mitunter auch sein Job. Der deutsche Rekordmeister ist Kunde der Dicide GmbH, die Bösenkötter vor etwas mehr als einem Jahr gemeinsam mit Klaus-Hinrich Vater gegründet hat. „Wir digitalisieren den THW", erklärt er.

Dicide ist ein IT-Berater und -Dienstleister. „Wir erklären Unternehmen, was die Digitalisierung möglich macht und zeigen, wie es geht", so Bösenkötter. Mit anderen Worten: Technischen Fortschritt nutzbar machen, dadurch den Arbeitsalltag vereinfachen, um produktiver zu arbeiten. In Bezug auf den THW Kiel schafft Bösenkötter mit Dicide die technischen Hilfsmittel, die er nicht hatte. Wenn ein Gegner zum Beispiel zum Siebenmeter antritt, weiß der Trainerstab ziemlich genau, wo er hinwerfen wird. Durch die Erfassung und Auswertung der Wurfdaten. Andreas Wolf im Tor weiß das im besten Fall auch – und hält den Ball. Das Prinzip Daten erfassen, auswerten und visualisieren geht auf allen Ebenen. Vom Siebenmeter über die Kommunikation bis hin zur Arbeit in der Geschäftsstelle. Über eine App erfahren die Spieler, wann der Mannschaftsbus fährt. Diese Info geben die Planer einmal raus. Das ist minimal aufwendig und damit vor allem eins: produktiv. „Sonst hätten sie vielleicht acht angerufen, vieren eine SMS geschickt und zwei vergessen", so Bösenkötter. Schauen, wie gearbeitet wird, davon lernen und technische Hilfen finden, die dieses Arbeiten erleichtern. Der THW ist ein Beispiel, Dicide ist damit deutschlandweit in fast allen Branchen tätig.

Frank Bösenkötter hat lange in großen Konzernen gearbeitet. Zunächst in der Bauindustrie bei der ACO-Gruppe und dann in der Telekommunikationsbranche, unter anderem bei der TDC in Kopenhagen. Dort hat er erkannt, dass „wir aus dem Ausland viel über digitales Leben lernen können", erklärt er. Und das den Kunden möglichst einfach näher zu bringen, geht „allein besser als bei Konzernen." Deshalb suchte er den Weg in die Selbstständigkeit. Seine Heimat Kiel musste Bösenkötter nie verlassen, auch deshalb hat Dicide den Sitz in seiner Geburtsstadt. Hier lebt der 46-Jährige mit seiner Frau und seinen zwei Söhnen, denen er die sportliche Veranlagung schon vererbt hat: Der 15-Jährige spielt Fußball, der 19-Jährige rudert und ist Basketballer. Den aktiven Handball hat Bösenkötter aufgegeben, wegen der Verletzungsgefahr. Um sich fit zu halten, geht er höchstens manchmal laufen oder aufs Ergometer. „Irgendwann musste man sich entscheiden", sagt er. Das klingt auch im Namen Dicide mit, der vom englischen Wort für entscheiden kommt. Bei ihm ist es der Beruf geworden, doch er habe Erfahrungen aus dem Sport übertragen können. Heute kreuzen sich diese Wege. In Kiel, wenn er wieder den THW besucht.

KONTAKT

Dicide GmbH
Liebigstraße 26
24145 Kiel
Tel: 0431 2 00 84-251
fboesenkoetter@dicide.de
www.dicide.de

FOTO: MARTINA VAN KANN

Haspa
Private Banking

2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017.

Das wertvollste Vermögen verwalten wir seit 14 Jahren in Folge: Ihr Vertrauen.

Wir freuen uns erneut über die Auszeichnung zum besten Vermögensverwalter. Unsere Kunden stehen auch in den kommenden Jahren bei unserer Vermögensberatung und unserem Vermögensmanagement im Mittelpunkt.

