

April 2012 / Ausgabe 23

Hamburg:

Das Magazin aus der Metropole

**Das Hoch
im Norden**

Erfolgskurs
Wie das Popduo
Boy Hamburg
die Liebe erklärt

**Flieger mit
Aussicht**
Der gläserne
Düsenjet
von der Elbe

Broadway ahoi
In der Show-Schule
von St. Pauli

Preisrätsel
Gewinnen Sie ein
Wochenende
in Hamburg

Aufbruch an der Elbe





Von Stieglitz bis Man Ray
New York Photography

17. 5. – 2. 9. 2012

Rathausmarkt, Hamburg

Die Ausstellung wird gefördert von:

ExxonMobil

LATHAM & WATKINS^{LLP}

Max Kade Foundation Inc., New York

Mobilitätspartner:

 **BAHN**



Hamburg:

THEMA: AUFBRUCH AN DER ELBE
EDITORIAL/INHALT/IMPRESSUM

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

wenn es nach dem Ingenieur Ingo Wuggetzer geht, reisen wir bald in Flugzeugen mit Kabinen aus durchsichtigem Metall. Diese Jets der Zukunft sollen weniger Kerosin verbrauchen als bisherige Flieger und aus Materialien gebaut sein, die in ihren Eigenschaften den Knochen von Vögeln ähnlich sind. Leicht, stabil und haltbar. Diese Flugzeuge werden in Hamburg entwickelt.

In diesem Heft erzählen wir die Geschichten von Frauen und Männern, die an sich und ihre Ideen glauben und die Welt verändern wollen. Manchmal sind diese Ideen so klein, dass sie in eine Popcornhülle passen, manchmal groß wie ein ganzes Schiff. Auf den folgenden Seiten begegnen Sie Idealisten, Möglich-Machern und – auch wenn das ein großes Wort ist – Visionären. Sie erfahren, woran in Hamburg erfolgreich gearbeitet wird, und auch, wie Sie selbst in Zukunft arbeiten werden. Schließlich treffen Sie zwei Musikerinnen, deren rasanter Weg in die Charts mit einer Fahrradtour an der Alster begann. Sie sehen: Dieses Heft handelt vom Aufbruch.

Die Redaktion

PS: Die nächste Ausgabe von Hamburg: Das Magazin aus der Metropole erscheint im September 2012 und liegt der *Süddeutschen Zeitung*, der *Zeit* und dem österreichischen *Standard* bei.

SEITE 6



Traumhaft Hamburger Jungs und Mädels, die an ihre unternehmerischen Ideen glauben. Und sich richtig reinhängen.

SEITE 16



Nachhaltig Das Flugzeug der Zukunft verbraucht kaum Kerosin und hat ein komplett neues Kabinendesign.

SEITE 30



Überraschend Diese schönen Frauen heißen als Band Boy. Sie sind sich beim „Popkurs“ in Hamburg begegnet.

IMPRESSUM Hamburg: Das Magazin aus der Metropole erscheint zweimal jährlich **Herausgeber** Hamburg Marketing GmbH, Dietrich von Albedyll, Jutta Ludwig, Thorsten Kausch (V.i.S.d.P.): Habichtstraße 41, 22305 Hamburg, www.marketing.hamburg.de **Projektleitung** Svenja Holst-Runge **Verlag** Magazin Verlagsgesellschaft Süddeutsche Zeitung mbH **Objektleitung** Angela Kesselring **Büro Hamburg** Englische Planke 6, im Büro Plan 17, 20459 Hamburg, Telefon +49 40 468 99 11 33, Telefax +49 40 22 81 59 112, magazin@marketing.hamburg.de **Redaktion** York Pijahn, Gabriela Herpell, Philip Reichardt (**Beratung**) **Bildredaktion** Beate Engels **Schlussredaktion** Isolde Durchholz **Chefin vom Dienst** Frauke Haack **Artredaktion** Florian Gmach **Layout** Eva Reiske **Texte** Uta Bangert, Stefanie Bilen, Franziska Bulban, Philipp Kohlhöfer, Gunthild Kupitz, Kristina Läscher, Christiane Langrock-Kögel, Nadine Lischick, Sara Mously, Thomas Östreicher, Hans Wille **Fotos** Roderick Aichinger, Christian Kerber, Stephan Ziehen **Illustration** Dirk Schmidt **Anzeigen** Süddeutsche Zeitung Media GmbH, Anita Horvath, Zweibrückenstraße 5–7, 80331 München, Tel. +49 89 23 88 74 21, Fax +49 89 23 88 74 10 **Druck** Firmengruppe APPL, PRINT.Forum, Neulandstraße 40, 74889 Sinheim **Repro** Compumedia GmbH. Der Verlag übernimmt für unverlangt eingesandte Unterlagen keine Haftung. Das Papier des Hamburg-Magazins wird aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff hergestellt. Bei Nichterscheinen durch höhere Gewalt oder Streik kein Entschädigungsanspruch. Eine Verwertung der urheberrechtlich geschützten Zeitschrift und aller in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen, insbesondere durch Vervielfältigung oder Verbreitung, ist ohne vorherige schriftliche Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar, soweit sich aus dem Urheberrechtsgesetz nichts anderes ergibt. Die Veröffentlichung der Veranstaltungstermine erfolgt ohne Gewähr.



WORAN IN HAMBURG GERADE ERFOLGREICH GEARBEITET WIRD



AN DER SCHÖNHEIT

Die Kleidung für das Personal des Deutschen Pavillons auf der Expo 2012 im südkoreanischen Yeosu wurde von Studentinnen der Hamburger Modeakademie JAK entworfen. Inspiriert vom Expo-Motto „Der lebende Ozean und die Küste“, entwarfen vier Studentinnen für die 70 Angestellten Outfits im modernen Matrosen-Look, Richtung Fischerhemd und Friesennerz. Der 1700 Quadratmeter große Expo-Pavillon wird übrigens auch von Hamburg aus organisiert. Durchführungsgesellschaft ist – bereits zum zweiten Mal – die Hamburg Messe und Congress GmbH. Im Pavillon-Restaurant wird es deshalb für die Besucher vermutlich auch deftige Küche aus Norddeutschland geben.

AN DER LIEBE

Deutschlands wichtigste Partnervermittlungsportale sind an der Elbe zu Hause. Bei „Parship“, laut Stiftung Warentest die beste Partnerbörse im Internet, finden 38 Prozent aller Premium-Mitglieder einen neuen Lebenspartner. Das im Mai 2011 in Hamburg gegründete Portal „meetOne“, das neben Flirts auch platonische Kontakte vermittelt, wächst derweil täglich um 3000 Nutzer. Hamburger Singles sind laut einer Studie von „Elitepartner“ übrigens bundesweit am optimistischsten: 52,4 Prozent glauben, dass sie sich neu verlieben.

AN WÄRME UND LICHT

Erneuerbare Energien gewinnen in Hamburg zunehmend an Bedeutung. Seit 2009 sind in der Branche rund 2000 neue Arbeitsplätze entstanden. Derzeit erzeugen in Hamburg 59 Windenergieanlagen etwa 103 Gigawattstunden Strom pro Jahr – genug, um 38 000 Zweipersonenhaushalte zu versorgen. Vor allem aber sind in Hamburg fast alle führenden Unternehmen, Dienstleister und Zulieferer der Windenergiebranche angesiedelt. Zuletzt hat Siemens Wind Power seine internationale Zentrale des Windenergiegeschäftsbereichs vom dänischen Brande nach Hamburg verlegt. Siemens hat derzeit Aufträge im Wert von mehr als 10 Milliarden Euro, unter anderem für Windkraftträder in Afrika.

AN TRAUMEN WELTEN

Die erst im Februar mit einem Oscar ausgezeichneten Spezialeffekte in Martin Scorseses 3-D-Film „Hugo Cabret“ entstanden zum Teil im Hamburger Schanzenviertel. Denn zu den weltweit derzeit elf Standorten des in Frankfurt gegründeten Unternehmens Pixomondo gehört seit Juni 2011 auch die Hansestadt. Pixomondo ist für 98 Prozent der Spezialeffekte im Film verantwortlich, 483 Effektbastler arbeiteten an dem Projekt. In Hamburg wurden unter anderem die Häuser für die Anfangsszene modelliert, in der Paris im Jahr 1930 zu sehen ist. Die nächsten Projekte des Hamburger Teams sind der neue Film von „Super 8“-Regisseur J. J. Abrams und eine Serie von Roland Emmerich.

AN DER ZUKUNFT

Wie soll die Stadt von morgen aussehen? Und was wünschen sich eigentlich die Bürger? Diese Fragen stellt und beantwortet eine 2009 gegründete Initiative, die sich als Thinktank für Bürger befreit. „Nexthamburg“ wird von einem Team aus Stadtplanern, Soziologen, Politologen und Medienmachern betrieben. Online oder bei öffentlichen Treffen können Bürger Zukunftsideen vorstellen und diskutieren. 5000 Hamburger haben sich bislang beteiligt, 600 Ideen wurden entwickelt. Zum Beispiel eine Umweltkarte, mit der man Bonuspunkte für umweltfreundliches Handeln sammelt – mit denen man dann zum Beispiel ein Car-Sharing-Auto leihen kann. Zum Zukunftscamp von „Nexthamburg“ kamen 2000 Frauen und Männer ins alte Ohnsorg-Theater.

AN DER BEWEGUNG

Mit fast neun Millionen umgeschlagenen Standardcontainern war der Hamburger Hafen 2011 der zweitgrößte Containerhafen Europas. Aneinandergereiht könnte man mit ihnen eine Kette aus Stahlboxen bauen, die einmal um den gesamten Erdball führt. Aber meistens sind die Container ja unterwegs – auf den Schiffen, die rund 3500 Menschen in Hamburg und der Metropolregion bauen.

