

OPIUM

AUSGABE #3
€ 12,50

für Hamburg

2019

Fashion & Lifestyle

VIVIEN WESTWOOD

Art & Design

ESTHER HAASE

MICHAEL DE BOER

Interview

ANNE MEYER-MINNEMANN

KEVIN FEHLING

FRANCA CUNEO

KATJA SUDING



SEXY and PUNKS



Pilatus PC-24

3000+ Flughäfen

Jetfly schenkt Ihnen Zeit

 www.jetfly.com



Jetfly

SIMPLY CLOSER

Die beste Antwort auf die Fragen unserer Zeit: Zeitlosigkeit.

Der neue 911 Carrera 4S.

In den Porsche Zentren in Hamburg. Wir freuen uns auf Ihren Besuch.



Porsche Zentrum Hamburg
Porsche Niederlassung Hamburg GmbH
Lübecker Straße 2
22087 Hamburg
Tel. 040 21105-0
www.porsche-hamburg.de

Porsche Zentrum Hamburg Nord-West
Porsche Niederlassung Hamburg GmbH
Holsteiner Chaussee 151
22523 Hamburg
Tel. 040 557768-0
www.porsche-hamburgnordwest.de

Kraftstoffverbrauch (in l/100 km): innerorts 11,1 · außerorts 7,8 · kombiniert 9,0; CO₂-Emissionen kombiniert 206 g/km



PORSCHE

**PORSCHE DESIGN
FASHION**

MANN KANN TRENDS FOLGEN. ODER EIGENE SETZEN.

Porsche Design Hamburg | Poststraße 4 | 20354 Hamburg

www.porsche-design.com





THE TRUE LUXURY OF LIVING.

Jaan Living. Kosmopolitische Eleganz für modernen Lifestyle. Dieses Sofa überrascht mit einer Weichheit, in die man ewig lange sinken möchte. Lässig – der Look, praktisch – die passenden Ablageboards. Für kurze Tag-Träume und lange Lese-Nächte. Design: EOOS. www.walterknoll.de

Chimbuka – Sonnenaufgang. Inspiriert von den Landschaften und Farben Afrikas entstanden in Zusammenarbeit mit dem Textildesigner Helmut Scheufele die Teppiche von Walter Knoll. Sie schöpfen ihre Kraft aus dem Quell an Kreativität des Kontinents – übersetzt in abstrakte Gemälde.

WALTER KNOLL



Wir sind stolz darauf, Ihnen Jaan Living und Chimbuka in unserer Lounge vorzustellen. Mit bester Beratung von unseren Planern und Innenarchitekten, die Sie auch gerne zuhause besuchen, um ein komplettes Einrichtungskonzept zu erstellen.

ZUHAUSE BEI

Bornhold
DIE EINRICHTER

ALSTERUFER 1-3 | 20354 HAMBURG | TEL: 040.471 02 0 | WWW.BORNHOLD-HAMBURG.DE





YORK

PRINCE OF
SCHAUMBURG-LIPPE



www.YORK-WATCHES.COM

VOR UNS DIE WELT

WENN AUS WEITSICHT
WELTSICHT WIRD.

Willkommen an Bord einer Kreuzfahrtflotte,
die jedem Vergleich vorausfährt – mit kleinen individuellen
Schiffen und größter persönlicher Freiheit.



HAPAG ¹⁸/₉₁ LLOYD
CRUISES

Mehr über unsere Luxus- und
Expeditionsreisen erfahren Sie unter:
www.vor-uns-die-welt.de



ERLEBNIS

Wir erinnern uns noch ganz genau an die erste Ausgabe von OPIUM. Gegründet auf der Idee eines modernen, unabhängigen Metropolmagazins glaubten wir an den Bedarf an einer ehrlichen, offenen und vor allem wertigen kommunikativen Plattform für die Hansestadt. Woran die meisten mit denen wir zu diesem Zeitpunkt über unser Vorhaben sprachen nicht glaubten, war die von uns gewählte Form – ein Printprodukt. Nun liegt die 3. Ausgabe von OPIUM vor uns und ja, in gedruckter Form, auf rund einem Kilogramm wertigen Papier.

Aber auch unsere elektronische Ausgabe opium.hamburg ist ein wesentlicher Bestandteil des Erfolges, trägt diese doch ganz entscheidend zur Kommunikation mit unseren Lesern bei. Täglich erreichen uns Lob und Kritik, aber eben auch Ideen, welche dazu beitragen, das OPIUM von uns Hamburgern gemeinsam geprägt und durch den stetigen Meinungsaustausch weiter entwickelt wird.

Die Digitalisierung der Medien ermöglicht uns eine enorme Vielfalt an integrierter Interaktion und es liegt an uns, Chancen wahrzunehmen und interessanter als auch originären Content zu schaffen. In den vergangenen Monaten sind wir deutlich an Größe und Statur gewachsen und immer mehr freie Mitarbeiter, Redakteure und Agenturen sind an einer aktiven Mitgestaltung von OPIUM interessiert. Neue Ideen und interessante Impulse treiben uns an. Dafür bedanken wir uns ganz herzlich. Es ist und bleibt ein Erlebnis!

Mit besten Grüßen


Christian Dunger


Gunnar Henke



MEIN HAMBURG

- 18 **STATEMENTS**
Hamburger Persönlichkeiten
- 24 **IAN KIRU KARAN**
Die schönsten Seiten Hamburgs
- 42 **SPIRIT OF HAMBURG**
People
- 120 **GÄNGEVIERTEL**
Wie der Phönix aus der Asche

PEOPLE

- 30 **ANNE MEYER-MINNEMANN**
Society, Beauty & Lifestyle
- 36 **KATJA SUDING**
Macht, Medien, Freiheit
- 80 **KEVIN FEHLING**
The Table
- 128 **BIRGIT HAHN**
Morgenmensch
- 132 **FRANCA CUNEO**
Una passione italiana

- 152 **ACHAT PRINZ REUSS & ALBERT-JAN POOL**
Ohne Typosalat und Bleiwüste
- 162 **FREDERIK PAULSEN JUN.**
Vom Pol nach Föhr und zurück

SPORTS & HEALTH

- 88 **IRONMAN**
Reiner Wahnsinn



192



102



66



52



173

ART & DESIGN

52 ESTHER HAASE
Ein Portrait von Tom Jacobi

102 MICHAEL DE BOER
Fantastic Moments

ARCHITECTURE & LIVING

118 TEXTILIEN GEBEN DENTON AN
Moderne Gemütlichkeit

FASHION & LIFESTYLE

66 VIVIEN WESTWOOD
Seditionares

142 SMART AGING

192 LAS HERMANITAS

194 THINGS WE LIKE

TRAVEL

196 NIX WIE WEG
Urlaubsempfehlungen

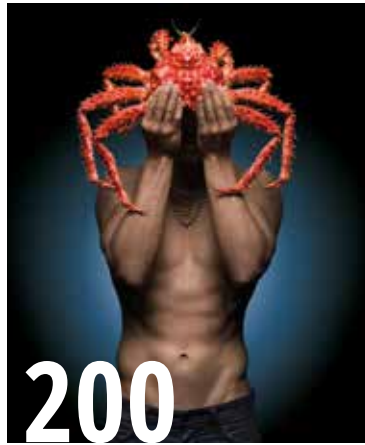
BOOKS

167 THE PORSCHE BOOK
Best Porsche Images

168 STÄRKER ALS DIE ZEIT
Udo Lindenberg

170 SPIRIT OF THE NORTH
Drinks aus Skandinavien

173 SOUL FUEL
BMW R nineT Customizers



SOCIETY

- 96 RONCALLI HAMBURG PREMIERE
- 144 CLASSIC TROPHY
- 200 CAN YOU FEEL IT?
- 204 FULL KITCHEN
- 208 HAMBURG WOMAN CIRCLE
- 209 SECRET
- 209 INNERVISIONS
- 210 SUMMER LOUNGE BY PORSCHE LÜBECK

- 212 LEBENSLÄUFE
- 215 EAST MEETS KIEZ
- 216 BE YOUNG
- 218 3. HAMBURGER IMMOBILIENNACHT
- 220 ALSTER LOUNGE
- 220 BUSINESS LOUNGE
- 222 MEDIA SUMMER LOUNGE
- 224 DEUTSCHER RADIOPREIS
- 226 BLACK STALLION

BUSINESS & MONEY

- 48 NASIM AMINI
Wealth Management
- 146 CHRISTIAN VON JÄRTEN
Ried Høfe



180



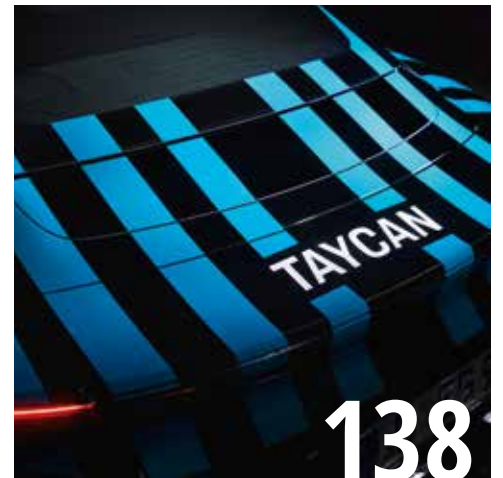
182



189



188



138

FOOD & BEVERAGE

- 178 WEINEMPFEHLUNGEN
From Monday to Sunday
- 180 PIEKFEINE BRÄNDE
Hanseatisch und erlesen
- 181 LIEBLINGSWEIN
Vinothek & Kreativlabor
- 182 AU QUAI
The place to be

- 188 CAFÉ JOHANNA
- 188 THE COFFEE SHOP
- 189 NORD COAST COFFEE
ROASTERY
- 189 CAFÉ NOLOSO
- 191 SPEICHERSTADT
KAFFEEERÖSTEREI
- 191 ZUCKERMONARCHIE

MOBILITY

- 138 PORSCHE
Zwischen Tradition und
Innovation
- 22 CONTRIBUTORS
- 150 GOOD TO KNOW
- 174 KOLUMNE
- 226 IMPRESSUM



MEIN HAMBURG



ALEXANDRA VON REHLINGEN-PRINZ

Extraklasse

„Ich liebe Hamburg, weil es die Stadt mit der meisten Klasse in Deutschland ist – weltoffen, großzügig, unaufgeregt und mit den schönsten Landschaften an Alster und Elbe!“

Photo © Nicolas Kantor



ANDREA LÜDKE

Mein Tor zur Welt

„Hamburg ist gross und klein zugleich, mondän und bodenständig; von der Elphi, Dom, unserer geliebten Strandperle, bis ins verwunschene Alstertal. Hamburg ist mein grüner Rückzugsort und Startrampe, mein Tor zur Welt.“

Photo © Miriam Knickriem



PETRA VAN BREMEN

Von der Küste Hollands in die Hansestadt

„Hamburg ist meine neue Heimat, von der Küste Hollands in die Hansestadt. Faszinierend finde ich zum einen die Vielfalt in der Stadt. Sei es kulturell – gestern im Musical, heute in der Elbphilharmonie, und zum anderen den besonderen Flair auf Hamburgs Straßen. Hier bekomme ich Inspirationen und Eindrücke, die mir Input geben für meine Social Media Aktivitäten und meinen Grey-Hair-Style Blog“.

Photo © Michael de Boer

DR. BROSDA, SENATOR FÜR KULTUR & MEDIEN

Lebenswert

„Ich mag Hamburg besonders überall dort, wo unsere Stadt nicht nur Hansestadt ist, sondern auch frei. Denn es ist gerade diese Mischung aus Liberalität, Kreativität und Kaufmannsgeist, die unsere Freie und Hansestadt Hamburg so vielfältig und lebenswert macht.“

Photo © Berthold Fabricius



COLEEN B. ROSENBLAT-MO

Die Alster ist das Highlight

„Ich bin 1991 von New York nach Hamburg gezogen. Der Anfang fiel mir schwer, die Menschen waren weniger offen als in den Staaten. Doch nach einer gewissen Zeit habe ich hier die besten Freunde gefunden. Die Hamburger sind, wenn sie einen mal ins Herz geschlossen haben, sehr verbindlich und treu. Und es gibt die Alster – mein absolutes Hamburg Highlight. Um sie kann man joggen, es ist wunderschön, egal bei welchem Wetter und in welcher Jahreszeit. Auch den Regen liebe ich, man braucht nur die richtigen Anziehsachen. Die Gerüche intensivieren sich und die Luft wird gereinigt.“

Photo © Benno Klandt





DIRK KOWALKE

Beeindruckende Weltoffenheit

„Warum ich Hamburg liebe?
Weil hier so viele gute Typen und
interessante Menschen wohnen.
Weil das viele Wasser und der
Hamburger Hafen eine beeindruckende
Weltoffenheit ausstrahlen.
Weil es in Hamburg den allerbesten
Räucheraal gibt.
Weil ich hier ganz viele Freunde habe.
Weil ich hier zu Hause bin.“



SKY DU MONT

Stadt der Toleranz

„Ich liebe Hamburg für ihre Liberalität
und ihre Schönheit. Eine Stadt der
Toleranz, die an zwei Gewässern liegt –
Alster und Elbe.“

Photo © Christian Bartz



RALF MARTIN MEYER, POLIZEIPRÄSIDENT

Fußball und Sicherheit

„Meine Liebe zu Hamburg? Das ist mehr als die Liebe zum HSV. Ich habe mich als
Fußballjunge in den HSV verliebt, heute fiebere ich für jedes Team aus unserer Stadt -
aus Verbundenheit!
Fast vierzig Jahre arbeite ich nun für die Polizei und blicke lächelnd auf eine sichere
Stadt – mit Leidenschaft! Sicheres Hamburg, lebenswertes Hamburg bleibt Auftrag und
Ansporn für meine 11.000 Kolleginnen und Kollegen und mich - aus Liebe!“

Photo © Polizei Hamburg

STEPHAN LUCA

Meine Stadt!

„Hamburg ist „meine“ Stadt! Vor über 20 Jahren hat mich das Schauspielstudium an der Hochschule für Musik und Theater in diese wunderschöne Stadt geholt, heute ist es mein Zuhause. Ich habe wundervolle Menschen kennengelernt, großartige Dozenten haben mir mein Handwerk beigebracht, Freundschaften sind entstanden, meine Kinder sind hier aufgewachsen. Am Ernst-Deutsch-Theater, den Kammerspielen und am Schauspielhaus durfte ich mich austoben und erfahren was es heißt, wenn die „Bretter der Bühne einem die Welt bedeuten“. Ich bin unzählige mal um die Alster gelaufen, habe beim Triathlon und Ironman Alsterwasser geschluckt und werde nicht müde, immer wieder neue Ecken in der Stadt zu entdecken. Hamburg hat mir viel geschenkt, dafür bin ich sehr dankbar! Hamburg ist meine Stadt!“

Photo © Sabine Finger



ILDIKÓ VON KÜRTHY

Kein Heimweh

„Ich liebe Hamburg, weil sich hier mein Heimweh nach dem Rheinland in Grenzen hält, weil echte Hamburger cool genug sind, um Karneval zu feiern und weil Hamburg für frische Luft (trotz Dieselfahrverbot), Toleranz, Kultiviertheit, Zuverlässigkeit und unaufgeregte Freundlichkeit steht. In diesem Sinne: Alaaf!“



JOACHIM BRAUNER

Hammonia – die erste und einzige Liebe

„Wenn ich jemandem 60 Jahre lang treu bin – so lange lebe ich in Hamburg – sind die Gründe für dieses Verhalten en detail nicht zu nennen. Hammonia war und ist meine erste und einzige Liebe. Sie hat all das, was die Beständigkeit einer solchen Beziehung ausmacht. Sie ist für mich das Nonplusultra einer lebenswerten, urbanen Stadt. Hamburg – mon amour..!“



CONTRIBUTORS



PETER STRAHLENDORF
Im guten Dialog

Seit 1997 Inhaber und Verleger des New Business Verlags in Hamburg. Das Portfolio des Verlags ergänzte er Ende 2000 mit der Übernahme des Hamburger Presse Fachverlags und Ende 2006 der Kreativ-Datenbank „Red Box“.



JULIA PELZER
Im Fokus der Kunst

Sie gehört zu den besten und außergewöhnlichsten Illustration-Talenten. Direkt nach dem Studium erstellte Sie Ihre ersten Aufträge für die deutsche VOGUE. Mittlerweile hat sie sich weltweit einen Namen gemacht.



STEFAN WESTENDORP
Strategische Berater

Er arbeitet nicht nur als Medienberater, sondern auch als freier Chefredakteur in Hamburg und München. Zu seinen Stärken zählen sowohl Kreativität als auch vernetztes Denken über alle Plattformen.



CATHRIN FRFR. V. SELD-THIEL
Facettenreiche Inspiration

Gründerin von tasteandlife.com, diplomierte Werbefachfrau, Studium Bildende Kunst in London, 20 Jahre Berufserfahrung als Unternehmerin, Managerin und Beraterin in der Musik-, Medien- und Kunstbranche.



TOM JACOBI
Fängt die Welt ein

Mit fünfzehn Jahren bekam er seine erste Kamera geschenkt und entdeckte seine Liebe zum Bild. Langjähriger Artdirector des Stern, Mode- und Werbefotograf. Widmet sich heute seinen eigenen Projekten.



SIGRID KAHR
Garant für Zuverlässigkeit

Mehr als 30 Jahre Kommunikationserfahrung. Als Seniorberaterin und Mitglied der Geschäftsführung bei UMPR ist sie verantwortlich für namhafte Kunden wie British American Tobacco oder auch GO! Express & Logistics.

BUTORS

Von Hamburgern für Hamburger



MARTIN FISCHER
Strategie mit Impulsen

Seine Karriere begann im Anzeigenverkauf bei Anne Burda. Zunächst als Geschäftsführer Marketing und später als CEO war Fischer maßgeblich für den Aufbau und den Erfolg der Verlagsgruppe Milchstraße zuständig.



ULRIKE KRÄMER
Connecting and inspiring People

Sie sieht sich stets in der Rolle des Pacemakers und der innovativen Themensetzerin. Seit 2003 Leiterin des Institute of Design IN.D Hamburg und sorgt dort für die kreative Strahlkraft der Hansestadt Hamburg.



KLAUS SCHÜMANN
Networking par excellence

Beispielloser Aufstieg aus einfachen Verhältnissen zum Medienmacher und erfolgreichen Unternehmer. Herausgeber und Chefredakteur des größten Hamburger Stadtteilmagazins „Der Klönschnack“.



YASMIN WITT
Blick auf das Ziel

Ihre langjährige Erfahrung in den Bereichen Eventmarketing und -management, gepaart mit ihrem hohen Qualitätsanspruch, ihrer Stilsicherheit und Professionalität, sind der Garant für ihren Erfolg.



MARIKA HENKE
Mehr als stilsicher

Gebürtige Finnin in der Hansestadt. Seit mehr als 20 Jahren ist Marika Henke in der Werbe-filmbranche tätig. Einen Namen machte sie sich unter anderem durch die Zusammenarbeit mit bekannten Kunden wie Ricola.



BIANCA BÖDEKER
Mit Worten bewegen

Sie arbeitet seit 2015 als freiberufliche Autorin für Zeitungen, Magazine und Unternehmen. Zuvor verantwortete sie als Chefredakteurin die internen Publikationen eines globalen Unternehmens.

DIE SCHÖNSTEN SEITEN

Hamburgs



Ian Kiru Karan

HAMBURG ERLEBEN

Hamburg pulsiert. Die Gegenden, die in den 80ern noch eher durch Krawall hervorstachen, sind heute meist harmlos. Der Kiez sorgt nicht mehr für Angst und Schrecken, sondern eher für ein spaßiges Abendprogramm. Wenn ich allerdings Hamburg erleben möchte, dann zieht es mich nicht auf Hamburgs bekannteste Vergnügungsmeile (vielleicht bin ich dafür schon ein wenig zu alt). Lassen Sie mich Ihnen stattdessen die Locations vorstellen, die mir die liebsten sind ... Vielleicht treffen wir uns dort mal.



DER ELBSTRAND

Rund 13 Kilometer flussabwärts in Richtung Elbmündung erstreckt sich der Strand der Elbe mit Blick auf den Hafen. Ein Spaziergang am Elbstrand, das ist wie ein Kurzurlaub: Schuhe aus und barfuß durch den Sand oder das seichte Wasser laufen. Oder man lässt sich gemütlich in den Sand fallen und beobachtet die riesigen Containerschiffe, die gemächlich auf dem Elbstrom gen Hafen steuern.



THE FONTENAY

Nachdem die Elbphilharmonie das neue Wahrzeichen Hamburgs geworden ist, hat Klaus-Michael Kühne für sich ein Denkmal und für unsere Stadt ein weiteres wunderbares Wahrzeichen gebaut: Das Hotel The Fontenay.

Direkt an der Außenalster gelegen, bietet das Hotel unter anderem eine sehr großzügige Dachterrasse auf der 6. Ebene, die jedem Besucher bei jeder Wetterlage einen hervorragenden Blick über die Alster und die Stadtteile St. Georg und Uhlenhorst ermöglicht. Es gibt für mich keinen schöneren Ort, die fulminante Schönheit Hamburgs zu genießen. Mit einem eisgekühlten Gin Sul in der Hand kann man hier herrlich entspannen und den Feierabend genießen.

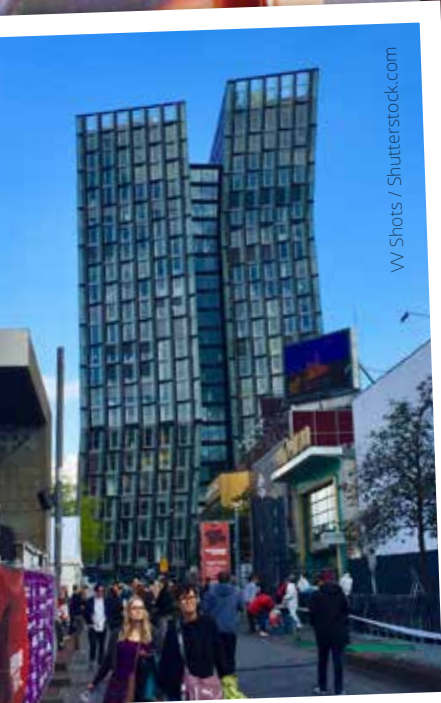


DER SÜLLBERG

Eine Institution in Hamburg! Die Lage mit dem Blick, verbunden mit der gastronomischen Vielfalt sucht seines Gleichen. Hoch über der Elbe thronend hat man einen tollen Rundblick über das Umland und das Airbuswerk. Nach einem Spaziergang im Blankeneser Treppenviertel zieht es mich jedes Mal auf den Süllberg, ob zum legeren Essen ins Deck 7 oder zum feudalen Dinner im 2-Sterne-Restaurant Seven Seas, alles hat seinen Charme und seine Einzigartigkeit! Karlheinz Hauser schafft mit dem Süllberg ein ganz besonderes gastronomisches Gesamtkonzept für Jedermann, jeden Anlass, jede Gemütslage und vor allem jeden Geldbeutel. Ich komme gerne in dieses Haus und freue mich schon auf den nächsten Besuch.

Fotos: KHH Süllberg Betriebsgesellschaft mbH & Co. KG





W Shots / Shutterstock.com

CLOUDS BAR & KITCHEN

Mit ihrer eingeknickten Fassade aus Glas und Stahl erinnern die „Tanzenden Türme“ an ein tango-tanzendes Paar oder auch an die X-Beine einer auf Freier wartende Prostituierten, so der Architekt Hadi Teherani. Man könnte aber auch an zwei Betrunkene denken, die sich gegenseitig Halt geben. Alles Assoziationen, die gut zu St. Pauli passen.

Dort thront im 23. Stock mit dem edlen clouds das höchste Restaurant der Hansestadt. Man sitzt auf verschiedenen Ebenen, welche eine ungetrübte Aussicht gewährleisten. Nur eine Etage höher, im 24. Stock, gelangen Höhererprobte durch das Restaurant zu Hamburgs höchster Dachterrasse. Die heaven's nest Bar bietet einen atemberaubenden Panoramablick über die Hansestadt.



Foto © EAST Hamburg



Foto: www.mediaserver.hamburg.de / Christian Spahrbieter



tomch / istockphoto.com



tomch / istockphoto.com

DER FISCHMARKT

»Na, hast du schon mal so'n dickes Ding gesehen, Mutti?«, tönt es lautstark, wenn Aale Dieter seine Ware feilbietet. Der Hamburger Fischmarkt ist Kult – und das nicht nur, weil es dort den besten Fisch zu kaufen gibt. Er lebt auch vom Charme und der Schlagfertigkeit der Menschen, die dort verkaufen.

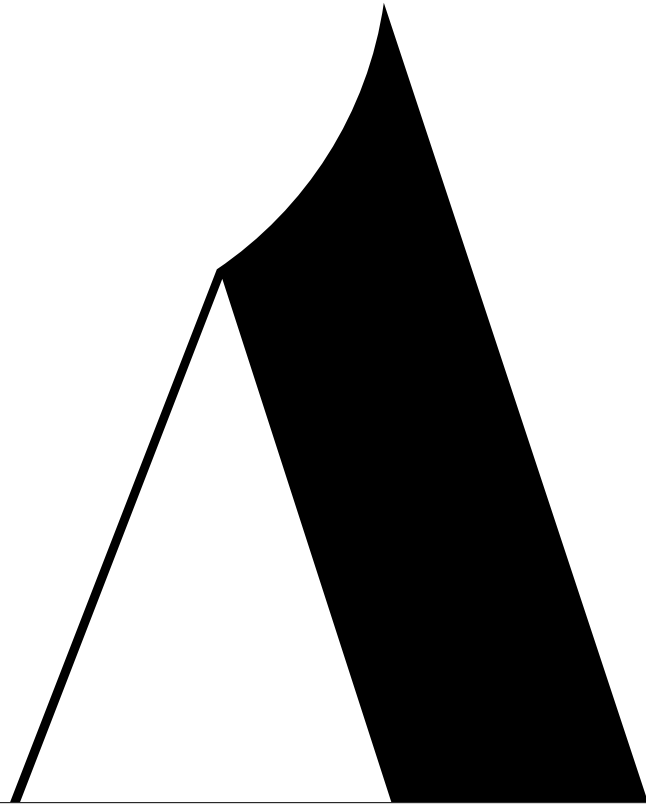
DER HAMBURGER DOM



Heide Pinkall / Shutterstock.com

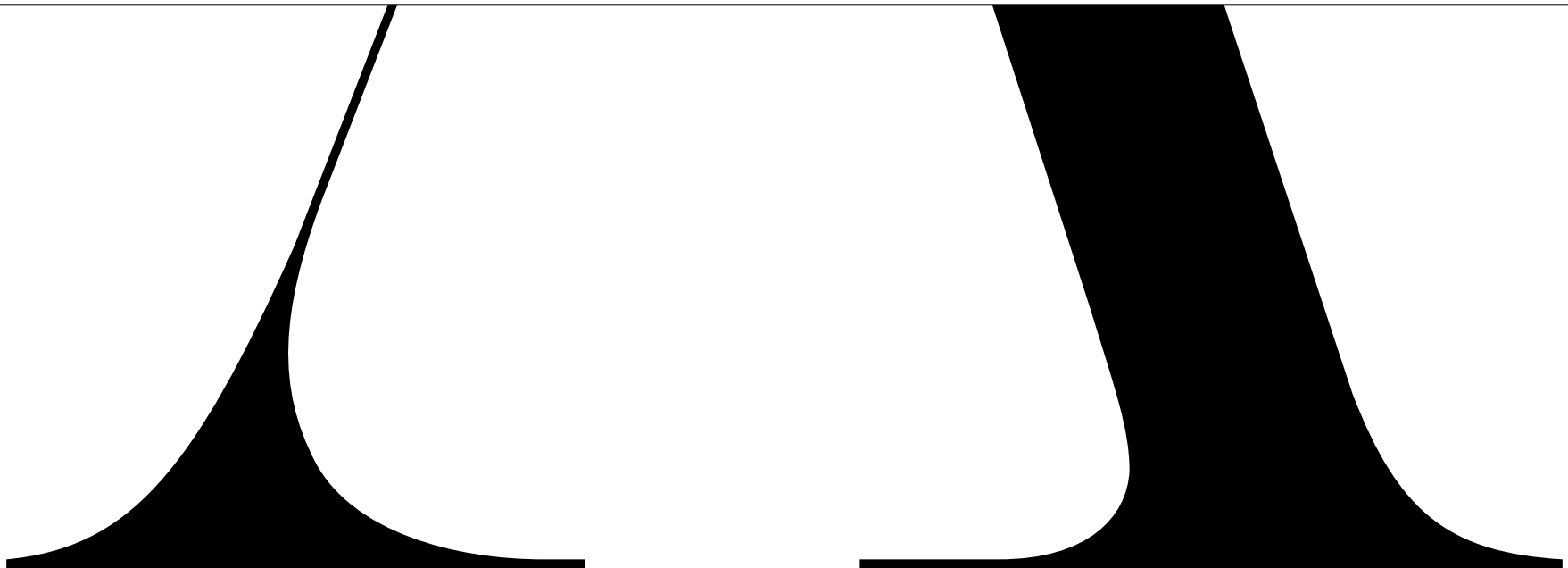
Zugegeben, meistens ist es ziemlich laut und ein mächtiges Gedränge, aber wenn der Duft von Zuckerwatte und gebrannten Mandeln über dem Heiligengeistfeld liegt und beim Breakdancer die Rekommandeure laut das Finale ausrufen, ergreift einen ein ganz besonderes Kribbeln.





ANNE MEYER-MINNEMANN (46) IST SEIT 2014
CHEFREDAKTEURIN DES PREMIUM PEOPLE- UND LIFESTYLE-MAGAZINS **GALA** IM
DEUTSCHSPRACHIGEN RAUM UND PRÄGT THEMEN IM UMFELD **SOCIETY, BEAUTY** UND
LIFESTYLE MASSGEBLICH.

INTERVIEW GUNNAR HENKE



SIE KAM 1997 ZU GRÜNER + JAHR. NACH VOLONTARIATS-STATIONEN BEI DER HAMBURGER MORGENPOST
UND GALA ÜBERNAHM SIE IM JAHR 2000 DIE RESSORTLEITUNG AKTUELLES DER GALA. 2002 WURDE ANNE ZUR
CHEFREPORTERIN ERNANNT UND IST FÜR DIE SOCIETY-KOLUMNE ZUSTÄNDIG.





Mit exklusiven Bildern, einfühlsamen Storys, ehrlichen Interviews und brillanten Fotostrecken schafft GALA eine intime, aber immer respektvolle Nähe zu den Stars. Aber sind es nicht die Geschichten über Alkoholsucht und peinliche Lebensgeschichten, die verkaufsfördernd sind?

ANNE MEYER-MINNEMANN GALA hat ein Alleinstellungsmerkmal in der Fülle der People-Magazine. Wir berichten immer respektvoll und auf Augenhöhe, statt böse zu tratschen oder Cellulite-Popos zu zeigen. Und ja, da liegt natürlich die Frage nah: Verkauft man damit Zeitschriften? Die Antwort ist: ja. Unsere Leser schätzen genau diesen positiven Zugang zu Menschen im Allgemeinen und Stars im Besonderen. Sie genießen GALA als Flucht aus ihrem Alltag. Viele Menschen haben um sich herum ja sowieso schon Stress, die Nachrichten sind meistens negativ, der eigene Hintern sieht auch vielleicht nicht mehr so toll aus – mit GALA kann man einfach entspannen und ein positives Erlebnis haben.

Was macht ein gute GALA-Geschichte aus?

ANNE MEYER-MINNEMANN Eine richtig gute GALA-Geschichte hat auf jeden Fall Glamour, sie hat Emotionalität und Exklusivität. Unser Plus ist der persönliche Zugang zu Stars. Wir schauen nicht durchs Schlüsselloch, sondern werden von den Stars nach Hause eingeladen. Und sie muss natürlich unterhaltsam sein.

In wie weit ist die Geschwindigkeit im People-Bereich elementar wichtig?

ANNE MEYER-MINNEMANN Wir haben zwei Geschwindigkeiten für uns definiert. Die eine ist die von GALA-Online, das muss ganz schnell gehen, da arbeiten wir im Schichtdienst, damit wir unsere User rund um die Uhr mit den neuesten Star- und VIP-News versorgen können. Das sind Info-Bites, die den Tag über schnell verarbeitet werden müssen. Die Geschwindigkeit der GALA-Printausgabe ist eine andere. Hier setzen wir auf Entschleunigung, weil sich die Menschen, die das Magazin lesen, zurücklehnen und genießen wollen.

Warum verkaufen sich gerade noch die Geschichten um die Royals mit am besten?

ANNE MEYER-MINNEMANN Die Royals sind unglaublich beliebt. Das liegt zum größten Teil daran, dass sie so etwas wie Beständigkeit verkörpern. Die Gesetzmäßigkeiten von Königshäusern sind relativ überschaubar. Es gibt wie im Märchen eine Prinzessin, einen Prinzen, vielleicht auch eine böse Stiefmutter. Es gibt Zeremonien, Traditionen und Intrigen am Hof. Das ist etwas ganz Archaisches, was wir auch schon aus unserer Kindheit kennen, letztlich wie Märchenerzählungen, und deshalb fasziniert uns das so.

Und die Märchen schreiben sich ja auch immer wieder neu durch die Prinzessinnen, die dazu kommen.

ANNE MEYER-MINNEMANN Ja und wir haben im Augenblick lauter Aschenputtel. Der Großteil der Prinzessinnen haben heute einen bürgerlichen Hintergrund. Der Gedanke: „Mensch, das hätte ja auch ich sein können“ ist natürlich faszinierend.