Nähere Informationen: Jörg Finck, Leiter Private Banking, 040 3579-3232, joerg.finck@haspa.de, privatebanking.haspa.de

DER MANN FÜR SCHWIERIGE FÄLLE

Vor 15 Jahren gründete **OLE BOLLING** *mit seinem Studienkollegen Olaf Starken die Firma Pacproject. Ihr Plan: Sie wollten die unterschiedlichen Welten von Technikern und kreativen Designern zusammenbringen, um effektiv und erfolgreich Verpackungen zu entwickeln.*

Text: **Achim Schneider**

Knifflige Fälle mag Ole Bolling am liebsten. Der 47-Jährige ist Verpackungsingenieur und Geschäftsführer eines Unternehmens, das für Firmen in der ganzen Welt Verpackungen entwickelt. Pacproject sorgt dafür, dass Produkte von Herstellern geschützt und sicher in die Regale der Kaufhäuser und somit zum Konsumenten kommen. Bolling erinnert sich an ein besonders kniffliges Problem eines Kunden: „Die Fast Food-Kette Kentucky Fried Chicken benötigte für den englischen Markt ein Behältnis, mit dem die hungrigen Käufer drei Kilogramm Hühnchenteile plus drei Soßen nach Hause transportieren konnten. Die Krux dabei: Das Hühnerfleisch wird mit einer Temperatur von 58 Grad eingefüllt und darf in den darauffolgenden 20 Minuten nur acht Grad Temperatur verlieren – egal, ob draußen 20 Grad plus oder minus herrschen. Zudem muss es knusprig bleiben. Wenn Kentucky Fried Chicken das nicht garantieren kann, dann dürfen sie es nicht außer Haus verkaufen."

Ein Fall wie gemacht für Ole Bolling und sein Team: „Wir sind zufällig in das Briefing gekommen und hatten für die Lösung nur vier Tage über Weihnachten Zeit", sagt er. In einer Maschine, in der normalerweise Verpackungen hergestellt werden, wurden die Hühnchen heiß gemacht, anschließend mit Temperaturfühlern versehen und in neu entwickelte Verpackungssysteme gesteckt. „Dann sind wir immer wieder bei minus zehn Grad mit den Hühnchen um den Block gelaufen", sagt Bolling. Doch die Mühe lohnte sich. Ingenieur Bolling und seine kreativen Köpfe fanden eine Lösung – und in England können die Menschen seitdem Chicken for take away kaufen, die heiß und knusprig bleiben.

2011 gründete der passionierte Kite-Surfer mit seinem Geschäftspartner Olaf Starken das Unternehmen. Als das kleine Start-up mit drei Mann (zwei Techniker, ein Kreativer) begann, hatte es ein Alleinstellungsmerkmal. „So etwas gab es noch nicht", sagt Bolling. Die Gründer wollten die Welten von technischer und kreativer Arbeit zusammenbringen und so die Verluste bei der Entwicklung von Projekten von der Idee bis zur Umsetzung gering halten. „Es prallen zwei Sprachen und Welten aufeinander und deshalb verlieren viele Firmen Zeit im Entwicklungsprozess", erklärt er. So entstehen Verzögerungen und hohe Kosten. Es dauerte rund drei Jahre, bis das Unternehmen bekannt war und Aufträge erhielt – interessanterweise mehr aus dem Ausland als aus Hamburg oder Deutschland. Mittlerweile sind die 30 Mitarbeiter von Pacproject auch für heimische mittelständische und kleine Firmen erfolgreich tätig.

Ole Bolling und sein Team packen alles ein, was im Regal zu finden ist.

Einmal im Jahr gönnt sich der Verpackungskünstler eine Auszeit. „Ich reise viel und gern, bin am liebsten mit Freunden in Afrika unterwegs", erzählt Ole Bolling. Nach dem ersten Trip dorthin hatte ihn der „Virus" gepackt. Mit dem Geländewagen cruist er durch die Wildnis, „auf Routen, die es gar nicht gibt".

Auch dort erlebt er heikle Situationen, die gemeistert werden müssen: „Wenn unterwegs der Wasserkanister tropft, dann muss man genau kalkulieren, wie lange man noch fahren kann", sagt er. Aber diese kniffligen Fälle mag Ole Bolling ja.

KONTAKT

Pacproject GmbH
Borsteler Chaussee 55
22453 Hamburg
Tel: 040 80 90 53 90
pph-info@pacproject.com
www.pacproject.com

FOTO: MARTINA VAN KANN

Sie suchen eine Location für ein eindrucksvolles Firmenevent und möchten Ihren Mitarbeitern oder Kunden ein erlebnisreiches kreatives Arbeiten abseits der Tagesroutine bieten? Hier im Romantik Hotel Bergström finden Sie für jeden Anlass den passenden Raum von 20 qm bis 350 qm.