AN DER ERFRISCHUNG

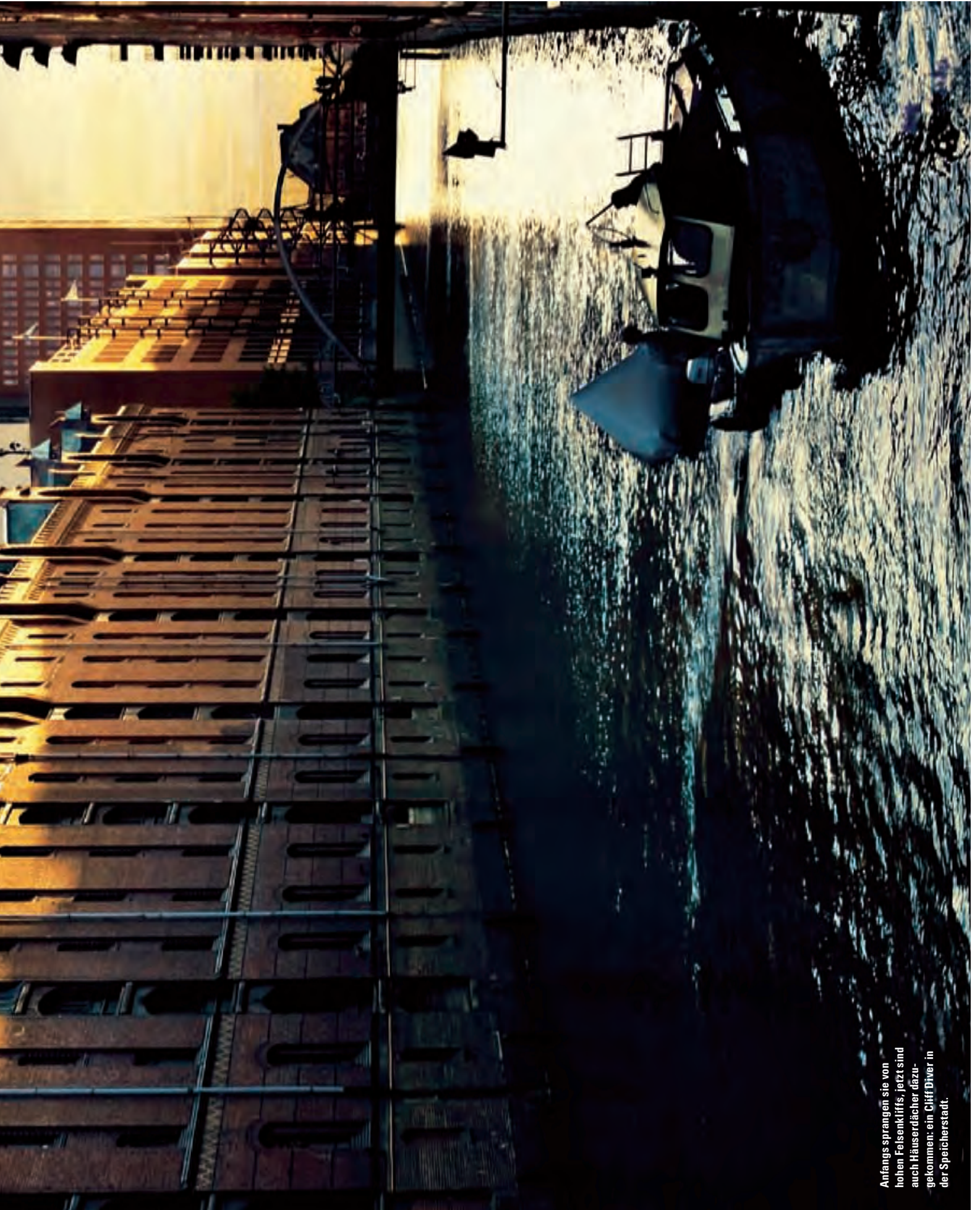
Hamburger lieben Astra. Doch das war nicht immer so: Bis Ende der 90er-Jahre galt Astra als Malocherbier, das von älteren Herren in Hausschuhen getrunken wurde. Eine Plakatkampagne der Hamburger Werbeagentur Jung von Matt änderte das. Sie zeigte einen aggressiv dreinschauenden Mann, der seine Unterlippe packt, nach vorn zieht und dort ein „Astra“-Tattoo präsentiert. Darüber der Schriftzug: „Was dagegen?“ Und es folgten weitere ähnlich schräge Motive. Auf dem von den Hamburgern Feldmann+Schultchen neu gestalteten Etikett prangt ein knallroter Herzanker: das Seefahrersymbol für Glaube, Liebe und Hoffnung. Mittlerweile schenken auch Kneipen in Berlin, Köln und München Astra aus, die Produktion soll innerhalb der kommenden fünf Jahre verdoppelt werden. Sogar in China trinken sie es schon. Dort hat eine Firma namens Zhejiang Cowboy Beer eine Brauereilizenz erworben. Und hat das Bier Rotes-Herz-Bier genannt, auf Chinesisch natürlich.

A dramatic photograph of a person in silhouette jumping from the edge of a building. The person is in mid-air, with their arms and legs outstretched. The building's facade is visible on the right side, showing windows and architectural details. The sky is a mix of blue and white, suggesting a bright but slightly overcast day. The overall mood is one of daring and risk-taking.

DEN MUTIGEN GEHÖRT DIE ZUKUNFT

„Das klappt doch nie.“ Diesen Satz haben die Hamburger, die Sie auf den nächsten Seiten kennenlernen, oft gehört. Und sich trotzdem mit ungewöhnlichen Ideen selbstständig gemacht. Geschichten vom Sprung ins kalte Wasser.

Titelfoto: Marcel Lämmerhirt
Fotos: Christian Kerber
Texte: Uta Bangert, Stefanie Bilen,
Franziska Bulban, Kristina Läser



Anfangs sprangen sie von hohen Felsenkliffs, jetzt sind auch Häuserdächer dazu gekommen: ein Cliff Diver in der Speicherstadt.

Unter den Kränen des Hafens
museums: Lucius Bunk (links)
und Alexander Tebbe sind
Hamburgs jüngste Reeder.
Zahl ihrer Schiffe: eins.



ZWEI MANN IN EINEM BOOT

Auerbach Schifffahrt, so wollten Alexander Tebbe, 30, und sein Freund Lucius Bunk, 33, ihre erste eigene Firma nennen. Im Gedenken an „Auerbachs Keller“ in Leipzig, wo Goethe, den sie bewundern und dessen Werte sie schätzen, Szenen seines „Faust“ spielen ließ. Tebbe und Bunk brauchten also einen Mitgesellschafter, der Auerbach heißt. Lange mussten sie suchen, dann willigte einer der vielen

Auerbachs, die sie angerufen hatten, ein. Als die beiden loslegten, im Oktober 2010, erholte sich die Schifffahrt gerade langsam von der Krise. „Der ideale Zeitpunkt für einen Einstieg“, sagt Tebbe. Fünf Jahre hatten er und Bunk bei der Hamburger Traditionsreederei Ernst Russ gearbeitet. Tebbe, Typ strubbelige Haare und Lederjacke, stammt aus dem Emsland, schon der Großvater war Kapi-

tän. Tebbe ließ sich zum Schifffahrtskaufmann ausbilden und studierte Schiffsfinanzierung in London. Lucius Bunk hat Volkswirtschaft und Philosophie studiert, in Shanghai Chinesisch gelernt. Und er wollte unbedingt selbstständig werden. Mit der Hilfe von acht Investoren und einer Regionalbank kauften die Jungreeder im März 2011 ihr erstes Schiff: einen gebrauchten Frachter mit zwei

Kränen an Deck, für zehn Millionen Euro. Künftig soll die „Maple Ingrid“ sperrige Güter wie Gabelstapler, Schienen für Bahngleise, Baumaterial über die Weltmeere transportieren. Natürlich sollen es auch mehr Schiffe werden. Und weil die beiden jung sind und modern, sind auf einer eigenen Facebook-Seite spektakuläre Fotos des Frachters zu sehen: www.facebook.com/AuerbachSchifffahrt

LADY POPCORN

**FRÜHER
DRILLINGSMUTTER
JETZT
GESCHÄFTSFÜHRERIN
NICHT MÖGLICH OHNE
USA-REISE**

Seit Tagen sucht Susanne Niederbremer einen Fachmann für die Wartung der großen, silberfarbenen Maschinen. „Aber wer kennt sich in Hamburg mit einer Popcornmaschine aus“, sagt sie. In den USA gibt es solche Experten natürlich. Allerdings dauert der Geräteversand ewig – und ohne ihre Maschinen ist sie aufgeschmissen. Nun soll ihr Mann versuchen, die Popcornmaschinen zu reparieren. Es quietscht. Die Firma dagegen, die „Kates Popcorn“ heißt, brummt. Die Idee der heute 53-jährigen, Popcorn als exklusive Nascherei mit Schokolade, Karamell oder Honig-Chili überzogen zu verkaufen, kommt an. Jeden zweiten Tag schickt Susanne Niederbremer Lieferungen an Delikatessengeschäfte, an Edeka-Märkte, Cafés und Hotels – an beinahe 1000 Abnehmer deutschlandweit. Es ist die hohe Qualität, die die Kunden schätzen. Denn Niederbremer schüttet die Ku-


vertüre nicht wie die Konkurrenz bloß übers Popcorn, sondern badet die Maiskörner in der Flüssigkeit und siebt die nicht aufgeplätzten aus. Darum kostet eine Tüte allerdings auch drei bis fünf Euro.

Als ihr Mann die Idee vor ein paar Jahren von einer USA-Reise mitbrachte, war das für Susanne Niederbremer die Gelegenheit zum Wiedereinstieg ins Arbeitsleben. Nach 17 Jahren als Hausfrau und Mutter von Drillingen sehnte sie sich nach Anerkennung von außen, tauschte die heimische Küche im Elbvorort Blankenese gegen einen Gewerbebau in Altona und eröffnete dort eine Popcornküche. Ihr Mann managt den Vertrieb, während die Popcornexpertin mit neuen Rezepten experimentiert. Zwölf Sorten hat sie derzeit im Angebot – 20 weitere sind geplant. Jetzt kaufen? Compagnie Coloniale, Mönckebergstraße 7. www.kates-popcorn.de

**FRÜHER
STUDENTEN
JETZT
REEDER
NICHT MÖGLICH OHNE
HERRN AUERBACH**



Hamburger Kinos stehen noch nicht auf der Popcorn-Vertriebsliste Susanne Niederbremer. Dafür Hotels und Bars.