Wie verdient man sich das Vertrauen der Prominenten?

Vertrauen verdient man sich über viele Jahre hinweg. Das kommt nicht über Nacht. GALA gibt es seit 25 Jahren und wir haben dieses Vertrauen kontinuierlich aufgebaut – unter anderem durch unsere Transparenz. Die Prominenten wissen, dass wir sie nicht schlecht behandeln, heimlich vielleicht doch ein Foto aufnehmen, was sie nicht haben wollten, ein Interview noch mal umschreiben oder irgendeine andere Schlagzeile oben drüber texten, damit es sich gut verkauft. Wir arbeiten vertrauensvoll mit ihnen und haben uns dadurch einen guten Ruf erarbeitet.

Verändert sich der Look der Gala?

ANNE MEYER-MINNE MANN Wir verändern den Look immer mal wieder. Zuletzt vor drei Jahren. Damals haben wir das Logo modernisiert, neue Schriften und Standards eingeführt. Wir versuchen auch kontinuierlich, die Heftinhalte und -komposition an die Leserwünsche anzupassen.

Trotz Stabilisierung steht „Gala“ im People-Segment in der „harten Auflage“ hinter „Bunte“ und „Closer“. Wird das so bleiben?

ANNE MEYER-MINNE MANN „Bunte“ hat gerade 50. Geburtstag gefeiert und ist damit doppelt so lange am Markt wie wir. Sie konnte in einer Zeit, in der Print das Medium war, deutlich mehr Leserschaft gewinnen.. „Closer“ ist ein reiner Vertriebstitel. Bei GALA ist das Erlösmodell ein ganz anderes. Wir sind sehr zufrieden mit unseren Geschäften.

Du hast die Marke kontinuierlich mitgeformt und gestaltet. Stört dich nicht die alte aber immer wieder genannte Kampagne der Bunte „Ohne Bunte wäre Sylt nur eine Insel“?

ANNE MEYER-MINNE MANN Das ist eine richtig tolle Kampagne und natürlich wäre sie auch passend für GALA gewesen – insbesondere, weil wir natürlich als Hamburger Magazin dieser Insel sehr nahe stehen. Aber egal, ob Bunte oder GALA – Sylt wäre nie nur irgendeine Insel!

Nimmt Gala jeden Anzeigenkunden?

ANNE MEYER-MINNE MANN Es gibt tatsächlich Anzeigen, die wir zurückweisen. Insbesondere natürlich Anzeigen, die in irgendeiner Form verletzende oder sexistische Inhalte haben.

Welche Geschäftsideen dienen mittlerweile der Gala als zusätzliche Einnahmequelle?

ANNE MEYER-MINNE MANN Unser Ziel ist es, die Marke GALA kontinuierlich auszubauen. Im letzten Jahr haben wir eine sehr erfolgreiche Kaschmirpullover-Kollektion in Kooperation mit HSE24 lanciert, sie heißt „My Cashmere Moments by Gala“. Ich fahre etwa vier Mal pro Saison nach München zum Sender und spreche live über das Styling dieser Pullover. Das bringt einen wahnsinnigen Spaß und sie verkaufen sich auch sehr gut. Wir werden diese Modelinie auch noch ausweiten, zudem bieten wir auch GALA-Reisen an und haben außerdem gerade



einen GALA-Sekt gelauncht in Zusammenarbeit mit der ältesten Sektellerei Bayerns. So versuchen wir das Spektrum der GALA-Erlebnisse kontinuierlich zu vergrößern.

Online wächst und wächst. Wird die Zeitschrift - durch die digitale Transformation - zur Inhaltsplattform?

ANNE MEYER-MINNEMANN Wir haben Online andere Inhalte als im Print. Es ist also relativ selten, dass die sich eins zu eins überschneiden. Zum einen, weil die Zielgruppen unterschiedlich sind, die vom Print ist etwas älter als die Online-Zielgruppe und zum anderen, weil wir Online schnelle Informationen liefern, während wir beim Heft wirklich tief in die Themen reingehen, große Fotostrecken und ausgerichtete Interviews bieten. So können wir beide Bedürfnisse befriedigen, zum einen die schnelle Informations-Gewinnung und zum anderen eben diesen lean-back-Moment, bei dem ich mir mal Zeit nehme, um tiefer in die Inhalte einzusteigen.

Du hast mal gesagt: „Wer sich auf dumme, hübsche Frauen einlässt, hat in der Regel selbst nicht sonderlich viel auf der Pfanne und ist somit auch nur bedingt gesellschaftsfähig.“ Gilt diese Behauptung immer noch?

ANNE MEYER-MINNEMANN Ich bin mir nicht ganz sicher, ob das Zitat ganz genauso gefallen ist. Wenn ja, wäre das ein nicht zulässiges Stereotyp. Ich möchte es mal so formulieren: „Wer sich mit jungen Frauen, die nicht den eigenen akademischen oder finanziellen Hintergrund haben, schmückt ...“. Das wäre ja das Klischee: der vermögende Mann mit Altersvorsprung und die hübsche, entweder nicht ganz so vermögende oder nicht ganz so gebildete Frau. Ich glaube, dass diese Art des „Trophy Wifes“ ein Auslaufmodell ist. Weil Männer, die sich selbst als ernstzunehmend in der Gesellschaft zeigen wollen, zunehmend lieber Frauen an ihrer Seite haben, die selbst für etwas stehen und nicht nur ein „Arm Candy“ sind.

Ist es nicht manchmal komisch und befremdlich zu sehen, dass erfolgreiche, tolle Männer häufig nicht so erfolgreiche aber dafür extrem hübsche Frauen haben?

ANNE MEYER-MINNEMANN Die Frage ist ja, ob das tolle Männer sind. Die meisten tollen Männer, die ich kenne, haben auch tolle Frauen an ihrer Seite.

Die Frau erhält eine finanzielle Absicherung, wenn sie Glück hat, auch über das Ende der Beziehung hinaus. Dafür ist sie auf Abruf an seiner Seite und erträgt häufig viele Eskapaden. Diese Konstellation wirkt umso schräger, je mehr Vermögen im Spiel ist. Ist es nicht manchmal eine surreale Komödie?

ANNE MEYER-MINNEMANN Es gibt natürlich immer wieder solche Geschichten. Mir fällt da dieser Unternehmer ein, der eine sehr junge Verlobte hatte, die dann in seinem eigenen Haus fremdgegangen ist – was jetzt auch nicht für ihre Intelligenz spricht. Eigentlich hätte sie wissen müssen, dass überall Überwachungskameras installiert waren. Er cancelte dann kurz vor knapp die Hochzeit. Natürlich gibt es immer wieder so etwas und natürlich denkt man sich dann, Mensch Leute, heiratet doch bitte jemanden, der in irgendeiner Form zu euch passt.

Und sicherlich gibt es auch immer noch Konstellationen, in denen am Ende Frauen gezielt reiche Männer suchen und Männer gezielt schöne Frauen, die sie dann als Trophäe herzeigen können. Ich glaube aber tatsächlich, dass sich das gerade verändert, dass Frauen selbstständiger werden, gute Berufe haben, selbst gutes Geld verdienen. Und diese Frauen haben andere Ansprüche an die Männer. Sie möchten gerne Männer haben, die auch, ich sage jetzt mal im besten Sinne Feministen sind, die Frauen achten und Frauen für das wertschätzen, was sie können.

Für deine Position ist nicht viel über dich und dein Privatleben zu lesen. Ist das gewollt? Und wenn ja ist es nicht konträr zu den Erwartungen und Wünschen Eurer Prominenten?

ANNE MEYER-MINNEMANN Genau darin liegt der Unterschied: Ich bin nicht prominent. Ich bin Journalistin. Natürlich besteht da die Gefahr eines Missverständnisses, weil ich mit Prominenten verkehre oder bei Partys auf dem Red Carpets fotografiert werde, vielleicht im Fernsehen auftrete oder Presseinterviews gebe. Aber meine Rolle ist die einer Chefredakteurin, einer Journalistin. Ich mache einen Job, der die Öffentlichkeit anderer Menschen möglich macht, nicht jedoch meine eigene in den Mittelpunkt stellt. Ehrlicherweise interessiert sich auch kaum jemand für meine Familie. Es ist jetzt nicht so, dass ich Paparazzi vor der Tür stehen habe oder ständig danach gefragt werde, wie meine Kinder gedeihen.

Denkst du, dass du nach außen wie eine Trophy Wife des 21. Jahrhunderts wirkst – also eine ultimative Überfliegerin, eine herausragende Persönlichkeit, die alles in ihrem Leben richtig gemacht hat?

ANNE MEYER-MINNEMANN Also Trophy-Frau bezeichnet zu werden würde ja bedeuten, dass ich für irgendwen eine Trophäe bin. Das ist mir zu passiv. Überfliegerin trifft schon eher zu, denn ich habe ja definitiv viel erreicht. Allerdings kam mir das ja nicht zugeflogen. Ich habe viel Arbeit investiert, habe zudem zwei Kinder, um die ich mich kümmere – das ist ja immer alles nur halb so glamourös, wie es nach außen scheint. Ich stehe ja nicht jeden Abend irgendwo auf dem roten Teppich und gebe die große Chefredakteurin.

Darfst Du - als erste Frau an der Spitze seit der Erstausgabe des Premium People- und Lifestyle-Magazins - in aller Öffentlichkeit noch Prosecco trinken, auch wenn ein Champagner-Hersteller pro Heftausgabe Anzeigekunde ist?

ANNE MEYER-MINNEMANN Darüber habe ich mir ehrlicherweise noch nie Gedanken gemacht. Ich trinke wahnsinnig gerne Champagner, würde aber auch beim Italiener einen Franciacorta nehmen oder einen guten deutschen Sekt, wenn er mir kredenzt wird. Übrigens haben wir auch Sekt-Kunden und wir stellen jetzt auch selbst Sekt her. Was du eigentlich meinst, ist ja: Muss man als Chefredakteurin auch in seiner Freizeit ständig seiner Rolle gerecht werden, wenn man nicht als Privatperson das verkörpert, was die Zeitschrift einfordert. Da muss man fein unterscheiden zwischen der beruflichen Rolle der Chefredakteurin, und der Privatperson Anne Meyer-Minnemann. Letztere kann, wenn sie Lust hat, auch einen Alko-Pop trinken

– wobei mir Champagner tatsächlich viel besser schmeckt. Oder ein guter Wein. Ich glaube, man muss immer sehr gut zwischen seiner beruflichen und seiner privaten Rolle unterscheiden. Aber natürlich hilft es, wenn es da viele Überschneidungen gibt. Ich genieße mein Leben als Chefredakteurin sehr und fühle mich sehr privilegiert, dass ich diesen tollen Job machen kann, aber man darf nie verwechseln, wer man eigentlich selbst und wer die Rolle ist.

Deine Mutter ist Dolmetscherin. In wieweit hat es dich geprägt?

ANNE MEYER-MINNEMANN Ich komme aus einem sehr intellektuellen Haushalt, meine Mutter ist tatsächlich Literaturübersetzerin und mein Vater war Professor für spanische Sprache und Literatur, also Romanistik-Professor. Das hat mich sehr geprägt, weil in unserer Familie Bildung und Sprache immer unglaublich wichtig waren. Beide meine Eltern haben sich mit Sprache beschäftigt und auch wir Kinder wurden immer in alle Diskussionen mit hineingenommen. Sicherlich ist das ein Grund dafür, warum ich Journalistin geworden bin.

Färbt der Blick auf prominente Paarbeziehungen in jeder Lebenslage, freigelegte Untreue, böses finanzielles Blendwerk, irgendwann auch mal im eigenen Privatleben ab?

ANNE MEYER-MINNEMANN Nein. Aber für mich ist es immer interessant, die Meta-Ebene von solchen Beziehungs-Geflech-

ten zu sehen. Ich schreibe ja jede Woche auch ein Editorial in der GALA und ich versuche immer zu schauen: Worum geht es denn da eigentlich? Was sind eigentlich die übergeordneten Themen, die jeder von uns kennt, egal ob prominent oder nicht prominent. Also: Was bedeutet für mich eigentlich Treue? Was davon ist meine Definition? Wie weit will ich eigentlich gehen, oder nicht? Was ist Treue versus persönliche Freiheit? Ist für mich eigentlich eine Ehe gescheitert, wenn sie zwanzig Jahre lang gehalten hat? Oder kann man sagen, man hat sie erfolgreich beendet? Muss ich mich mit 50 Jahren nochmal neu erfinden und wo will ich dann eigentlich hin? Das sind ja alles zutiefst menschliche und zwischenmenschliche Themen, die die Prominenten mit jedem anderen Menschen verbindet. Und die interessieren auch mich.

Wann fängt bei dir Untreue an und wann fängt bei der Gala Untreue an?

ANNE MEYER-MINNEMANN Letztlich geht es um die Frage, wie man eine Beziehung führen möchte oder wie man Treue definiert, und diese Frage sollte von Partnern gleich beantwortet werden. Untreue ist dann vorhanden, wenn der eine Partner eine moralische Grenze überschreitet. Diese Grenzen sollten in einer Partnerschaft vorab geklärt sein.

Viele Dank für das Interview. Ich freue mich auf euren weiterhin glamourösen Journalismus mit vielen exklusiven Bildern und wünsche gutes Gelingen.



KATJA SUDING

MACHT

MEDIEN

FREIHEIT



Katja Suding (43), die stellvertretende FDP-Bundesvorsitzende und Hamburger Landesvorsitzende, trafen wir an einem sonnigen Mittag in der Strandperle an der Elbe. Ein Gespräch über Macht und Medien, über Freiheit und Frauenwahlrecht - und warum es so wichtig ist, mehr Frauen für die Politik zu gewinnen.

Das Interview führte Bianca Bödeker.

Katja Suding, es war Ihre Idee, uns hier in der Strandperle zu treffen. Ist das Ihr Lieblingsplatz?

KATJA SUDING Es gibt viele Orte, die ich mag. Doch die Strandperle ist ein ganz besonderer Ort. Hier bin ich relativ häufig, wohne ja auch nicht weit weg. Wo gibt es eine Großstadt, in der man am Strand sitzen kann und das Wasser mit dem riesengroßen Hafen vor Augen hat? Es ist auch sensationell schön, die Elbchaussee entlang zu fahren und parallel zieht auf der Elbe ein Containerschiff vorbei.

Ereilt Sie dann Fernweh, wenn Sie sich das Panorama anschauen?

KATJA SUDING Nein, nicht unbedingt. Ich komme ja viel rum. Finde einfach dieses Flair so schön. Ich liebe das.

Hamburg ist seit 20 Jahren Ihr Zuhause. Was bedeutet Ihnen Hamburg?

KATJA SUDING Hamburg hat so viel von Weltoffenheit, von Freiheit und Internationalität. Das finde ich faszinierend. Meine Kinder sind in Hamburg geboren, wachsen hier auf und gehen hier zur Schule. Das ist natürlich etwas, was einen mit einer Stadt verwurzelt. Aber auch in meinem Geburtsort Vechta in Niedersachsen fühle ich mich noch zuhause. Die Worte Heimat und Zuhause haben für mich jedoch keine so große Bedeutung.

Sind Sie ein Mensch, der überall leben könnte?

KATJA SUDING Ich könnte an vielen Orten leben. Hamburg ist ja nicht mein einziger Mittelpunkt. Inzwischen lebe und arbeite ich die Hälfte des Jahres in Berlin.

Wie häufig sind Sie in der Woche in Berlin?

KATJA SUDING Die Sitzungswochen verbringe ich meist komplett dort und dazwischen nach Bedarf.

Was lieben Sie an Berlin?

KATJA SUDING Berlin ist eine echt große Metropole. Ich bekomme leider viel zu wenig davon mit. Wenn ich dort bin, arbeite ich von morgens früh bis abends spät und kann die Vorzüge der Stadt nur sehr selten nutzen. Das finde ich schade.

Wie empfinden Ihre beiden Söhne Ihr Leben?

KATJA SUDING Die finden das cool und spannend, was ich mache. Sie sind mit 15 und 16 Jahren in einem Alter, in dem sie auch eine ganze Menge verstehen, von dem, was ich tue. Und auch mal gezielt nachfragen, ihre eigene Meinung sagen und mich gern zu Veranstaltungen begleiten. Sie interessieren sich durchaus auch für Politik.

Sagen sie auch mal: „Mama, das muss geändert werden in Deutschland. Bitte setze dich dafür ein.“?

KATJA SUDING Ja! Zuletzt waren beide unglaublich auf Zinne bezüglich der Urheberrechts-Reform, die auf europäischer Ebene stattfindet. Es geht insbesondere um die Verpflichtung der Netzbetreiber und Urheber, verletzende Inhalte herauszufiltern, wozu man Upload Filter einsetzen muss. Darüber machen sich meine Söhne große Sorgen, weil sie, wie ich übrigens auch, befürchten, dass dies sehr stark in die Meinungsfreiheit eingreifen wird. Denn so können präventiv auch Inhalte gelöscht werden, die gar nicht strafbar sind. Weil diese Upload Filter gar nicht in der Lage sind, zweifelsfrei zu erkennen: Was ist urheberrechtlich geschützt und was nicht?

Wie kamen Ihre Kinder auf dieses Thema?

KATJA SUDING Sie sind viel online und deshalb wie die meisten jungen Menschen darüber sehr besorgt. Es wird an ihrer Schule, in ihrem privaten Umfeld und den Netzwerken diskutiert.

Achten Sie auf den Umgang Ihrer Kinder mit den sozialen Medien?

KATJA SUDING Ja, wir sprechen darüber. Sie sollen lernen, die Gefahren zu erkennen und wie man überhaupt mit Informationen



aus dem Netz umgeht. Sind sie richtig oder falsch? Wie ordne ich sie ein? Und wie prüfe ich die Quelle einer Information? Das sind schon Themen, über die wir sprechen.

Ihr ältester Sohn Johann gab in diesem Jahr zum ersten Mal seine Stimme ab bei der Bezirksversammlungswahl. Was meinen Sie, welche Partei hat er gewählt?

KATJA SUDING Wer weiß, vielleicht war es eine mir sehr nahestehende Partei. Wenn wir politisch diskutieren, gibt es nicht immer, aber oft Übereinstimmungen. Auch ihnen ist es wichtig, dass man seinen eigenen selbstbestimmten Weg geht und seine Talente nutzt.

„Das Beste, was einer Gemeinschaft passieren kann, sind Freiheit und Selbstbestimmung“, schreiben Sie auf Ihrer FDP-Seite.

KATJA SUDING Genau! Weil ich glaube, dass eine Gesellschaft dann stark und gut sein kann, wenn man der einzelnen Person so viel Freiraum lässt, dass sie Kreativität, Leistungsfähigkeit und Schaffenskraft entfalten kann. Und wenn jeder seine Talente und Fähigkeiten für sich, die Familie und die Gesellschaft nutzt, dann ist das nur positiv. Künstler schaffen Kunstwerke, Handwerker bauen uns schöne Dinge, Lehrer unterrichten unsere Schüler, Ehrenamtliche engagieren sich für den Zusammenhalt und das Funktionieren der Gesellschaft. Politik sollte genau das fördern.

Wie leben Sie diese selbst?

KATJA SUDING Ich bin ein Mensch, der selbstbestimmt leben möchte. Ich habe schon sehr früh mein eigenes Geld verdient, weil ich meinen eigenen Weg gehen wollte.

Sie haben als Jugendliche u.a. am Fließband einer Geflügelschlachterei, als Zimmermädchen und im Supermarkt gejobbt. Wissen Sie noch, was Sie sich von Ihrem ersten Geld gekauft haben?

KATJA SUDING Das habe ich mir zusammengespart, um meinen Auslandsaufenthalt während der Schulzeit zu finanzieren. Denn ich wollte unbedingt in die USA. Meine Eltern haben mich finanziell zwar unterstützt, aber auch gesagt: Zeig', dass du das wirklich willst. So habe ich mir diverse Jobs gesucht und das Geld für diesen Auslandsaufenthalt anteilig verdient. Mit 17 Jahren habe ich dann ein Jahr lang bei einer Gastfamilie in Utah gelebt und dort mein Senior Year an der High School gemacht.

Wie war das Jahr für Sie?

KATJA SUDING Großartig! Ich habe so viel Neues erlebt und wollte erst gar nicht wieder zurück. Ich musste mich plötzlich in einer ganz neuen Welt zurechtfinden, das war wirklich ein Ausnahmezustand. Ich lebte bei einer mormonischen Familie mit vier Kindern, von denen drei noch zu Hause wohnten. Zu ihnen habe ich immer noch Kontakt und war einige Male drüben - auch mit meinen Kindern.



Was schätzen Ihre Familie und Ihre (politischen) Freunde an Ihnen?

KATJA SUDING Da müssten wir sie mal fragen. Ich bin sehr diszipliniert, wenn es darum geht, Ziele zu erreichen. Und weiß sehr klar, was ich möchte. Trotzdem bin ich locker, zugänglich und offen, sagt man jedenfalls.

So nehmen wir Sie auch wahr. Doch was sind die weichen Attribute der Katja Suding?

KATJA SUDING Ich versuche auf empathische Art und Weise, meine Leute mitzunehmen. In den Dialog zu gehen, Vertrauen aufzubauen, um Unterstützung zu werben. Mit dem Ziel, Projekte gemeinsam zu entwickeln. Dazu gehört für mich auch, nicht alles allein zu machen. Mir ist wichtig, dass auch andere ihre Talente einbringen.

Wie wichtig ist in Ihren Augen Macht?

KATJA SUDING Macht ist wichtig, um Positionen und Ziele durchzusetzen.

Das Wort ist oft negativ besetzt. Was ist positiv daran?

KATJA SUDING Macht an sich ist nicht so negativ besetzt, aber Machtmissbrauch natürlich. Wenn man Macht als eine dienende Funktion begreift und sie verantwortungsvoll einsetzt, dann ist das positiv.

Wie leben Sie diese dienende Funktion?

KATJA SUDING Ich besetze meine Ämter nicht der Ämter wegen, sondern um etwas zu erreichen. Als Hamburger Landesvorsitzende arbeite ich mit meinem Team dafür, dass wir bei der Bürgerschaftswahl im Februar 2020 ein gutes Ergebnis erzielen. Als stellvertretende Bundesvorsitzende war ich in den vergangenen Jahren am Wiederaufbau der FDP nach sehr schwierigen Jahren an vorderster Front damit beschäftigt, die Partei wieder auf die bundespolitische Bühne zu bringen. Das war sehr viel Arbeit, es war aber auch eine schöne Zeit, besonders weil wir am Ende erfolgreich waren.

Sie sagen von sich: Ich bin eine überzeugte Europäerin. Wie leben Sie diese Haltung?

KATJA SUDING Hans-Dietrich Genscher hat mal gesagt: „Europa ist unsere Zukunft, wir haben keine andere“. Das stimmt heute mehr denn je. Deshalb brauchen wir eine bessere EU. Sie muss bei Digitalisierung, Klimaschutz, Verteidigung, Zuwanderung aber auch bei Wissenschaft und Forschung enger zusammenarbeiten. Wir brauchen jedoch kein Europa, das sich überall einmischt, wo es die Staaten und Regionen besser alleine können. Und eine Vergemeinschaftung von Schulden brauchen wir auch nicht.

Ihr Sternzeichen ist der Steinbock. Von dem sagt man, er sei fleißig, beißt sich durch, ist ein Problemlöser. Ihr Chef Christian Lindner hat das gleiche Sternzeichen. Wie passt das? Rumst es auch mal?

KATJA SUDING Wir harmonieren schon seit langer Zeit in ganz unterschiedlichen Funktionen. Er nun als FDP-Bundesvorsitzender und ich als seine Stellvertreterin. Wir kennen uns seit über zehn Jahren. Damals war er noch FDP-Generalsekretär in NRW. Wir sind natürlich nicht immer derselben Meinung, aber wir arbeiten sehr gut zusammen. Er ist unglaublich intelligent und visionär. Also, die Zusammenarbeit mit ihm ist toll.

Was verbindet Sie?

KATJA SUDING Wir beide haben diesen Mut, neue Wege zu gehen.

Wie mutig sind Sie denn?

KATJA SUDING Ich war mutig, als ich 2011 gesagt habe: Ich werde jetzt Spitzenkandidatin für die FDP. Wir waren zwei Legislaturperioden schon nicht mehr in der Hamburger Bürgerschaft vertreten, bei zwei Prozent in den Umfragen angelangt und als zerstrittener Männerhaufen verschrien. Niemand hat nur einen Pfifferling darauf gewettet, dass wir es überhaupt irgendwie schaffen würden, wieder in die Bürgerschaft einzuziehen. Ich habe damals gesagt: Ich werde Spitzenkandidatin und wir schaffen das. Und wir haben es geschafft.

Woher haben Sie damals den Mut genommen?

KATJA SUDING Ich wusste zum Glück noch nicht, was auf mich zukommt. Ich hatte eine Idee, wie ich es machen wollte, anders machen wollte, und dachte: Es muss in dieser Stadt doch möglich sein, dass die Freien Demokraten sich mit ihrem guten Programm so aufstellen und darstellen können, um genügend Wählerinnen und Wähler zu überzeugen, uns zu wählen.

Wie wichtig ist Attraktivität in der Politik?

KATJA SUDING Sicherlich kann Attraktivität dazu beitragen, für Aufmerksamkeit zu sorgen. Politik lebt ja von Aufmerksamkeit, dass man uns wahrnimmt, uns hört. Auf der anderen Seite haben es attraktive Frauen in der Politik manchmal schwerer, als kompetent wahrgenommen zu werden.

Welche Rolle spielen Mode und gutes Aussehen für Sie?

KATJA SUDING Das hat ehrlich gesagt viel weniger Bedeutung für mich als für mein Umfeld.

Eher Rock oder eher Hose?

KATJA SUDING Je nach Laune. Ist beides vorhanden. Mal fühle ich mich nach Turnschuhen und Jeans, mal nach Rock und Bluse. Das weiß ich, wenn ich morgens aufwache.

Die Farbe gelb ist ja dieses Jahr auch wieder ganz aktuell...

KATJA SUDING Was Gelbes finden Sie in meinem Kleiderschrank allerdings nicht.

Was denn so?

KATJA SUDING Ich mag blau sehr gern - in allen Schattierungen. Eher gedeckte Farben, zwischendurch mal was Farbiges. Ich bin ein Typ, der sich schlicht gekleidet wohler fühlt.

Man sieht Sie in Hamburg mit Ihrem Partner Udo Ringlewski auch immer wieder auf der „Nacht der Medien“ oder beim „Hamburger Presseball“. Wie gern bewegen Sie sich auf dem gesellschaftlichen Parkett?

KATJA SUDING Das sind ja vor allen Dingen Ereignisse, auf denen man netzwerkt, Neuigkeiten erfährt, neue Menschen kennenlernt. Das tue ich gern, aber es ist natürlich Arbeit. Einen privaten Abend im Kreise von Freunden genieße ich anders.

Wie sieht so ein Abend im Kreise von Freunden aus?

KATJA SUDING Ich gehe unglaublich gern zum Essen. Liebe es, neue Restaurants auszuprobieren. Ob Italienisch, Asiatisch, Südamerikanisch - ich mag die Vielfalt. Natürlich ist ein Highlight, und das mag ich auch sehr gern, ein gemütlicher Abend auf dem Sofa.



Wo wollen Sie sich politisch noch stärker engagieren?

KATJA SUDING Ich habe Ihnen mein Menschenbild geschildert. Ein wichtiges Thema bleibt das Thema Bildung. Ohne gute Bildung funktioniert unser System nicht. Bereits in der frühkindlichen Bildung setzen wir die Grundlagen für den späteren Bildungserfolg. Es ist ein ganz schlimmer Zustand, dass Bildung immer noch davon abhängt, aus welchem Elternhaus man kommt. Wir haben gerade das Grundgesetz geändert, so dass Bund und Länder in der Bildung besser zusammenarbeiten können und der Digitalpakt nun endlich starten kann. Damit investieren wir ganz gezielt in mehr digitale Bildung. Ich kann mit digitalen Lernprogrammen an den Schulen ganz zielgerichtet auf jedes Kind eingehen und gucken: Wo sind Stärken, wo hat es noch Schwächen? Und es so individuell fördern!

Wir leben ja in einer Welt, in der in den nächsten Jahren durch die Digitalisierung viele Jobs wegfallen werden. Die allermeisten Jobs werden sich fundamental ändern mit komplett neuen Anforderungen an die Qualifikation der Menschen. Darauf ist unser Land überhaupt nicht eingestellt. Deshalb möchte ich, dass lebenslanges Lernen für jeden und jede einfach zugänglich und finanzierbar wird.

100 Jahre Frauen-Wahlrecht in Deutschland - ist es Ihrer Meinung nach bemerkenswert, was Frauen seitdem erreicht haben? Oder eher dürftig?

KATJA SUDING Es hat sich einiges getan, aber meiner Meinung nach noch nicht genug. Es gibt keine Partei in Deutschland,

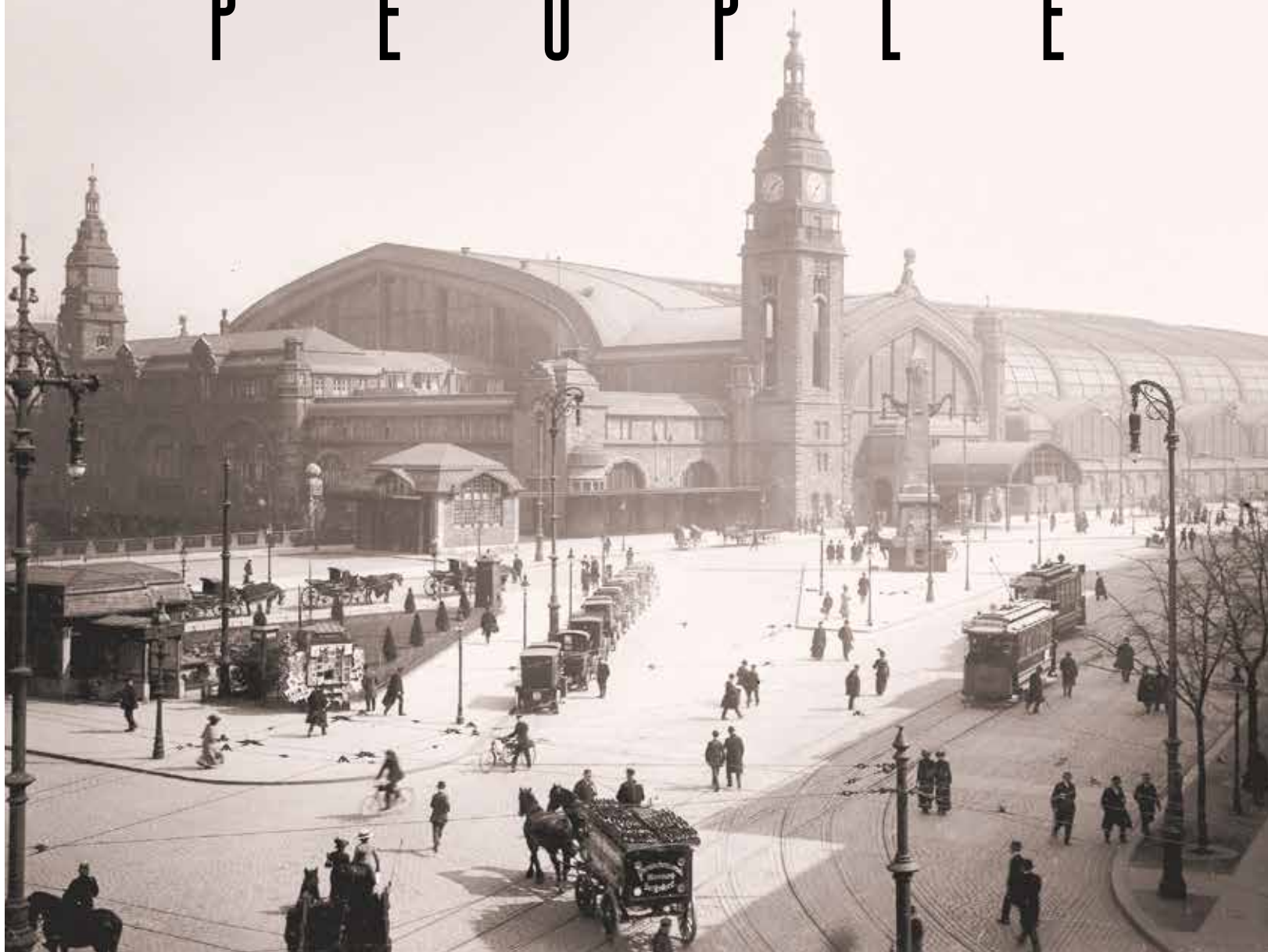
in der der weibliche Mitgliederanteil annähernd 50 Prozent beträgt. Ich wünsche mir schon, dass mehr Frauen sagen: Ich engagiere mich. Wir bilden 50 Prozent der Bevölkerung, wir sollten auch zu 50 Prozent gehört werden. Als FDP-Landesvorsitzende versuche ich hier in Hamburg, wo ich darauf einen Einfluss habe, zu schauen: Wie kriegen wir das hin? Wie sprechen wir Frauen an? Wie können wir auch unsere Arbeit in den Gremien so organisieren, dass es für Frauen noch attraktiver ist? Ich weiß ja, dass Frauen immer noch den Löwenanteil der Hausarbeit, der Kindererziehung, der Pflege von Angehörigen übernehmen. Diese Frauen sind dann oft auch noch berufstätig. Das heißt, sie sind schon doppelt oder mehrfach belastet. Da ist es natürlich nicht so einfach, sich Zeit für das Ehrenamt, das politische oder ein anderes, abzuwickeln. Deshalb versuche ich, unsere Arbeit an der Basis so zu organisieren, dass sie effizient funktioniert. Dazu gehört für mich auch, aus Respekt vor den Teilnehmern, Gremiensitzungen im Landesvorstand so vorzubereiten und zu organisieren, dass wir zügig durchkommen.