Der Charme mittelalterlicher Backsteingotik und die einmalige Lage direkt am Wasser im historischen Stadtkern von Lüneburg machen jeden Aufenthalt zu einem besonderen Erlebnis. Trotz der Innenstadtlage sind wir bequem mit dem Auto zu erreichen. Die Bahnfahrt von Hamburg dauert 30 Minuten, zum Hotel sind es dann noch 5 Gehminuten. Egal ob kleine Konferenz, große Tagung oder ein besonderes Familienfest, unsere engagierten Mitarbeiter freuen sich auf Ihren Anruf.

ROMANTIK
HOTELS & RESTAURANTS
INTERNATIONAL

Bergström ★★★★

Wir schaffen Erinnerungen

10% für Club-Mitglieder
auf Tagungspauschalen,
Zimmer Upgrade
bei Verfügbarkeit

Romantik Hotel Bergström | Bei der Lüner Mühle | 21335 Lüneburg
Tel: 0 41 31/308-631 | Fax: 0 41 31/308-153 | se@bergstroem.de | www.bergstroem.de

Ein Hotel der Bergström Hotels GmbH

Gegenbauer

Facility Management

Energiemanagement mit System: Die Experten von Gegenbauer klären die Auftraggeber über die Maßnahmen zur Energieoptimierung auf. Dazu gehört zum Beispiel die Messung, Kontrolle und Analyse des Energieverbrauchs und das Optimieren der Beleuchtungeinrichtungen.

FOTOS: GEGENBAUER

EFFIZIENTE ENERGIEKONZEPTE

Der sorgfältige Umgang mit Energie ist nicht nur eine Frage des Bewusstseins, sondern auch der Kosten. Die Energieexperten von **GEGENBAUER** *entwickeln deshalb für ihre Kunden wirksame Maßnahmen, mit denen sie Strom und Geld sparen.*

Text: **Uwe Prieser**

Mach das Licht aus! Dreh den Wasserhahn richtig zu! Jeder hat das in seiner Kindheit gehört – und mit den Jahren verinnerlicht. Der sorgfältige Umgang mit Energie ist eine Frage des Bewusstseins. Beim Kind wie beim Unternehmer. Steigende Energiepreise und erhöhte gesetzliche Anforderungen haben dieses Bewusstsein in den vergangenen 15 Jahren geschärft und dabei einen neuen Leitbegriff geschaffen: Energieeffizienz.

Allein bei mittelständischen Unternehmen könnten nach einer Analyse der Deutschen Energie-Agentur (dena) jährlich fast 900 Millionen Euro über energieeffiziente Maßnahmen eingespart werden. Ein Potenzial mit weitreichenden gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Perspektiven. Wo und wie kann ich Energie einsparen? Für Unternehmen ist das heute eine Überlebensfrage, unmittelbar verbunden mit dem dringlichsten Klimaziel unserer Zeit: Abbau von CO_2-Emissionen. Eine komplexe Aufgabenstellung für die Zukunft, zusammengesetzt aus Physik, Biologie, Technologie und nicht zuletzt Betriebswirtschaft. Der bundesweit agierende Immobiliendienstleister Gegenbauer hat darauf seine eigene Antwort gefunden: ein Energiemanagementsystem. Für seine Kunden – und für sich selbst.

„Maßnahmen zur Energieoptimierung werden häufig als Kostenfaktor wahrgenommen“, erklärt Frank Lindner, Geschäftsführer und Energieexperte des Unternehmens. „Vielen ist nicht bewusst, dass sie zur Kostensenkung führen. Bei Kunden, die bei ihren Immobilien wenig oder noch gar nichts im Bereich Energieeffizienz getan haben, amortisiert sich die Investition in energieeffiziente Maßnahmen in der Regel innerhalb kurzer Zeit.“ Das ist nicht verwunderlich, denn im Gebäudebestand werden fast 40 Prozent der Endenergie für Beheizung, Warmwasserbereitung und Beleuchtung verbraucht. Bei Gegenbauer, einem der deutschen Branchenführer im Facility Management, gehört nachhaltiges Energiemanagement deshalb zum Leistungsportfolio. Und trifft damit auf ein wachsendes Bedürfnis am Markt. Bereits die Hälfte aller Auftraggeber für Facility Management verlangt nach Dienstleistungen mit integrierten Energiekonzepten.