A photograph of Lars Lewerenz, the owner of the record label Audiolith, standing in his record store. He is wearing a red and white baseball cap and a green and yellow camouflage jacket. He is leaning on a counter covered with stacks of vinyl records. In the background, there are tall shelves filled with records and a window with a grid pattern. A circular mirror is mounted on the wall behind him.

Lars Lewerenz ist einer der Inhaber des Plattenlabels Audiolith. Er selbst kauft gern im Musikgeschäft „Plattenrille“ am Grindelhof.

MACH MAL LAUTER

FRÜHER
ZIVILDIENTSTLEISTENDER
JETZT
PLATTENLABELCHEF
NICHT MÖGLICH OHNE
HERZBLUT

„Manchmal fluchen wir darüber, dass wir mit den Künstlern so gut befreundet sind“, sagt Lars Lewerenz. Er sitzt im Konferenzraum im Hamburger Karostar in der Nähe der Reeperbahn, einem Gründerzentrum für alle, die mit Musik zu tun haben. Weiße Kappe mit rotem Schirm, zwei Kapuzenpullis übereinander, Lewerenz ist der Typ, der in Hamburger Kneipen Barkeeper mit Handschlag begrüßt. Die Szene ist seine Welt, sagt er. „Hamburg ist nicht nur die Stadt der Elbphilharmonie, sondern auch die Stadt der Roten Flora“ – des Zentrums für alternative Kultur am Schulterblatt. Seine Augen sind müde, er

ist früh aufgestanden – sein erster Sohn, Oskar, ist noch klein. Doch sein wahrer Erstgeborener, sagt Lewerenz, heißt: Audiolith. Das Label. „Klingt pathetisch, aber das ist mein Lebenswerk.“ Audiolith ist mehr als ein Logo auf dem Plattencover. Audiolith ist ein Label, das eine eigene Fangemeinde hat, für das es T-Shirts, Taschen, Klebeband gibt. Wer neugierig ist, kann einfach im Büro vorbeikommen, Bierchen trinken, schnacken. Rund 20 Musiker werden zurzeit von Audiolith betreut: Partymusik, mit Beats und Refrains zum Mitsingen, die Electropunk-Band Frittenbude, politischer Hip-Hop aus Hamburg von

Johnny Mauser, elektronischer Pop aus Kassel von Ira Atari. „Musik wird geliebt und gelebt“, sagt Lewerenz, „Da geht es um Lebensgefühl, um Texte, die Halt im Alltag geben.“ Bisher lohnt sich das Geschäftsmodell Herzblut. Dank einer Mischkalkulation aus T-Shirt-Verkäufen, Konzerten und CDs wächst Audiolith. Etwa 40 Prozent der Musikeinnahmen werden durch Downloads erzielt. Das Gejammer der Branche versteht Lewerenz nicht. „Krise? Welche Krise?“ fragt er. „Man muss auch immer sehen, wer da schreit. Wir zumindest haben ein gutes Jahr hinter uns.“ www.audiolith.net

ACKERN FÜR LINDA



Zehn Arbeitsplätze hat Karsten Ellenberg schon geschaffen – so gut läuft das Geschäft mit dem Versand und Verkauf seiner Superkartoffeln.

Für Karsten Ellenberg sind Kartoffeln Kostbarkeiten. Seit Ende März ist der blonde Biobauer wieder draußen auf dem Feld, um in Barum bei Uelzen, am Südrand der Lüneburger Heide, seine Schätze zu pflanzen, 400 Tonnen will er am Ende ernten – nicht die üblichen Cilena oder Belana, sondern Bamberger Hörnchen, Angelner Zapfen, Blauer Schwede. Krumm wie Hörnchen, länglich wie Tannenzapfen oder oval, mit zartrosa, blauer oder violetter Schale. Die alten, fast vergessenen Kartoffelsorten zu erhalten und wieder zu verbreiten hat sich der heute 49-Jährige vor 20 Jahren vorgenommen, sich von Vieh-

haltung und Zuckerrübenanbau verabschiedet, den Stall zum Geräteschuppen und die Scheune zum Kartoffellager umfunktioniert und ein Labor für die sterile Blütenbestäubung eingerichtet. Nicht ahnend, dass er damit einmal die Kartoffelsorte Linda retten und für Schlagzeilen sorgen würde. Als Linda nach Ablauf des 30-jährigen Sortenschutzes durch einen Winkelzug der Saatgutfirma, die die Rechte hielt, 2005 vom Markt verschwinden sollte, statt wie üblich für die Allgemeinheit freigegeben zu werden, sah sich der Landwirt in seiner Existenz bedroht. „Unsere Ernte bestand zu 80 Prozent aus Linda,

aber von der Firma gab es keine Pflanzkartoffeln mehr“, erzählt er. Zum Glück hatte Ellenberg sein Labor, das gab ihm die Möglichkeit, seine Linda-Stecklinge unter sterilen Bedingungen zu vermehren. Er mobilisierte Verbündete: Landwirte, Köche, Feinschmecker und Verbraucherschützer. Selbst die „Tages-themen“ beschäftigten sich mit dem Thema. Im Februar 2010 bekam Linda mit der von Ellenberg beantragten Neuzulassung ihren offiziellen Segen vom Bundessortenamt – seither ist sie wieder im Handel. 2011 wurde Ellenberg für sein Engagement mit dem Förderpreis Ökologischer Landbau ausgezeichnet.

**FRÜHER
KONVENTIONELLER
LANDWIRT**

**JETZT
KARTOFFELRETTER**

**NICHT MÖGLICH OHNE
SEIN LABOR**

UNTER STROM

DIE T

**FRÜHER
AUTOHÄNDLER**
**JETZT
E-MOBIL-ENTWICKLER**
**NICHT MÖGLICH OHNE
MAMA ALS
TESTFAHRERIN**

Sirri Karabag, Sohn eines türkischen Gastarbeiters und einer Deutschen, ist Unternehmer, so sagt er es, und kein Unterlasser. Der 46-jährige Autoverkäufer machte sich 1992 als Fiat-Händler selbstständig und stieg nach und nach zum größten Nutzfahrzeughändler Deutschlands auf. Fast gleichzeitig brachte er es mit in Eigenregie entwickelten Elektroautos zum bundesweiten Marktführer – wobei er die großen Autokonzerne abhängt. Beinahe lautlos und absolut abgasfrei schnurren seine E-Mobile als Karabag New 500 E durch Stadt und Metropolregion. Der Mann, der als Hamburgs Elektroauto-Pionier gilt, zeigt ein Foto von 1952 auf seinem Tablet-PC: „E-Mobile wurden in Hamburg schon vor 60 Jahren hergestellt, hier gibt es die älteste Tradition in Sachen Elektromobilität.“ Die Technik musste nicht neu erfunden,

den, nur verbessert werden. Als ihm das klar geworden war, brauchte Sirri Karabag kaum eine Viertelstunde, da hatte er die Firmen Still und Linde als Partner gewonnen. „24 Stunden später saßen deren Ingenieure bei mir, nach einem Jahr hatten wir das erste Modell fertig – das Auto des Jahres 2010.“ Anstatt einen neuen Wagen zu entwickeln, rüstete er einen Fiat-500-Benziner um, stattete ihn mit Akku, Elektromotor und ausgetüftelter Multibox für die Bordelektronik aus und verkaufte 600 davon in nur zwei Jahren, Marktanteil: 50 Prozent. Noch ist das Fahren mit Strom nicht sehr verbreitet, erst 4541 zugelassene Elektrofahrzeuge rollen derzeit auf deutschen Straßen. Jedes fünfte E-Mobil allerdings kommt von Karabag, der bescheiden sagt: „Hamburg ist eben eine Modellregion.“



Sirri Karabag, dessen Testfahrerin seine Mutter ist, möchte den Großteil der 15000 E-Mobile liefern, die 2015 auf Hamburgs Straßen fahren sollen.

Foto: BAMS/Christina Spreitz



**FRÜHER
ANGESTELLTE
VERLAGSLEITERIN**
**JETZT
VERLEGERIN**
**NICHT MÖGLICH OHNE
HAMBURG**

RAUT SICH WAS



Katarzyna Mol-Wolf zog mit dem Magazin „Emotion“ von München nach Hamburg. Und gründete gleich noch eine Zeitschrift: „Hohe Luft“.

Fünf Jahre hatte Katarzyna Mol-Wolf als Verlagsleiterin bei G+J München für „Emotion“ gekämpft. Ein anderes Frauenmagazin, ohne die üblichen Modestrecken, dafür Lesestücke und Psychologie. Doch das Heft erfüllte die Erwartungen des Verlages nicht – vor zwei Jahren drehte der den Hahn zu.

„Emotion“ ist auf einem guten Weg“, sagt die 38-Jährige heute.

Sie hat einen großen Schritt gewagt, mehr als eine Million Euro investiert und ist nun selbstständige Verlegerin in Hamburg. Hier wurde sie von der Hamburger Beteiligungsgesellschaft, der Bürgerschaftsgemeinschaft und einem Privatinvestor unterstützt. „Ich glaube fest, dass man mit Engagement und Leidenschaft für eine Sache Berge versetzen kann.“ Wenn Mol-Wolf spricht,

rollt sie das R, und es klingt so sympathisch, dass man sofort an ihre Überzeugungskraft glaubt. 19 Mitarbeiter hat sie, Auflagen- und Anzeigenumsätze entwickeln sich gut.