Abschlussfrage: Sie sind im Frühjahr mit Ihren Kindern nach Israel gereist. Warum haben Sie dieses Reiseziel gewählt und mit welchen Eindrücken sind Sie zurückgekehrt?

KATJA SUDING Es war eine unglaublich tolle Reise. Jerusalem hat uns fasziniert, wir haben uns dort intensiv mit der Entstehung der Religionen und der Geschichte des Landes beschäftigt. Tel Aviv war das Kontrastprogramm: eine aufregende Stadt, in der wir die große Lebensfreude genossen haben.

SPIRIT
of Hamburg

P E O P L E



Deutsche Modedesignerin Jil Sander.
1968 gründete sie in Hamburg das
gleichnamige Unternehmen für ihre
elegante und zeitlose Mode.



*Der Hamburger Hans
Albers, auch genannt der
„Blonde Hans“, Schauspieler
und Sänger. Geboren am 22.
September 1891 in Hamburg
und verstorben am 24. Juli
1960 in Berg, Bayern.
Bekannt durch das Lied
„Auf der Reeperbahn nachts
um halb eins“ von 1952*



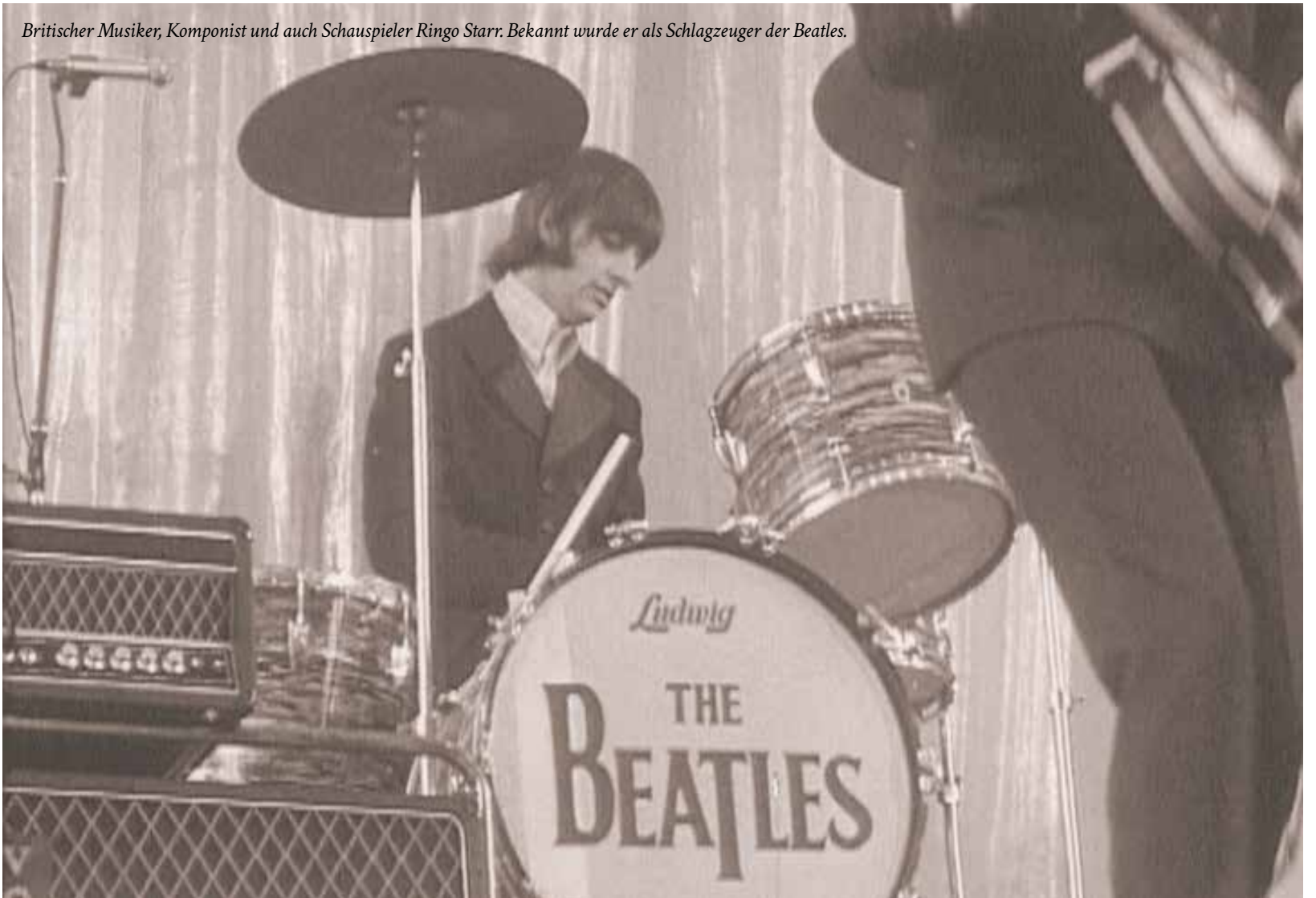
*Helmut Schmidt, 5. Bundeskanzler der
Bundesrepublik Deutschland (von 1974 bis 1982).
Geboren am 23. Dezember 1918 in Hamburg-
Barmbek und verstorben am 10. November 2015
in Hamburg-Langenhorn.*



*Britischer Musiker und Komponist Paul McCartney.
Der Sänger und Bassist, bekannt durch die Beatles,
wurde mehrfach Grammy-Preisträger.*



Britischer Musiker, Komponist und auch Schauspieler Ringo Starr. Bekannt wurde er als Schlagzeuger der Beatles.







UMFASSENDE LÖSUNGEN FÜR ANSPRUCHSVOLLE KUNDEN

DAS WEALTH MANAGEMENT DER COMMERZBANK

Nasim Amini (41) verantwortet das Wealth Management in der Commerzbank Niederlassung Hamburg Nord-West und betreut mit seinem 50-köpfigen Team exklusiv gehobene und vermögende Kunden mit sehr komplexen Vermögen. Sein Verantwortungsbereich erstreckt sich von der Hamburger City bis hin nach Blankenese und den Elbvororten.

Herr Amini: Was zeichnet Ihr Team aus? Was leisten Sie für Ihre Kunden?

NASIM AMINI Unser Team - und das hat für mich oberste Priorität - zeichnet sich aus durch eine ausgewiesene hohe Kompetenz und Dynamik. Wir sind dort unterwegs, wo viele unserer Kunden wohnen. Das Wealth Management der Commerzbank bietet maßgeschneiderte Leistungen für Kunden mit höchsten Ansprüchen. Ob private Vermögensverwaltung, Finanzierungen oder Kapitalmarktgeschäft - wir verstehen die vielfältigen Bedürfnisse und bieten unseren Kunden ein umfassendes Leistungsspektrum einer internationalen Großbank. Um welchen Aspekt des privaten Vermögens es auch immer geht - es steht dem Kunden ein fester und vertrauter Ansprechpartner im Commerzbank Wealth Management zur Verfügung.

Und was zeichnet ihre Kunden aus?

NASIM AMINI Sie weisen in der Regel komplexe Vermögensstrukturen auf, schauen nicht allein auf Renditen und Dividenden, sondern sind sich auch ihrer sozialen Verantwortung bewusst. Sie wollen mit ihren Finanzmitteln im sozialen, gesellschaftlichen oder wissenschaftlichen Bereich etwas bewegen. Hier können wir unterstützen bei der Gründung von Stiftungen ebenso wie beim anschließenden Stiftungsmanagement.

Ab wann lohnt sich eine derart ausführliche Vermögensplanung?

NASIM AMINI Dies ist tatsächlich einzelfallbezogen, aber ab einem siebenstelligen Vermögen sollte es obligatorisch sein. Was zunächst nach einem großen Vermögen klingt ist jedoch relativ,

denn fast jedes Einfamilienhaus in besten Lagen von Hamburg oder Umgebung hat diesen Wert.

Was ist wichtig für die erfolgreiche Vermögensanlage?

NASIM AMINI Voraussicht ist ein wichtiger Faktor für die erfolgreiche Vermögensanlage. Niemand kann alle Unwägbarkeiten vorhersehen. Doch sind zum Beispiel professionelle Vermögensverwalter dahingehend geschult, langfristig zu denken und kurzfristige Marktrisiken wirksam einzudämmen. Sie stellen das Portfolio robust auf, indem sie diversifizieren, sich gerade im Vorfeld von wirtschaftspolitischen Ereignissen Risiken bewusst machen und aktiv auf Veränderungen der Kapitalmarktaussichten reagieren. Das ist gerade im Hinblick auf die internationalen politischen Konstellationen wie beispielsweise in Italien, Großbritannien oder den USA unabdingbar.

Was bedeutet das für Anleger?

NASIM AMINI Wenn sie ihr Vermögen nicht von Profis managen lassen wollen, sondern selbst entscheiden, ist ein robustes Portfolio mit einer breiten Verteilung des Vermögens auf verschiedene Anlageklassen wichtig. Dies ist heute leichter gesagt als getan, denn einige Anlageklassen, die sich in der Vergangenheit oft gegenläufig bewegten, entwickeln sich heute viel parallel. Auch innerhalb der Anlageklassen gewinnt deshalb die Diversifikation an Bedeutung. Statt sich nur auf den heimischen Aktienmarkt zu konzentrieren kann eine globale Aufstellung, die die unterschiedlichen Entwicklungen weltweit ausgleicht, zur Stabilität beitragen. Ein zweiter Baustein ist das aktive Risikomanagement. Es beginnt mit der Frage, wie viel Risiko ein Anleger bereit ist zu tragen. Und zwar nicht nur finanziell, sondern auch emotional. Dazu werden der Eintritt von hypothetischen Risikoszenarien und ihre Wirkung auf das Portfolio simuliert. Auf dieser Basis können Berater und Anleger die Schwankungsbreiten definieren, innerhalb derer sich das Portfolio bewegen darf. So lässt sich ein realistisches Risikoprofil entwickeln. Erst auf dieser Basis geht es um die Gewichtung der einzelnen Investments. Schließlich fließen in den Anlageprozess aktuelle Einschätzungen von wirtschaftlichen sowie politischen Ereignissen ein. Dieses taktische Kalkül optimiert die strategischen Strukturen und hilft, die Portfolioentwicklung – vor allem nach unten – zu glätten.

Was sollten vermögende Menschen in der Vermögensanlage denn sonst noch beachten?

NASIM AMINI Oft vernachlässigt wird der Vermögenserhalt über die Generationen hinweg. Viele große Vermögen in Deutschland stammen aus unternehmerischer Tätigkeit. Private und unternehmerische Anteile sind daher oft verzahnt. Ein professionelles Nachfolgemanagement kann hier den langfristigen Vermögenserhalt auch über den Erbfall hinaus sichern. Unsere Stärke ist, dass wir unsere Kunden als Unternehmer und Privatperson sehen und die private und geschäftliche Beratung verzahnen. Das kann zum Beispiel ein Vorteil beim Risikomanagement sein. Denn so haben wir die Möglichkeit, Unternehmer auf ihre privaten Belange anzusprechen. Das funktioniert inzwischen gut und wir stärken kontinuierlich unsere Kundenbeziehungen und gewinnen neue Kunden hinzu. Und natürlich bleiben Investitionen in Immobilien gerade hier in der Region auch auf lange Sicht eine lohnenswerte Investition mit guter Renditeerwartung, auch aufgrund der dauerhaft niedrigen Zinsen. Unser Team kümmert sich um die Finanzierung von Immobilien als Kapitalanlage genauso wie beispielsweise um die Anlage in Gewerbe- oder Geschäftsimmobilien.

Immer wieder wird über das Thema Nachfolge diskutiert. Worum geht es dabei?

NASIM AMINI Wichtig ist eine vorausschauende Nachfolgeplanung. Wir haben ein Experten-Team, das sich mit Testamentsfragen beschäftigt und sich um Testamentsvollstreckungen und Nachlassmanagement kümmert. Patchwork-Familien sind längst keine Ausnahme mehr, und so werden Erbfolge-Regelungen immer wichtiger. Zu klären sind beispielsweise so

wichtige Fragen wie die, ob die Kinder aus erster Ehe bis zu ihrem Lebensende gut versorgt sind. Durch die zunehmende Mobilität ist es zudem nicht mehr selbstverständlich, dass Eltern und Kinder am gleichen Ort wohnen. Wenn die Kinder in anderen europäischen Ländern oder gar auf einem anderen Kontinent wohnen, dann können sie sich schlichtweg nicht um die Abwicklung einer umfangreichen Erbschaft kümmern. Deshalb beschäftigen wir uns sowohl mit der steuerlichen Optimierung von Nachfolge und Erbschaft im Vorfeld mit Steuerberatern, als auch aktiv als Nachlassverwalter und Dauertestamentsvollstrecker.

Spielen Werte in Ihrem Geschäft überhaupt noch eine Rolle?

NASIM AMINI All unsere Leistungsfelder haben eine gemeinsame Grundlage: Fairness und Kompetenz. Diese Werte werden uns gerade von Inhabern großer Vermögen fast immer an erster Stelle genannt, wenn sie nach den wichtigsten Eigenschaften ihrer Bank gefragt werden. Sie wünschen sich eine Rückkehr zu den klassischen Werten des ehrbaren Kaufmanns. Als Bank mit einer fast 150-jährigen Tradition besitzt die Commerzbank solche gewachsenen Werte. Ihnen fühlt sie sich gerade im Wealth Management heute mehr denn je verpflichtet.

M. NASIM AMINI · COMMERZBANK AG
Wealth Management

Jungfernstieg 22 · 20354 Hamburg

T 040 36 83 10 07

nasim.amini@commerzbank.com

www.wealthmanagement.commerzbank.de



THE Grace Denker SHOW

Vor knapp einem Jahr gewann sie den Preis als „Bester Filmregisseur“ bei den Los Angeles Film Awards für ihre Debütfilm-Produktion **EDDA TUDOR** (76 Min, 2018), die bei der Berlinale European Film Market veröffentlicht wurde. Im Jahr 2019 gründete sie ihre eigene Talkshow-Produktion - **THE GRACE DENKER SHOW**.

Grace Denker inspiriert Menschen mit ihrer facettenreichen und kreativen Haltung. Die Talkshow-Moderatorin, Galeristin, Filmproduzentin und preisgekrönte Filmregisseurin ist auch eine Künstlerin, die es sich zur Aufgabe gemacht hat, die Kunst im In- und Ausland zu unterstützen und zu fördern. 2017 gründete sie die **GRACE DENKER GALLERY**, eine Galerie für zeitgenössische Kunst mit authentischen Kunstwerken nationaler und internationaler Künstler. Die Kunstgalerie, die sich im

historischen Gebäude **INDUSTRIE HOF** im Herzen von Hamburg befindet, veranstaltet exklusive Kunstevents und verfügt über ein etabliertes soziales Netzwerk von Künstlern, Kunstsammlern und -interessenten.

Mit ihrer neuen Talkshow-Produktion **THE GRACE DENKER SHOW**, gibt sie den Menschen eine Plattform, um ihre Geschichten zu erzählen und zu teilen. Die Themen sind vielfältig und zeigen Gäste aus verschiedenen Lebensbereichen mit inspirierenden Geschichten, lebensverändernden Erfahrungen, Gesprächen über Leben, Liebe, Familie, Arbeit und Beziehungen. In früheren Folgen wurde Ato Yankah Jr. der Neffe des ehemaligen UN-Generalsekretärs Kofi Annan, Klaus Eisenmenger, CEO von Titan Golf und Danny Thomas, Schauspieler und Musiker vorgestellt.

Mehr erfahren

www.gracedenker.com | www.artcraftliving.com | E-Mail: info@artcraftliving.com



YORK

PRINCE OF
SCHAUMBURG-LIPPE



www.York-Jewellery.com

Erhältlich bei Juwelier Mahlberg & Meyer,
Neuer Wall 43, 20354 Hamburg

A black and white portrait of a woman with long, light-colored hair, smiling and looking to the left. She is wearing a dark, textured top. The background is bright and out of focus.

ESTHER HAASE

Ein Portrait von Tom Jacobi



Früher wurde die ausgebildete Tänzerin auf der Bühne bestaunt, heute sind es ihre einzigartigen Fotos, die dem Betrachter den Kopf verdrehen.



Bilder aus

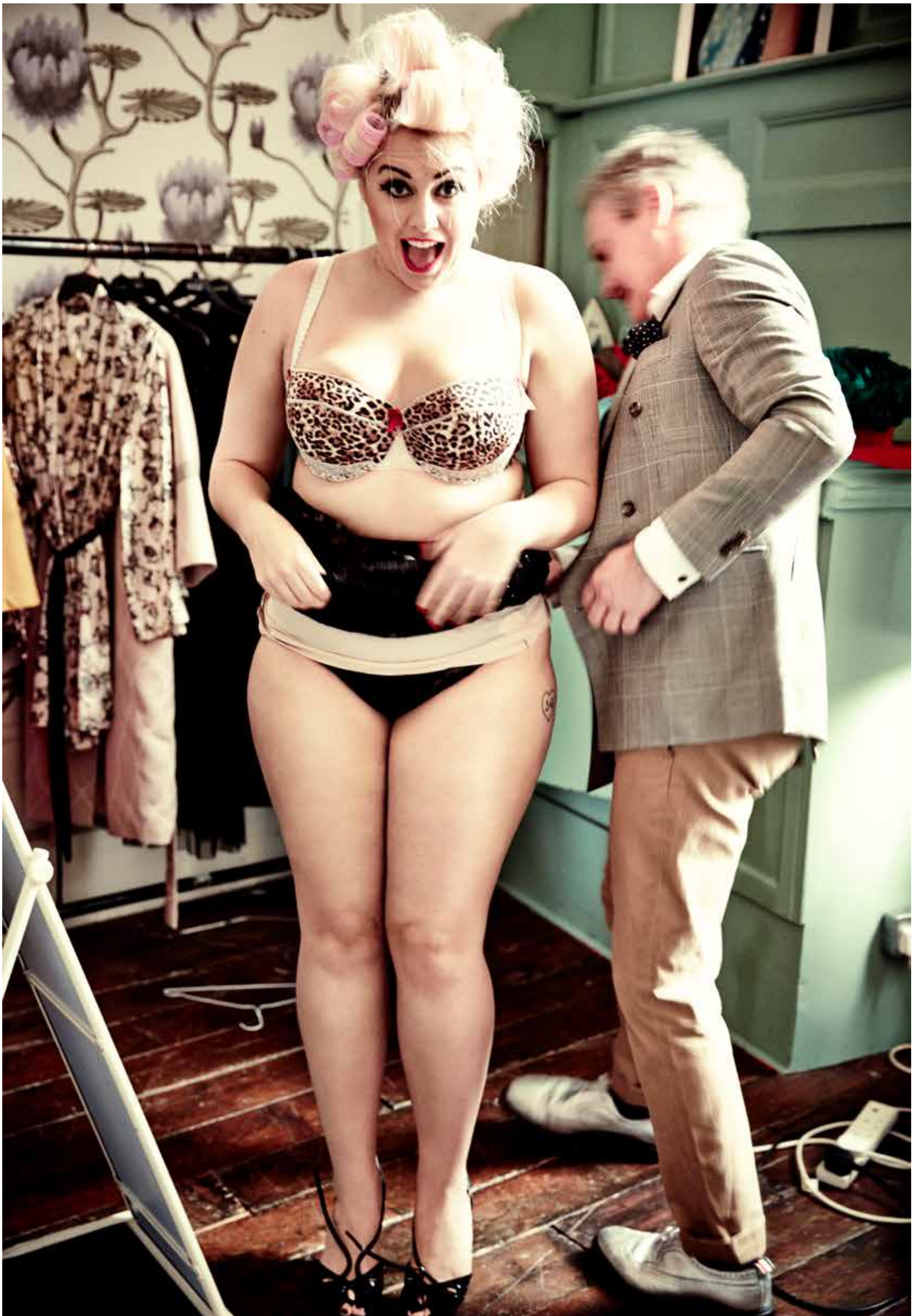
Esther's World

176 Seiten

Verlag: Hatje Cantz Verlag

ISBN: 978-3775743549

Wenn Esther den Raum betritt, geht die Sonne auf, ihr fröhlicher Freigeist ist Teil ihrer künstlerischen Arbeit. Ihre Fotos strotzen vor Lebensfreude, für Miesepetrigkeit ist kein Platz in „Esther's World“ (so heißt ihr letztes Buch). Esther liebt und lebt Fotografie. Aber was blieb ihr auch anderes übrig, bei der Familie? Ihr Vater Fritz Haase war Professor für Fotografie und Kommunikationsdesign, ihre Mutter Sibylle Haase-Knels Gestalterin und Illustratorin. Der Legende nach wurde sie, wie ihre beiden Schwestern, auch mal auf dem Vergrößerungstisch im Fotolabor gewickelt. Den scharfen Geruch vom Entwickler für Fotopapier vergisst man sein Leben lang nicht.





Sie zog bereits mit 15 Jahren aus, um an der Staatliche Akademie Köln modernen Tanz zu studieren und stand zwei Jahre lang auf der Bühne des Theaters am Goetheplatz in Bremen. Später studierte sie Grafik Design mit dem Schwerpunkt Fotografie an der Hochschule für Künste in Bremen.

1993 traute sie sich den Sprung in die Selbstständigkeit, um Mode, Werbung und Celebrities zu fotografieren. Der „Stern“ wurde auf sie aufmerksam und schickte sie 1998 für eine Modestrecke nach Kuba. Die dort entstandenen Bilder wurden in der PPS. Galerie in Hamburg ausgestellt, die dem legendären F. C. Gundlach gehörte. Er half ihr, Bilder für eine Ausstellung zu kuratieren und aufzuhängen. 17 Jahre später, zu seinem 90. Geburtstag, revanchierte sie sich und machte 90 Bilder von ihrem Mentor und Grandseigneur der deutschen Fotoszene.

Esther Haase gehört mittlerweile zu den wichtigsten deutschen Modedesignerinnen unserer Zeit. Ihr Lieblingsmotiv sind Frauen – sinnlich aber selbstbestimmt, auch sexy, aber nie explizit. Sie kann auch in schwarz-weiß fotografieren, aber wer an Esther denkt, denkt an knallende Farben. Leiden-

schaft, Gefühl und Bewegung in ihren Bildern sind ihr wichtiger als technische Perfektion.

Esther Haase weiß durchaus, wie sie mit der Kamera umgehen muss. Aber ihre wahre Stärke liegt im Umgang mit den Menschen davor. Sie hat unter anderem Angela Merkel, Karl Lagerfeld und Vivienne Westwood fotografiert und ließ Ursula Karven im „Playboy“ erstrahlen. Fotomodelle hebt sie durch ihren Esprit oft auf ein neues Niveau.

Lange hatte sie davon geträumt, eine Weile im Ausland zu leben, also packte sie die Koffer und Fototaschen und ging für ein halbes Jahr nach London. Aus den sechs Monaten sind inzwischen über sechs Jahre geworden. In ihrer Wohnung in Shoreditch fühlt sie sich pudelwohl. Sie lebt dort mit Mann und Sohn, ihre erwachsene Tochter ist nach Berlin gezogen. Ihre Offenheit ist ungekünstelt, ihr Gesicht braucht kein Make-up.

„Mein Leben ist ein Tanz mit der Kamera durch die Welt“, sagt sie über ihr Schaffen. „Man muss in erster Linie sich selbst gefallen, nicht den anderen.“



















Unsere Kunden überlassen nichts dem Zufall.



Ready for 2020?

Starten Sie mit einer außergewöhnlichen Veranstaltung ins Geschäftsjahr 2020.
Laden Sie Ihre besten Kunden und Mitarbeiter zu einem einzigartigen Firmenevent ein.
Schaffen Sie ein neues Netzwerk und festigen Sie bestehende Kontakte.
Lassen Sie sich von uns beraten und bei der Planung Ihrer Veranstaltung unterstützen.

Sprechen Sie mit uns.

Tel. 040/ 28095960 oder info@henke-relations.de



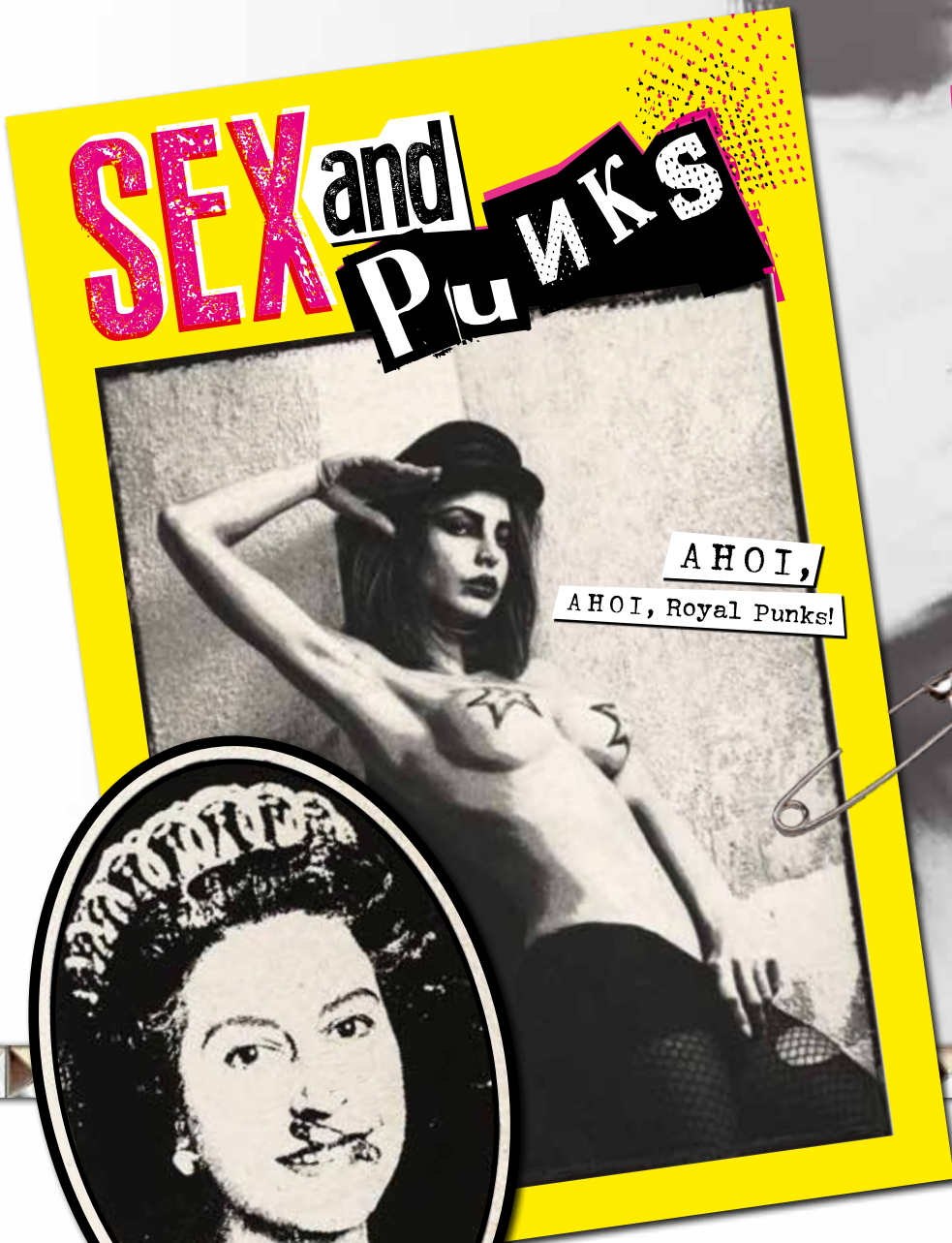
HENKE RELATIONS
AGENTUR FÜR EVENTS
UND KOMMUNIKATION

AHOI!



Vivienne

SEITI



SEX PISTOLS

God save the Queen!



„Die PUNK-Sammlung der Neumann-Hug Collection konzentriert sich auf die Metropolen London und New York. Die Exponate zeigen beispielhaft, wie unterschiedlich und doch konsequent Punk die bildende Kunst, den Blick der jungen Menschen und die Chiffren der Revolte in verschiedenen kulturellen Räumen und gesellschaftspolitischen Milieus beeinflusst hat - seit den 70er Jahren und bis heute.“

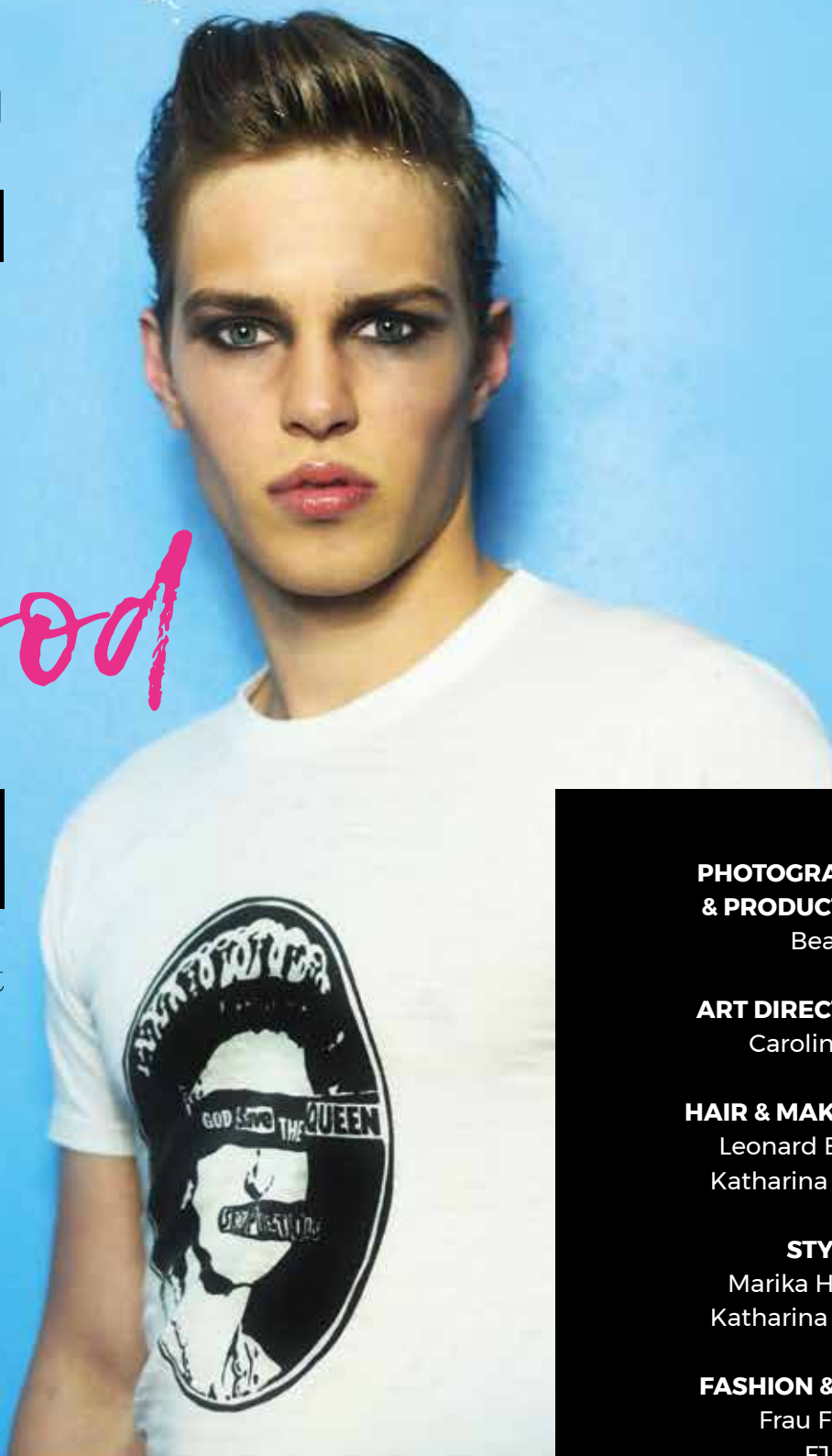
OPIUM ART & DESIGN
präsentiert exklusiv aus der

Neumann-Hug Collection

Westwood

ONARIES

across a new generation of art



**PHOTOGRAPHY
& PRODUCTION**
Beuttle

ART DIRECTION
Carolyn Darr

HAIR & MAKE UP
Leonard Engel
Katharina Kraft

STYLING
Marika Henke
Katharina Kraft

FASHION & ART
Frau Frieda
FJ Baur
Simon Mann
Katharina Kraft
Georg Rosenbaum
Dr. Martens
IO E TE

MODELS VON
Modelwerk
Seeds Management
Muga Models
Unique Models

Das Treffen und die spätere Zusammenarbeit mit dem damaligen Kunststudenten Malcolm McLaren war für Vivienne Westwood der Umbruch für ihren unbändigen Idealismus und die Möglichkeit, ein eigenes Gefühl für ihre persönliche Kreativität und das Schneidern zu entwickeln.

Die PUNKCOUTURE der Designerin wird unter anderem mit dem unigen Style der **Sex Pistols, New York Dolls, Steve Strange, Adam Ant** oder **Boy George** in Verbindung gebracht.