Die von Gegenbauer angebotenen Leistungen rund um die Energie beinhalten u. a. die kontinuierliche Messung, Kontrolle und Analyse des Energieverbrauchs und des tatsächlichen Bedarfs bei sämtlichen Einrichtungen, die in der Energiebilanz des Unternehmens eine Rolle spielen. Dazu Erfassung und Überprüfung von wesentlichen Änderungen in energiebezogenen Leistungen sowie Überprüfung und Verbesserung der Energieeffizienz von Prozessen, Anlagen und Geräten. Identifikation, Umsetzung und Kontrolle von Energieeinsparmaßnahmen.

Wie ein Film bildet dieses System den Energieeinsatz des Unternehmens in der Zeit und unter unterschiedlichen Wetter- und Produktionsbedingungen ab. Übers ganze Jahr wird die Qualität des Energieeinsatzes sichtbar. Das geht weit über das Energie-Audit hinaus, das vom Gesetzgeber alle vier Jahre für Firmen ab 250 Mitarbeiter oder mit einer Bilanzsumme von 40 Millionen Euro (bzw. einem Umsatz von 50 Millionen Euro) vorgeschrieben ist. Denn ein Audit, bei dem die energierelevanten Unternehmensprozesse durchleuchtet und analysiert werden, liefert lediglich eine Momentaufnahme, deren Aussagekraft hinter dem vom Energiemanagementsystem gelieferten Film zurückbleibt.

Jahr für Jahr verbrauchen Gegenbauer-Unternehmen rund 45 Millionen Kilowattstunden Energie. Bis zum Jahr 2020 soll dieser spezifische Gesamtenergieverbrauch um zehn Prozent gesenkt werden. Zudem wird angestrebt, bis dahin auch die CO_2-Emissionen um mindestens zehn Prozent zu senken. Anspruchsvolle Ziele, unterstützt von dem Vorhaben, bis 2020 den Anteil erneuerbarer Energien (Sonne, Wind, Wasser) am Strombezug auf nahezu 100 Prozent zu steigern. „Dafür fangen wir bei uns selbst schon einmal an“, erklärt Geschäftsführer Lindner.

Für die eigenen Standorte von Gegenbauer haben die Energieexperten bereits Maßnahmen mit einem Einsparvolumen von rund 300 000 Euro aufgespürt. Allein die Umstellung auf LED-Beleuchtung bringt einen Einspareffekt von über 80 Prozent. Lindner: „Es gibt viele energiesparende Maßnahmen, auf die man nicht gleich kommt – oder die man einfach übersieht. Das Herunterfahren des eigenen PC nach Feierabend zum Beispiel oder die Erhöhung des Luftdrucks in den Reifen an den Fahrzeugen.“

Mach das Licht aus! Dreh den Wasserhahn richtig zu! Energieeffizienz beginnt im Bewusstsein.

KONTAKT

Gegenbauer Services GmbH
Frankenstraße 7
20097 Hamburg
Tel: 040 2 99 99 20-0
Thorsten.Eck@gegenbauer.de
www.gegenbauer.de

HAMBURG SHOPPT
EINKAUFEN IN DER CITY IST BELIEBT WIE NIE
HAMBURG REIST
DER TOURISMUS IST DIE SEELE DER STADT
HAMBURG BAUT
WER ALLES VOM WACHSTUM PROFITIERT
HAMBURG FORSCHT
WELTKLASSE IM SILICON VALLEY DES NORDENS
HAMBURG STIFTET
DIE STADT MIT DEM GROSSEN HERZEN

16 45

HAMBURG ZIEHT AN
WARUM DIE HANSESTADT SO GROSS IN MODE IST
HAMBURG KLINGT
EUPHORIE DURCH DIE ELBPHILHARMONIE

HAMBURG HANDMADE
DIE RENAISSANCE DER MANUFAKTUREN
HAMBURG ROLLT
START IN EIN NEUES ZEITALTER DER MOBILITÄT
HAMBURG KOCHT
VIJAY SAPRE ÜBER GENIESSER UND GOURMETS
HAMBURG SPIELT
GAMECITY ENTWICKELT SPIELE FÜR MILLIONEN
MADE IN HAMBURG
EINE STADT MIT VERVE UND VISIONEN

6 000 Seiten

11 000 Hefte × 22 Ausgaben × 68 Seiten

Fünf Jahre Magazin club!

„Vom Einfachen das Beste" – so lautet die Philosophie von Sternekoch Ali Güngörmüs. Mit seinem „Nachbarn" Nils-Kim Porru verstand er sich auf Anhieb.