Vielleicht funktioniert ja ihr Magazin, weil sie eine gute Motivatorin ist: Mol-Wolf floh als Siebenjährige mit ihrer Mutter, einer Solidarność-Anhängerin, aus Polen nach Deutschland. Sie

hat gelernt, sich durchzubeißen, nachzulesen in ihrer Biografie „Mit dem Herz in der Hand – Eine Geschichte über die Freiheit, das Glück, meine Mutter und mich“. Das Buch muss sie geschrieben haben, während sie mit dem Philosophie-Magazin „Hohe Luft“ ein weiteres Projekt lanciert, geheiratet und ein Baby bekommen hat. Das ist Multitasking. www.emotion.de

DAS GIBT'S NEUES

**An einem Wochenende
die besten Restaurants,
Bars und Geschäfte
in Hamburg entdecken.**

DER FREITAG

15:00 Uhr // Erst mal ins Hotel einchecken. Wer's gern schräg mag, wählt die „Superbude“ auf St. Pauli. Schlafen kann man dort in Doppel-, Vierer- oder Sechserbuden, aber auch in einer Rockstarsuite, die mit Bartisch und Stühlen aus Astra-Kisten aussieht wie ein kleiner Privatclub. Die Suite hat eine eigene Bühne, die sich nach der Party zum Bett für sieben Bandmitglieder umfunktionieren lässt. Auf dem Kopfkissen wartet ein kühles Astra. Wem das zu hoch hergeht, der bucht „Das kleine Schwarze“ im ruhigen Eimsbüttel. Ein lang gehegter Traum, dieses kleine schwarze Haus, sagen die Besitzer und haben aus der Pension eine Mischung aus minimalistischem Edelhotel und Fotogalerie gemacht.

www.superbude.de/stpauli
www.das-kleine-schwarze.com

17:00 Uhr // Tea Time in Ottensen: „Adele & Clodwig“ ist ein sogenannter Concept Store, verkauft wird in den fünf im Landhausstil eingerichteten Räumen nur das, was der Inhaberin, Frau



Böhm-Rupprecht, gefällt: vom Vintage-Möbelstück über Handtaschen und Schals bis zur Feinkost, beispielsweise englischem Clipper Tea. In Großbritannien trinkt man den fair gehandelten Biotee seit 25 Jahren in allen möglichen Sorten – von Echinacea bis Löwenzahn.

www.adeleundclodwig.com

20:00 Uhr // An der einst tristen Altonaer Großen Bergstraße, die bald von Ikeas erster Stadtfiliale aufgemöbelt wird, tut sich so einiges. Das neue Bistro „Weinberg“, Ableger von Hamburgs ältestem Weinlokal „Zur Traube“, ist nur ein Beispiel. Da gibt es fleischreiche kalte Platten, aber auch Käsevariationen und wechselnde warme Speisen. Plus: bis 22 Uhr 120 feine Weine auch im Außer-Haus-Verkauf.

www.weinberg-hamburg.de

00:00 Uhr // Ein neuer, wunderschöner Club auf der Reeperbahn 48: Der „CH“ (Club Hamburg) hat zwei Tanzflächen, wo House und Electro läuft. LED-Lichtdesign lässt die Bars in Rosa und Lila leuchten. Stylisher kann man kaum ausgehen. Der Dresscode: Kapuzenshirts und Baseballkappen sind unerwünscht. www.clubhamburg.info/

DER SAMSTAG



10:00 Uhr // Zuerst mal modern shoppen im neuen Adidas Neo Store in der Poststraße 9, dem bundesweit ersten Laden der Adidas-Jugendmarke Neo. Besondere Attraktion ist der *social mirror*, ein zwei Meter hoher Spiegel, der mit integrierter Kamera bei der Anprobe Bilder schießt – und sie anschließend gleich auf Facebook hochlädt. Auch nicht anwesende Freunde müssen ja schließlich um Rat gefragt werden.

<http://adidas.com/neo>

12:00 Uhr // Nur ein paar Gehminuten entfernt, in der Wexstraße 28, befindet sich die Galerie „The Quick Brown Fox Jumps Over The Lazy Dog“. Ein Designjournalist und seine Partnerin leisten sich diese kleine,





ungewöhnliche Galerie für teures, junges Design. Zum Beispiel an die Wand genagelte Glühbirnen für unglaubliche 220 Euro. Mittendrin: eine Art Mailänder Bar. Der Espresso ist hervorragend – und auf jeden Fall wesentlich günstiger als die Exponate.

www.lazydog-gallery.com

15:00 Uhr // Nach der schicken Innenstadt brauchen Sie jetzt Kontrastprogramm. Auf St. Pauli, am Nobistor 38, hat das größte Tischfußballzentrum der Welt eröffnet. Im „Kixx“ stehen auf schlichten 300 Quadratmetern 20 Tische. Hier trifft man echte Profis und reine Spaßspieler. Die Tages-Gastpauschale: günstige 2,50 Euro für *all you can play* – samstags immerhin bis nachts um zwei, so günstig kann man in kaum einer Kiez-kneipe kicken.

www.kixx-hamburg.de

20:00 Uhr // Sie sind bei Hamburger Freunden zum Abendessen eingeladen? Und suchen ein Mitbringsel? Wie wär's mit einem selbst gemachten Dessert – zum Beispiel glasierte Früchte auf Honig-Lavendel-Joghurt mit Rosmarin? Idee, Rezept und Zutaten gibt es im „Kochhaus St. Georg“: In der Langen Reihe 60 steht das erste Hamburger

Lebensmittelgeschäft, das nicht nach Waren, sondern nach Rezepten geordnet ist. Für rund 20 Rezepte kann man alle Zutaten kaufen, inklusive Anleitung. Sie müssen später nur für ein Viertelstündchen die Küche Ihrer Freunde leihen.

www.kochhaus.de

DER SONNTAG

09:00 Uhr // Raus aus der Stadt. Die Hamburger Metropolregion reicht weit in jede Himmelsrichtung, im Süden bis an den Rand der Heide: Rund eine Stunde fährt man mit S-Bahn und Bus zum Freilichtmuseum am Kiekeberg. Im Mai eröffnet hier eine Mischung aus Museum und Erlebniswelt – das Agrarium. Es führt auf drei Etagen die Produktion unserer Lebensmittel vor und dokumentiert ihren Weg vom Acker bis in die Tütensuppe, vom Euter bis in den Joghurtbecher, von der rohen Kaffeebohne zum leckeren Cappuccino. Den kann man auch gleich genießen, in der kleinen Kaffeerösterei „Koffietied“.

www.kiekeberg-museum.de

13.30 Uhr // Hunger? Steigen Sie am Bahnhof ins Taxi, die kleine Stadtrundfahrt führt an die Altonaer Waterkant. Zwischen Fischmarkt und Övelgönner Sandstrand hat Dirk von Haften das Restaurant „River Grill“ eröffnet, quasi als Nachfolger von Christian Rachs berühmtem „Tafelhaus“. Es gibt edles Rindfleisch vom Grill, Sie gucken beim Essen auf vorbeifahrende Containerschiffe. Nach dem Digestif gehen Sie am besten immer die Elbe entlang bis zur Speicherstadt. Es dauert gut eine halbe Stunde vom „River Grill“ über den Fischmarkt und die Landungsbrücken bis an den Baumwall, wenn man schlendert.

www.river-grill.de

17:00 Uhr // Wenn Sie sich nicht sattsehen können an Wasser, Kränen und altem Backstein und dafür ein ruhiges Plätzchen mit einem geradezu meditativen Ausblick suchen, sei Ihnen das „Café Minah“ empfohlen. Das austernförmige, lichte Gebäude mit der gläsernen Front – Blick auf die Speicherstadt und den Hafen –, im Jahr 2011 erbaut, wird in jedem Architektenblog lobend erwähnt.