運 青 赤 黄 緑

NIKKI TIGER

MODEL Lea MODELWERK
H&M Leonard Engel
STYLING Marika Henke
LOCATION Reeperbahn, Hamburg

Let it ROCK



CHELSEA LONDON

Im November 1971 eröffnete Vivienne Westwood mit ihrem damaligen Mann Malcolm McLaren in der Kings Road 430 ihre erste Boutique mit dem Namen „Let it Rock“, benannt nach dem berühmten Song von Chuck Berry. »Too Fast To Live, Too Young To Die.« 1973 wurde der Storename erneut geändert. Der Titel steht aufgrund tiefer Erinnerungen an James Dean.



GOD SAVE THE QUEEN

Seinerzeit entwarf der Künstler und Anarchist Jamie Reid für das Plattencover „God Save the Queen“ der Sex Pistols, die schrille, subversive Collage der britischen Queen und dekonstruierte fröhlich Cecil Beatons Porträt von „Her Majesty“. Das Kunstwerk fand schnell Verwendung von Vivienne Westwood, die daraus eine weltberühmte Linie von Shirts kreierte.

ORIGINAL Vivienne Westwood / Malcolm McLaren
Personal Collection **SEDITIONARIES Shirt**
kombiniert mit der **YING & YANG Clutch** von Frau Frieda

MODEL Lea MODELWERK
H&M Leonard Engel
STYLING Marika Henke



MODEL
Axel Huynh
STYLING
Katharina Kraft



1974 erhielt das Geschäft den
berühmt-berüchtigten Namen:
SEX SEX SEX

Sie entwerfen Fetischkleidung,
die sie an Prostituierte verkaufen
oder an solche mit „besonderen“
Vorlieben, sowie an junge Punks,
die mutig genug waren, Blicke auf
der Straße zu fangen.

Paradise Garden

HERREN-NEGLIGÉ
von Georg Rosenbaum

H&M Leonard Engel
STYLING Marika Henke
CLUTCH „Mondiva“ von Frau Frieda

MODELS
Lea, Louise & Nils von Modelwerk,
Adrian Parpat

LOCATION
East Hotel Hamburg
Nikki Tiger Club



„RIOT GRRRL“
BRUSTPANZER
von Simon Mann

ROCK
von Georg Rosenbaum



Das „Nippel“ T- Shirt
demonstriert eine Form
der Provokation,
frech, ohne dabei
aggressiv zu wirken.

SHIRT „TITS“ 1976-80
& JEWELLERY IO E TE
Vivienne Westwood &
Malcolm McLaren

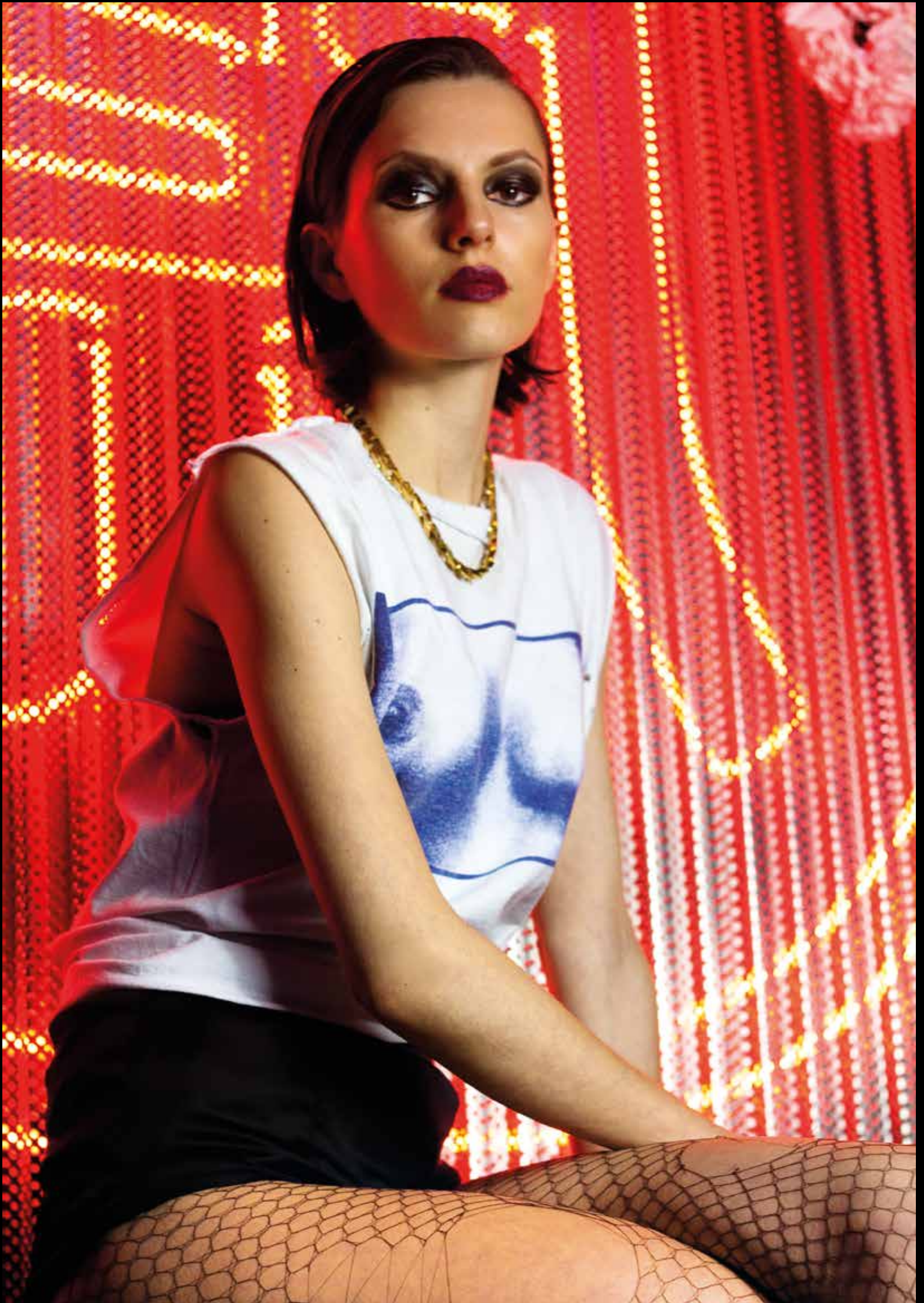
MODEL Lea MODELWERK
H&M Leonard Engel
STYLING Marika Henke



Im Dezember 1976 wurde die Boutique in der King's Road in
SEDITIONARIES umbenannt. Westwood entwarf
nebenbei trotzdem für einen Store in der Kings Road 153
(ehemals Acme Attractions). Für das Label BOY erschuf die „Dame“
über mehrere Jahre Designs, welche bis heute Kultstatus haben.

Der Dokumentarfilm „PUNK ROCK MOVIE“
von DON LETT (77-78) zeigt schöne Momente
aus dem „SEDITIONARIES“ Store und spiegelt
eine einzigartige Zeit aus den 70ern wieder.





SHIRT „TITS“ 1976-80 Vivienne Westwood & M. McLaren BODY Agent Provocateur MODEL Lea MODELWERK



STAND
and
DELIVER

POLYGONE BODY FJ Baur

MODEL Luzie MODELWERK

HAIR & MAKE UP Leonard Engel

STYLING Marika Henke

LOCATION Nikki Tiger Club



SHIRT „DESTROY“
Vivienne Westwood
MODEL Dariusz Unique Models
STYLING/H&M Katharina Kraft

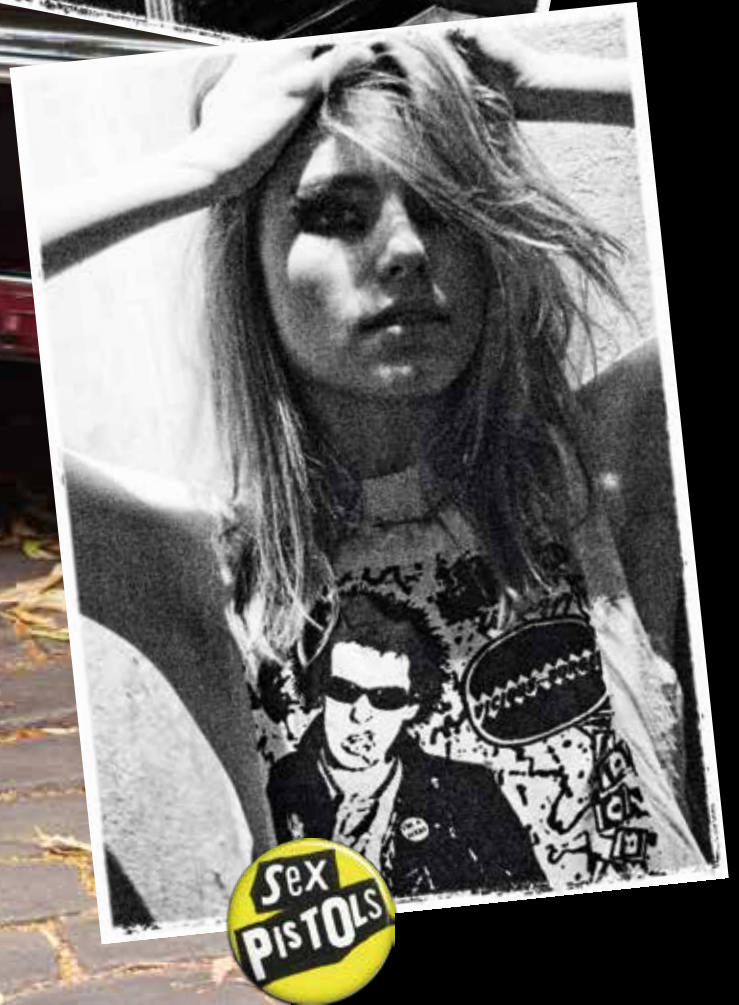


MODELS
Pauline Muga Models
Dariusz Unique Models

STYLING/H&M
Katharina Kraft
SCHUHE Dr. Martens
Ringe IO E TE



MODEL Madita Muga Models
 SHIRT Vivienne Westwood &
 Jamie Reid „God Save the Queen“
 SCHUHE Dr. Martens
 TASCHE Frau Frieda



**DESTROY
 NAZIS**

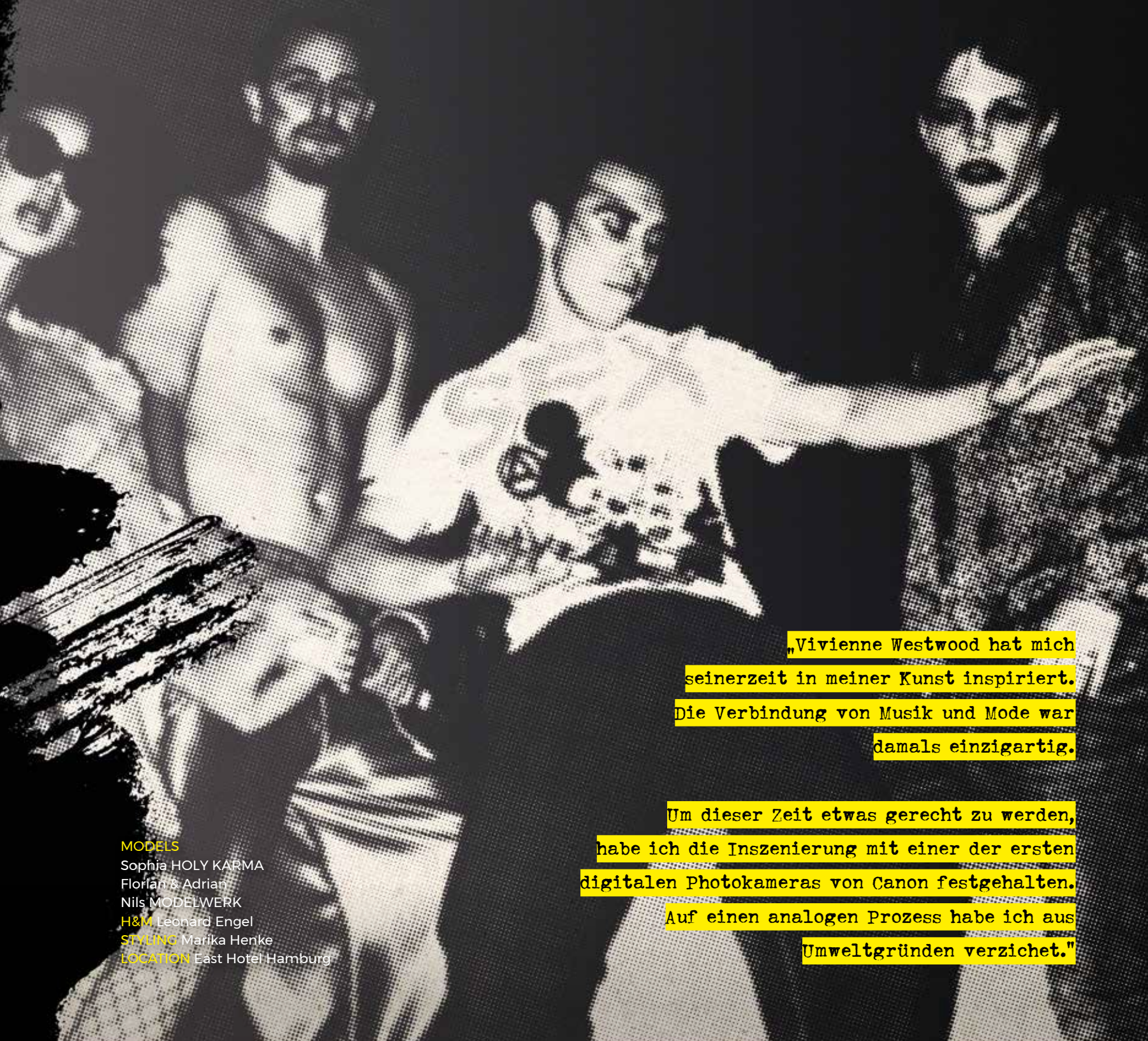
Die „Seditionaries“ Designs wurden anfänglich von den Sex Pistols getragen, die von McLaren als Manager unter Vertrag genommen wurden und das Gesicht einer neuen Generation wurden. **PUNK.**

MODEL Louise Seeds Management
 STYLING/H&M Katharina Kraft
 SHIRT „Sid Vicious - Sex Pistols“
 Vivienne Westwood
 SEDITIONARIES
 FRACK Katharina Kraft



Vivienne Westwood
*möchte nicht mehr
auf das Label der*
„QUEEN OF PUNK“
festgelegt werden.

Sie gilt seit jeher als konsequente Arbeiterin und Kritikerin, engagiert sich sozialpolitisch enorm oder setzt sich u.a. mit eigenen Investitionen für den Schutz des Regenwaldes ein. Noch bis 1993 wohnte sie in ihrer bescheidenen Wohnung in London. Seit 1992 ist sie mit dem Designer Andreas Kronthaler verheiratet, der sie später überzeugen konnte, auf ein ländliches Anwesen zu ziehen.



MODELS

Sophia HOLY KARMA

Florian & Adrian

Nils MODELWERK

H&M Leonard Engel

STYLING Marika Henke

LOCATION East Hotel Hamburg

„Vivienne Westwood hat mich
seinerzeit in meiner Kunst inspiriert.
Die Verbindung von Musik und Mode war
damals einzigartig.“

Um dieser Zeit etwas gerecht zu werden,
habe ich die Inszenierung mit einer der ersten
digitalen Photokameras von Canon festgehalten.“

Auf einen analogen Prozess habe ich aus
Umweltgründen verzichtet.“

Les Bequittie alias **Rainer Meifert** begann seine kreative Karriere mit einer Punkband. Später schrieb er Shortcuts für das junge MTV, fotografierte u.a. Karl Lagerfeld und besuchte die Schauspielschule. Seine erste Besetzung bekam er in Paris, in einer Sitcom. Nebenher arbeitete er für internationale Modelagenturen in Paris, London, New York. Zurück in Deutschland drehte er mehrere prämierte Werbespots, bevor er weitere Rollen im TV und Film annahm und u.a. den Bambi gewann. Nach der Filmerei ging er nach New York und signte bei Universal einen Plattenvertrag. Er arbeitete mit den Berman Brothers, Lenny Kravitz oder Chaka Khan. Nebenher gründete er sein Mode Magazin in Berlin (The Modus) arbeitete und produzierte mit Mario Testino,

Kristian Schuller, inszenierte u. a. für Lana Müller während der Mercedes Benz Fashionweek „Runaway's“. Für Coca Cola produzierte er seinen ersten TV Commercial, der auf Anhieb die London International Awards in Gold gewann. Als Schauspieler drehte er kürzlich mit Kult Regisseur Klaus Lemke oder spielte in diversen Independent Filmen. Sein Hauptprojekt ist derzeit die Entwicklung seines Serienformates „The Black Vinyl“, ein Jugenddrama im Genre „Mystery“.

Kürzlich präsentierte der Bürgermeister von Berlin, im Zusammenhang mit der Kampagne zu den Europawahlen „Mona Lisa - ein Lächeln für Europa“, seine Mona K aus der aktuellen Leonardo da Vinci Tribute „Mona Lisa Show“ mit Künstlern wie Andy Warhol, uva.

THE TABLE

Kevin Fehling

In Sternekoch Kevin Fehlings Restaurant erleben Gäste einzigartige Kompositionen, gekennzeichnet durch vielschichtige Geschmacksspektren und beispiellosen Einfallsreichtum des Spitzenkochs.

Alles an einem einzelnen geschwungenen Tresen aus dunklem Kirschbaumholz – das ist „The Table“.



Kevin Fehling

Das Interview führte Gunnar Henke

Bevor wir dieses Gespräch beginnen: Herzlichen Glückwunsch! Erneute drei Sterne vom Guide Michelin für „The Table“ ist keine Selbstverständlichkeit. Sie haben mit Ihrem Hamburger Restaurant einen sensationellen Erfolg. Mit dem Konzept des „einen Tisches“ sind Sie bis zu acht Monate im Voraus ausgebucht. Sind diese etwa 22 Plätze nicht ein bisschen zu wenig?

KEVIN FEHLING Nein, es läuft wirtschaftlich sehr gut. Es ist natürlich immer vom Businessplan abhängig, was man möchte. Wenn ich jetzt sechs Personen in der Küche habe, also Köche, drei Personen im Service, dann ist das meine Kalkulation, die ich benötige für 22 Gäste. Der Wareneinsatz sollte im Vorfeld auch schon feststehen. Dieser ist nicht immer nur niveauabhängig sondern auch davon abhängig, wie viele Gäste im Restaurant sitzen. Wenn ich ein Sternerestaurant betreiben würde mit 50 Sitzplätzen, dann würde das im Nachgang mit „The Table“ sehr gut funktionieren. Wir könnten das Restaurant aufgrund unserer Buchungssituation, was ja wirklich ein Luxusproblem ist, mit 100 Gästen am Tag füllen. Aber die meisten Restaurants sind halt leider in der Woche nicht einmal halbvoll. Also ist es nicht davon abhängig, wie viele Sitzplätze es sind, sondern, dass das Restaurantkonzept so gestaltet wurde, dass die Anzahl der Sitzplätze wirtschaftlich geplant ist. Bei uns läuft es so, weil wir jeden Tag ausgebucht sind. Wenn ein Restaurant nur am Wochenende ausgebucht ist, dann ist das nicht wirtschaftlich, weil man Köche und Servicepersonal nicht nur für das Wochenende findet.

Sie sind nicht nur der jüngste Drei-Sterne-Koch in Deutschland, Sie waren auch der erste, der es geschafft hat, sich mit dem eigenen Restaurant von null auf drei Sterne hochzukochen. Kann man sagen, Sie haben sich einen Traum verwirklicht?

KEVIN FEHLING Ja, ich war mal der jüngste Drei-Sterne-Koch, jetzt bin ich es leider nicht mehr. Ich konnte fünf Jahre lang die Spitze anführen, aber es gibt mittlerweile zwei junge Drei-Sterne-Köche, die ihrem Altmeister folgen, aber nichtsdestotrotz: Klar, es war damals im „La Belle Epoque“ Restaurant in Travemünde – innerhalb von fünf Jahren haben wir drei Sterne erkocht, das war in Deutschland auf jeden Fall einzigartig. Das hat mich natürlich auch überrascht, weil mein Lebensziel eigentlich war, nur einen Stern zu erkochen, aber man kann ja nicht in die Zukunft blicken. Und das wir es jetzt hier in Hamburg, als erstes Restaurant geschafft haben, drei Sterne nach Hamburg zu holen, und das im ersten Jahr, das ist auf jeden Fall ein ganz großer Traum. Viel wichtiger ist aber natürlich, dass es wirtschaftlich läuft und das Restaurant kontinuierlich ausgebucht ist.



Food-Fotografie © Rene Riis



Als die Entscheidung, Travemünde zu verlassen, näher rückte – warum nicht in ein Hotel? Angebote gab es doch sicherlich. Bestimmt auch weltweit – warum Hamburg?

KEVIN FEHLING Ich wollte einfach konzeptionelle Maßstäbe setzen. Das klingt jetzt zwar überheblich, aber mir war es einfach wichtig, etwas Neues zu wagen. Denn genau diese Frage, die Sie eben gestellt und ich beantwortet habe, war für mich einfach so unlogisch. In Deutschland gibt es eine so große Qualität an Spitzenköchen. Gerade das Drei-Sterne-Segment mit zehn Drei-Sterne-Köchen, mittlerweile über 30 Zwei-Sterne-Köchen und 250 Ein-Sterne-Köchen, das ist sehr viel. Aber dennoch wird es nicht angenommen und es liegt definitiv nicht an den Küchenchefs selbst oder am Küchenkonzept, an der Stilistik oder mangelnder Perfektion oder Qualität. Es liegt lediglich am Konzept. Wir haben es in Deutschland in den letzten 40 Jahren so ein bisschen verschlafen, im Gegensatz zu anderen, sehr avantgardistisch arbeitenden Ländern wie zum Beispiel Dänemark, die eigentlich gar keine eigene Esskultur besitzen. Den Gast abzuholen, ihm die Hemmschwelle zu nehmen, ein Drei-Sterne-Restaurant oder ein Ein-Sterne-Restaurant zu betreten und bereitwillig das Geld dafür auszugeben.

„Wir wollten ein Konzept schaffen, das die Atmosphäre aufkommen lässt, als wären Sie bei mir zu Hause.“

Passt ein Essen mit Freunden und drei Sterne zusammen?

KEVIN FEHLING Perfekt. Wir haben hier manchmal eine Stimmung wie im Wirtshaus. Natürlich gibt es Momente, wenn dann doch relativ viele Pärchen hier sitzen, die uns dann beim Anrichten zuschauen, das ist ja so eine Choreographie des Anrichtens. Ganz oft ist es dann so wie gestern Abend, da haben sich zwei Pärchen kennengelernt und einen kleinen Wettkampf ausgetragen, wer die meisten Gläser Champagner trinken kann und zum Schluss war die Stimmung super. Das passt sehr gut zusammen. Genau das ist das Konzept. Wir wollten ein Konzept schaffen, dass die Atmosphäre aufkommen lässt, als wären Sie bei mir zu Hause. Also eine Esszimmer- oder Wohnzimmer-Atmosphäre.

Essen ist Kultur und Lebensfreude – wie kritisch gehen die Gäste mit dem vorgegebenen Menü um?

KEVIN FEHLING Das ist immer das, was ich unseren Gästen sage, wenn ich sie persönlich mit einem Handschlag an der Tür begrüße: „Viel Spaß heute!“. Dann kommt manchmal ein Satz zurück wie: „Das liegt ja an Ihnen.“ Aber das liegt nicht an uns. Unsere Küche steht, wir haben drei Sterne, wir stehen zu diesem Menü. Das ist nur eine kleine kulinarische Weltreise, die man innerhalb von dreieinhalb Stunden erlebt. Auch die beste Party steigt oder fällt mit den Gästen. Es ist auch wichtig,

dass man unverkopft hierherkommt, sich fallen lässt, isst und trinkt, denn es soll einfach nur Spaß machen. Ich möchte gar nicht, dass unsere Küche auseinandergenommen wird, als wäre sie irgendein wissenschaftlicher Labortest. Beim Essen geht es eigentlich nur darum, Spaß zu haben.

Was ist Ihr Gästeklientel und woher kommen sie?

KEVIN FEHLING Natürlich sind das Menschen, die eine gewisse Leidenschaft für die Spitzenküche hegen. Es sind Gäste aus Amerika, aus Dubai, aber auch aus dem asiatischen Raum, die gezielt hierherkommen, weil sie die drei Sterne in Deutschland erleben möchten. Es gibt aber auch Koch-Azubis, die sich einen Besuch bei uns zusammensparen müssen, bis hin zum Milliardär, der es genauso leidenschaftlich genießt. Bei uns sind alle Gäste gleich. Wir freuen uns über den Gast, der den Abend einfach für sich positiv genießt.

Gibt es ein einfaches Lieblingsgericht? Vielleicht aus Ihrer Jugend?

KEVIN FEHLING Ich liebe eine gute Pizza. Ich fahre auch gewisse Wege für eine Pizza. Auch mittags fahre ich mal eine Dreiviertelstunde mit dem Auto, um einfach eine gute neapolitanische Pizza zu genießen. Aber eigentlich liebe ich alles, ich liebe auch die Sushi-Küche, aber auch, wenn er sehr gut gemacht ist, einen Döner. Es geht halt immer um die authentische Küche eines Landes oder einer Kultur. Und dann kann es auch genauso gut eine Frikadelle in Ungarn sein.

Eine offene Küche – häufig geht es auch mal laut zu – warum hier nicht?

KEVIN FEHLING Zum einen möchte ich alt werden und die meisten Köche haben keine besonders hohe Lebenserwartung. Ich habe mir irgendwann mal gesagt: „Ich möchte einen Stern kochen und 100 Jahre alt werden.“ Früher habe ich das immer einfach so ausgesprochen, weil ich dachte, es wäre ein schöner Satz aber jetzt meine ich das wirklich ernst, weil ich einfach gespürt habe, dass durch die drei Sterne mehr möglich ist, als mit einem Stern. Ich versuche, mein Leben so zu steuern, sprich von der Ernährung aber auch von der Einstellung, die ja unglaublich wichtig ist. Ich habe eine positive Einstellung, lache sehr viel, habe hier, glaube ich, noch nie schlechte Laune verbreitet, auch wenn es zu Hause mal nicht so gut läuft. Ich möchte meinen Mitarbeitern einfach das Gefühl geben, dass sie jetzt hier arbeiten und leben. Also sie arbeiten nicht nur die fünf Tage, für die zwei freien Tage. Wir leben. Das Bewusstsein, dass wir leben, hat mich dazu gebracht, der zu sein, der ich heute bin.

Wie ist Ihre Küche zuhause eingerichtet? Haben Sie ähnliches Equipment wie hier?

KEVIN FEHLING Ich lege da schon Wert auf Qualität. Wir haben jetzt Samsung Geräte, da gibt es eine „Chef Kollektion“, mit Induktionsplatten. Gerade beim Kochen, wenn etwas überkocht, oder wenn man mal drüber wischt dann hat man ein besseres Touch-Screen. Eine Wärmeschublade ist auch dabei und gern ein Thermomix, aber ich würde da jetzt nicht so aufwendig kochen, technisch, wie jetzt hier, weil ich dafür das Team benötige. Ich koche zu Hause sehr mediterran und einfach oder auch gerne indisch.





Wenn nicht Koch – welchen Beruf hätten Sie sonst gewählt?

KEVIN FEHLING Ich fände das Leben als Landwirt sehr schön. Aber ich glaube, das ist heute nicht mehr ganz so einfach. Landwirt sein mit einer gewissen Profession, Bio Gemüse anzubauen oder wirklich außergewöhnlich Tiere zu züchten, das wäre eine Alternative.

Einmal zur See immer zur See fahren – Sie werden im Oktober auf der MS Europa von Hapag Lloyd kochen. Wie ist es dazu gekommen?

KEVIN FEHLING Das ist wirklich eine sehr große Ehre für mich, weil ich auf genau dem gleichen Schiff, der MS Europa, damals zur See gefahren bin, im Jahr 2000 bis 2003. Ich habe als Jungkoch dort angefangen und war dann relativ schnell verantwortlich für das Fine-Dining-Restaurant. Der Kontakt ist irgendwie nie abgebrochen zu Hapag Lloyd Cruises und auch zum Geschäftsführer, Herrn Pojer. Ich war jährlich bei „Europas Beste“ in Antwerpen und auf Mallorca als Gastkoch dabei und irgendwann kamen wir ins Gespräch. Ich glaube, dass für mich ein ganz großer Traum in Erfüllung geht, mein eigenes Restaurantkonzept zu leben, das den Gast auf der Weltreise in eine komplett andere Welt entführt.

Wie viele Gäste werden da erwartet?

KEVIN FEHLING 26 Gäste.

Also noch mal vier Gäste mehr – eine Herausforderung. Mit dem gleichen Team?

KEVIN FEHLING Nein, das ist nicht das gleiche Team. Die Logistik ist da natürlich ein großes Problem. Aber auch da arbeiten wir dran. Das Gute ist, dass ich die Gegebenheiten auf dem Schiff kenne. Wir haben tolle Lieferanten, die uns regelmäßig an Bord beliefern werden. Das Restaurantkonzept ist so aufgebaut, dass die Weltreise, die sich bei uns auch im Menü „Tor zur Welt“ widerspiegelt, auf dem Schiff noch besser transportiert werden kann. Wenn wir an Bord sind, gibt es zum Beispiel so einen gläsernen Globus, auf dem eine kleine Oblate drauf ist, auf dem wiederum ein Aperio-Gebäck ist, wie zum Beispiel in Südamerika ein Miniatur-Taco, oder ein Fischbrötchen in Japan. Das symbolisiert dem Gast gleich, wo wir uns gerade befinden, geschmacklich.

Wie hoch ist der Druck, immer wieder drei Sterne zu bekommen?

KEVIN FEHLING Ich glaube, das hängt auch ein bisschen mit dem Alter zusammen. In klassischen Interviews habe ich immer gesagt: „Ich habe keinen Druck, ich brauche keinen Druck. Ich gehe meinen Weg, ich gucke nicht nach links und rechts, einfach nur geradeaus mit Vollgas.“. Umso älter man wird, umso mehr Verantwortung übernimmt man auch für die Mitarbeiter, die Lieferanten und die Partner. Und jetzt kommt noch „The Globe“ dazu und im April nächsten Jahres möchten wir eine Bar in Hamburg eröffnen, die es auch konzeptionell so

noch nicht gab. Ich glaube einfach an das, was wir tun und wenn man an etwas glaubt und sich Ziele setzt, dann kann man es auch erreichen und ich habe mir als Ziel gesetzt, solange ich „The Table“ führe, werden wir hier auch drei Sterne haben und werden jeden Tag alles dafür tun, um uns zu verbessern und Perfektion weiter zu verfolgen. Ich glaube, wenn man so bissig und ehrgeizig bleibt, dann schafft man das auch. Wir dürfen einfach nicht stehen bleiben, wir müssen uns kontinuierlich weiterentwickeln und den Mut zur eigenen Kreativität behalten.

Wann und wo soll die Bar eröffnet werden?

KEVIN FEHLING Sie soll am 1. April 2020 eröffnet werden mit einem grandiosen Blick über ganz Hamburg. Das ist wirklich spannend und aufregend. Die Idee ist, die Cocktails mithilfe der Drei-Sterne-Küche zu kreieren. Es wird Klassiker, klassische Longdrinks, Highballs aber auch eine Avant-Garde-Karte geben, wo die Präsentation dann auch erkennbar ist. Hier in die Hafencity. Es wird der Campus Tower sein, im 15. Stockwerk mit Außenterrasse.

Wenn man mal grob überschlägt: Sie haben 22 Plätze, ein Menü mit Weinbegleitung kostet 290 Euro.

KEVIN FEHLING Die Weinbegleitung kostet so round about 110 bis 115 Euro. Insgesamt sind wir mit Champagner, Aperitif, Wasser und Kaffee vielleicht noch bei etwa 330 bis 340 Euro. Aber das kommt natürlich immer darauf an, was der Gast möchte. Man kann sich hier auch einfach eine Flasche Wein für 60 Euro teilen. Niemand ist gezwungen, eine Weinbegleitung zu nehmen, aber sie wird von über 95% unserer Gästen gewählt, weil Herr Eitel, mein Sommelier, und ich einfach schon so lange zusammenarbeiten und es nicht einfach der Verkauf aus einem überfüllten Weinkeller ist, sondern gezielt.

„Mir ist es von Anfang an wichtig gewesen, dass ich hier alles alleine ohne Investor schaffe.“

Sie machen rund 6.600 Euro am Abend plus, was die Gäste für Champagner und andere Extras ausgeben. Sie arbeiten bestimmt mit zehn Leuten in der Küche und im Service, auch Wareneinsatz ist nicht billig. Wo kommt der Gewinn her?

KEVIN FEHLING Ja, also genau sind wir elf Leute, denn ich habe noch eine Assistentin. Das war, wie ich finde, auch die beste Investition, die ich getätigt habe, weil sie uns natürlich unglaublich viel Arbeit abnimmt. Meinen ganzen E-Mail-Verkehr, die Personalführung, Reservierungen, Buchhaltung und so weiter. Und der Gewinn kommt aus den Betriebsergebnissen. Jedes Restaurant, genauso wie ein Hotel, muss dauerhaft ausgelastet sein. Mir ist es von Anfang an wichtig gewesen, dass ich hier alles alleine ohne Investor schaffe. Ich

habe an das Konzept geglaubt, weil es vielleicht auch fehlte in Deutschland. Und wirtschaftlich ist es schon alles positiv darstellbar. Wie gesagt, meine Mutter hat ihr Leben lang als Bankerin gearbeitet und ich glaube, Sie hat mir wirtschaftlich sehr viel mitgegeben. Wirtschaftlich zu arbeiten, das fehlt vielen Gastronomen. Ich glaube, das können wir hier sehr gut, weil wir nur für 22 Gäste einkaufen, wir kochen nur für 22 und unser Business-Plan, den wir am Anfang geschrieben haben, der geht einfach auf.