Heimat-Liebe

Mit der Heimat im Herzen kulinarische Highlights servieren: Sternekoch **ALI GÜNGÖRMÜS** *und Nils-Kim Porru zauberten in der Küche des Le Canard Nouveau Gerichte mit türkischem und italienischem Flair – direkt an der Elbe.*

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

So unterschiedlich lässt sich Heimat auf dem Teller interpretieren: Einer reicht etwas Gemüsiges mit aufwändiger Herstellung, ein anderer stellt etwas zusammen, das schlicht wirkt, aber raffiniert schmeckt. Küchenchef Nils-Kim Porru besuchte Sterne-Koch Ali Güngörmüs, von allen immer nur Ali genannt, nur ein paar Häuser entfernt vom Business Club Hamburg in dessen Restaurant „Le Canard Nouveau“ und pflegte mit ihm einen munteren Austausch – unter anderem über Restaurants im allgemeinen und das Arbeiten im Ausland im Besonderen.

Der Gastraum mit Blick auf den Hafen ist gut gefüllt. Das „Le Canard“ bietet von Dienstag bis Sonntag auch mittags Sterne-Küche, was nicht alle Restaurants seiner Kategorie tun. Mittag- und Abendgeschäft – da muss der Club-Küchenchef ein wenig Lächeln. Er muss für alle Mahlzeiten sorgen, von Frühstück bis Abendessen, für Clubmitglieder und ihre Gäste, für Seminare und Tagungen, für Feste und Feierlichkeiten, Montag bis Freitag von 9 bis 22 Uhr und sonntags fürs Frühstück, zu dem auch Nichtmitglieder herzlich willkommen sind.

Ali schaut beeindruckt und nickt, denn er selbst führt auch nicht gerade ein langweiliges Leben. Er übt sich inzwischen im Spagat zwischen der Elbchaussee und der Münchner Kardinal-Faulhaber-Straße, wo er in der Einkaufsgalerie „Fünf Höfe“ seit gut einem Jahr das „Pageou“ betreibt. Dessen Name sagt schon etwas über das Konzept aus, ist es doch der Name von Alis Geburtsort in der Türkei. München war die erste Heimat nach der eigentlichen, die Stadt behagt ihm und er der Stadt. Die Gäste genießen seine gehobene türkische Küche in eleganter, gleichwohl lockerer Atmosphäre, was wohl auch Kardinal Reinhard Marx zu gefallen scheint. „Seine Fenster gehen auf den gleichen Innenhof“, sagt Ali, der Alevit, über den katholischen Würdenträger. „Manchmal unterhält er sich mit meinen Gästen, die draußen im Hof essen.“

Ihm gefällt die lockere Atmosphäre – und dass er mit den Aromen seiner Heimat kochen kann, mit Koriander, Minze und Sumach (ein säuerliches Gewürz aus einer Steinfrucht), mit Ingwer und Granatapfel, mit Couscous und Feigen. Aber so →

Business Club-Küchenchef Nils-Kim Porru bei der Zubereitung seines Thunfischtatars mit Jacobsmuschel und Tomate.

Mit feinem Händchen drapiert Sterne-Koch Ali Güngörmüs seine Vorspeise mit Feta und Auberginen auf dem Teller.

EVENT TIPP

Sterne-Menü mit Ali Güngörmüs im Le Canard Nouveau

Freuen Sie sich auf ein ganz besonderes Event zum Jahresbeginn: Ali Güngörmüs zaubert in der Küche seines Restaurants Le Canard Nouveau an der Elbchaussee ein Menü, das er eigens für die Mitglieder des Business Club Hamburg kreiert. Lassen Sie sich mit einem Vier-Gänge-Menü (79 Euro pro Person, Getränke exklusive) verwöhnen und genießen Sie den Abend mit einem traumhaften Blick auf den Hafen. Was es genau zu essen gibt? Daraus macht der Sternekoch noch ein kleines Geheimnis. Aber einer Sache können Sie sich sicher sein: Ihr Gaumen wird ein geschmackliches Highlight erleben!

Donnerstag, 9. Februar 2017, 19 Uhr
Restaurant Le Canard Nouveau
Elbchaussee 139
22763 Hamburg
Anmeldung unter www.bch.de

DURCHATMEN. DURCHSTARTEN!