www.cafe-minah.de

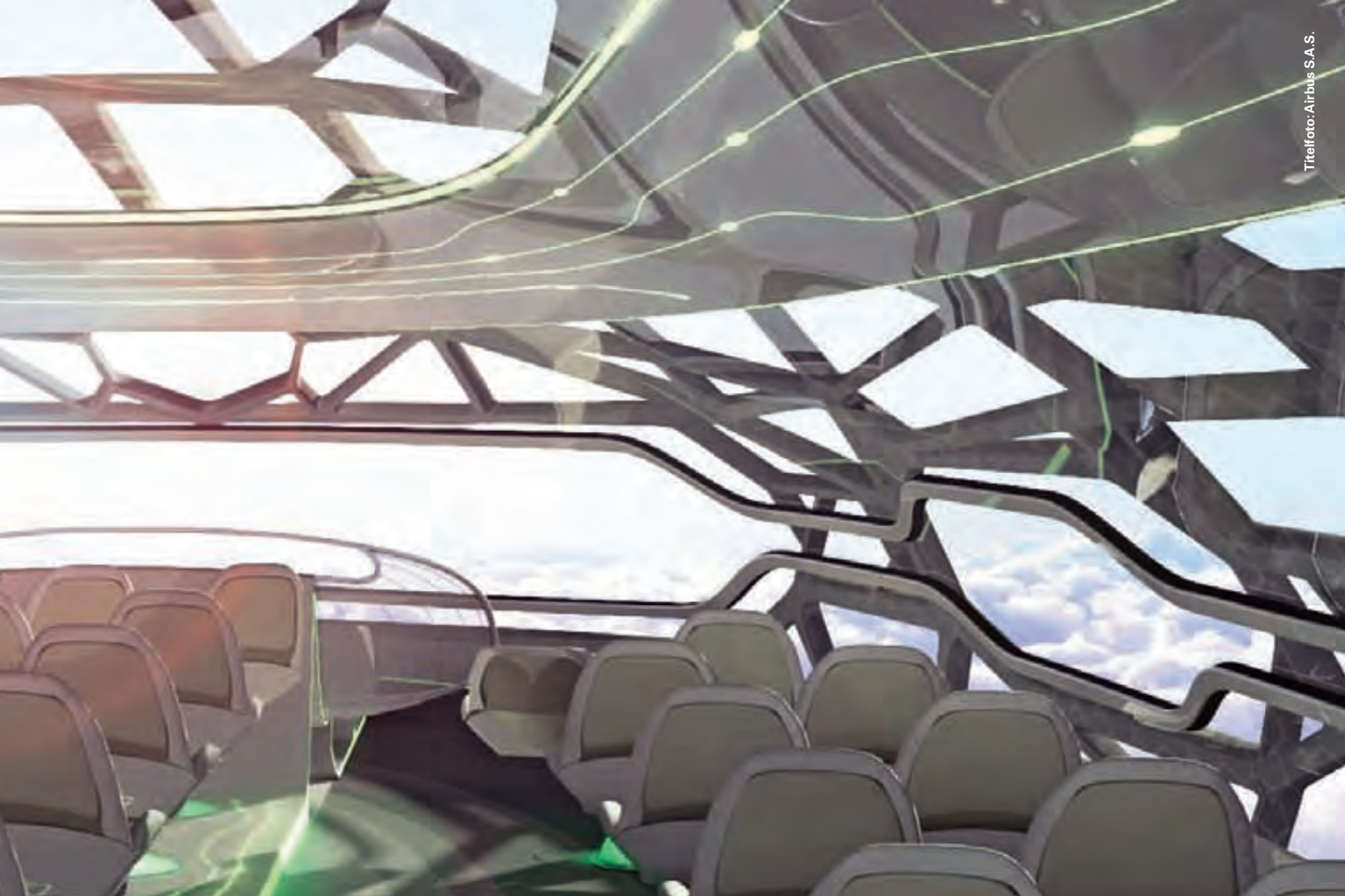




FLIEGER MIT AUSSICHT

Was wäre, wenn Fliegen nicht öde und anstrengend, sondern wieder eine Freude wäre? Und Flugzeuge die Schönheit und Effizienz von Vögeln hätten? Bei Airbus glaubt man: Das geht.

Text: Philipp Kohlhöfer Fotos: Roderick Aichinger



Die Zukunft des Fliegens beginnt mit einem kleinen Stück Metall, das Bracket heißt. Es soll in den Airbus A350 XWB eingebaut werden – ein Flugzeug, das in drei Jahren ausgeliefert wird – und wurde in einer Art 3-D-Drucker geprintet. Ingo Wuggetzer sitzt am Schreibtisch bei Airbus, in Hamburg-Finkenwerder, im Süden der Elbe, und lächelt. Ein Drucker, der dreidimensional formt, was zuvor nur am Computerbildschirm zu sehen war. Das klingt wie Science-Fiction. Und so muss man sich das vorstellen: Das Bracket wird aus Aluminiumpulver hergestellt, die Verwendung von Titan ist ebenfalls möglich. In dem Drucker, der aussieht wie einer für Papier, wird Schicht für Schicht gedruckt, sodass das Bracket dreidimensional wird. Es gibt bereits die ersten Druckermodelle für den Hausgebrauch. „Das Bracket ist eine Halterung, eine Verbindung“, sagt Wuggetzer. „Diese Verbindungen haben eine bionische Struktur. Sie sind an der Natur orientiert“ – sprich: voller Hohlräume, das macht sie leicht und stabil. „Zuerst setzen wir das mit kleinen Bauteilen um“, er klopft mit den Fingern auf das Kabinenmodell, das vor ihm auf dem Schreibtisch steht, „aber das Ziel ist klar.“

Ingo Wuggetzer, 46, verbindet Design und Technik bei Airbus; er ist Vizepräsident Kabineninnovation & Design. Fast ein halbes Jahr hat er sich mit einem bunt gemischten Team eine Kabine für das Flugzeug der Zukunft ausgedacht – eine Kabine, wie sie sich die Kunden wünschen. Er lehnt sich nach vorn. Stützt die Ellbogen auf den Tisch, zählt an den Fingern ab: Bereits heute werde an transparenten Metallen geforscht, das sei zwar weitgehend Zukunftsmusik, aber es werde geforscht. Es gebe selbstreinigende Stoffe und solche, die sich ganz von allein dem Körper komfortabel anpassen. Und neue Technologien für nachhaltige Lösungen mit weniger Ressourcenverbrauch und voller Recyclingfähigkeit. Dann lächelt er wieder. Ein Lächeln, diesmal mehr Aussage als Ausdruck von Freude. Selbstbewusst. Wir schaffen das.

Der Beweis wird von unten abwechselnd grün, blau, gelb und rot angestrahlt. Die sogenannte Concept Plane Cabin, die Airbus im Sommer 2011 vorstellte, soll nicht weniger als eine Vision des Fliegens im Jahr 2050 zeigen. Und warum bis dahin nicht einen ganzen Flugzeugrumpf ausdrucken? 2050 sollen die Flugzeuge sich an Vögeln orientieren. Der Aluminium-

Wo die Freiheit wohl grenzenlos ist: Airbus hat die Kabine der Zukunft entworfen.



Ingo Wuggetzer ist bei Airbus zuständig für die Verbindung von Design und Technik ...

rumpf ist dann einem Gerüst gewichen, dessen Strukturteile in der Form an Vogelknochen erinnern und auch so aufgebaut sind: hohl im Innern, stabil nach außen. Ein solches Flugzeug wird nicht nur um die Hälfte leichter sein – der Rumpf soll so geformt sein, dass eine Verbesserung der Aerodynamik erreicht wird. So ein Rumpf wird, kombiniert mit längeren, dünneren Tragflächen, den Luftstrom besser aufnehmen, gar als Auftriebsfläche dienen. Der Kerosinverbrauch wird sinken. Weiterer Vorteil: Weil das bionische Gerippe größere Löcher hat, kann es größere Fenster geben. So groß, dass die Vorderfront ein einziges Fenster ist und den Blick auf die Wolken freigibt.

Und Menschen mit Flugangst? „Kein Problem“, sagt Wuggetzer. Wegwerfende Handbewegung. „Man kann die Kabine ja verdunkeln.“ Sie sei mit einer Art Membran ausgekleidet, die Lichtmenge, Temperatur und Luftfeuchtigkeit steuert. Und statt Kabel werde ein neurales Netzwerk verlegt, intelligent, drahtlos, ausgestattet mit Sensoren, die alles messen – bis hin zum Wohlbefinden des Fluggasts. Und wie soll das gehen? Wuggetzer hört auf zu lächeln, kurz. „Man muss die Studie als Roadmap sehen. Die Ingenieure nehmen

den Ball auf und entwickeln nachhaltige Lösungen für die Zukunft.“ Ambitionierte Ziele. Zu ambitioniert?

Vielleicht. Andererseits ist in den letzten Jahren viel passiert, was vor nicht allzu langer Zeit ebenfalls sehr unwahrscheinlich war. Airbus-Ingenieure haben Sonden entwickelt, die Böen messen und bewegliche Teile am Flugzeug genau darauf einstellen. Die Luftströmung wird optimiert, der Treibstoffverbrauch reduziert. Vorbild waren Vögel, die in der Luft mit den Schnäbeln Böen spüren und mit der Anpassung ihrer Flügel Federn darauf reagieren. Warum soll das nicht noch mal klappen? Im neuen Airbus A350 XWB werden diese Sonden zum ersten Mal eingesetzt; Technik, die in Flugzeugen weltweit zum Einsatz kommen wird. Denn rund 350 Airlines sind Kunde bei Airbus. 2011 wurden 228 Flugzeuge ausgeliefert, ein Flugzeug pro Arbeitstag. Und das Geschäft läuft immer besser: Zum neunten Mal in Folge ist Airbus 2011 der größte Flugzeugbauer der Welt. Schon jetzt arbeiten knapp 12 000 Menschen im Hamburger Werk und machen es zum größten industriellen Arbeitgeber der Hansestadt. Und doch ist Airbus nur Teil eines Verbunds: Neben Flugzeugbau, Flughafen und der Lufthansa



Technik AG befinden sich etwa 300 Zulieferer in unmittelbarer Nähe. Rund 39 000 Menschen sind in der Region Hamburg in der Luftfahrtindustrie beschäftigt. Airbus-Werke aus Großbritannien liefern Tragflächen, aus Spanien das Höhenleitwerk, aus Frankreich die Cockpitsektion und aus Deutschland den Rumpf. Zudem sitzen in der Metropolregion Hamburg viele auf Kabinensysteme spezialisierte Zulieferer. Durch die hohe Kompetenz vor Ort zählt Hamburg mit Toulouse und Seattle zu den drei führenden zivilen Luftfahrtstandorten der Welt.

„Sind auch gute Leute hier“, sagt Jennifer Hensel, 26. Sie hat Luft- und Raumfahrttechnik studiert, jetzt lernt sie Fluggerätmechaniker bei Airbus. Sie baut das Flugzeug. Hier ein Flügel, dort Verkleidung, ein Stück Außenwand. Sie ist so hoch spezialisiert, dass der Job eine Beschäftigungsgarantie mit sich bringt: Alle 600 Auszubildenden bei Airbus werden übernommen. Das wissen sie schon, bevor ihre Ausbildung beginnt. Hensel steht in Produktionshalle 9. Um sie herum zehn A320-Flugzeuge, alle halb fertig. Drei Millionen Teile aus ganz Europa werden in einem A320 verbaut, das dauert etwa 21 000 Stunden. Noch sehen die Flugzeuge

nicht aus wie durchsichtige Vögel, sondern einfach wie Flugzeuge. „Veränderung beginnt im Kleinen“, sagt Hensel und hängt ein Stück Kabinenverkleidung auf einen Plastikhaken, der zwischen der Dämmung am Aluminiumrumpf befestigt ist. Normales Plastik, nicht ausgedruckt, keine Hohlraumstruktur. Aber lang dauert es nicht mehr, bis Hensel und ihre Kollegen das neue Verbindungsstück montieren werden – der erste Schritt zur Vision 2050. Das Geschäft läuft bereits: Im Januar 2012 hatte Airbus für die A350-Flugzeugfamilie mehr als 30 Kunden mit insgesamt über 560 bestellten Maschinen. Das Flugzeug ist vor dem Erstflug eine ökonomische Erfolgsgeschichte.