Wählen Sie die Waren noch selber aus? Geht man noch selber einkaufen und auf Märkte oder ist das nur etwas, das man früher mal getan hat?

KEVIN FEHLING Das ist eine Illusion. Das ist schon ganz lange her, bestimmt schon 40 Jahre.

Gibt es Lieferanten, die möchten, dass Kevin Fehling ihre Tomaten, Champagner, Wasser etc. verwendet?

KEVIN FEHLING Ja sicher. Wir haben täglich Lieferanten hier, die uns Ihre Erzeugnisse anbieten. Ob das Safran ist, Olivenöl, unterschiedliche Schokoladen, es kann auch manchmal ein Stück Schwein sein oder ein besonderes Demeter Gemüse. Jeder möchte hier rein. Gerade bei Wein und Champagner ist es natürlich extrem, weil alle Winzer wissen, dass wir zu 95% die Weinreise verkaufen. Das ist für sie natürlich eine große Freude und Ehre zugleich, auf der Weinkarte zu stehen, beziehungsweise im Menü. Das ist Werbung, weil unglaublich viele Gourmets und auch Gastonomen hier sitzen, jeden Abend.

Sie haben Frau und Töchter. Wie viel Zeit bleibt für die Familie?

KEVIN FEHLING Ich habe sonntags und montags das Restaurant geschlossen, da bin ich zu Hause. Dann habe ich vormittags frei, bis circa 13 oder 14 Uhr. Meine große Tochter geht in die Schule, also sehe ich sie am Dienstag, Mittwoch und Donnerstag nur morgens. Das ist aber in vielen Familien so, wenn der Vater um sieben Uhr nach Hause kommt, dann sind





manchmal die Kinder auch schon im Bett. Ich habe Sonntag und Montag frei. Dienstag, Mittwoch, Donnerstag sehe ich meine kleinere Tochter, wenn ich sie aus dem Kindergarten abhole. Ich habe auch den Freiraum in der Selbstständigkeit. Um noch einmal die Vorfrage zu beantworten: Ich möchte gar nicht wechseln. Egal, welches Angebot kommt. Diese Freiheiten, die ich habe, kann mir keiner mehr nehmen. Wenn ich mittags mit meiner Familie im Restaurant von Gerhard Retter am Lütjensee ein Schnitzel essen gehen möchte vor der Arbeit, dann mache ich das einfach.

„Es ist wichtig, Kinder in die Gastronomie einzuführen, nur so erleben sie die Esskultur.“

Wo gehen Sie gerne mal mit Ihrer Familie essen?

KEVIN FEHLING Gerne da, wo Kinder willkommen sind. Das kann gerade mit einer Vier- und einer Siebenjährigen ganz schön anstrengend sein. Als Gastronom schwitzt du dann ja doppelt soviel weil man weiß, wie nervig das manchmal ist, aber ich finde es wichtig, Kinder in die Gastronomie einzuführen, denn nur so erleben sie die Esskultur. Es sind gute Restau-

rants im Umfeld, zum Beispiel Gerhard Retter am Lütjensee ist definitiv dabei. Es sind unterschiedlichste Restaurants, die haben auch meist keine Sterne. Irgendwann, so step by step, werden wir unsere Kinder da heranzuführen und wir gehen wirklich sehr oft und sehr gerne essen.

Was für Ziele haben Sie?

KEVIN FEHLING Es hört sich immer so langweilig an, aber Ziel sollte es für uns sein, weil es wirklich sehr schwierig ist, die drei Sterne zu halten. Weil das einfach alles ausmacht, was ich bin und was wir haben. Wären die drei Sterne nicht mehr da, dann müsste man sich fragen: Wie wird es hier wirtschaftlich in „The Table“ weiterlaufen? Wie sind die Kooperationsvereinbarungen und so weiter? Mir sind die drei Sterne doch sehr wichtig. Das hört sich immer so bissig und ehrgeizig an, aber genau so muss es sein. Wenn wir den Biss verlieren, dann hören wir auf, besser zu werden und das wäre unser Aus.

KEVIN FEHLING · THE TABLE

Shanghaiallee 15 · 20457 Hamburg

T 040 22 86 74 22

thetable-hamburg.de · info@the-table-hamburg.de

VICENZA


FOPE

DAL 1929



BECKER
JUWELIERE & UHRMACHER

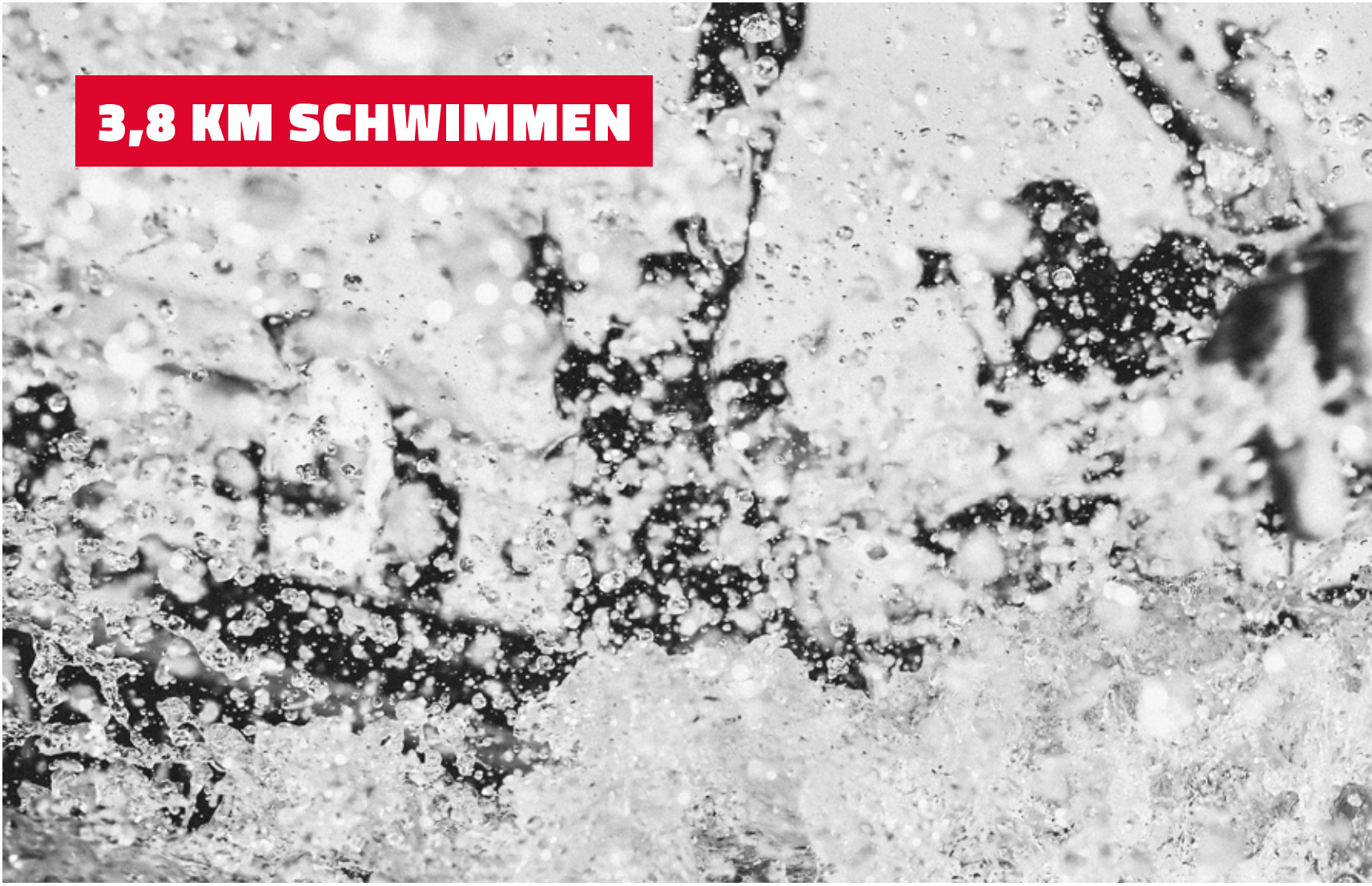


A black and white photograph of Iron Man flying over a city. The Iron Man helmet is in the foreground, looking down at the city below. The city features several large, multi-story buildings and a park area with trees and a fountain. The overall scene is dynamic and action-oriented.

IRONMAN®

**REINER
WAHNSINN**

3,8 KM SCHWIMMEN



183 KM RADFAHREN





42,2 KM LAUFEN



Für die meisten ist es reiner Wahnsinn, was sich circa 2500 Sportler seit 2017 in Hamburg antun. 3,8 Kilometer Schwimmen, danach zwei Runden à 91,5 Kilometer Radfahren und schließlich auf dem brennenden Hamburger Asphalt noch 42,2 Kilometer laufen, also insgesamt 229 Kilometer – die Veranstaltung IRONMAN hat uns seit ihrer ersten Ausgabe vor drei Jahren in ihren Bann gezogen.





Ob Schwimmen in der Alster, Radfahren durch den Hafen oder Laufen entlang des grünen Alsterufers mit Zieleinlauf auf dem Rathausmarkt – unsere Hansestadt bietet einmalig vielseitige und unvergessliche Wettkampfeindrücke. Hunderttausende Zuschauer säumen die Strecke schon ab dem Schwimmstart und sorgen für Emotionen und Gänsehaut pur. Es ist schwer zu verstehen, wie sehr unsere Stadt Triathlon atmet und mitfiebert, wenn man es nie erlebt hat.

Unsere Elbmetropole hat sich mittlerweile zum Heimathafen des Triathlons in Deutschland entwickelt. Doch wie wir wissen ist die Hansestadt weit mehr: Sportstadt und Medienstandort, pulsierender Wirtschafts-, Kultur- und Tourismusmotor. Neben der vielfältigen Architektur prägen natürliche Wasserläufe, allen voran die Alster, sowie hunderte von Parks das Stadtbild, das zudem von nahezu 2.500 Brücken durchzogen ist - mehr als in Venedig und Amsterdam zusammen. Hamburg, unsere wachsende grüne Stadt im maritimen Umfeld, kann zudem auf eine Jahrzehnte-währende Erfahrung in der Organisation hochklassiger Großsportevents mit-

ten in der Stadt zurückgreifen. Für Sportler und Zuschauer von außerhalb ist das Event IRONMAN in Hamburg deshalb eine ganz besondere Erfahrung, auf welche man als Hamburger stolz sein kann.

Nach drei fantastischen Veranstaltungen setzt IRONMAN erneut Segel in Richtung Norden Deutschlands und macht am 21. Juni 2020 zum vierten Mal den Anker in der Triathlon-Hauptstadt Hamburg fest.

FOTOS Alexander Koerner · www.ak-oerner.de



ROON



AMAZING CIRCUS

OPIUM ⊕ EMPFANG





Fernanda Brandão



Olivia Jones und Zirkusdirektor Bernhard Paul

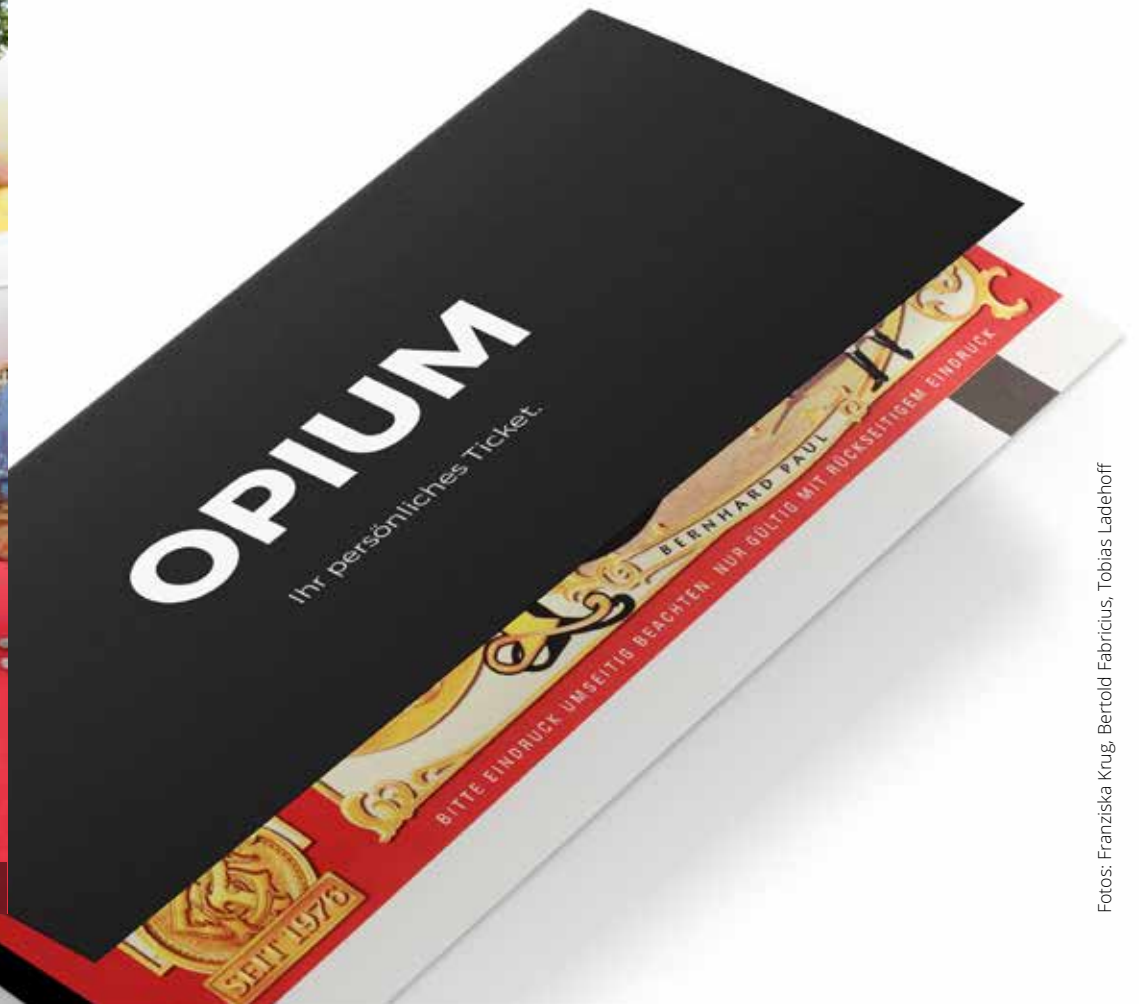
OPIUM hatte in diesem Jahr die Ehre, zur Galapremiere des Circus-Theater Roncalli in Hamburg einladen zu dürfen. Das neue Programm „Storyteller – Gestern, Heute, Morgen“ feierte seinen grandiosen Auftakt vor einem hochkarätigen Hamburger Publikum aus Wirtschaft, Presse und Unterhaltung.



Stephan Luca



Jörg Knör





Nikolaus Broschek und
Ingeborg Prinzessin zu Schleswig-Holstein



Susann Atwell



Margarete und Karlheinz Hauser



Jörg Oppermann



Michael Kruse und Monika Lucht



Belle la Donna



Gritt Weiss und Prof. Dr. Jo Groebel



Karl J. und Jaqueline Pojer



Gunnar Henke und Christian Dunger



Tom & Katharina Jacobi



Uwe und Judith Schröder



Fritz Ahrens & Family



Karl Dall



Nova Meierhenrich



Christian Rach





Angela Reuter und Michael Schröter



Ulrich und Kristina Tröger



Carlo von Tiedemann, Phong Lan und Jan Hofer



Astrid und Heiko Carstens,
Valeria Cetraro und Christopher Kirsch

Es wurde eine einzigartige Vorstellung geboten. Komplette ohne Tiere verstanden es die Clowns und Artisten, das geladene Publikum zu begeistern. Besondere Highlights waren der mexikanische Clown Chisterrin (eine Neuentdeckung des Zirkusdirektors Bernhard Paul), eine Hologramm-Show, die Tiere in die Manege zauberte und ein drei Tonnen schwerer Industrieroboter. Das komplette Programm war angefüllt mit einzigartiger Artistik, urkomischen Albereien und zauberhaften Momenten. Ein wirklich einzigartiges Erlebnis, dass das Publikum zu Beifallsstürmen und Standing Ovations hinriss.

Im Anschluss an die Vorstellung ließen die Gäste auf Einladung von OPIUM gemeinsam mit Zirkusdirektor Bernhard Paul und seinen Künstlern und Artisten den Abend in Roncallis historischen Café-Wagen ausklingen.



Anja und Bernd Glathe



Gül und Volker Lechtenbrink



Andje Stamer, Thomas Stamer (Plan P) und
Marika Henke



FANTASTIC MOMENTS

Die Galerie von Michael De Boer. In seinen Porträts arbeitet er einzigartige Charaktere heraus und schafft Momente, die für den Betrachter erfahrbar werden. Er fotografiert unter Anderem unterschiedlichste Menschen in allen Situationen. Seine Werke finden Platz in den Themenbereichen Kultur, Beauty/Fashion und Celebrities.







Michael de Boer

Michael de Boer wurde in Polen geboren und ist in Danzig an der Ostsee aufgewachsen. Mitte der 80'er Jahre kam er mit seinen Eltern und Geschwistern als Übersiedler nach Hamburg.

Es war für ihn wie im Paradies: Endlich MTV, Musik, Zeitschriften (u.a. BRAVO!), coole Klamotten, Kunst und außerdem Bananen und Orangen satt. Schon im Teenager-Alter waren für ihn Fotografie, Musik und Kunst sehr wichtig. Früh begann er Musik zu machen und zu fotografieren. Später dann arbeitete er als DJ und konnte außerdem mit kleinen Fotoaufträgen sein Taschengeld aufbessern.

Bilder und Musik sind für Michael de Boer kaum voneinander zu trennen: Keine Bilder ohne Musik und keine Musik ohne Bilder im Kopf. Durch einen befreundeten Fotografen bekam er erste Kontakte in die Mode(l)-Branche und durch einen Zufall wurde ihm ein Job vor der Kamera angeboten.

So begann er eine eigene internationale Modelkarriere und bekam dadurch bei vielen bekannten Fotografen neuen Input. Hier nutzte er die Gelegenheit, sich auch fotografisch weiterzuentwickeln.

Zwischenzeitlich arbeitete er als Manager für ein Plattenlabel in der A&R Abteilung und produzierte selbst Musik. Doch bekam er immer mehr Anfragen als Fotograf und so widmete er sich in der darauffolgenden Zeit vollständig den immer komplexer und größer werdenden Foto-Aufträgen.

Durch seine frühen Erfahrungen aus der Kindheit und den verschiedenen Stationen seines Berufslebens national und international entwickelte er eine hohe Menschenkenntnis und kann sich so perfekt in sein Gegenüber vor der Kamera hineinversetzen. Heute macht er überwiegend Werbeaufnahmen, Modestrecken, Bewegtbild und Musikvideos.

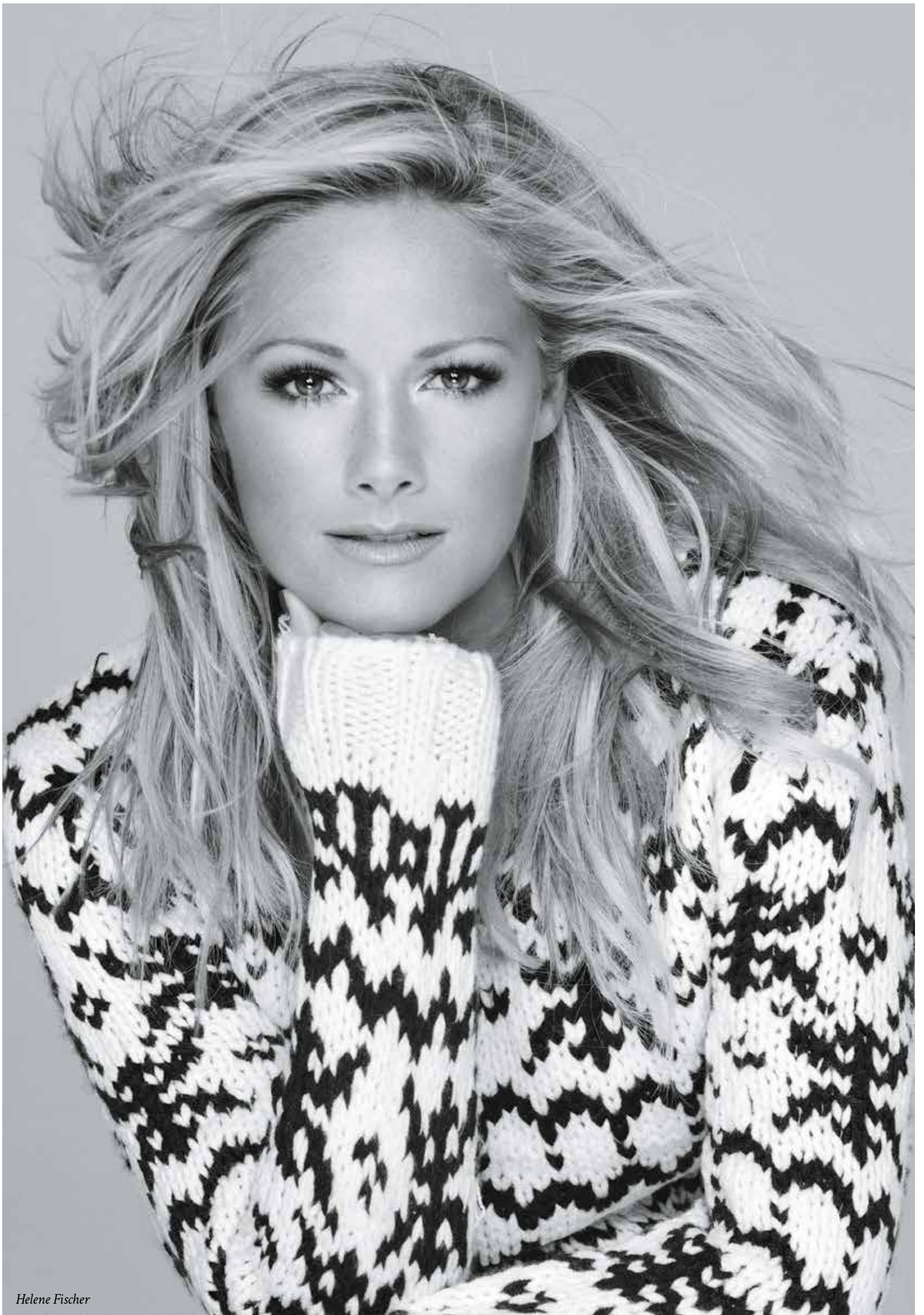
Zahlreiche Prominente posierten vor seiner Linse: SchauspielerInnen, SängerInnen und Bands – die Liste ist lang.

Michael de Boer lebt mit seiner Frau und seinen beiden Kindern im Norden von Hamburg.

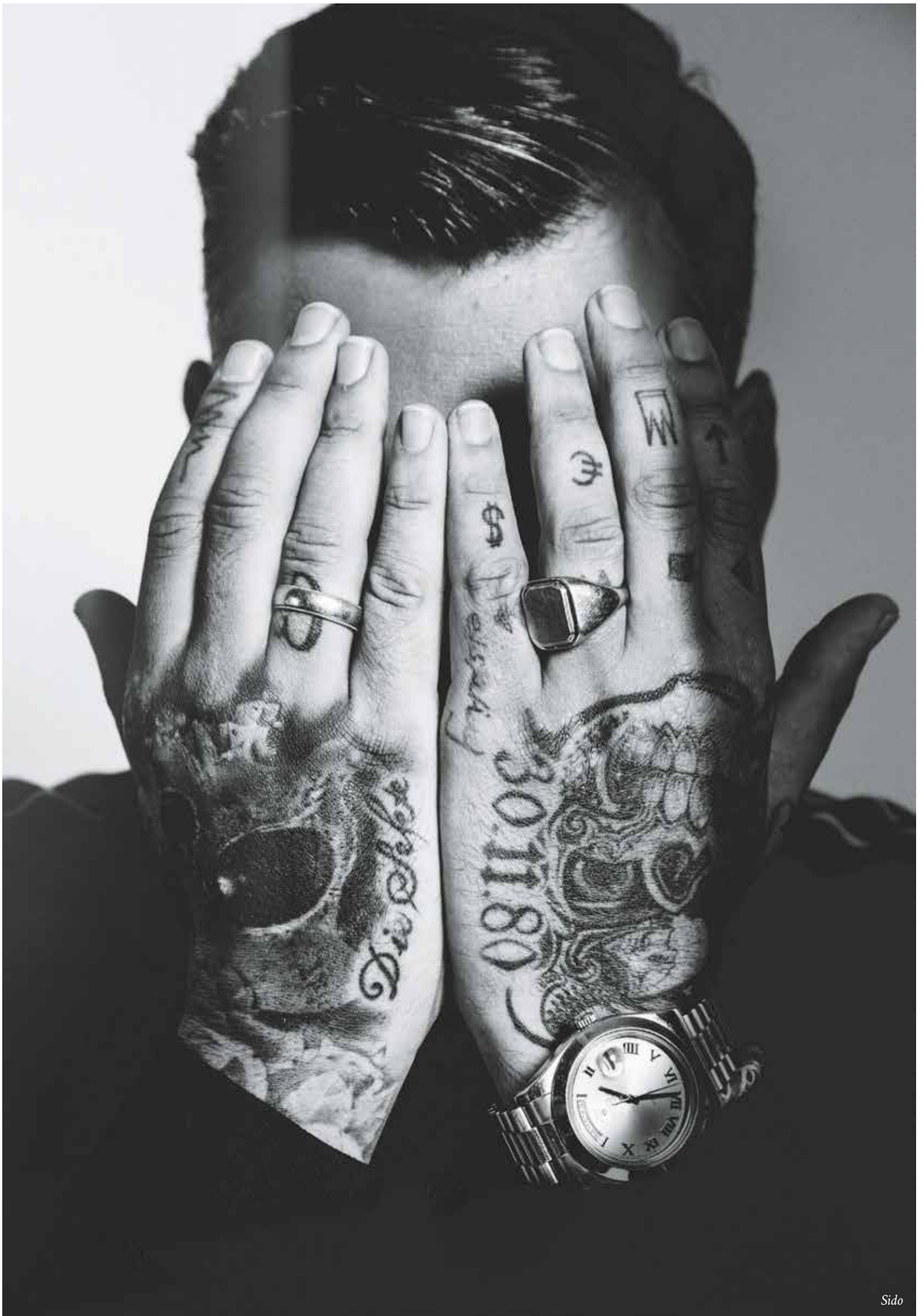
.....
ONLINE www.michaeldeboer.com

INSTAGRAM @michaeldeboer_photography



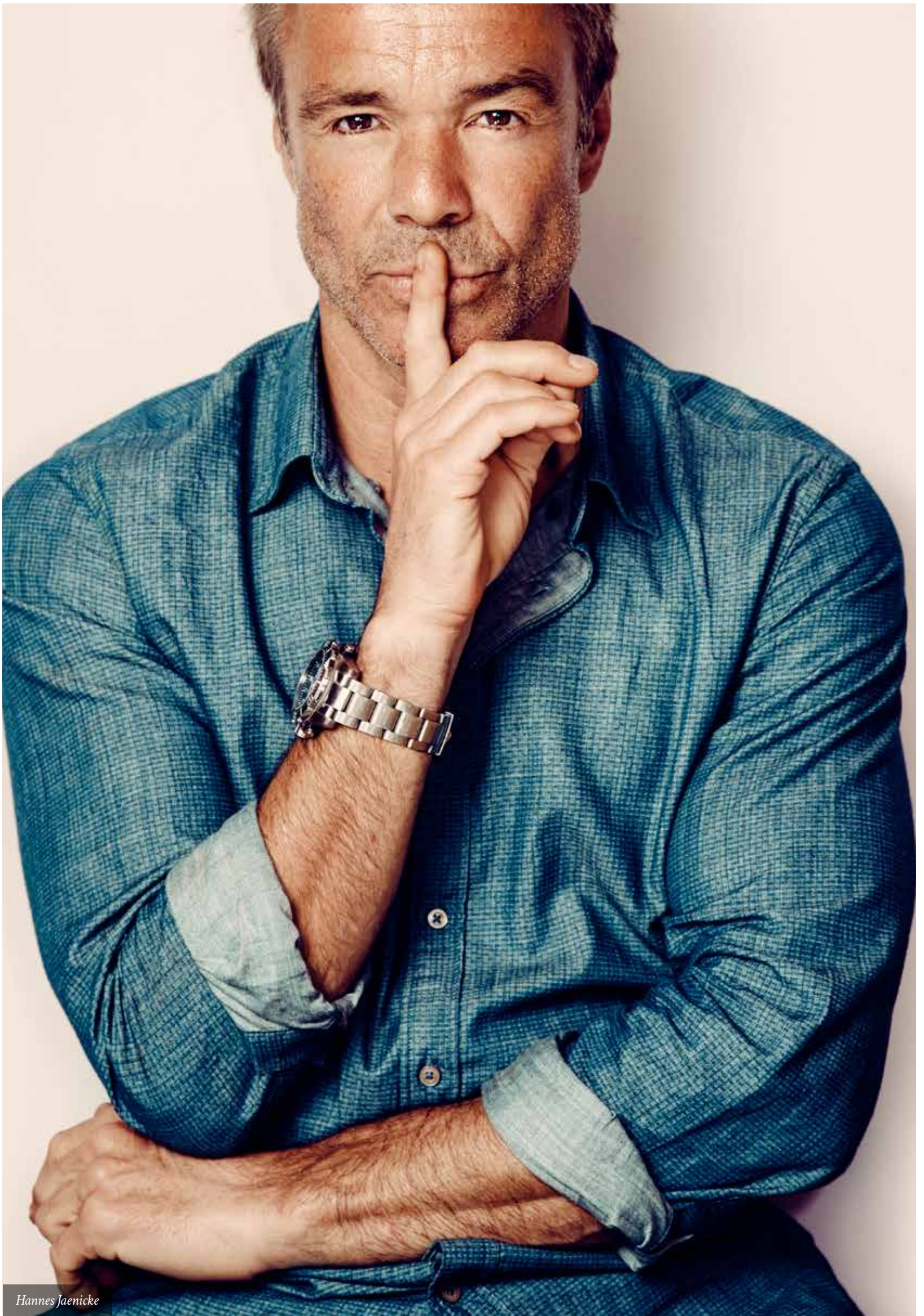


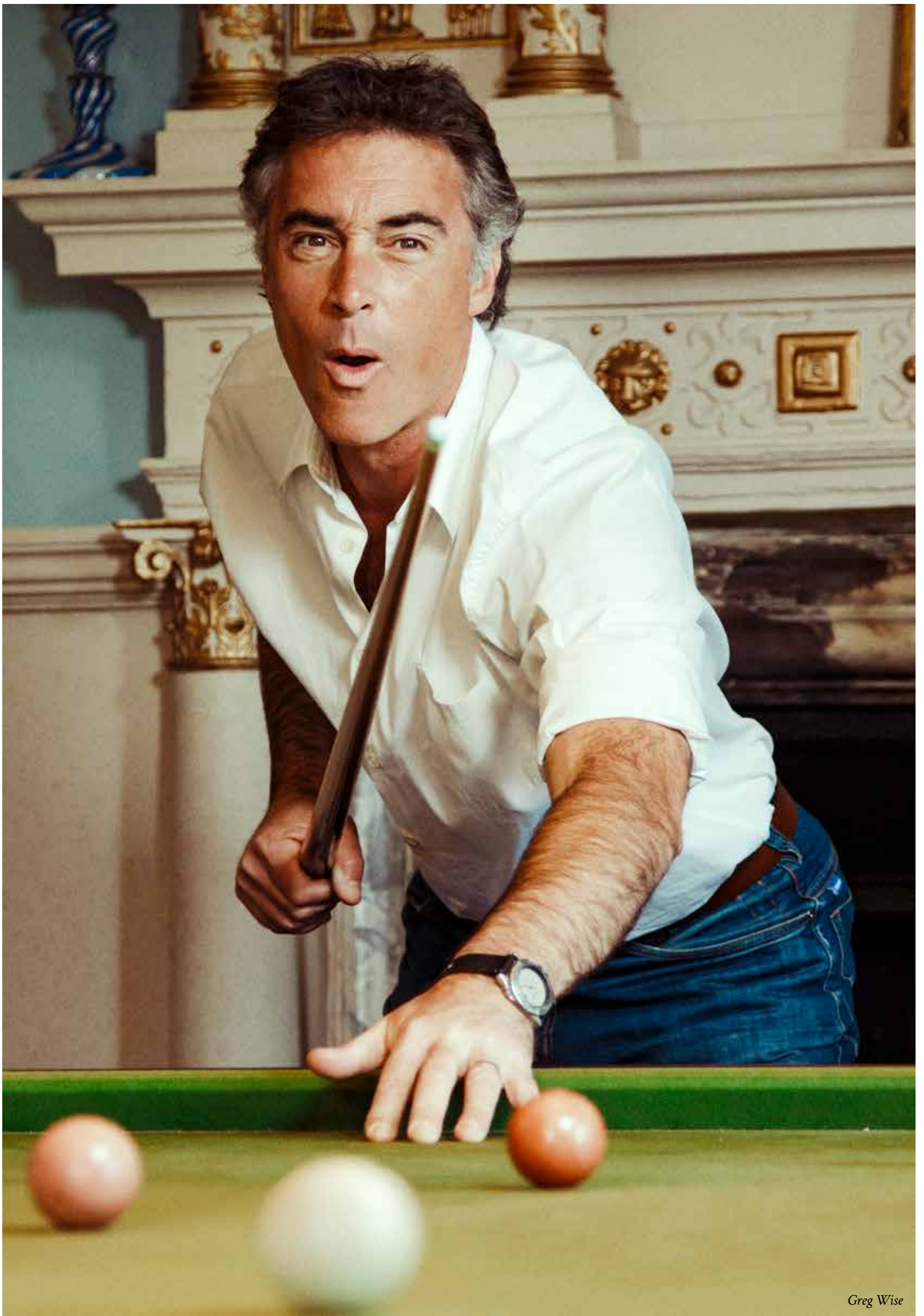
Helene Fischer

























TEXTILIEN GEBEN DEN TON AN.