Pflanzen reinigen die Luft. Aber wie? Die NASA hat herausgefunden: Mit den Wurzeln! Daher haben wir den Pflanzentopf neu erfunden. AIRY belüftet das Wurzelwerk und macht Deine Zimmerpflanze zu einem hocheffektiven Luftreiniger. Und das ganz ohne Strom. Mehr Informationen unter www.airy.de *

*Nutzen Sie den Gutschein-Code „Business Club Hamburg“ und erhalten Sie 20% Club-Rabatt pro AIRY-System in unserem Shop unter www.airy.de.

#airyplanet

Immer gut drauf und geschäftstüchtig: In München hat der Wahl-Hamburger Güngörmüs mit dem Pageou sein zweites Restaurant eröffnet.

ganz verleugnet er auch an der Isar nicht, wo sein Platz sonst noch ist: „Krosse Vierländer Ente im Ganzen gebraten“ steht auf der Karte. Im „Le Canard“ dagegen finden sich heute auch orientalische Einflüsse. „Als ich 2005 anfing, habe ich mich streng an der französischen Küche orientiert. Meine Herkunft sollte sich nicht in meinen Gerichten widerspiegeln. Aber inzwischen haben mich meine Gäste so oft nach türkischen Gerichten und Gewürzen gefragt, dass ich jetzt mische.“

Nils-Kim Porru musste nie die sardische Heimat seines Vaters verleugnen. „Italienisch“ war immer angesagt. Er hat sich für diesen Tag gehörig ins Zeug gelegt und vorbereitet: Eine mit Jakobsmuschel-Farce gefüllte Zucchiniblüte ist das Herzstück seines Gerichtes. Dazu gibt es confierte Tomaten und etwas grüne Soße, serviert in einer gläsernen Petrischale. In einer zweiten gibt es Thunfischtatar als Füllung eines anmutigen Geflechts aus Zucchinistreifen mit ein paar Thunfisch-Tataki-Würfelchen (außen scharf angebraten, innen roh) als Beigabe. Ein Spiel mit verschiedenen Garmethoden, mit warm und kalt, passend für einen Tag wie diesen.

Porru hat schon vorgearbeitet, richtet feinfühlig an, hier noch ein Kresseblättchen, dort noch eine Erbsensprosse. Ali muss sich erst einmal die Kochjacke bringen lassen, die er wohl schon ein Weilchen nicht mehr getragen hat. Wer zwei Restaurants in zwei Städten betreibt, im Fernsehen auftritt („Topfgeldjäger“, „Küchenschlacht“), einen Michelin-Stern verteidigen und für zwei Kochbücher arbeiten muss, steht nicht mehr unbedingt jeden Tag am Herd. „Ich bin mehr der Manager“, sagt der „Canard“-Chef und wirkt einen Moment melancholisch. Schließlich →

Sommerliche Vorspeise

ZUTATEN FÜR 4 PERSONEN:
200 g Feta, 3 Schalotten, 4 kleine Paprika, gelb, 4 kleine Paprika, rot, 1 Aubergine, 1/2 Bund glatte Petersilie, 1 Chilischote (mild), 250 g Tomaten, 250 g Kirschtomaten in verschiedenen Farben, 10 g Rauchmandeln, 10 g geröstete Pinienkerne, 1 El geriebener Parmesan, Olivenöl, Salz, Pfeffer, Thymian, Rosmarin, Knoblauch

UND SO GEHT'S:
2 Schalotten gewürfelt in Öl anschwitzen. 1 Prise Zucker, 2 gelbe Paprika, 1 rote Paprika und eine Chilischote, alles enthäutet und gewürfelt, zufügen, sanft schmoren lassen. Mit Salz und Pfeffer abschmecken. Nach Erkalten auf vier Streifen Feta verteilen, mit Stückchen von Rauchmandeln verzieren.
Aubergine schälen, achteln, auf Backblech legen. Öl mit Salz und etwas Zucker mischen, über die Auberginenschnitze träufeln, im Ofen 20 Minuten bei 180 Grad schmoren. Rote Paprika, Tomaten, 1 Schalotte enthäuten, würfeln und in reichlich Öl mit etwas Thymian und Rosmarin sanft schmoren lassen. Salz und Pfeffer zufügen, auf den Auberginenschnitzen verteilen. Bunte Kirschtomaten enthäuten, sanft schmoren. Auf dem Teller zwischen Feta und Aubergine legen.
Grüne Soße gibt farblichen Kontrast. Dafür Petersilie, 1 Knoblauchzehe, Salz und Pfeffer in 100 ml Olivenöl mit einem Teelöffel gerösteter Pinienkerne fein mixen. Einen Esslöffel geriebenen Parmesan unterrühren, als Tupfer auf den Tellern verteilen.