Die Kabinenverkleidung ist eingehängt, nun nimmt Hensel einen Akkuschrauber und dreht auf Fensterhöhe zwei Schrauben fest. Sitzt. Das war’s? „Das war’s.“ Das Flugzeug wirkt schon reduziert, eher wie ein Baustatz von Ikea als wie ein Hightech-Produkt. Aber erstens täuscht der Eindruck, sieht man die Kabelstränge unter der Verkleidung; zweitens liegt hinter der Reduktion ein großer Plan: dieselbe Sicherheit und Leistung, bei weniger Gewicht, weniger Kerosin- und Platzverbrauch. So gesehen ist es bis 2050 nicht mehr lang hin. ⚓

... und träumt manchmal davon, eine Kabine zur Bar oder – kein Witz – zum digitalen Golfplatz umbauen zu lassen.



Sehen Sie mithilfe Ihres Smartphones, wie das Zukunftsflugzeug aussehen soll. Auch unter: <http://www.marketing.hamburg.de/magazinlinks/airbus>



Das also ist der Mann, der als Programmdirektor von ProSieben Stefan Raab groß gemacht und Sendungen wie „Wer wird Millionär?“ und „Big Brother“ ins deutsche Fernsehen gebracht hat. Und der seit verganginem September als Geschäftsführer von Aida Entertainment für das Unterhaltungsprogramm an Bord der Clubschiffe zuständig ist. Borris Brandt, stämmig, braun-weißer Strickpulli, Jeans, Turnschuhe. So sitzt der 51-Jährige am gläsernen Besprechungstisch in seinem Büro. Es liegt im ersten Stock einer ehemaligen Volksschule in Hamburg-St. Pauli, eines mächtigen, roten Backsteingebäudes aus dem Jahr 1888, unweit der Reeperbahn.

Hamburg-Magazin: Herr Brandt, sind Sie vor Ihrem Job bei Aida Entertainment jemals mit einem Clubschiff verreist?

Borris Brandt: Nein. Die letzten 20 Jahre habe ich gar keinen richtigen Urlaub gemacht und war weder auf einem Clubschiff noch in einem Club. Wenn ich früher geschäftlich für drei Wochen in Los Angeles war, hatte ich an mindestens zwei Tagen die Woche Termine, der Rest war ohnehin wie Urlaub.

Früher haben Sie mit Shows wie „Wer wird Millionär?“ oder „Nur die Liebe zählt“ mehrere Millionen Zuschauer erreicht. Heute sind es an einem Abend auf allen acht Schiffen zusammen ein paar Tausend – ein ziemlicher Unterschied.

Nein. Bei „Wer wird Millionär?“ sind auch nur 180 Leute im Studio, und die gilt es zu begeistern. Ihre Stimmung entscheidet darüber, wie die Quote sein wird. Und was die Shows an Bord betrifft: Die werden unter anderem auch über Facebook multimedial weiterverbreitet und finden so ein viel größeres Publikum. Handwerklich funktioniert beides also ziemlich ähnlich.

Gibt es etwas, was Sie beim Fernsehen für Ihren jetzigen Job gelernt haben?

Es geht darum, Ideen zu entwickeln, klare Ziele zu haben und die dann umzusetzen. Die kreativen Möglichkeiten, die ich hier habe, gibt's beim Fernsehen heute nicht mehr. Das ist ja inzwischen extrem formatiert.

Worum geht es denn genau bei Ihrer Aufgabe bei Aida Entertainment?

Ich Sorge gemeinsam mit meinen Kollegen dafür, dass die Gäste die schönsten Tage ihres Lebens haben. Die Unterhaltung an Bord ist eine Art Gesamtkomposition und eine spannende Herausforderung; das finde ich im Fernsehen nicht. Dazu gehört der Themenabend im Restaurant genauso wie unser eigenproduziertes Fernsehen, wie die Kunstaussstellungen, Lesungen oder die kleinen Gesangs- und Tanznummern am Pool. Aber es ist ganz klar: Im Fokus stehen natürlich die großen Shows mit LED-Wand, aufwendiger

Bühnentechnik und ausgefallenen Kostümen. Leute, die sich auskennen, sagen: Was ihr da macht, das ist Las Vegas.

Unten, in der warmen, lichtdurchfluteten Turnhalle der alten Volksschule, schallt „The Power of Love“ aus den Boxen, der Klassiker von Huey Lewis & the News. David Hartly, ein britischer Choreograf, probt mit zwölf Tänzern, Solisten und Allroundern den Morning-Pool-Spot „Heart & Soul“, eine etwa 15-minütige Show, die an Deck gezeigt wird, eine von insgesamt 14 Shows, die das Ensemble auf der „AidaCara“ zeigen wird. Sieben Stunden am Tag, sechs Tage die Woche trainiert die 22-jährige Jessica Rühle aus Berlin dafür. Hinter ihr liegt die knapp 18 000 Euro teure, dreijährige Ausbildung an der privaten Bremer European Musical Academy, vor ihr eine sechsmonatige Reise, auf der sie hauptsächlich zwischen Kiel und Bergen unterwegs sein wird. Sie freut sich. „Darauf, dass ich mich in verschiedenen Shows ausprobieren darf, auf die Natur, die auf dieser Tour besonders schön sein soll, und natürlich auf die Arbeit mit den anderen.“ Jeden Abend wird sie nach der nachmittäglichen Durchlaufprobe von 21.30 Uhr bis Mitternacht auf der Bühne im Bug des Schiffes für die Gäste singen und tanzen. Dafür bekommt sie ein monatliches Gehalt, außerdem ein Bett in einer acht Quadratmeter großen Zweierkabine und freie Verpflegung.

Gecastet wurde die junge Frau auf einer Audition in Hamburg. Mehrmals im Jahr finden diese Veranstaltungen hier statt, ebenso in Berlin, London, Amsterdam, aber auch in Osteuropa, Skandinavien und sogar Australien.



Boris Brandt hat Stefan Raab fürs Fernsehen groß gemacht, jetzt will er für erstklassige Unterhaltung auf Aida-Kreuzfahrtschiffen sorgen.

Entsprechend international sind die Ensembles. Neben Jessica Rühle sind auf der „AidaCara“ noch drei weitere Deutsche, die anderen Künstler kommen aus Dänemark, Schweden, den Niederlanden, aus Polen, der Ukraine und Weißrussland. „Was die bei uns zeigen, ist künstlerisch sehr anspruchsvoll“, betont Brandt. „Bei einer normalen Musicalproduktion singen und tanzen die Darsteller monatelang nur ihren Part. Bei uns machen sie jeden Tag etwas anderes, manchmal zwei verschiedene Shows. Und zwar auf einer Bühne, die sich bewegt.“

Hamburg-Magazin: Was macht für Sie eine gute Show aus?

Borris Brandt: Das Höchste, was wir erreichen können, ist: die Menschen zu berühren. Ich habe auf einer Reise einmal ein älteres Ehepaar erlebt, das einen Solokünstler hörte. Als der Michael Jacksons romantisches „You Are Not Alone“ sang, hat sie sich bei ihm untergehakt, und die beiden haben zusammen geschunkelt. Das hatten die offensichtlich seit 20 Jahren nicht getan – daran werden sie sich noch Jahre später erinnern.

Aber die Menschen sind so verschieden.

Deshalb bieten wir auch ganz Unterschiedliches an. Wir haben alles – von leichter Unterhaltung über Artistik bis Schauspiel. Aber im Showbereich muss man immer einen drauflegen. Dazu kommt, dass relativ viele Gäste mehrfach mit uns Urlaub machen und die Programme vergleichen. Außerdem kennen viele manche Teile der Shows schon, bevor sie an Bord kommen, weil sie auf Facebook oder Youtube Handyfilme gesehen haben.

Wo geht's hin? Was werden Sie tun? Noch aufwendigere Kostüme? Spektakulärere Tanznummern? Buntere Lightshows?

Technisch muss man mitnehmen, was nur geht. Aber das Publikum gewinnt man mit emotionalen Inhalten. Das kann von anspruchsvollen Lesungen bis hin zu Rambazamba-Abenden in unseren Brauhäusern gehen; klassische Konzerte, moderne DJs, aber auch Rock- und Oldiepartys. Ein Riesenthema ist Bildung, leicht verdaulich aufbereitet. Wobei ich aber nicht derjenige bin, der diese Ideen entwickelt. Meine Aufgabe ist es eher, sie zu strukturieren und weiterzuentwickeln.

Klingt wie eine Mischung aus Arte und RTL.

Ist es auch.

Letzte Durchlaufprobe, dann ist Mittagspause. Die Tänzer und Sänger nehmen ihre Positionen ein. „Ready? Here we go!“ David Hartly startet die Musik, Licio Mariani hebt nach dem Intro der Tänzer eine Art hölzerner Staffelfstab als Mikrofonersatz an den Mund, lächelt in Richtung des imaginären Publikums und beginnt zu singen: „The power of love is a curious thing.“ >



Tänzerin Jessica Rühle im Fundus.
Hier werden alle Kostüme für die
Shows entwickelt und geschneidert.



Oben: Exklusiv auf der „AidaLuna“ wird die Show „Somnambul“ gezeigt. Darunter: Jahreszeiten-Reigen in „Sezono“, nur auf der „AidaBlu“.

Zwei Tage später sitzt er im „Café Lieblings“, nur ein paar Schritte von der alten Turnhalle entfernt, in der er kurz zuvor ein neues, interaktives Spiel für die „AidaCara“ geprobt hat: Das Ensemble fordert die Gäste zum Mitspielen auf und lässt sie in Teams beispielsweise Musiktitel erraten. Der sommersprossige Deutsche mit den italienischen Wurzeln ist wie Jessica Rühle ausgebildeter Musicaldarsteller. Der 36-Jährige arbeitet bereits seit zehn Jahren als Solist für die Kreuzfahrtlinie, es scheint ihm also zu gefallen. Auf Aida-Schiffen war er schon in der Karibik, in Asien, Spitzbergen, am Mittelmeer. „Ich hab sehr gern Menschen um mich herum, und ich mag die Arbeit an Bord. Ich kann in verschiedenen Stilrichtungen arbeiten, von Musical über Pop und Rhythm & Blues bis hin zu Soul.“ Als er anfing, war es sein Traum, in Musicals zu spielen. Das hat er auch eine Zeit lang an einem Theater und bei Sommerfestspielen getan. „Aber ich wollte immer sehr frei sein und vieles machen können in meinem Beruf. Und das kann ich hier.“

Borris Brandt ist weniger auf den Weltmeeren unterwegs, aber flexibel ist er allemal: Er stammt aus Hamburg, hat lange in München, Köln und Berlin gelebt und ist nun wieder in die Hansestadt gezogen.