Empfehlungen für moderne Gemütlichkeit von Einrichtungsexpertin Petra Bingmann von BORNHOLD.

Petra Bingmann ist Inneneinrichterin mit Leib, Seele und einer gehörigen Portion Leidenschaft. Obwohl sie den Beruf schon seit fast 40 Jahren ausübt, ist sie immer noch aufgeregt, wenn ihre Projekte ausgeliefert, fertiggestellt und zum ersten Mal den Kunden live präsentiert werden. Der Lieblingsstil der Einrichterin ist eine besondere Herausforderung, denn die perfekte Mischung ist nicht leicht zu treffen: Modernität mit einem Hauch wohnlicher Romantik. Etwa in einem Mix aus natürlichen Materialien wie Holzfußböden mit Teppichen aus Naturstoffen wie Wolle oder Seide, die Verbindung von glän-

zenden Oberflächen mit textilen Elementen in floralen Mustern. So wird der Einrichtungsstil lebendig und individuell, ein kosmopolitisches Lebensgefühl entsteht.

Harmonische Atmosphäre und reizvolle Akzente schafft das Textile, berichtet Petra Bingmann: „Bei unserer Projektplanung mit dem BORNHOLD-Team von versierten Inneneinrichtern und Stoffexperten stehen Wohntextilien und Farben immer ganz am Anfang eines Designprozesses. Zusammen mit der Struktur der Räume, dem Charakter des Gebäudes und der Persönlichkeit der Bewohner, ergeben sie die Grundlagen der zukünftigen Inneneinrichtung. Auf unser textiles Department sind wir sehr stolz, denn es sucht seinesgleichen in Vielfalt und Qualität und mit renommierten Herstellern wie Hermès, Chivasso, Zimmer + Rohde, Loro Piana, Etro, Wall & Deco, Rubelli, Designers Guild, Christian Fischbacher, Nobilis, Ralph Lauren, Osborne & Little und vielen anderen. Wir tauchen regelrecht

ein in eine Welt aus Baumwoll-, Leinen- und Wollstoffen, Seiden und Velours, unifarbenen Stoffen, Mustern, Streifen und Stickereien, Transparentstoffen, Taft sowie Outdoor-Stoffen. Tapeten und Teppiche ergänzen diese sinnlich-farbenfrohe Welt.

Wie bei einem Bild schaffen sie den Rahmen und das Passpartout für die Einrichtung. Sie kreieren ein Lebensgefühl, in das nun Designobjekte, Einbauten und Möbel, Kunst und Praktisches, Neues und liebgewonnenes Altes eingebunden werden. Wir schaffen ein Spiel aus sorgsam Arrangiertem und bewussten Brüchen mit Konventionen. Muss ein Sofa immer an der Wand stehen? Ganz im Gegenteil! Freistehend im Raum wird es zum zentralen Lebensmittelpunkt für Familien,

zum Lesen, Lernen, Spielen und Unterhalten, und als Hingucker zu einem Designobjekt.

Textilien sind ebenfalls ideal, wenn es nicht darum geht, ein Objekt von Grund auf zu verändern, sondern nur gezielt neue Akzente zu setzen. Sie müssen ja nicht gleich viermal im Jahr passend zur Saison alle Bezüge, Teppiche und Vorhänge austauschen wie es eine zauberhafte Kundin zu tun pflegt. Aber ein Wechsel zum Frühling und dann zur dunklen Jahreszeit schafft die perfekt passende Wohlfühlatmosphäre und eröffnet zugleich neue Blicke auf Altbekanntes.

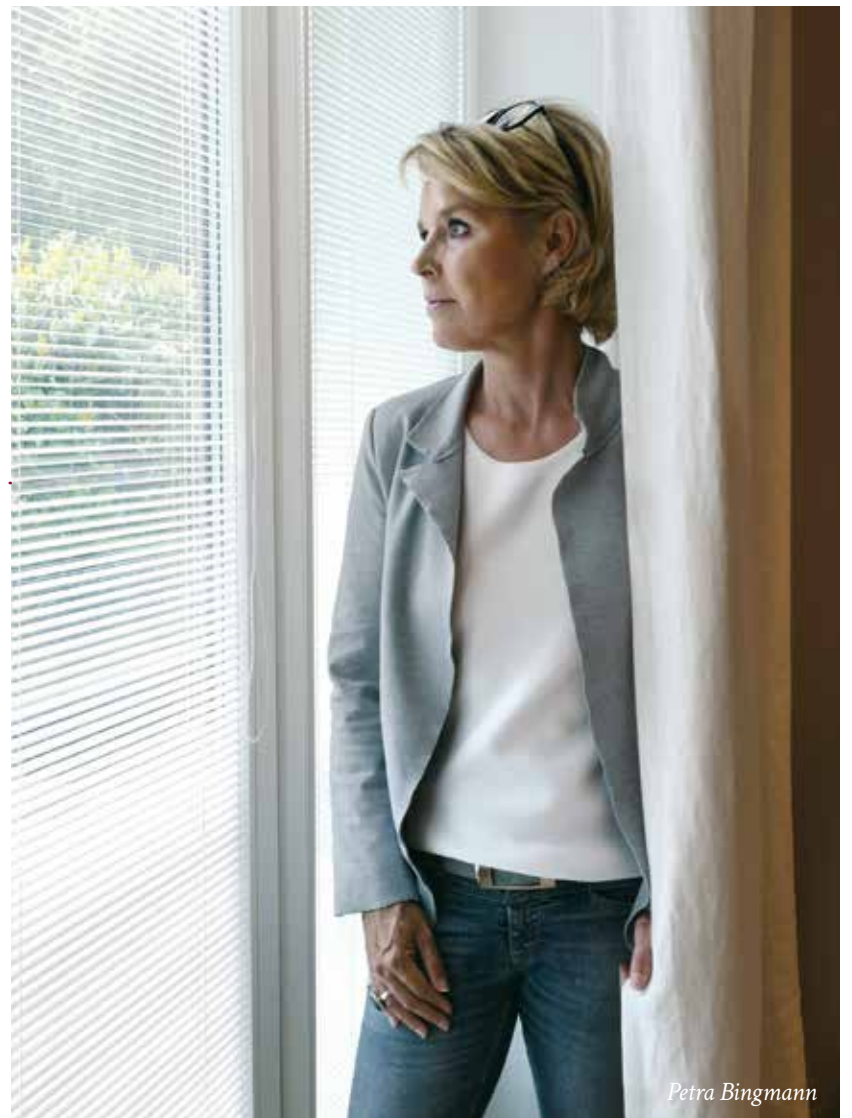
Beratung ist unsere Leidenschaft, stöbern Sie mit uns in unserer Textilabteilung und lassen Sie sich inspirieren – nicht zuletzt von den dreidimensionalen Plänen, die ein Bild davon geben, wie Ihr Zuhause aussehen könnte. Und keine Sorge, wir haben natürlich auch die perfekten Partner, die Ihnen beim Umbau und Dekorieren die Arbeit abnehmen und von uns angeleitet werden. Wie bei einem Orchester, bei dem es auf jeden Ton ankommt.“



BORNHOLD ist eines der exklusivsten Einrichtungshäuser im Norden mit Showroom an der Hamburger Außenalster. Die international renommierten Top-Marken sind zu inspirierenden Lebenswelten arrangiert. Eine eigene Möbel-Manufaktur für die Individualisierung und die hochkarätige textile Abteilung begeistern ebenso wie die besondere Expertise des BORNHOLD-Teams, das auch anspruchsvollste Interiorkonzepte plant und durchführt. BORNHOLD wird von Wilko Schwitters geleitet, unterstützt von seiner Frau Sabina, Sohn Tammo und einem kompetenten Team von Innenarchitekten und Einrichtungsplanern.

EINRICHTUNGSHAUS BORNHOLD GMBH

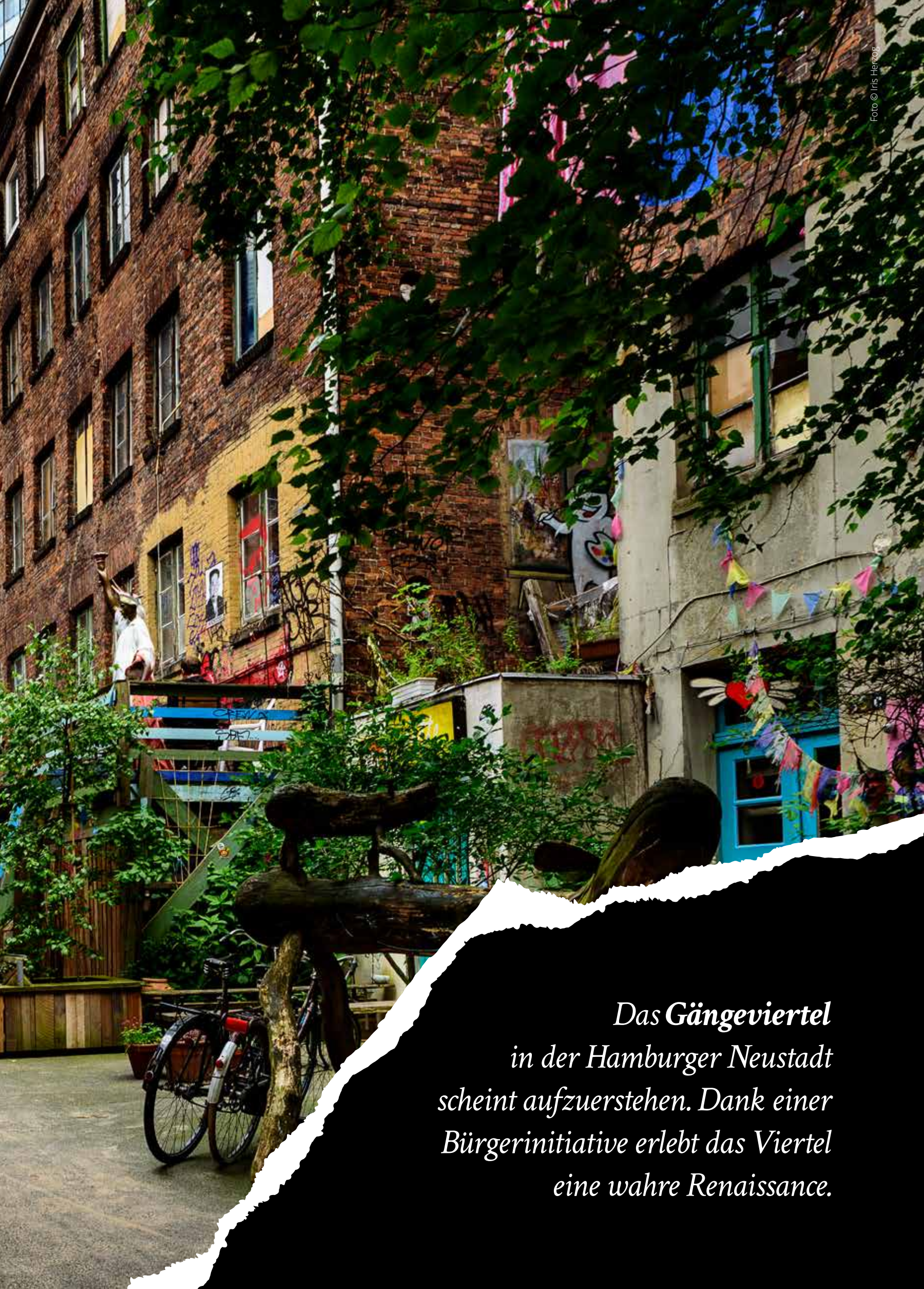
Alsterufer 1-3 · 20354 Hamburg
T 040 47 10 20 · www.bornhold-hamburg.de



Petra Bingmann

Wie der
Phönix
aus der Asche





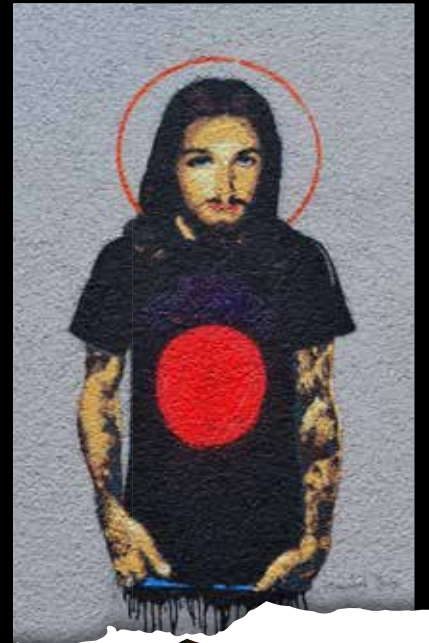
*Das Gängeviertel
in der Hamburger Neustadt
scheint aufzuerstehen. Dank einer
Bürgerinitiative erlebt das Viertel
eine wahre Renaissance.*



Aus der einstigen „Elendgegend“ ist ein pulsierendes, selbstbewusstes Viertel geworden. Hier ist die Streetart zuhause – nicht in einem Atelier mit Geschäftsleuten, die Champagnergläser in der Hand halten, sondern auf der Straße, für alle zugänglich.

Ohne Berührungsängste, mit viel Kreativität wird alles zu Kunst. Ein Gartenschuppen wird zu einem bunten Totenkopf, ein altes und verlassenes Ofenrohr bekommt rote Lippen, aus einer Satellitenschüssel strahlt ein Mondgesicht, Stückchen von alten CDs glitzern wie Strandgut auf der Wand neben einem Eingang. Das ganze wird „überwacht“ von einem 2-köpfigen, roten Drachen. Obwohl von dem Viertel nur noch ein paar Straßenzüge übrig geblieben sind, gibt es hier überall etwas zu entdecken. Wer glaubt, dass dieses Areal in einer Viertelstunde durchforstet ist, irrt sich. Von den Häusersockeln bis oben hinauf zu den Dächern sind die Wände mit Wandmalereien oder mit unterschiedlichsten Installationen geschmückt.

So kann man auch die wunderbaren Wandbilder des Original Gängeviertel-Künstler-Duos Low Bros bewundern, die eng angelehnt an das rote Emblem die kulturelle Vielfalt des Viertels darstellen. Ein Highlight ist sicherlich auch die „Schwarze Witwe“ des österreichischen Graffiti-Künstlers Nychos. Überall auf den Wänden und in den Eingängen gibt es etwas Neues zu entdecken.



Ort kultureller Vielfalt.

Dieses Prädikat wurde dem Gängeviertel 2012 von der UNESCO verliehen.







WU SIANI
PARCI
2015

KO
IN
GAI



AL SENSO
BIMER
MENA
AVER



Gebaut wurde das Viertel einst für die einfache arbeitende Bevölkerung, besonders für die Hafearbeiter. Noch im 19. Jahrhundert war das Gängeviertel geprägt von Kriminalität, Krankheit und Armut. Durch die engen Gänge in dem verwinkelten Viertel und dem starken Zusammengehörigkeitsgefühl konnte die Polizei schwer durchgreifen. Da die Häuser feucht und voll Ungeziefer waren, und man die Fliese gleichzeitig für Abwässer und Trinkwasser genutzt hat, führte dies zu katastrophalen hygienischen Bedingungen. Das Resultat war die letzte große Choleraepidemie in Europa, bei der 1892 8.605 Hamburger starben.

Damals schrieb der Arzt Robert Koch an den Kaiser: „Eure Hoheit, ich vergesse, dass ich in Europa bin. Ich habe noch nie solche ungesunden Wohnungen, Pesthöhlen und Brutstätten für jeden Ansteckungskeim angetroffen wie hier.“

Seither ist viel passiert. Nach der Choleraepidemie wurde das ganze Viertel saniert, viele Gebäude mussten abgerissen werden. Im Zweiten Weltkrieg gingen wieder viele Häuser verloren. Durch die weitere Stadtplanung mussten einige alte Gebäude neuen riesigen Neubauten weichen - das Viertel wurde immer kleiner.



Die paar verbliebenen Häuser verwahrlosten und der Streit zwischen der Finanzbehörde und unterschiedlichsten Investoren begann. 2008 hat ein holländischer Investor den Zuschlag der Stadt bekommen und im Sommer 2009 sollte mit Sanierungs- und Abrissarbeiten begonnen werden.

Doch im August 2009 wurde das Gängeviertel friedlich besetzt und die Stadt Hamburg kaufte es schließlich vom Investor zurück. Seitdem wird hier überall liebevoll saniert. Entstanden ist ein alternativer neuer Stadtteil voller Leben. Viele Studios, Ateliers, Bühnen für Musik und Performances, freche Läden und Cafés laden zum Verweilen ein, um das Leben auf der Straße zu genießen.

Viele Gebäude im Gängeviertel sind denkmalgeschützt – die alten Fachwerkhäuser und Industriegebäude bieten Architektur-Interessierten einen Blick in die Vergangenheit. Das Herzstück des Viertels ist die „Fabrique“. Auf fünf Etagen finden sich in großräumigen Ateliers viele Angebote – vom Siebdruck über ein Fotostudio bis hin zum Bewegungsraum, in dem zum Beispiel Yogakurse stattfinden. Mit seinen Kultur- und Bildungsangeboten ist sie auch das soziokulturelle Zentrum des Viertels geworden.

Die einstigen Besetzer des Viertels sind mittlerweile die Verwalter geworden. Die „Gängeviertel Genossenschaft 2010 eG“ verwaltet die Häuser nach deren Sanierung.

Die Initiative „Komm in die Gänge“ setzt sich dafür ein, dass das Viertel auch in Zukunft für alle zugänglich bleibt. Ein nicht-kommerzieller, politischer, künstlerischer und sozialer Ort, wo unterschiedliche Menschen aufeinander treffen – ein „Ort kultureller Vielfalt“.

QUELLEN

www.das-gaengeviertel.info
www.wikipedia.de

FOTOS

Iris Herzog · www.iris-herzog.de
 Marika Henke, Tobias Ladehoff

BIRGIT HAHN

MORGEN
MENSCH

mit Feingefühl

OPIUM traf Radio Hamburg Moderatorin Birgit Hahn direkt nach der Morning-Show in einem Winterhuder Café. Strahlend und gut gelaunt! Ein Gespräch über Glücksgefühle und Genussmomente, über charismatische Männer und kraftvolle Frauen, und warum es im Leben wichtig ist, mutig zu sein!

Birgit, Sie sehen blendend aus - wie machen Sie das nach fünf Stunden Radio Hamburg Morning-Show?

BIRGIT HAHN (lacht) Mein Augen Make-up trägt Augen Make-up. Nein, ich schlafe so rund sechs Stunden. In der Nacht sind es vier, mittags dann noch mal rund eineinhalb Stunden. Und danach bin ich wieder fit! Außerdem versuche ich, mich einigermaßen gesund zu ernähren und abends nicht mehr zu schwer zu essen.

Gibt es ein Ritual, mit dem Sie in Ihren Moderationstag starten?

BIRGIT HAHN Jawohl! Aufstehen um 3.30 Uhr, 50 Minuten später bin ich im Sender. Und immer als Erste da! Dann habe ich noch zehn Minuten Ruhe, in denen ich mir meinen Tee zubereite und mich „häuslich“ einrichte. Alle anderen kommen um halb fünf und der Wahnsinn kann losgehen. Wir haben dann noch 30 Minuten, um die ersten Moderationen zu schreiben und zu checken: Was passiert tagesaktuell?

Was macht Sie als Radiomoderatorin aus?

BIRGIT HAHN Ich bin ein sehr beständiger Mensch. Das zeigt sich schon darin, dass ich seit 20 Jahren bei Radio Hamburg bin. Und da ist jeder Tag neu. Also erfinde ich mich auch täglich neu. Ich habe das Talent, vieles wie ein Schwamm aufzunehmen, strukturiert und ohne Reizüberflutung an den Hörer weiterzugeben. Ich bin ein empathischer Typ und spüre, wenn es jemandem nicht gut geht. Die Hörer merken das.

Woran?

BIRGIT HAHN Wir haben am Morgen ein Quiz: „Wer schlägt John?“ Dann kommen die Hörer live ins Studio und quizen. Vorher gehe ich immer fünf bis sieben Minuten raus und spreche mit ihnen. Sage: „Atme durch. Trink einen Schluck Wasser. Schließe die Augen, wenn du aufgeregt bist.“ Einfach, um sie abzuholen. Wissen abzurufen vor ein paar Hunderttausend Hörern, das ist keine leichte Aufgabe. Da gehört schon Mut dazu.

Wie wichtig ist es, mutig zu sein? Und wie mutig sind Sie selbst?

BIRGIT HAHN Mut ist sehr wichtig. Wer mutig ist, kann mit starkem Rücken durchs Leben gehen. Das weiß ich aus eigener Erfahrung von meiner Höhenangst. Dazu war ich im Hochseilgarten und bin bei 7,50 Metern geklettert. Nach dem ersten Mal mit zittrigen Knien habe ich das nur noch genossen. Das hat mich größer und stärker gemacht.

Schwenken wir vom Mut zum Glück. Die glücklichsten Menschen leben in Norddeutschland. Was bedeutet Glück für Sie?

BIRGIT HAHN Ein ganz tolles Gefühl im Herzen und im Bauch. Ich bin glücklich, wenn ich zufrieden sein kann im Hier und Jetzt. Und das bin ich. Ich habe einen tollen Job, tolle Freunde, eine tolle Familie. Und weiß, geht's mir mal schlecht, dann sind sie da und sagen: Komm her, hier sind Chips und Wein - lass' uns reden.

Kommen wir noch mal zum Job. Sie haben im Laufe Ihrer Karriere Größen wie Lenny Kravitz, Seal, Alanis Morissette, Pet Shop Boys und Til Schweiger interviewt. Wen hätten Sie gern noch mal vor dem Mikrofon?

BIRGIT HAHN Ed Sheeran. Mit dem möchte ich einfach nur an der Bar sitzen, einen Whisky trinken...

... und die Gelegenheit nutzen, ihm über den roten Schopf zu streicheln?

BIRGIT HAHN Genau. Der hat dafür gesorgt, dass es rothaarige Männer wieder leichter haben bei den Frauen. Er ist nicht hübsch, aber er hat Charisma. Eine Sängerin, die ich unbedingt interviewen möchte, ist Annie Lennox. Wenn die spricht, das schmilzt in meinen Ohren. Ich würde gern mal wissen, wie sie es geschafft, diese ganze Kraft aus sich selbst herauszuholen.

Mit dem Sänger Seal lagen Sie schon mal im Bett...

BIRGIT HAHN Oh ja, das war 2001, noch vor seiner Zeit mit Heidi Klum. Ich komme ins Hotelzimmer und da liegt er. Voll angezogen. Er klopft auf die Matratze und sagt mit dieser sexy Stimme: Leg dich doch zu mir. Alter Verwalter! Das Interview dauerte nur 20 Minuten, danach haben wir über Gott und die Welt geredet. Fürs Erinnerungsfoto küsste er mich auf die Wange. Ich hatte sofort eine Bombe. Auch noch bei der Rückkehr zum Sender. Die Empfangsdame hat's gemerkt und mich gleich gefragt: „Birgit, hast du einen Alien gesehen?“

Sie sind im beschaulichen Neumünster geboren, haben im konservativen Münster studiert und 2018 als Meerjungfrau beim jekken Düsseldorfer Karneval Kamelle geworfen. Erzählen Sie mal!

BIRGIT HAHN Mit sechs Jahren bin ich nach Lübeck gekommen. Dort habe ich bis 18 gelebt. Nach Biologie- und Chemieleistungskurs habe ich angefangen, Chemie zu studieren, doch es haperte leider an Mathe und Physik. Ein Kommilitone sagte damals zu mir: „Birgit, du redest doch so gern. Warum machst du nicht was, wo du's den gesamten Tag tun kannst?“ Ich dachte: Ja, warum eigentlich nicht? Also habe ich Publizistik in Münster studiert und bei Radio ffn in Hannover volontiert. Dann kam die Wende, sprich der Anruf vom damaligen Radio Hamburg Chef: „Möchten Sie eine Vormittagssendung bei uns machen?“ Ich habe Ja



Birgit mit dem Radio Hamburg Team.

Foto © Brauer Bild

gesagt und auf ging es nach Hamburg. Und viele Jahre später zu einem Neujahrsempfang. Samt Glücksrad, an dem ich drehte, bei einer Narrenkappe stehenblieb und einen Besuch beim Düsseldorfer Karneval samt Meerjungfrauenkostüm gewann. Die wunderbare türkisfarbene Perücke mit Krönchen und Glitter nicht zu vergessen. Habe vier Stunden lang vom Wagen der Honoratioren aus gewunken und Karamelle geworfen. Um acht Uhr war bereits der erste Korn am Start. Das war ein Spaß.

Im vergangenen November sind Sie 50 geworden. Wie geht's Ihnen damit?

BIRGIT HAHN Ehrlich gesagt, fühle ich mich gar nicht so. Im Urlaub habe ich mal einen Surfkursus belegt. Rate mal, wer da nicht richtig hochgekommen ist...? Alle anderen waren erst um die 25, haben mich respektvoll „cool surfing Mama“ genannt. Ich habe dann ein bisschen Bodyboarding gemacht. So auf dem Bauch. Ging auch.

Was ist positiv am Älterwerden?

BIRGIT HAHN Wenn einer was will, sage ich: Was willst du denn? Ich bin 50! Kürzlich war ich mit einem Kollegen los, der noch nicht geboren war, als ich bei Radio Hamburg angefangen habe. Als ich ihm erzählte, wie das so läuft im Leben, hörte er gut zu. Die 50 rede ich mir einfach schön, indem ich sage: Ich kenne zwei, drei Freunde, die gern 50 geworden wären. Ich hab's geschafft.

Wir haben es auch gleich geschafft. Doch nicht, ohne dass Sie uns bitte diese Sätze vervollständigen: Hamburg ist für mich die schönste Stadt der Welt, weil...

BIRGIT HAHN ... ich mich hier zuhause fühle.

Mein Lieblingsplatz in Hamburg ist...

BIRGIT HAHN Pflanzen und Blumen. Ist bei mir ums Eck und sehr abwechslungsreich im Sommer wie im Winter.

An meinem Leben liebe ich...

BIRGIT HAHN ... meine Freiheit.

Die große Liebe...

BIRGIT HAHN ... habe ich noch nicht gefunden.

Auf meinen Reisen ist immer dabei...

BIRGIT HAHN ... ein kleiner Elefantenanhänger. Das ist mein Talisman.

Mein größter Traum ist...

BIRGIT HAHN ... ein Hundeschlittenrennen in Alaska oder Lappland. Das mache ich noch. Vorher, und das sei hier verbrieft, trete ich nicht ab.

UMPR

Agentur für Kommunikation

STRATEGIE UND POSITIONIERUNG · UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION · MARKEN- UND PRODUKTKOMMUNIKATION

NACHHALTIGKEIT · PUBLISHING UND DESIGN · INTERNE KOMMUNIKATION

www.umpr.de

Wir bieten:

Ideen – die Kopf, Bauch
und Herz erreichen.

Workshops und Moderation

Nachhaltigkeitsberichte

Presse- und Bloggerevents

Konzept, Text und Layout

Medien-Kontaktarbeit

Mitarbeiter-/Kundenmagazine

Social Influencer Relations

... und vieles mehr

FRANCA CUNEO

UNA

PASSIONE

ITALIANA





Warmer Blick, feste Stimme, mitreißendes Temperament. Franca Cuneo, Chefin im CUNEO, dem ältesten Italiener in Hamburg, zeigt sich im Gespräch als mutige und zupackende Frau. Ein Interview über Karma und Kindheit, Papst und Prostitution, über Hunger und Heimat.

Das Interview führte Bianca Bödeker.

Bevor sie die Türen ihres Lokals in der Davidstraße für ihre Gäste öffnet, wirft Franca auch heute noch erstmal die Jukebox an. Und hört IHR Lied: „Genova per noi - Genua für uns.“ „Mein Vater hat mich sehr früh das Restaurant zeitweise allein managen lassen, damit ich es lerne. Das waren chaotische Abende und nicht immer einfach für die Gäste“, erzählt sie, die das legendäre „CUNEO“ in vierter Generation führt. „Immer wenn ich verzweifelt war, habe ich das Lied gehört. Es gab mir Mut, Sicherheit und das Gefühl: Es wird schon.“ Und es ist geworden. Seit 14 Jahren lenkt Franca erfolgreich die Geschicke des 1905 eröffneten und damit ältesten italienischen Restaurants in Hamburg. Auf St. Pauli. In der Davidstraße. Dort haben wir die 38-jährige besucht.

Franca, Ihre Urgroßeltern sind Anfang des 20. Jahrhunderts mit zwei dressierten Äffchen und einem Tanzbären nach St. Pauli gekommen.

FRANCA CUNEO Ja! Musizierend zu Fuß aus Parma! Ich habe die Vermutung, es war grausig, weil bis heute keiner in der Familie das italienische Geburtstagsständchen „Tanti auguri“ richtig singen kann. In Altona, was noch Dänemark war, haben die beiden dann geheiratet.

Wo sind Sie geboren?

FRANCA CUNEO Im Marienkrankenhaus. So wie sich das gehört. Das war 1980. Meine Mama hat damals schon nicht mehr selbst im Lokal gekocht. Sie war zuhause bei mir. Das war schön. Meine Eltern sind natürlich viel rumgefahren. Haben im Lokal saubergemacht, Ware geholt. Ich war immer dabei und habe so das CUNEO stets als einen ganz natürlichen Bestandteil der Familie verstanden. Es drehte sich ja alles darum.



Die Wurzeln Ihrer Vorfahren liegen in Italien. Denken Sie an Italien, dann denken Sie an...?

FRANCA CUNEO Ans Meer. Immer ans Meer.

Warum die Sehnsucht nach dem Meer?

FRANCA CUNEO Wenn ich mich richtig wohlfühlen will, dann brauche ich Wasser. Das ist das Meer, kann aber auch die Alster sein oder die Elbe.

Was verbinden Sie mit dem Hamburger Hafen?

FRANCA CUNEO Der Hamburger Hafen erinnert mich sehr an meine Kindheit. Gingen wir auf dem Weg nach Hause die Davidstraße hoch, fiel mein Blick immer auf den Hafen. Das ist bis heute so geblieben und mein absolutes Lieblingspanorama.

Wie waren Sie so als Kind?

FRANCA CUNEO Wild! Laut meiner Mutter. Heute sagt sie: „Du warst eine Schauspielerin.“ Ich glaube, sie hat das, was ich ihr manchmal so erzählt habe, mit einem Schmunzeln genossen!

2005 haben Sie das „CUNEO“ übernommen. Ihr Vater sagte damals zu Ihnen: „Das Lokal wird für dich sorgen. Es hat ein gutes Karma.“ Hat sich das bestätigt?

FRANCA CUNEO Als junger Mensch habe ich gedacht: Was redet der Alte? Aber heute glaube ich fest daran: Tut man Gutes, kommt Gutes zurück. So, wie die Geschichten erzählt werden, waren die alten Cuneos keine Schlitzohren, sondern haben sich eher um andere Menschen gekümmert. Davon profitieren wir heute: Wir bekommen Gutes zurück. Viele Gäste sind zu Freunden geworden. So geht es mir immer sehr nah, wenn Gäste wiederkommen, die länger nicht hier waren oder eine schwere Zeit hinter sich hatten, und sagen: „Och angekommen. Jetzt bin ich im CUNEO. Jetzt ist alles gut. Ich bin zu Hause.“ Es gibt natürlich auch Lokale, in denen man sich zusammenreißen muss, wenn man reingeht. Die Maske aufgesetzt. Das gibt es bei uns nicht.

Weil auch Sie so authentisch sind?

FRANCA CUNEO Geworden bin! Ich habe am Anfang immer Jeans, Hemd und Pferdeschwanz getragen, weil ich nicht auffallen wollte. Irgendwann sagte mal ein langjähriger weiblicher Gast: „Franca, du ziehst dich immer an wie dein eigener Kellner. Wenn man hier reinkommt, fehlt der Gastgeber.“ Sie hatte Recht. Das war so gar nicht ich. Selbst in der Schule hatte ich ja schon Rock und hohe Schuhe getragen. Aber ich dachte, ich müsste mich schützen und in eine Rolle schlüpfen. Erst als mein Vater mal im Urlaub war, habe ich begonnen, meine Kleidchen zu tragen. Als er zurückkam, sagte er nur: „Trägst du jetzt Kleider?“ Jawohl, seitdem fühle ich mich wohler. Das bin ich.

Sie führen zehn Mitarbeiter, alle männlich. Wie klappt das so?