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

BUSINESS CATERING

Unsere Speisen werden täglich ***frisch*** von Hand hergestellt. Homemade Food, natürlich ohne Geschmacksverstärker: Wählen Sie selbst aus unserem großen Sortiment an Köstlichkeiten, lassen Sie sich von uns beraten oder bestellen bequem im Internet unter **www.daily-catering.de**

EVENT CATERING

DAILY bietet Ihnen ***maßgeschneiderte*** Lösungen im Bereich ***Premium Catering*** für alle Eventformate wie z.B. Produktpräsentationen, Firmenveranstaltungen, Pressekonferenzen, Messeprojekte oder Sportveranstaltungen. Sie genießen - und wir kümmern uns um das Restliche.

BETRIEBSGASTRONOMIE

Zufriedene und leistungsfähige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bilden die Basis eines gut funktionierenden Unternehmens. Deshalb ist es gerade in der Betriebsgastronomie wichtig, auf ***Frische und Qualität*** zu achten. Gerne beraten wir Sie persönlich und konzipieren eine Lösung, die ***passgenau*** auf Ihr Unternehmen zugeschnitten ist.

you

DAILY you

Jetzt anrufen: 040 4018 8564

www.daily-catering.de

kocht er mit Leidenschaft, sogar Fischstäbchen, wenn es sein muss, für die Kinder Marvin, 7, und Lucas, 2, am Familientisch.

Auf einem blauen Teller richtet Ali einen Streifen Feta-Käse an, im Vakuumbeutel gegarte Aubergine daneben, kleine bunte Tomaten als Begleitung. Auf den Feta kommt eine Art Chili Mango, eine pikante Mischung aus Frucht und Chili, aufgepeppt mit Haselnüssen und Ducca, einer alten orientalischen Gewürzmischung aus Sesam, Koriander, Kreuzkümmel, Kichererbsen, Öl und Meersalz. Die Aubergine wird begleitet mit einer Art Pesto aus gehackten und gegarten Paprika in gelb und rot, Schalotten, Knoblauch und Rosmarin. Beide Köche betonen, sie wollten es leicht und aromatisch, nichts Schweres, nichts Belastendes. Das dürfte ihnen gelungen sein.

Nebenbei erzählen sie sich aus ihrem Leben, von ihren Stationen. Ali hat in München gelernt, hat unter anderem im legendären „Tantris“ und in den „Schweizer Stuben“ in Wertheim bei Würzburg gearbeitet, beide mit zwei Sternen dekoriert. Als er hört, wie Porru durch die Welt getourt ist zwischen USA, Tessin und Malediven, bricht es aus ihm heraus: „Das hätte ich auch gern gemacht. Hätte auch wahnsinnig gern bei einem Drei-Sterne-Koch in Paris gearbeitet. Aber mit meinem türkischen Pass war es nicht so einfach mit dem Arbeiten im Ausland.“ Es folgt ein Seufzer. „Aber irgendwann mache ich ein orientalisches Restaurant in Los Angeles auf!“ Nils-Kim Porru lächelt mitfühlend. Er hat sein Fernweh schon gestillt.

Plötzlich springt Ali auf, schüttelt Hände. Er muss los. Das Taxi wartet – und das „Pageou“ in München.

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

Ein gutes Team: Ali Güngörmüs und Nils-Kim Porru kochten gemeinsam im Le Canard und sprachen über ihre Abenteuer in den Lehrjahren.

Thunfischtatar mit Jacobsmuschel und Tomate

ZUTATEN FÜR 1 PERSON:
50 g Thunfischfilet (Sashimi-Qualität), 2 Zucchini (gelb und grün), 1 Mini-Zucchini mit Blüte, 2 Jacobsmuscheln, 1 Honigtomate oder „Rote Perle“, 1 Rosmarinzweig, 1 Knoblauchzehe, 80 ml Olivenöl, 80 ml Sahne, 1 Schalotte, 1 Chili, 2 EL Mix aus Sweet Chili, Limonenöl, Sojasauce, Sesamöl, 1 EL Pernod. Gewürzmischung aus Cayenne-Pfeffer, Knoblauch, Paprika, Salz, Butter zum Abglänzen, Sesam und Kresse als Garnitur

UND SO GEHT’S:
Die Zucchini der Länge nach in dünne Scheiben schneiden, kurz blanchieren und in Eiswasser abschrecken. Das Innere der länglichen Scheiben entfernen, so dass nur die äußeren Streifen zum Flechten übrig bleiben. Flechten Sie jeweils 4 Streifen (zwei grüne, zwei gelbe) zu einem Quadrat (siehe Foto oben). Für das Tatar wird der Thunfisch fein gewürfelt und mit ein paar Schalottenwürfel und Chili mit der Marinade angemacht und abgeschmeckt. Dann auf die geflochtene Zucchini geben und zusammenfalten.