Hamburg-Magazin: Herr Brandt, wie viel von einem Hamburger steckt noch in Ihnen?

Borris Brandt: So viel, dass die Berliner mich anstrengend finden, die Münchner seltsam und die Kölner gerade mit mir klarkommen – was also zeigt: sehr viel. Meine Frau ist Kölnerin mit Leib und Seele und Karneval, aber selbst ihr gefällt das Leben hier besser. Natürlich ist Hamburg auch die bei Weitem schönste Stadt, ich bin da sehr leidenschaftlich. Und ich bin ein hanseatischer Kaufmann durch und durch: Ein Wort gilt so viel wie ein Vertrag. In der Fernsehbranche zählt das überhaupt nichts. Das ist eine Branche, die sich, was das Geschäftemachen betrifft, moralisch am Abgrund bewegt.

Für Sie gibt es also keine Rückkehr zum Fernsehen?

Nein. Ich habe erst vor Kurzem ein sehr feines Angebot von einem Fernsehsender erhalten – und es dankend abgelehnt. Außerdem bin ich auch in einem Alter, wo ich dem Geld nicht mehr hinterherrennen muss. Jetzt geht es um die Aufgabe. Und die ist hier einfach hochspannend, so wie beim Fernsehen noch vor 15, 20 Jahren.

Stimmt es, dass Sie gern wetten?

Stimmt.

Also: Worauf würden Sie wetten?

Ich glaube, dass sich die inhaltliche Vielfalt von Unterhaltung auf Kreuzfahrtreisen um mindestens ein Drittel steigern wird. Und ich werde alles dazu beitragen, diese Wette zu gewinnen. ↴

Mehr über die Shows auf den Aida-Kreuzfahrtschiffen: www.seelive.de

**Hamburgs spektakulärstes
Theaterereignis: Der Marathon.
30. April 17 Uhr – 1. Mai 1 Uhr**

Faust I + II



**von Johann Wolfgang von Goethe
Regie Nicolas Stemann
Karten & weitere Termine:
Telefon 040.32 81 44 44
www.thalia-theater.de**



EINER FÜR ALLE – ALLE FÜR EINEN

Die Zukunft der Arbeit hat an der Elbe bereits begonnen. Trendforscherin Birgit Gebhardt sagt: Die Grenze zwischen Job und Freizeit schwindet. Wir werden Teamworker. Und unser Büro wird immer da sein, wo wir sind.

Interview: Sara Mously Illustration: Dirk Schmidt



Birgit Gebhardt, 42, ist Direktorin des „Trendbüros Hamburg“. Das Bewertungsunternehmen für gesellschaftlichen Wandel erarbeitet Studien für Unternehmen wie Google und die Otto-Gruppe. In ihrem Roman „2037: Unser Alltag in der Zukunft“ beschreibt Birgit Gebhardt die Welt in 25 Jahren.

Hamburg-Magazin: Frau Gebhardt, werden wir in Zukunft anders arbeiten?

Birgit Gebhardt: Auf jeden Fall. Wir werden flexibler, inhaltsfokussierter und teamorientierter arbeiten. Die neuen Kommu-

nikationstechniken und -verhaltensweisen beschleunigen diesen Wandel – und sind gleichzeitig Vorbild. Im „Trendbüro“ haben wir zusammen mit einem Softwareunternehmen eine Kommunikationsplattform entwickelt, über die Kollegen an 15 Standorten weltweit kommunizieren. Sie ähnelt dem Social-Media-Prinzip von Facebook. Jeder Mitarbeiter kann Rechercheergebnisse, Studien, Kommentare zu Arbeitsprozessen einstellen. Und jeder, der sich für ein Thema interessiert, findet passende Informationen.

Mehrere Firmen haben sich das bei uns schon angeschaut.

Wozu ist das gut?

Bisher kommunizieren die meisten von uns per Mail – eine Flut von Informationen schlummert auf den Rechnern vor sich hin und bleibt für das Team intransparent. In vielen Firmen wird etwas praktiziert, was man Silodenken nennt: Jede Abteilung

arbeitet für sich, voneinander abgegrenzt als Profitcenter. So kommen wir aber nicht weiter. Das Wissen jedes Mitarbeiters muss in das Unternehmen einfließen, dem Individuum allein nützt es nichts. Wir verwandeln uns von der Produktions- zur Wissensgesellschaft.

In Hamburg hat die Zukunft der Arbeit in vielen Bereichen

bereits begonnen: Freiberufler teilen sich Gebäude. Es gibt in der Nähe der Reeperbahn den Karostar für Musiker und Musikproduzenten, das Gründerhaus Sprungchance oder das Betahaus auf St. Pauli. Was verbirgt sich hinter der Idee?

Die Interdisziplinarität und der Zufall bekommen eine Chance. In Bürogemeinschaften sitzen oft jahrelang dieselben Leute zusammen. In diese Co-Working Spaces kann man für Stunden oder Tage einziehen. Auch Freelancer brauchen Anregung von außen. Kein Computer, an dem man Videokonferenzen abhält,

kann den persönlichen Kontakt ersetzen. Oder das Gespräch auf dem Flur. Das Homeoffice, in dem man autark ist, taugt nur zeitweise, um Familie und Job unter einen Hut zu bringen – als alleiniges Zukunftsszenario hat es aber ausgedient.

Also mehr Teamwork, genau wie in Unternehmen?

Viel mehr Teamwork. Virtuuell wie beschrieben, aber eben auch physisch: Die Unternehmen entdecken das Potenzial solcher Co-Working Spaces. Das Betahaus bekommt Anfragen von Konzernen, die nicht länger im eigenen Saft schmoren wollen.

Die schicken ihre Leute in die Co-Working Spaces, um sich Inspiration zu holen. Die Unternehmen merken, dass Freiberufler nicht mehr jubeln, wenn man ihnen einen Vertrag anbietet; sie bleiben lieber unabhängig. Firmen müssen interessanter werden für den Nachwuchs: mit einer neuen Arbeitskultur, ungezwungenerer Kommunikation, die sich auch in der Architektur widerspiegelt.

Stimmt es, dass der klassische Nine-to-five-Job aufhören wird zu existieren?

Ja, denn Firmen werden Teams aus verschiedenen Abteilungen bilden. Die Gruppe bekommt ein Briefing, eine Deadline und organisiert sich von da an selbst: wer wann welche Arbeit erledigt, wer sich wann Zeit nimmt, seine Kinder zu betreuen. Eine Weile werden solche Netzwerkstrukturen die alten Muster überlagern – doch mit der Zeit werden sie sie ablösen.

Welche Faktoren bestimmen die Zukunft der Arbeit noch?

Unsere niedrigen Geburtenraten. Ich bin mir sicher, dass wir schon in 25 Jahren arbeiten werden, bis wir 75 oder 80 sind. Anders werden wir den Lebensstandard nicht halten können, mit dem wir aufgewachsen sind. Auch Frauen werden mehr arbeiten. Es ist angesichts der gut ausgebildeten Frauen ein Irrsinn, wie viele Deutsche noch immer denken, der Versorger müsse männlich sein.

Wie hilfreich sind da die flexibleren Arbeitsmodelle der Zukunft?

Sehr hilfreich. Weil sie es erlauben, familienfreundlich zu arbeiten. Man wird seine Projekte so sortieren, dass sie zu den anderen Anforderungen des Alltags passen.

Sie sagen, dass sich Leben und Arbeit einander annähern.

Wie wird das die Architektur der Städte verändern?

Diese Veränderung haben wir hinter uns. Es wird nicht mehr geplant wie in den Sechzigerjahren: die Schlafstadt an der Peripherie, das Büro in der Innenstadt. In sämtlichen Hamburger Stadtteilen, auch in der neuen HafenCity, gibt es Wohnungen und Cafés, Ladengeschäfte und Büros – eine Mischung von Arbeit und Leben.

Wie viel Stress birgt das Auflösen der alten Grenzen?

Auf Strukturwandel wird häufig mit Überforderung reagiert, daher ist im Moment viel von Burn-out die Rede. Wir müssen lernen, für unser Tun Verantwortung zu übernehmen und uns abzugrenzen. Dann können wir die Vorteile des flexiblen Arbeitens genießen.

Und die sind?

Man fühlt sich nicht fremdbestimmt. Ein selbstverantwortlich organisierter Job füllt einen ungleich mehr aus.



NUR DAS BESTE

Die **wichtigsten Termine** von April
bis August – in Hamburg und der Metropolregion.