FRANCA CUNEO Über das Gespräch. Meine Mitarbeiter können jederzeit - wenn ich nicht im Stress bin - zu mir kommen, Kritik äußern und konstruktive Vorschläge machen. Jeden Monat führe ich mit jedem einzelnen ein längeres Gespräch. Das ist anders als früher. Mein Vater hat sich immer um alles selbst gekümmert. Nach dem Motto: Es läuft so, wie ich es sage.

Was schätzt Ihr Team an Ihnen?

FRANCA CUNEO Dass ich gerecht, präsent und immer erreichbar bin. Ich versuche, mich so zu benehmen, dass jeder mit gutem Gewissen sagen kann: Für die arbeite ich gern.

Wen würden Sie gern mal treffen?

FRANCA CUNEO Mit dem Papst würde ich gerne mal sprechen. Der hat bestimmt nichts anbrennen lassen, bis er Priester wurde. Er war ja mal verlobt und Tangotänzer...

Was würden Sie ihn fragen?

FRANCA CUNEO Vieles. Vor allem, wie er sich überhaupt durchsetzen kann in der sehr festgefahrenen Struktur der Kirche. Ich denke, er ist derjenige, der am wenigsten Dreck am Stecken hat. Ich würde gerne mal wissen, wie man die Strukturen der Kirche überhaupt in den Griff bekommen kann. Im Gegensatz zu vielen Menschen in meiner Generation lehne ich die Kirche nicht ab. Aber die Art und Weise, wie es intern läuft, kann ein intelligenter Mensch nicht gut finden.

Wie gläubig sind Sie?

FRANCA CUNEO Mein Glaube ist ein sehr privater Glaube. Ich glaube an einen wachsamem Gott, der mich bis jetzt gut durchs Leben geführt hat. Es gibt natürlich auch immer Phasen, in denen man von sich selbst weit weg ist und sehr im Außen lebt. Deshalb ist es wichtig, religionsübergreifend einen ruhigen Ort zu finden, an dem man sich besinnen kann. Das kann mit Rosenkranzbeten oder einer Meditation sein.

Wie glücklich sind Sie?

FRANCA CUNEO Sehr glücklich. Es gibt Momente, in denen ich gestresst bin. Dann habe ich keine Lust mehr, könnte alles hinschmeißen. Doch dann denke ich: Nimm dich selbst nicht so ernst. Und alles ist wieder gut. Ich bin in einem Umfeld aufgewachsen, in dem durchaus auch schlechte Zeiten ein Thema waren. Es ist jedoch nichts Schlimmes passiert. Das ist schon gut.

Vor sechs Jahren gab's aber mal eine Erpressung.

FRANCA CUNEO Ja, das waren Hamburger. Die sind heute noch im Gefängnis. Es gab eine fingierte Übergabe. Für mich war

es damals kein Thema, zu sagen: Ok, ich mache das. Im Nachhinein hat die Familie zu mir gesagt: das war mutig.

Das CUNEO liegt in der Davidstraße, umgeben von Prostitution. Wie war das früher für Sie?

FRANCA CUNEO Als Kind bin ich damit aufgewachsen. Habe mal gefragt: Mami, Mami, warum stehen die Frauen da alle? Sie antwortete: „Na ja, es gibt Männer, die haben niemanden zum Kuschneln und können diese Frauen bezahlen. Dann kuscheln die mit denen. Und damit die Männer sehen, was sie bekommen, machen die Frauen Werbung für sich und haben deshalb nicht so viel an.“ Das habe ich verstanden.

Wie gehen Sie miteinander um?

FRANCA CUNEO Umsichtig. Auf dem Weg ins Lokal sprach mich kürzlich mal ein Mann an. Sofort kam eine Dame zu ihm und sagte: „So Schatz, du bleibst bei mir. Und die kleine Cuneo geht jetzt nach Hause.“ Sie wollte mich schützen.



Wie berührt Sie die Obdachlosigkeit hier auf dem Kiez?

FRANCA CUNEO Sehr. Ich wohne ja auch hier. Wichtig ist, die Augen nicht zuzumachen. Den Menschen zu helfen, so wie man seinen Nachbarn hilft. Es gibt durchaus Menschen, die reinkommen und sagen: „Ich habe Hunger.“ Das gab es hier so viele Jahre nicht. Da geben wir natürlich eine Pasta oder so. Die Pastoren auf St. Pauli machen einen tollen Job. Wenn sie Unterstützung brauchen, sprechen Sie uns an: „Könnt ihr ein wenig Pizza vorbeibringen?“ Mein Vater hat schon immer gesagt: „Sagt uns bitte Bescheid. Wir helfen gern.“

Worin finden Sie Ihren Ausgleich zum Job?

FRANCA CUNEO Was für einen Job? Das ist ja mein Leben. Strukturiert in einen Tagesabschnitt, mit der Pflicht wie Buchhaltung und Einkauf am Tag und der Kür am Abend. Ich habe nicht das Empfinden, dass ich einen Ausgleich dazu brauche. Klar gibt es auch Momente und Gespräche mit langjährigen Freunden, in denen das Lokal keine Rolle spielt. Ein Job ist etwas, für das man einen Start und ein Ende festlegt. Ich habe keinen Job. Ich habe eine Lebensaufgabe.

Haben Sie auch mal frei? Was machen Sie dann am liebsten?

FRANCA CUNEO Es gibt Abende, an denen ich nicht im Lokal bin. Und dafür gibt es meistens einen Grund: Entweder bin ich eingeladen, oder ich habe was Wichtiges vor. Sonst bin ich da. Wenn tagsüber mal nicht so viel zu tun ist, oder ich Hilfe habe, kann ich sehr gut abschalten. Ich liebe es, Sport zu treiben. Früher sind wir Rennrad gefahren. Dazu habe ich heute nicht mehr so viel Zeit. Ich bin gern draußen. Licht. Sonne. Natürlich habe ich auch mal Urlaub. Dann machen wir den Laden zu, und ich fahre nach Italien ans Meer. Wie schon gesagt: Bin ich am Meer, dann bin ich glücklich.

Was essen Sie selbst am liebsten im CUNEO?

FRANCA CUNEO Das ist total einfach: Minestrone und Pulposalat. Wir haben ein ganz altes Rezept für unsere Minestrone. Mittlerweile esse ich die jeden zweiten Tag. Wir schnippeln das alles noch von Hand und sie wird immer noch so gekocht, wie bei meiner Großtante. Das ist wirklich ein ganz wichtiges Essen für mich. Und der Pulposalat, den machen die Jungs hier sensationell. Der schmeckt wirklich gut und ist so ein kleiner Luxus, den ich mir gönne.

Wenn Sie nicht im eigenen Lokal essen, wo essen Sie dann in Hamburg? Haben Sie ein Lieblingsrestaurant?

FRANCA CUNEO Ganz einfach: Sechs Tage die Woche hier und sonntags bei meiner Mama zuhause. Aber wenn wir Familienfeste feiern und tatsächlich mal auswärts essen, sind wir bei Paolino. Außerdem hat er sonntags auf, wenn wir geschlossen haben. Paolino, seine Frau und seine Kinder sind ein Teil unserer Familie und umgekehrt. Ansonsten gibt es auch andere Restaurantbesitzer, mit denen wir freundschaftlich verbunden sind, und man sich gegenseitig immer mal besucht.

Was wünschen Sie sich, Franca?

FRANCA CUNEO Dass es den Laden in 50 Jahren noch gibt. Und er es so schafft, auch nach mir bestehen zu bleiben.

CUNEO

Davidstraße 11 · 20359 Hamburg

T 040 31 25 80 · F 040 865 921

www.cuneo1905.de · info@cuneo1905.de



**Do not wait
for chances
to happen.**

**Create them
with us.**

OPIUM



911 UND TAYCAN

PORSCHE ZWISCHEN TRADITION UND INNOVATION



*Steffen Knies,
Geschäftsführer Porsche Zentrum Hamburg Nord-West*

Ein Jahr voller Höhepunkte: Hamburger Sportwagenfans erfreuen sich an der Markteinführung des neuen Porsche 911 und der Weltpremiere des ersten vollelektrischen Porsche, dem Taycan. Mit der Einführung des „Ur-Elfer“ 1963 schreibt der Porsche 911 immer wieder neue Rekord-Geschichten – durch Innovationen wie den Targa-Überrollbügel, der Maßstäbe in Sachen Sicherheit setzte, oder den weltweit ersten serienmäßigen Heckspoiler, der als „Entenbürzel“ bekannt wurde und das Fahrgefühl des 911 maßgeblich prägte. Und doch sind es mehr als technische Details, die den 911 zum „pulsierenden Herzen von Porsche“ machen. Es ist die einzigartige Kombination aus Performance, Effizienz und zeitlosem Design, die sich durch die 55-jährige Geschichte des Sportwagens zieht und seine Legende begründet hat.



Mehr als eine Million Porsche 911 haben die Produktion in Stuttgart-Zuffenhausen bislang verlassen und der Großteil von ihnen ist vermutlich nach wie vor auf deutschen und internationalen Straßen unterwegs. Denn erstmals in der Geschichte des jährlichen TÜV-Reports schaffte es mit dem 911 ein Modell, durch die geringste Quote erheblicher Mängel in allen Altersklassen den ersten Platz zu erreichen. „Porsche baut einfach Technik, die hält“, schlussfolgerten die Tester. Auch die neue, achte Generation der Porsche-Ikone begeistert Ästhetiker und Technik-Fans gleichermaßen. Die einen kommen angesichts des muskulösen, unverwechselbaren Exterieurs und des komplett neuen, von einem 10,9 Zoll großen Center-screen geprägten Interieurs ins Schwärmen. Technische Innovationen begeistern die anderen, sei es das neu entwickelte Achtgang-Doppelkupplungsgetriebe, der Porsche Wet Mode für ein noch sichereres Fahrverhalten auf nassen Straßen oder die umfassende Konnektivität, die Schwarm-Intelligenz nutzt.

„Meine erste Fahrt mit dem 911er werde ich nie vergessen: als Elfjähriger wurde ich von dem Freund meines Vaters mitgenommen. Diese perfekte Verbindung zwischen Eleganz, Sportlichkeit und Alltagstauglichkeit ist einfach einzigartig.“

STEFFEN KNIES

Ende diesen Jahres beginnt mit einem weiteren Mitglied der Modellpalette eine völlig neue Zeitrechnung bei Porsche: Seit 2015 wurde unter dem Titel „Mission E“ am Stammsitz in Zuffenhausen an einem Fahrzeug gearbeitet, das die Sportwagenwelt auf den Kopf stellen wird. Die Zahlen sprechen für sich, mehr als sechs Milliarden Euro investiert Porsche bis 2022 in Elektromobilität und stellt 1.500 neue Mitarbeiter alleine im Zuge der Einführung des neuen Modells ein. Darüber hinaus startete Porsche eine beispiellose digitale Wissensoffensive, denn analog zur Modellweiterentwicklung sollen auch die Mitarbeiter für die Zukunft fit gemacht werden. Ihnen steht eine digitale Lernplattform mit mehr als 1.400 Lernangeboten zur Verfügung - Videos, Workshops und Qualifizierungen bereiten die Belegschaft auf neue Tools, Systeme und technische Veränderungen vor.

Mit dem Taycan wird nun der erste vollelektrische Porsche in die deutschen Porsche Zentren einziehen. Der Name bedeutet sinngemäß „lebhaftes, junges Pferd“ und greift damit den Mittelpunkt des Porsche-Wappens auf: Seit 1952 ist hier ein springendes Ross zu sehen. „Der Taycan wird ein echter Porsche werden“, so Baureihenleiter Stefan Weckbach. Zugleich signalisiert der aus dem orientalischen Sprachraum stammende Name: Hier kommt der erste Elektro-Sportwagen mit der Seele eines Porsche. Die bescheinigt dem Taycan auch Rallye-Legende Walter Röhrl, der den Prototyp im Auftrag des Entwicklerteams mehrfach testete: „Es ist ein Wahnsinn, so eine Performance hatte ich in all meinen Rallyejahren nicht. Wenn ich mit verbundenen Augen fahren müsste, dann wüsste ich trotzdem sofort, dass ich in einem Porsche sitze.“





Auch die Leistungsdaten zeugen von der einzigartigen Performance des Taycan: Zwei permanent-erregte Synchronmotoren (PSM) mit einer Systemleistung von mehr als 600 PS (440 kW) beschleunigen den Elektro-Sportler in deutlich weniger als 3,5 Sekunden auf Tempo 100 und in unter zwölf Sekunden auf 200 km/h. Hinzu kommt eine von Elektrofahrzeugen bisher unerreichte Dauerleistung: Mehrere Beschleunigungsvorgänge sind direkt nacheinander ohne Leistungsverlust möglich. Die maximale Reichweite beträgt über 500 Kilometer gemäß NEFZ. Der Allradler verfügt über eine 800-Volt-Architektur und ist für das Laden am Schnellladernetz vorbereitet. Hier lässt sich in nur rund vier Minuten Energie für 100 Kilometer Reichweite nachladen (nach NEFZ).

Elektromobilität ist die Zukunft der Automobilindustrie, davon ist man bei Porsche überzeugt. 2025 werden voraussichtlich mehr als 50 Prozent der ausgelieferten Modelle des Unternehmens elektrifiziert sein. Visionär und Firmengrün-

der Ferdinand Porsche war seiner Zeit bereits weit voraus: Er stellte schon auf der Pariser Weltausstellung 1900 den Lohner-Porsche vor, ein Elektrofahrzeug mit einer Reichweite von 50 Kilometern – und wäre vermutlich schwer begeistert, dass Porsche auch mehr als 100 Jahre später noch der Branche vorausfährt.

Steffen Knies jedenfalls freut sich auf seine erste Fahrt mit dem Taycan: „Mit unserem Elektro-Sportler bleiben wir der Porsche-Tradition treu und schaffen dennoch ein hochmodernes und innovatives Fahrgefühl. Da werde ich selbst als eingefleischter 911er-Fan ganz aufgeregt.“

PORSCHE ZENTRUM HAMBURG NORD-WEST

Holsteiner Chaussee 151 · 22523 Hamburg

T 040 55 77 68-0 · info.nordwest@porsche-hamburg.de

SMART AGING

Dr. med. Janine Pantzek ist Ärztin in Hamburg und arbeitet seit 13 Jahren in ihrem eigenen Institut für ästhetische Medizin im Herzen von Eppendorf.

Sie sind Spezialistin für Anti-Aging-Medizin. Wie ist Ihre persönliche Definition von Ästhetik?

DR. JANINE PANTZEK Ich persönlich glaube, dass der Bereich der Schönheit oder Ästhetik im Leben der meisten Menschen eine viel größere Rolle spielt, als sie bewusst wahrnehmen. Das betrifft Design, Einrichtungen von Räumen oder Arbeitsplätzen, bis hin zu dem äußeren Erscheinungsbild von Menschen. Mein oberstes Ziel bei der Behandlung ist aber nicht, meine Patienten optisch radikal zu verjüngen, sondern das Erscheinungsbild natürlich zu erhalten. Deshalb mag ich den Begriff „Anti Aging“ eigentlich nicht. Wir werden alle älter, daran ist auch gar nichts auszusetzen. Man muss diesen Prozess ja nur nicht in all seinen äußerlichen Facetten hinnehmen. Insofern gefällt mir der Begriff „smart aging“ viel besser.

Wo sehen Sie den Haupttrend in der ästhetischen Medizin?

DR. JANINE PANTZEK Ich führe mein Institut seit über 13 Jahren und habe diverse Entwicklungen und Trends beobachtet, wobei mir bei der Auswahl meiner Behandlungsmethoden immer wichtig war, sanfte und schonende, aber sehr effektive Methoden anzubieten. Ich bin deshalb ständig auf internationalen Fortbildungen und Kongressen und suche dabei nach neuen Pro-

dukten und Anwendungsmethoden, um meinen Patienten die besten Behandlungen im minimalinvasiven Bereich anbieten zu können. Wenn ich jedoch einen grundsätzlichen Haupttrend – eher eine langfristige Entwicklung - beschreiben kann, dann ist es der der minimalinvasiven Behandlung. Diese Ausrichtung ist seit Jahren zu beobachten und wird aus meiner Sicht auch künftig die Entwicklung bestimmen.

Was glauben Sie, woran das liegt und welche Vorteile bietet das den Patientinnen und Patienten?

DR. JANINE PANTZEK Das liegt im wesentlichen daran, dass sich die Forschung und Entwicklung seit vielen Jahren immer stärker auf die Effektivität der Behandlungen mit möglichst hoher Patienten – Verträglichkeit (Compliance) konzentriert hat. Heute können Ergebnisse mit minimalinvasiven Therapien erzielt werden, wofür man sich früher „unter das Messer“ legen musste, mit entsprechenden Risiken und Ausfallzeiten.

Wenn Sie ein Produkt nennen sollten, das für Sie besonders innovativ im Rahmen dieser Langzeitentwicklung heraussticht, welches wäre das?

DR. JANINE PANTZEK In dem Zusammenhang kann ich Ihnen von der natürlichsten Methode vom „Schmelzen“ und „Abbau“ von Fett berichten. Ermöglicht wird dieses durch den Verju Laser von Erchonia. Dieser – sogar absolut schmerz- und nebenwirkungsfreie – Laser wird im Bereich des sogenannten Body Contouring eingesetzt und erzielt als sogenannter „Low-Level-Laser“ hervorragende Ergebnisse. Kleine Fettpölsterchen – gerade bei Männern die sog. „love handles“ – und überschüssige Fettpolster (z.B. Doppelkinn) können neben Hautstrukturverbesserungen nach Schwangerschaften oder Cellulite so effektiv behandelt werden, dass selbst ich manchmal von den Ergebnissen erstaunt bin. Da wir die Behandlungserfolge mit einer professionellen 3 D Kamera dokumentieren, sind die Ergebnisse objektiv sehr gut auswertbar. Dieser Laser ist übrigens weltweit der einzige Grünlaser, der für die Cellulite Behandlung eine Zulassung der strengen amerikanischen Zulassungsbehörde (FDA) hat, mit allen entsprechenden Studiennachweisen.

Botox und Hyaluron sind in der Anti-Aging-Medizin inzwischen Standard, obwohl es immer wieder abschreckende Beispiele in den Medien zu sehen gibt.

DR. JANINE PANTZEK Wie fast alles im Leben, sollte man auch das differenziert betrachten. Ich merke manchmal an den Fragen neuer Patienten, dass gerade negative Beispiele aus den Medien mit maskenhaften Gesichtern oder völlig übertriebenen Lippenaufspritzungen die Patienten stark verunsichern. Man muss jedoch auch dazusagen, dass Menschen ein unterschiedliches Schönheitsempfinden haben. Aus meiner Sicht liegt die besondere Kunst darin, es so natürlich wie möglich aussehen zu lassen. Wenn man jemandem nicht ansieht, dass er oder sie „etwas hat machen lassen“, sondern es einfach nur frisch und gesund aussieht, habe ich einen guten Job gemacht. Dazu gehört auch eine Einschätzung, wieviel z.B. Hyaluron ein Lippe benötigt, ohne dass es unnatürlich aussieht. Neben der Erfahrung und Kompetenz des Behandlers

spielt auch die Qualität der eingesetzten Materialien eine große Rolle. Bezüglich der Verträglichkeit wissen z.B. viele nicht, dass gerade Botox zu den besonders gut erforschten Mitteln gehört. Das liegt daran, da es im Kontext der Behandlungen bei spastisch erkrankten Menschen (insbesondere sogar bei Kindern ab dem vierten Lebensjahr) seit Jahrzehnten mit Studien zur Auswirkungen auf den menschlichen Organismus umfangreich untersucht und unbedenklich getestet wurde. Darüber hinaus sind die verwendeten Konzentrationen ohnehin diesbezüglich bedenkenlos.



*Low-Level-Light-Laser
von Erchonia*

War Ihnen schon immer klar, dass Sie Ärztin werden wollten?

DR. JANINE PANTZEK Nicht wirklich, aber nach einem freiwilligen sozialen Jahr war ich dann überzeugt. Allerdings hatte und habe ich eine große Leidenschaft für Kunst. Deshalb habe ich neben meinem Medizinstudium auch eine Kunstausbildung absolviert und auch einige Ausstellungen gehabt, sogar international. Dafür habe ich seit einigen Jahren kaum noch Zeit, aber die Leidenschaft ist geblieben.

Was machen Sie am liebsten in Ihrer Freizeit?

DR. JANINE PANTZEK Am liebsten bin ich mit meiner Familie und Freunden zusammen und entspannen kann ich am besten beim Kochen, was mir große Freude und zugleich Entspannung bereitet. Ansonsten erhole ich mich sehr gern bei Spaziergängen im schönen Hamburg oder auf Sylt.

DR. MED. JANINE PANTZEK

Medical Institute für Schönheit und Health Care

Eppendorfer Landstraße 77 · 20249 Hamburg

info@janine-pantzek.de · janine-pantzek.de

T 040 41 53 70 116



2019
BENTLEY HAMBURG
CLASSIC TROPHY
THIESEN HAMBURG





Was für ein Schaulaufen! Die Teilnehmer starteten mit einem ausgewogenen Frühstück bei Bentley/Thiesen Hamburg. Ulf Dreier moderierte den Start an. Teilnehmer für Teilnehmer machten sich bereit. Über die schönsten Strecken südlich von Hamburg, entlang der Elbe, mit außergewöhnlichen Zwischenstopps führte der Weg über das ADAC Fahrersicherheitszentrum Hansa und das GUT Bardenhagen in die berühmte Autostadt Wolfsburg zum legendären Fünf-Sterne-Hotel „The Ritz-Carlton, Wolfsburg“, wo gemeinsam der Abend verbracht und übernachtet wurde.

Am nächsten Morgen ging es nach einem vielfältigen Frühstücksbuffet zurück in Richtung Hamburg. Der Flugplatz Uelzen sowie der Snow Dome Bispingen waren die Attraktionen des zweiten Tages. Der Parcours des Snow Domes sorgte für jede Menge eisigen Spaß. Der Abend endete mit einer großen Abschlussveranstaltung der Bentley Classic Trophy Hamburg 2019 inklusive Siegerehrung in der ehrwürdigen historischen Sternwolfffabrik in Othmarschen bei Bentley/Thiesen Hamburg mit stimmungsvoller Musik. Begleitet wurde diese von den kulinarischen Highlights des 2-Sterne-Kochs Karlheinz Hauser vom Hotel Süllberg.


Insgesamt legte jeder Einzelne zwischen 200 und 250 km pro Tag zurück.



.....
ONLINE classic-trophy-hamburg.de
VERANSTALTER Henke Relations

Wir
machen
nicht
alles ...

... aber was wir machen,
machen wir richtig.



Christian von Järten ist Gründer und Geschäftsführer der VON JÄRTEN & CIE Immobilien Unternehmensgruppe, zu der auch das NEUBAUTEAM gehört. Das Unternehmen hat sich auf Projektentwicklungen und Neubauvorhaben spezialisiert. Insgesamt erreichen die von ihm begleiteten Projekte ein Immobilienentwicklungs- und Transaktionsvolumen von ca. 800 Mio. Euro. Die gelebte Begeisterung für Immobilien wurde bei dem gelernten Immobilienkaufmann schon in frühen Jahren durch sein familiäres Umfeld geweckt. OPIUM sprach mit dem international erfahrenen Immobilienunternehmer.

Was macht Hamburg für Sie so besonders?

CHRISTIAN VON JÄRTEN Die Nähe zum Wasser ist dabei eine essentielle Konstante – Alster, Elbe und Hafen stärken das Hamburger Flair nachhaltig. Die architektonische Mischung macht den Standort in Kombination mit sehr viel Grün einzigartig. Neue Landmark Buildings wie die Elbphilharmonie und der geplante Elbtower heben den Stellenwert auch über die Stadtgrenzen hinaus.

Haben Sie einen Lieblingsort in der Hansestadt Hamburg?

CHRISTIAN VON JÄRTEN Auch wenn die Entscheidung schwerfällt, würde ich definitiv die Außenalster zu meinem persönlich schönsten Ort der Stadt zählen. Sie ist Dreh- und Angelpunkt Hamburgs und auch ein wichtiger Teil meines Tagesablaufs. Ich versuche, möglichst mehrmals die Woche eine Runde um die Alster zu joggen, da hier vor allem früh morgens mitten in der Stadt eine ganz besondere, idyllische Atmosphäre herrscht, die den perfekten Ausgleich zum schnelllebigen Arbeitsalltag darstellt.

Was ist für Sie die architektonisch interessanteste Immobilie Hamburgs?

CHRISTIAN VON JÄRTEN Das Dockland von Hadi Teherani. Es war 2005 ein absolutes Highlight und zieht noch heute viele Touristen an. Noch faszinierender ist allerdings die Entwicklung der Hafencity als größtes innerstädtisches Stadtentwicklungsprojekt Europas. Hier zuzusehen, wie innerhalb von rund zehn Jahren ein moderner Hamburger Stadtteil heranwächst, hat mich in meinem Verständnis für die Immobilienbranche nachhaltig geprägt.

Sie bezeichnen NEUBAUTEAM als „Boutique-Unternehmen“ – was bedeutet das?

CHRISTIAN VON JÄRTEN Dass wir auf alle Anforderungen des Kunden eingehen und jedes Projekt von der Analyse über die Konzeption bis zur erfolgreichen Platzierung individuell betreuen. Qualität geht bei uns vor Quantität – wir sind eben kein Großkonzern, der Projekte mal eben so „durchschleust“. So nehmen wir jedes Projekt „persönlich“ und sind erst restlos zufrieden, wenn die Kunden dies auch sind. Das ist unser Anspruch, den wir täglich leben.

*Wohnen in der Stadt, leben im Grünen. Welche Vorzüge können Käufer im Projekt „RIED HØFE“ erleben?*

CHRISTIAN VON JÄRTEN Nicht gerade günstiger, aber noch bezahlbarer Wohnraum mit einer Architektur des international renommierten Architekturbüros BE Architekten unter der Federführung von Tim-Philipp Brendel wird nicht jeden Tag gebaut. Vorbildlich sind die Spielstraßen rund um die Häuser sowie deren Erreichbarkeit durch die Tiefgarage. Sehr durchdachte Grundrisse mit ausreichend Räumen für die ganze Familie findet man hier vor. Das Bauprojekt fügt sich ästhetisch und harmonisch in die Umgebung ein: Fassaden aus Wasserstrichklinker, bodentiefe Fenster, unterschiedlich geformte und begrünte Dächer. Das Motto ist „Hygge“ – der dänische Inbegriff für Glück und Gemütlichkeit.

Worin unterscheidet sich das Projekt im Vergleich zu anderen Bauvorhaben?

CHRISTIAN VON JÄRTEN Bei der Konzeption der RIED HØFE bestand die Grundidee der Bauherren darin, ein Quartier zu schaffen, das sich von den allgemeinen derzeitigen Entwicklungen abhebt. Das Konsortium möchte Rissen mit der Architektursprache ein neues Gesicht geben. Das Quartier ist von seiner Lage her zum Elbstrand, zu Schulen, Hockey- und Tennisclubs, Reitanlagen und einem Golfplatz der unter Naturschutz steht, einmalig. Die Verbindung zwischen Natur und Urbanität.





RIED HØFE

R I S S E N



RIED HØFE

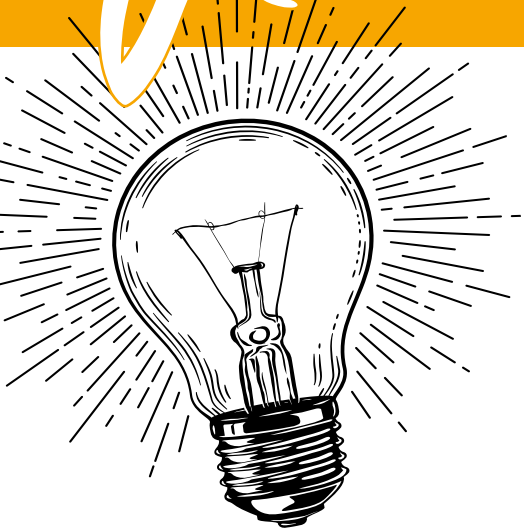
Die RIED HØFE sind ein Bauprojekt im grünsten Elbvorort des Hamburger Westens, in Rissen. Sie bilden ein Quartier, das nach den Vorlieben und Bedürfnissen von Familien gestaltet wurde und Natur mit Urbanität in Einklang bringt. Die weitläufigen Grundstücke inmitten der bewahrten Rissener Flora bieten Privatsphäre, sowie Gemeinschaft und eine Umgebung, die Kinder zum Spielen und Erkunden einlädt. Architektonisch passen sich die 13 Einfamilienhäuser und 26 Stadthäuser in die Gegebenheiten des Elbvorortes ein.

ONLINE www.riedhoefe.de

Visualisierungen © Marius Fahrner Design

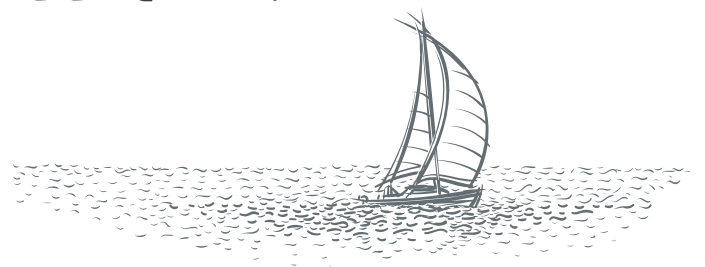


Good to know!



Die Fläche der Stadt Hamburg besteht zu **8%** aus Wasser.

Die Insel Neuwerk ist die Heimat des ältesten Leuchturms Europas. 1300 wurde er gebaut und ist somit auch das älteste Bauwerk Hamburgs.



Michels Glocken

Im Glockenturm der St. Michaelis Kirche hängen insgesamt **10** Glocken. **6** davon erzeugen das Glockengeläute und **4** sind Uhrschlagglocken.

DER DURCHSCHNITTS-HAMBURGER WIEGT 74,4 KG.



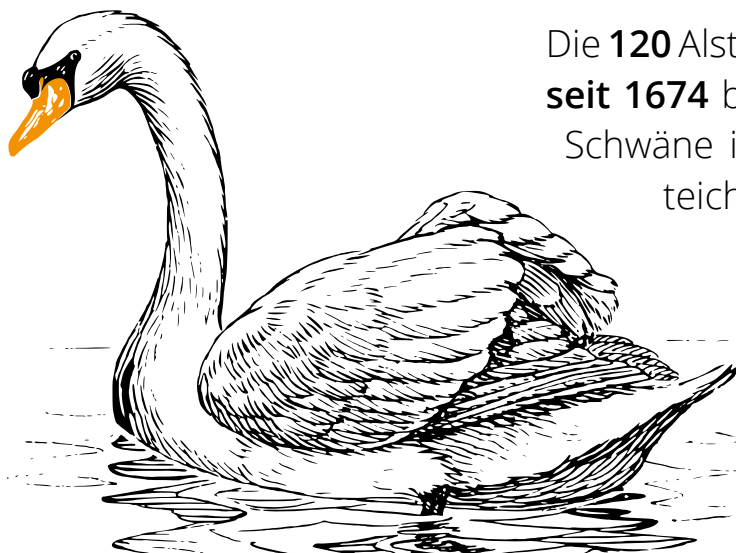
Spezialität

Franzbrötchen sind ein berühmtes Wahrzeichen Hamburgs. Das süße Hefegebäck mit Zucker und Zimt gibt es nämlich nur in der Hansestadt.



Die **120** Alsterschwäne werden von ihrem Schwanenvater **seit 1674** behütet. Jedes Jahr im November werden die Schwäne in ihr Winterquartier am Eppendorfer Mühlteich gebracht. Die Anzahl der Schwäne ist konstant. Jedes Jahr gibt es **10-20** neue Brutpaare. Ein Schwan kann **bis zu 24 Jahre alt** werden. Sie sterben aus Altersgründen, durch Krankheiten, Angelhaken, Flugunfälle oder Hundeattacken.

ALSTERSCHWÄNE



DINGE ÜBER HAMBURG

DIE SIE SCHON IMMER WISSEN WOLLTEN



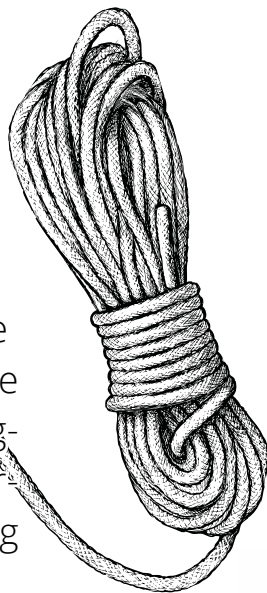
Der Ohlsdorfer Friedhof ist der größte Parkfriedhof der Welt. Er verfügt über ein **17 Kilometer** langes Straßennetz und **22 Bushaltestellen**.



Das älteste, noch existierende **Kopfbahnhofsgebäude** (Züge können nur in eine Richtung an- und abfahren) in Deutschland ist der Hamburger Hauptbahnhof und somit das einzige erhaltene Zeugnis aus den Anfängen des hauptstädtischen Eisenbahnverkehrs.

HAUPTBAHNHOF

Der Name **Reeperbahn** kommt von den Seilern und Taumachern, den so genannten **Reep-schlägern**. Für die Herstellung ihrer Schiffstau benötigten die eine **lange gerade Bahn**. Unsere Reeperbahn ist jedoch nicht einzigartig. So gibt es auch eine Reeperbahn in Städten wie Kiel, Aalborg oder Elmshorn.



HAMBURG UND SEINE BRÜCKEN

Hamburg hat mehr Brücken als jede andere europäische Stadt im 20. Jahrhundert. Mehr als Venedig, London und Amsterdam zusammen.