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

Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir begleiten Ihr Stiftungsengagement.

Ob eigene Stiftung, die Beteiligung an einer bestehenden Stiftung, oder eine einfache Spende in eines der stiftungseigenen Projekte – die Hamburger Volksbank bietet Ihnen eine ganzheitliche Stiftungsberatung und -betreuung. Mit unserem professionellen Vermögensmanagement entwickeln wir mit Ihnen gemeinsam passgenaue Konzepte. Damit Sie Ihr Stiftungskapital erhalten und mit attraktiven Ausschüttungen ihre gemeinnützigen Förderzwecke verwirklichen.

Überzeugen Sie sich selbst und geben Sie Ihrem Engagement Ihre persönliche Handschrift! Ihre Ansprechpartnerin Jutta von Bargen freut sich auf Ihren Anruf unter 040/30 91-93 00.

Hamburger Volksbank
Man kennt sich.

www.hamburger-volksbank.de

... BITTET ZU TISCH

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

Das Leben von Karl J. Pojer dreht sich, abgesehen von seiner Familie, im Wesentlichen um zwei Dinge: Reisen und Autorennen. Die Beschäftigung mit dem Thema Reisen ist naheliegend bei seinem Beruf. Dass er in seiner Freizeit Autorennen fährt, ist dagegen eher ungewöhnlich. Aber: „Ich wollte immer in die Formel 1“, sagt er und schwärmt von früheren Duellen mit Michael Schumacher. Von Reisen und Rennen erzählen auch die Dinge auf seinem Schreibtisch. Unter dem Bildschirm des Computers etwa sitzt ein kleines Stofftier. „Meine Tochter war fünf Jahre alt, als sie mir den Hasen mit den Worten geschenkt hat, das Tier solle mich immer vor bösen Geistern, Tieren und Menschen beschützen“, sagt Pojer. Seit zwölf Jahren begleitet der Hase den Manager auf jeder Reise. Das Tier habe schon „Pinguinen die Hand geschüttelt und in Afrika in der Wüste gesessen“. Daneben liegt, knallgelb, flach wie eine Flunder, das Modell eines Lamborghini Hurricane – als Computermaus, „die schnellste Maus der Welt“. Und dann das erste Modell eines neuen Kreuzfahrtschiffes. Es ist eines der beiden Expeditionsschiffe, die gerade in Norwegen gebaut werden. Die Schiffe, nach neuestem, auch ökologischem Standard konzipiert, sollen 2019 auf Traumreise gehen – Antarktis, Arktis, Amazonas, so die Art. „Unser wichtigstes Projekt im Augenblick“, sagt Pojer.

Karl J. Pojer, 62, ist seit 2013 Vorsitzender der Geschäftsführung von Hapag Lloyd Cruises. 2015 wurde der gebürtige Österreicher zum Travel Industry Manager des Jahres gewählt. KONTAKT: Tel: 040-30 70 30 - 70, Internet: www.hl-cruises.com

FOTOS: MARTINA VAN KANN

Enjoy responsibly - www.massvoll-geniessen.de

FONDÉ EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE

SUCCESS IS A MATTER OF STYLE

MS EUROPA | MS EUROPA 2

EINE KLASSE FÜR SICH.

„Keine anderen Schiffe erreichen zurzeit die hohen Standards, die MS EUROPA und MS EUROPA 2 und ihre Crews setzen."

Douglas Ward, Berlitz Cruise Guide

Die EUROPA und EUROPA 2 erhielten wiederholt als weltbeste Kreuzfahrtschiffe die höchste Auszeichnung: 5-Sterne-plus*. Erleben Sie jetzt eleganten Luxus und die große Freiheit der höchsten Kategorie.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.hl-cruises.de

*Lt. Berlitz Cruise Guide 2017

HAPAG 18 91 LLOYD
CRUISES