Dockville Festival
mit u.a. Tocotronic
10. bis 12. August

Hamburg Cruise Days 17. bis 19. August



Ahoi! Sehen Sie mit Ihrem Smartphone
einen Film über die Hamburg Cruise Days.
Auch unter: <http://www.marketing.hamburg.de/magazinlinks/cruisedays>

Antony Gormley: Horizon Field Hamburg Ein Raum, fast 4000 Quadratmeter Fläche, bis zu 19 Meter hoch, und nichts! Oder fast nichts – in der Mitte schwebt eine schwarze, spiegelnde Ebene. Deren Geheimnis gilt es beim Besuch der Installation des britischen Künstlers zu entdecken. Ab 27. April. www.deichtorballen.de

„Faust“-Marathon Erst klappt es mit der Liebe nicht, dann geht der Weltensinn verloren: In einer grandiosen Inszenierung wagt Regisseur Nicolas Stemann den ganzen „Faust“ in einem Rutsch. „Faust I+II“, 30. April, 19./27. Mai, 15. Juni. www.thalia-theater.de

823. Hafengeburtstag Wenn der Hafen Jubiläum feiert, ist ganz Hamburg auf Achse. Höhepunkte: das Indien-Festival bei der Fischauktionshalle und die Taufe des Kreuzfahrers „AidaMar“, begleitet von drei Schwesterschiffen. 11. bis 13. Mai. www.hamburg.de/hafengeburtstag/

Elbjazz Per Boot von Konzert zu Konzert, zwei Tage, zehn Bühnen, die ganze Vielseitigkeit von Jazz – und als ein Höhepunkt das Zusammenspiel von Helge Schneider und Chilly Gonzales am Klavier – das ist Elbjazz! 25. und 26. Mai. www.elbjazz.de

Hamburger Ballett-Tage Zu Beginn der Veranstaltungsreihe feiert John Neumeiers Truppe ihre zweite Saisonpremiere mit „Renku“, einem von japanischen Gedichten inspirierten Tanzstück. Weitere Highlights sind das Gastspiel des San Francisco Ballet und die Nijinsky-Gala XXXVIII. 17. Juni bis 1. Juli. www.hamburgballett.de

Schleswig-Holstein Musik Festival Das große Sommer-Musikfest zwischen Scheune, Kirche und Konzertsaal bietet in diesem Jahr – in Kooperation mit China Time – als Schwerpunkt Musik aus China. 7. Juli bis 26. August. www.shmf.de

„Der Hamburger Jedermann“ Die historische Speicherstadt, in der auch heute

Triathlon Hamburg
21. und 22. Juli



Elbjazz
mit u.a. Helge Schneider
25. und 26. Mai



noch die feinsten Tees und die teuersten Teppiche lagern, wird zur Bühne für eine moderne Version des „Spiels vom Sterben des reichen Mannes“. Überwältigende Kulisse. Gänsehaut. 13. Juli bis 26. August, Fr bis So, 19 oder 20 Uhr. www.speicherstadt.net
Triathlon Hamburg Der weltgrößte Triathlon führt mitten durch die Hansestadt: Was für ein Bild, wenn die Sportler und Sportlerinnen beim Schwimmwettkampf durch die Binnenalster pflügen. Mehr als 10 000 Teilnehmer werden erwartet, darunter auch 130 Profis. 21. und 22. Juli. www.hamburg-triathlon.org/ **23. Wacken Open Air** Laut und friedlich geht's zu, wenn einmal im Jahr 80 000 Metal-Fans aus aller Welt in dem holsteinischen Dorf einfallen, um ihre Lieblingsmusik zu hören, von den im Vergleich soften Scorpions bis zu den härteren Machine Head. 2. bis 4. August. www.wacken.com/ **China Time** Alle zwei Jahre spiegeln sich in etlichen hochinteressanten Veranstaltungen die immer wichtiger werdenden Beziehungen der Hansestadt zum Reich der Mitte. 9. bis 25. August wider. www.chinatime.hamburg.de
Dockville Festival Auf Europas größter Flussinsel verbinden sich bildende Kunst und Musik zum Sommerfestival. Angekündigt sind bislang immerhin 130 Bands und DJs, darunter etwa Tocotronic und Hot Chip. Wilhelmsburg, 10. bis 12. August. <http://msdockville.de/> **Hamburg Cruise Days** Immer mehr Kreuzfahrtschiffe besuchen die Hansestadt – und alle zwei Jahre ist dann großes Klassentreffen. Magisch: Beim „Blue Port“ ist der ganze Hafen in blaues Licht getaucht. 17. bis 19. August. www.hamburgcruisedays.de
Weitere Termine finden Sie unter:
www.hamburg-tourism.de/veranstaltungen-hamburg/

GEWINN-SPIEL
Ein Wochenende
in Hamburg!



KOMMEN SIE NACH HAMBURG!

Beantworten Sie unsere Preisfrage, und gewinnen Sie mit etwas Glück ein Hamburg-Wochenende für zwei Personen im gerade eröffneten 4-Sterne-Superior-Hotel Barceló: zwei Übernachtungen mit Frühstück, ein Tapas-Menü, eine Hafentrundfahrt plus drei Tage Hamburg CARD.

PREISFRAGE:
WIE HEISST DIE KARTOFFEL, DIE FAST AUSGESTORBEN WÄRE?

Gehen Sie auf die Website www.hamburg-tourismus.de/magazin, und klicken Sie „Gewinnspiel“ an. Teilnahmechluss: 31.5.2012. Der Gewinner wird aus allen richtigen Antworten ermittelt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.



„Faust“-Marathon
30. April, 19./27. Mai,
15. Juni im Thalia Theater

EIN FALL FÜR ZWEI

Sonja Glass und Valeska Steiner – gemeinsam sind sie das Duo Boy. Ihre Karriere verdanken sie einem Musikkurs an der Außenalster, der dieses Jahr 30. Geburtstag feiert und keine Casting-Sternchen hervorbringt. Sondern echte Popstars.



Hamburg-Magazin: Sie haben eines der schönsten Popalben des letzten Jahres herausgebracht. Wie viel Hamburg steckt in den zwölf Liedern von „Mutual Friends“?

Valeska Steiner: Eine Menge. Denn in vielen der Songs geht es indirekt um meinen Umzug von Zürich nach Hamburg, darum, aufzubrechen und etwas Neues zu wagen wie im Song „Drive Darling“. Das Stück „Silver Streets“ habe ich explizit für Hamburg geschrieben.

Wovon handelt der Song?

Valeska Steiner: Davon, eine Stadt zu erobern, ein Zuhause zu finden und sich mit einer neuen Stadt anzufreunden. Sonja hatte mir den Instrumental-Track geschickt, und ich bin beim Hören mit dem Fahrrad durch Hamburg gefahren. Es war Winter, und der Schnee hat auf den Straßen geglitzert. In dem Moment fand ich es wirklich schön, hier zu sein, und die Zeilen kamen einfach angeflogen.

Sie haben sich beim „Popkurs“ an der Hochschule für Musik und Theater kennengelernt, der seit 1982 jährlich stattfindet. Was lernt man dort?

Valeska Steiner: Es sind zwei dreiwöchige Intensivkurse. Mal kommt Smudo vorbei und erzählt aus seinem Fanta4-Leben, aber es gibt auch musikwirtschaftliche Kurse, zum Beispiel über die GEMA. Das Beste ist aber, dass man die Räume der Musikschule nutzen und zusammen proben kann. Gerade gegen Ende verbringt man mehr Zeit dort als in den Kursräumen.

Sonja Glass: Dabei findet man viel über sich selbst heraus und ob man Musik wirklich als Beruf machen möchte. Unter Musikern ist der Kurs bekannt, und eine Menge unserer Freunde haben ihn gemacht wie unser Live-Schlagzeuger Beppo, der auch in der Hamburger Band Fotos spielt.

Auch Mitglieder der Bands Revolverheld, Wir sind Helden und Peter Fox haben den Kurs belegt. Warum schaffen so viele Absolventen den Sprung ins Musikgeschäft?

Sonja Glass: Ich glaube, dass der Kurs mehr Kontaktbörse ist als Studium. Die Organisatoren haben ein Händchen dafür, Leute zusammenzuführen.

Haben Sie beide gleich gemerkt, dass Sie auf einer Wellenlänge sind?

Sonja Glass: Ja, wir haben schon am zweiten Tag zusammen Musik gemacht.

Frau Steiner, war die Band, die musikalische Karriere also, der Grund für Sie, nach Hamburg zu ziehen?

Valeska Steiner: Zum einen natürlich. Aber ich hatte auch Lust, mal woanders zu leben. Hamburg hat mir während des „Popkurses“ auf Anhieb gefallen. Das erste Vorsingen war in Harvestehude, direkt am Westufer der Außenalster. Die Gegend hat mich total an Zürich erinnert, weil Zürich auch eine herausgeputzte Stadt ist. Ich habe mich sofort zu Hause gefühlt.

Hamburg scheint Sie umgekehrt genauso zu lieben. 2011 haben Sie den Hamburger Musikpreis „Hans“ als „Nachwuchs des Jahres“ erhalten.

Sonja Glass: Das war eine große Ehre für uns. Ich lebe seit meinem zwölften Lebensjahr in Hamburg, ich habe hier angefangen, Musik zu machen, und fühle mich in der Musikszene sehr aufgehoben. Öffentliche Anerkennung für die eigene Arbeit zu bekommen ist toll. Zumal in Hamburg so viel gute Musik gemacht wird. In Berlin gibt es natürlich auch viele gute Bands. Aber für mich ist

Hamburg die wichtigste Musikstadt Deutschlands. ↓

Interview: Nadine Lischick
Am 29.8. spielen Boy auf der Freilichtbühne im Hamburger Stadtpark.



Musik! Sehen und hören Sie mit Ihrem Smartphone Boy unplugged. Auch über <http://www.marketing.hamburg.de/magazinlinks/boy>

JUNGE, KOMM BALD WIEDER

Bahnfahrt 2. Klasse inklusive!

Bahnhit Hamburg

- 3 Übernachtungen in ausgewählten Hotels inkl. Frühstück
- Hin- und Rückfahrt im ICE, 2. Klasse
(ohne Zugbindung von allen deutschen Bahnhöfen)
- 1 Reiseführer Hamburg
- inkl. Hamburg CARD und 15 % Rabatt
in ausgewählten Restaurants

Anreise: ganzjährig – je nach Verfügbarkeit

3-Sterne Hotel ab 199,- € • 4-Sterne Hotel ab 219,- € • 5-Sterne Hotel ab 319,- €*
Aufpreis Bahnfahrt 1. Klasse: ab 50,- €*

ab **€199,-***

*Preis pro Person im DZ



Hamburg – Stadt der Musicals



NUR NOCH BIS
AUGUST 2012

WELTPREMIERE
NOVEMBER 2012

Stage
ENTERTAINMENT



www.musicals.de • 0 18 05 / 44 44

0,14 €/Min. aus dem dt. Festnetz, Mobilfunkpreis max. 0,42 €/Min.