Man gewinnt Leben neu, wenn man zu helfen bereit ist.

Zitat Annemarie „Ami“ Dose

ECO
100%

Platz 1 beim Energiesparen in öffentlichen Gebäuden – Hamburg geht mit gutem Beispiel voran und bezieht für seine öffentlichen Gebäude **100 Prozent Ökostrom**.



Annemarie „Ami“ Dose war gebürtige Sächsin, kam 1948 aus Dresden nach Hamburg und gründete 1994 die **Hamburger Tafel**.

ZWEI,
DIE SICH
GETROFFEN
HABEN, UM
CHARAKTER
ZU Ein Leben ohne Typosalat
und Bleiwüste
ENTWICKELN.

Jacob Type

FF QType

HEM Headline

Jet Set Sans

Milram

FF DIN

Nivea



Hier haben sich wahrlich zwei Koryphäen der Typografie gefunden: Achaz Prinz Reuss aus adeligem Geschlecht und Albert-Jan Pool von der Königlichen Akademie in Den Haag. Das passt! Beide Type-Designer, die seit Anfang der 80er Jahre manchmal getrennt, manchmal zusammen marschieren sind und mehrmals zusammen erfolgreich geschlagen haben (frei nach Moltke). Sie haben die Typo-Welt verändert und nachhaltig beeinflusst! Ihr Nabel der Welt ist Hamburg!

Das Interview führte Dirk Vorwerk.

Moin! Da haben sich ja Zwei gefunden, die zusammen Typo-Geschichte geschrieben haben! Wie fing's denn überhaupt an?

ACHAZ PRINZ REUSS Anfang der 80er-Jahre haben wir bei URW, „Unternehmensberatung Karow Rubow Weber“, Schriften digitalisiert, als die Ersten weltweit. Einer der Inhaber, Peter Karow, gilt heutzutage als Erfinder der digitalen Schrift. Das Wort digital kannte ich bis dahin gar nicht.

Anfang der 80er Jahre? Damit ward ihr der Zeit ja fast zehn Jahre voraus.

ACHAZ PRINZ REUSS So gesehen ja. Damals fingen einige Satzmaschinenhersteller damit an, den Satz zu digitalisieren und für die haben wir die Schriften entwickelt.

Und die Firma saß nicht zufällig in New York oder so?

ACHAZ PRINZ REUSS Nein, nein, die sind hier in Hamburg und die haben mich bei meinem ersten Besuch gleich verhaftet. Ich habe mich dort die folgenden zwölf Jahre damit beschäftigt, die gutgehenden Schriften vom Fotosatz für den digitalen Satz zu überarbeiten. Aber irgendwann kam mir der Gedanke, jetzt mach ich mal eine eigene Schrift.

„Mein Gegenspieler bei Scangraphic seinerzeit war Albert, das war der Anfang unserer Zusammenarbeit.“

FF QType Compressed Medium

Das kann ich mir gut vorstellen, denn eine Schrift zu entwickeln ist ja auch eine kreative Herausforderung. Das war dann schon so Mitte der 90er? Aber vorerst: wie habt ihr euch kennengelernt?

ACHAZ PRINZ REUSS Begegnet sind wir uns 1987. In Wedel gab es die Firma Scangraphic – vorher Dr. Böger Photosatz – die bauten Satzmaschinen und hatten die Möglichkeit entwickelt, ihre Buchstaben bis zu 90 Millimeter Größe zu skalieren. Da haben sie gemerkt in was für einem schlechten Zustand diese Buchstaben waren, die sie vorher nur bis zu 18 Millimeter groß kannten. Deshalb kamen sie zu uns, denn wir hatten Ikarus, ein System mit dem man digital die Konturen der Buchstaben in beliebiger Größe beschreiben kann. 979 Schriften haben wir für Scangraphic überarbeitet. Mein Gegenspieler bei Scangraphic seinerzeit war Albert, das war der Anfang unserer Zusammenarbeit.

Na, das ist ja ein Ding! 1.000 habt ihr also nicht mehr geschafft...

ACHAZ PRINZ REUSS Nee, leider nicht. Scangraphic ist irgendwann von Mannesmann gekauft worden und dann vom Markt verschwunden.

Wie oder wodurch ist es eigentlich passiert, dass ihr euch seinerzeit für Type und Typo, also Schrift und Typografie begeistert habt und ja immer noch begeistert?

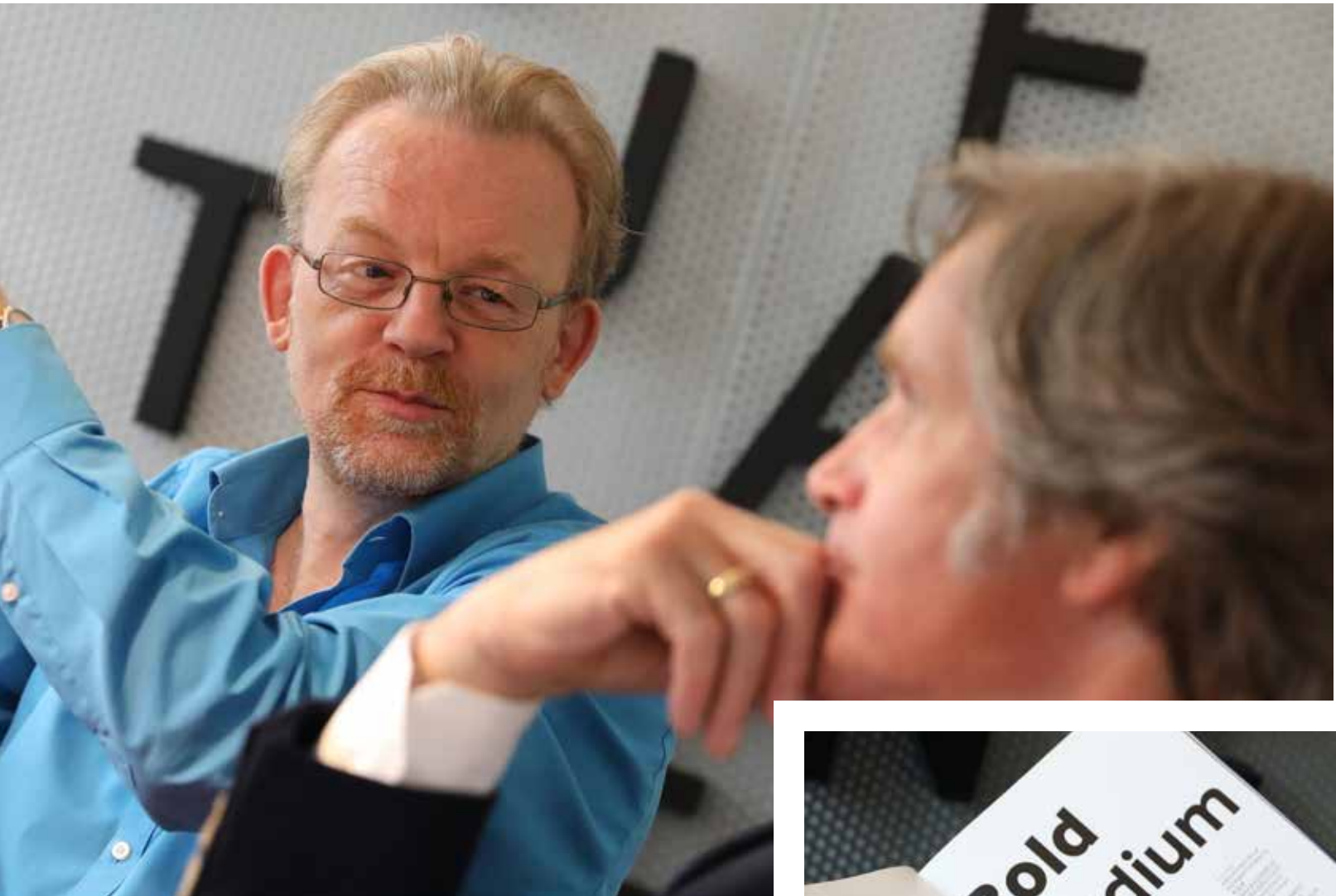


ALBERT-JAN POOL Auf der weiterführenden Schule habe ich angefangen tanzende Bubble-Gum-Buchstaben zu malen, wie auf einem Jimi Hendrix Album-Cover, so Flower Power und hippiemäßig.

Ah ja, das waren diese in sich geschwungenen und verschrobenen Buchstaben.

ALBERT-JAN POOL Ja genau. So fing ich an, diese Buchstaben weiterzuentwickeln und ein vollständiges Alphabet zu entwerfen. Mit dieser und anderen Arbeiten habe ich mich bei der Kunstakademie beworben und wurde aufgenommen. Nach vier Jahren mussten wir in allen Fächern die Prüfung absolvieren. Neben Logo, Typo und Schrift gab es noch Foto, Packaging und Illustration ... An den letzten drei bin ich gescheitert und habe das Studium auch nie zu Ende gemacht. Gerrit Noordzij, der Dozent für Schrift, fand mich gut. Weil ich nun ohne Diplom und ohne Job da stand, vermittelte er mich zu Scangraphic. Dadurch entstand mein erster Kontakt zu Achaz, denn unser Lieferant war die Firma URW. Dessen Arbeiten waren mit meinen Korrekturen immer rot angemarkert!

ACHAZ PRINZ REUSS Das war genau das, was ich eben schon angedeutet hatte. Wir konnten die kleinen Buchstaben nicht einfach so hochziehen, dann sahen wir nämlich, wie mangel-



haft und ausgerissen sie waren, die Ränder ganz gezackt. Wir mußten die Schriften wieder zu Schriften machen. Übrigens, als es 1991 mit Scangraphic nicht mehr so gut lief, ist Albert zu uns gekommen, zu URW.

Die Zusammenarbeit von URW und Scangraphic bedeutete für Euch also den gemeinsamen Anfang.

ACHAZ PRINZ REUSS Genau. Zu der Zeit kamen die ersten PCs auf den Markt. Irgendwann ging es URW auch schlechter. Plötzlich konnten die Menschen ihre eigenen Sachen setzen. Wysiwyg war angesagt, „what you see is what you get“. Das war bis dahin kaum möglich oder halt teuer!

ALBERT-JAN POOL Viele Agenturen und Grafik-Designer haben sich eigene Computer gekauft. Die Agenturen wurden durch die Computer immer autarker und haben alles selbst gemacht. Bald gab es keine Setzereien mehr. Auch die Satzmaschinen-Hersteller gingen pleite, URW sind die Kunden weggebrochen. Die Satzmaschinen-Hersteller hatten alle gedacht, Schrift ist nur Beiwerk, unser Kerngeschäft ist die Hardware, die großen teuren Anlagen. Es kam aber anders: die Schriften sind alle übrig geblieben und sind immer noch da! Wir beide haben im Prinzip den Niedergang und das Elend überlebt. Darüber sind wir sehr glücklich!

Das Geschäftsmodell heutzutage ist ja, Du verkaufst Hardware, aber verdienst an der Software. Zum Beispiel die Druckerpatronen, die sind so schnell leer, so schnell kannst du gar nicht gucken. Und neue Patronen sind teuer!

ACHAZ PRINZ REUSS Ja, das ist wohl richtig! Im Zuge all dieser Entwicklungen bekam auch URW große Probleme. Wir konnten mit dem Signus-System in Folie große Buchstaben und Schriften schneiden. Ideal für die Menschen in den neuen Bundesländern, die für sich und ihre Läden die Werbung entdeckten. Es gelang aber nicht, die Signus-Software für Windows und MacOS umzuschreiben, das wurde uns zum Verhängnis. URW hatte über 200 Mitarbeiter, darunter viele hochbezahlte Programmierer und Designer. Die hatten alle langfristige Verträge gehabt und die loszuwerden, war fast ein Ding der Unmöglichkeit!

ALBERT-JAN POOL Die Firma musste 1994 Konkurs anmelden. Einige der ehemaligen Mitarbeiter gründeten URW++ und zwar mit dem, womit noch Geld zu verdienen war: Den Schriften ...

ACHAZ PRINZ REUSS Aber vorher hatten wir noch eine Idee. Im Archiv haben wir um die 6.000 Schriften digital gehabt. Diese hat URW auf CDs angeboten, damals ein neues Medium. Eines dieser Produkte war eine CD mit einem großen Schriftmusterbuch mit qualitativ hochwertigen Schriften in allen möglichen Varianten, gerundet, schattiert, Outline, Compressed, Stencil usw.

ALBERT-JAN POOL Da hat vor allen Dingen Achaz' Herzblut drin gesteckt! Es war eine schöne Geschichte die sich auch gut verkaufen ließ. Leider hat es nicht dazu gereicht, die Firma vor dem Untergang zu retten, es ging einfach alles viel zu schnell.

Und dann?

ACHAZ PRINZ REUSS Bei URW waren wir bei der Schriftendigitalisierung mit dem Ikarus-System weltweit führend. Es war sehr genau, etwa 15 mal genauer als die heutigen Schriften am Mac und PC. Das hatte zur Folge, dass die ganzen renommierten Schrift-Designer bei uns aufschlugen und mit uns arbeiten wollten. Und die gingen bei URW ein und aus. Zapf, Frutiger, Lange, Weidemann, Noordzij, Veljovic ... Ein schönes Erlebnis hatte ich – und da hab ich auch begriffen welche Kraft in der Schrift steckt – da kam so ein kleines Hutzelmännchen in weißem Hemd, weißem Schal und schwarzer Lederhose, die weißen Haare etwas länger: Kurt Weidemann. Der hat quasi

auf dem Bierdeckel eine eigene Hausschrift für Daimler-Benz entworfen. Mit diesen Hieroglyphen kam er dann zu uns und sagte: „So, dann macht da jetzt mal 'ne Schrift draus.“

Und das ist die Schrift, die auch heute noch als Mercedes-Schrift benutzt wird?

ACHAZ PRINZ REUSS UND ALBERT-JAN POOL Ja, das ist sie.

Aber so eine Idee und so ein Konzept sauber zu entwickeln, das ist doch nochmal eine ganz andere Sache.

ACHAZ PRINZ REUSS UND ALBERT-JAN POOL Da hast Du Recht, das hat lange gedauert. Da haben dann viele Fachleute mitgewirkt.

ALBERT-JAN POOL Es wurde eine vielseitige Schriftfamilie daraus, die Corporate A-S-E, mit 30 Schnitten.

Albert, dann bist du ja schon wahnsinnig lange hier in Deutschland? Bist du mehr hier als in Holland?

ALBERT-JAN POOL Ja, ich wohne hier! Frau, Tochter, Haus, Garten. Alles was zu einer Familie gehört ist hier in Hamburg.

Dann arbeitet ihr ja auch räumlich sehr eng zusammen. Ein Miteinander der kurzen Wege?

ACHAZ PRINZ REUSS Eigentlich arbeiten wir räumlich gar nicht so oft zusammen. Gelegentlich, wenn wir zum Beispiel mit Monotype, unserem Verleger, Besprechungen haben oder wie man technisch etwas lösen kann zum Beispiel, dann kommt



Inka Strotmann, die uns bei Monotype technisch zur Seite steht, hierher.

Euer Verleger Monotype?

ACHAZ PRINZ REUSS Wir arbeiten mit Monotype zusammen. Es gab ein Consortium von Geldgebern, die die meisten Foundries (Hersteller und Verleger von Schriften) aufgekauft haben. Unter anderem auch Monotype, den jetzigen Namensgeber. Alles was Rang und Namen hatte, ist da mit drin. Wir hatten bis dahin all unsere Schriften über FontShop in Berlin vermarktet und hatten panische Angst nach der Übernahme durch Monotype. Aber es hat sich alles gut für uns entwickelt.

Ich bin weiterhin freiberuflich als Grafik-Designer tätig und hab mich irgendwann mal entschieden, nicht immer nur mit diesen Schrift-Geschichten reine schwarz-weiß Arbeit zu machen. Ich wollte auch mal Logos, Plakate und Bücher in Farbe gestalten. Sozusagen die Schrift anwenden. Aber nochmal zurück zu der Zeit kurz nach URW. Eines Tages rief Albert an, er fuhr gerade durch San Francisco mit Erik Spiekermann. (Anm. d. Red: Erik Spiekermann ist ein deutscher Gestalter, Typograf, Schriftgestalter und Autor.)

Ach, mit dem warst Du viel unterwegs?

ALBERT-JAN POOL Nein! Ich war wirklich nicht oft zusammen mit Spiekermann unterwegs, damals trafen wir uns auf einem Kongress. Als der zu Ende war, bat mich Spiekermann auf dem Weg zum Flughafen, ihn mal in Berlin zu besuchen, da habe er ein paar Ideen in der Schublade liegen und die werden nicht fertig. Das hab ich gemacht und dann kramte er ein paar Schriften aus der Schublade, genau die, die am hässlichsten waren. Das waren so Schreibmaschinen-Schriften und Verkehrsschriften, die für die Autobahn, die Wegweiser und die Verkehrsschilder eben.

Aber die waren doch eigentlich ziemlich unterschiedlich und bunt, mal grün, mal blau ...

ALBERT-JAN POOL Sie waren trotzdem alle hässlich! Ich hätte mich geschämt für so ein Projekt. Aber Spiekermann meinte: „Wenn Du reich werden willst, dann mach das! Das hat Potenzial!“ Na gut, ich habe dann die erste Schrift gemacht. Die war ziemlich schnell fertig, so zwischen Weihnachten und Neujahr. Die zweite Schrift, die FF DIN, dauerte länger und Spiekermann setzte auf einmal ein Zeitlimit von fünf Wochen! Dann hab ich Achaz angerufen und wir haben die Dinger parallel gemacht.

ACHAZ PRINZ REUSS Er hat den fetten Schnitt gemacht, ich den leichten. Dann haben wir die Zwischenschnitte interpoliert. Das heisst, die einzelnen Punkte auf der Kontur eines Zeichens mussten identisch sein. Damals hatten wir noch keine E-Mail, so dass wir die einzelnen Buchstaben ausdrucken und auf's Fax legen mussten. Daran konnte der Andere sehen, wie die Punkte verteilt waren.

Damals wart ihr noch räumlich auseinander?

ALBERT-JAN POOL Ja. Wir konnten uns zu der Zeit kein gemeinsames Büro leisten. Wir waren getrennt irgendwo zur Untermiete und sind im Hinterzimmer angefangen.

Das ist also die deutsche Variante zu den USA, wo alle großen Unternehmen in einer Garage aufgebaut worden sind?

ALBERT-JAN POOL Ja, genau. Dann kam die Vision von Spiekermann dazu.

ACHAZ PRINZ REUSS Die Vision von Spiekermann war es, eine Firma namens FontShop zu gründen. Diese sollte neue, frische Schriften entwickeln lassen und anschließend unter dem Label FontFont (FF) vermarkten.

ALBERT-JAN POOL Ausgeliefert wurden die Schriften auf einer Floppy Disc. 1995 war die Ankündigung des World Wide Web. Aber es hat noch Jahre gedauert, bis man das Web wirklich richtig nutzen konnte, um darüber Schriften zu verkaufen.

ACHAZ PRINZ REUSS In dieser Zeit haben wir dann unsere Verkehrsschrift, die FF-DIN, an FontShop ausgeliefert. Ist nicht so viel dabei rum gekommen, aber es war eine interessante Erfahrung. Monate später entdeckte ich eine Summe auf meinem Konto: 178,90 DM. Da dachte ich, dann hat sich unser Einsatz doch gelohnt! Ein Vierteljahr später kam noch mal wieder Geld rein und der Betrag war schon etwas höher. So ging es immer weiter.

„Wir haben viel Glück gehabt und haben für uns eine solide Basis geschaffen.“

Jet Set Sans Bold Italic

ALBERT-JAN POOL Wir haben da wirklich viel Glück gehabt und für uns eine solide Basis geschaffen. Monotype ist ein börsennotiertes Unternehmen. Die haben großes Interesse daran, den Return of Investment so groß wie möglich zu machen. Darin sind die viel besser als wir alle zusammen.

ACHAZ PRINZ REUSS Das war bis dahin unsere gemeinsame Geschichte und dann haben sich unsere Wege erstmal getrennt. Ich habe wieder meine eigenen Sachen gemacht und mit der Atelier Schümann GmbH zusammen eine ganze Menge Bücher, Magazine und Imagebroschüren entworfen. Ich hatte das Know-how und Klaus Schümann die Kontakte. Durch einen glücklichen Zufall sind wir an gute Adressen gekommen, die wir dann zu einer Open House-Veranstaltung eingeladen haben.

Wohin habt ihr denn eingeladen?

ACHAZ PRINZ REUSS In die Agentur. Die war damals in der Auguste-Baur-Straße in Blankenese. Natürlich haben wir uns vorbereitet und zu jedem Mitarbeiter kleine Infos an eine Tafel geschrieben. Bei mir stand Typografie und Schriftdesign als Schwerpunkt. Und einer der Gäste kam auf mich zu und

sagte: „Ich habe gelesen, Sie beschäftigen sich mit Schriften. Ich komme von Beiersdorf und bin der ‚Marketingchef international‘ von Nivea.“ – „Oh, dachte ich, der kommt ja gerade richtig!“ und habe innerlich gejubelt. „Wir sind gerade dabei eine Schrift zu suchen, die mit dem Nivea-Logo harmoniert. Was kann man denn da nehmen? Wir haben uns die Minion als Schrift ausgesucht. Was halten Sie davon?“

Die hast Du ihm gleich ausgedreht und gesagt, das geht nicht.

ACHAZ PRINZ REUSS Nicht wirklich, ich habe gesagt, das ist alles Quatsch, egal welche Schrift. Die wird immer im Gegensatz zu dem Logo stehen. Die Buchstaben im Logo sind so markant, macht doch daraus eine Schrift. Und da ich mich ja für die Open House Geschichte vorbereitet hatte und auf die Wiedererkennung und den Wiedererkennungswert von Schriften hinweisen wollte, habe ich zum Beispiel von Mercedes Benz die Schrift genommen und ohne Logo abgebildet. Norbert Krapp von Nivea erkannte die Marke sofort und begriff was für eine Kraft in einer eigenen Markenschrift im Sinne der Wiedererkennung steckt. Die Mercedes Benz Schrift gab es zu der Zeit schon über fast sechs Jahre und war damit ein absolut positives Beispiel, auch heute arbeiten die noch mit der Schrift.

Das stimmt. Und welche Schriften konntest Du noch zeigen außer der von Mercedes Benz?

ACHAZ PRINZ REUSS Die alte Marlboro. Damals hat die schon super funktioniert. Renault! Dann die VW AG rounded, die Volkswagen-Schrift. Also ich war wirklich gut vorbereitet. Und einmal im Leben zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort mit den richtigen Worten auf den Lippen!

ALBERT-JAN POOL Das ist eine der grundlegenden Ideen. Wir versuchen als Designer die ganze Identität eines Unternehmens in dem Logo widerspiegeln zu lassen. Wenn ein Logo nicht allzu verrückt ist, kannst Du es als Grundlage für eine Hausschrift nehmen. So hab ich auch meine Jet-Schrift gemacht, die für Hein Gas, die für die HEM-Tankstellen usw.

Ihr habt bei Monotype Eure Ansprechpartner und seid im ständigen Dialog mit denen, so dass ihr wisst, was sich so entwickelt oder kann es sein, dass ihr auch ganz viel umsonst arbeitet?

ALBERT-JAN POOL Das ist uns mit Monotype noch nicht passiert, aber ansonsten haben wir auch das lernen müssen. Du hast so viele Ideen und könntest machen, machen, machen. Da muss man schon aufpassen, dass das nachher bezahlt wird! Ich habe deshalb auch für Agenturen gearbeitet. Die Jet Geschichte lief zum Beispiel über Syndicate (Anm. d. Red.: Hamburger Branding- und Designagentur).

Jet-Tankstellen, das war doch Conoco, die saßen damals in der City Nord.

ALBERT-JAN POOL Ja, das stimmt. Markus Greinke, damals bei Syndicate, rief an. Es hieß dann, wir werden die Jet-Tankstel-

len neu gestalten: Logo, Zapfsäulen, Beschriftung, Schriften ... Das war ein Wahnsinns-Auftrag! Er hatte es verstanden, zum Logo, zur Identität gehört auch eine Schrift! Die müssen wir entwickeln, meinte er, das gehört dazu.

Die Idee war, wenn Du an der Zapfsäule stehst und tanken willst, ist es der einzige Moment, wo der Kunde fokussiert ist auf das Produkt, weil er ja genau wählen muss. Es gibt keine Icons für Benzin, Diesel oder Super. Es sind nur diese Buchstaben. Und wenn Du da die Identität des Logos mit reinbringen kannst – visuell – dann müsstest Du gewonnen haben. Das war die Basis für mich, für Jet die Hausschrift zu entwickeln.

Werden die Auftragschriften denn heute noch genauso eingesetzt?

ACHAZ PRINZ REUSS Nivea hat das Problem, dass zu viele Leute mitreden dürfen, die eben nicht auf die Schrift zurückgreifen.

Gibt es denn kein Corporate-Design Manual?

ACHAZ PRINZ REUSS Ein Corporate Design zu erhalten ist nicht jedermanns Sache. Es ist ja viel einfacher bei Null anzufangen und alles neu zu entwickeln. Oftmals heisst es „oh Gott, immer noch die gleiche Schrift. Ich kann die nicht mehr sehen.“ Aber das ist ja auch die Schrift, die die Kunden kennen und genau wegen dieses Wiedererkennungswertes zugreifen. Wenn man neu anfängt, dann müssen die Kunden wieder lernen und sich umstellen. „Das ist das Produkt? Hätte ich nicht gedacht. Das sieht doch ganz anders aus.“

„Die Schrift ist die Erkennungsmelodie der visuellen Kommunikation!“

Milram Bold

Das ist wie ein neuer Name. Das geht nicht. Es müsste sich ein gewisses Verständnis entwickeln für gewisse Regeln, die einfach gelten.

ACHAZ PRINZ REUSS Da hast Du Recht. Es gilt eine Regel: „Die Schrift ist die Erkennungsmelodie der visuellen Kommunikation!“

Aber die Auftragschriften sind nicht Euer einziges Einkommen, oder?

ACHAZ PRINZ REUSS Wir unterscheiden die Auftragsarbeiten auf der einen Seite und die eigenen Schriften auf der anderen Seite. Bei Monotype wird vom Type-Board entschieden, welche neuen Schriften vermarktet werden. Wenn die Schrift da durch kommt, dann wird sie produziert und kommt auf den Markt. Und auf einmal siehst Du, dass irgendwelche Einzelpersonen oder Firmen diese Schriften für sich kaufen für wenig Geld. Die zahlen an Monotype von denen wir dann unsere Prozente bekommen.

ALBERT-JAN POOL Schriftenvertrieb ist ein Lizenzmodell. Einerseits wird an große Firmen lizenziert, unsere FF DIN wird seit einiger Zeit von Aldi eingesetzt, das macht sich in der Abrech-

FF DIN

nung schon bemerkbar. Du verdienst natürlich mehr, wenn eine Schrift populär ist. Die Zahl der Kleinkunden, die mal 60 oder 120 Euro für eine Schrift zahlen, ist enorm groß. Dazu kommt dann die Vielzahl von Downloads für die Darstellung auf Websites und in Anzeigen. Es läppert sich eben so zusammen. Pro Kauf bekommen wir ca. 30 Prozent.

Okay, das summiert sich! Spürt ihr jetzt in der Richtung eine Änderung für euer Business oder nicht so?

ALBERT-JAN POOL Eigentlich nicht. Aber wie schon am Anfang erwähnt ist eines anders, unser Verleger, der Eigentümer des FontShops, Erik Spiekermann, hat seinen Laden verkauft an Monotype und Monotype kann unsere Schriften auf jeden Fall sehr gut verkaufen. Im Grunde ein glücklicher Umstand für uns. Wir sind über die Entwicklung sehr erfreut! Die Arbeit mit den Schriften sind unsere Lebensversicherung und Rente in einem.

Also, ihr ergänzt Euch anscheinend sehr gut. Es scheint eine Verbindung auf ewig zu sein?

ACHAZ PRINZ REUSS Mit der FF DIN ja.

ALBERT-JAN POOL Wir gehen aber nicht jedes Wochenende zusammen grillen.

Was habt ihr noch für Ziele?

ACHAZ PRINZ REUSS In der FF DIN – was mittlerweile auch ich begriffen habe – steckt so viel Potential, immer noch! Auch wenn es viel Arbeit bedeutet, kann man da noch eine Menge rausholen!

Die Zukunft ist gerettet!

ACHAZ PRINZ REUSS Wie weit man sie aufpusten kann und was dann passiert, weiß ich nicht, aber ich gehe davon aus, dass es viel sein wird!

ALBERT-JAN POOL Wir dürfen beide nicht meckern. Aber wir setzen im Prinzip auf die Werte, die wir geschaffen haben. Bisher hat das wunderbar funktioniert, aber der Schriftenmarkt war und ist immer in Bewegung!

Albert, Du hast eine Funktion beim Deutschen Institut für Normung inne?

ALBERT-JAN POOL Ja. Ich bin beim DIN im Ausschuss „Schriften“, da kümmern wir uns unter anderem um Leserlichkeit von Schrift. Zunehmend melden sich Bürger und merken an, dass sie dies oder jenes nicht gut lesen können. Oft sind Schriften Ihnen zu klein, zu mager, zu fett oder zu gleichförmig – nicht gut leserlich eben. Was ja nicht per sé heißt, dass solche Schriften schlecht sind. Jede Schrift hat ihre Eigenheiten und ist deswegen für ganz bestimmte Anwendungen wunderbar geeignet.



Die FF DIN, so wie wir sie von der Elbphilharmonie, dem Centre Pompidou in Paris und Marken wie Panasonic und Adidas kennen, wurde von Albert Jan-Pool und Achaz Prinz Reuss 1995 für Monotype (ehemals FontShop) als Lizenznehmer und Distributor gestaltet. Die umfangreiche Schriftfamilie gehört seit Jahrzehnten zu den meist verkauften Schriften weltweit.

Wenn an eine Schrift Anforderungen gestellt werden, wofür sie nie entworfen wurde, dann kann es aber schon sein, dass sie nicht gut leserlich ist. Kleine und fette Schriften können zulaufen wenn sie auf schlechtem Papier gedruckt werden. Schriften mit dünnen Haarlinien eignen sich nicht für Autobahnwegweiser. Schriften mit Serifen können auf Bildschirmen mit sehr geringer Auflösung kaum einwandfrei dargestellt werden usw. Das DIN hat die Aufgabe, solche Sachen zu normen und zu gewährleisten dass die Interessen aller Beteiligten berücksichtigt werden. Bei Schriften sind das beispielsweise Menschen mit einer geringeren Sehschärfe, Sehbehinderte, Legastheniker und Menschen mit einer geringeren Lese-Kompetenz. Keine einfache Aufgabe.

Und die gute alte DIN-Schrift?

ALBERT-JAN POOL Eine Normschrift, mit der man alle Probleme lösen kann, ist ein Ding der Unmöglichkeit. Die alte DIN, also nicht unsere FF DIN, ist für die Verkehrswegweiser sicherlich nicht schlecht. Sie stellt aber keine gute Lösung für die meisten anderen Anwendungen da. Alles über einen Kamm zu scheren, das geht nicht. Wir wissen, dass ein längerer, in normaler Lesegröße dargestellter Text weniger gut leserlich ist, wenn wir diesen in eine kursive, sehr magere oder fette Schrift setzen. Das heißt aber nicht, dass wir sie deshalb verbieten sollen. Im Gegenteil, wir brauchen sie sogar. In Österreich wurde eine umfangreiche Broschüre in sogenannter „Leichter Sprache“ verfasst. Sie wurde komplett in der Arial 14 Punkt gesetzt. Keine kursiven Auszeichnungen, keine halbfetten Überschriften. Einfacher geht es nicht, hatte man sich gedacht. Die Broschüre hat sich tatsächlich als untauglich erwiesen. Alle Textabschnitte sahen gleich aus, Überschriften hoben sich nicht ab. Es war keinerlei Hierarchie wahrnehmbar, jegliche Leseführung fehlte. Eine reine Bleiwüste. Bei einem Forschungsprojekt kam raus: kein Mensch liest das. Darüber hinaus stellte man fest, dass es andere Schriften als die Arial gab, die nicht nur schneller aber auch mit weniger Fehlern gelesen wurde.

Gibt es Kunden die Euch positiv überrascht haben?

ACHAZ PRINZ REUSS Riesig gefreut habe ich mich über das Hotel Louis C. Jacob. Wir hatten uns dort als Agentur vorgestellt und wollten das Erscheinungsbild neu prägen. Auf der Fassade gibt es einen Schriftzug in einer sehr eigenständigen Schrift, die es aber digital nicht gibt. Ich habe sie digitalisiert und ergänzt. So haben wir eine eigene Schrift für das Hotel entwickelt. Das hat dazu beigetragen, den Job zu bekommen.

Großartig! Eine schöne Schrift. Ich freu mich immer, wenn ich am Jacob vorbeifahre ... Habt ihr eigentlich Vorbilder?

ACHAZ PRINZ REUSS Nicht wirklich. Es hat mich persönlich nicht inspiriert, dass die bei uns immer alle reinkamen, die Zapfs und Frutigers usw. Die Schriften von Frutiger liegen mir persönlich mehr als die von Zapf, aber ich kann nicht sagen, dass ich einem von ihnen nacheifern würde.



Albert-Jan Pool

ALBERT-JAN POOL Für mich war Frutigers Groteskschrift, die Frutiger eben, schon ein großes Vorbild!

Auf die Schrift bezogen, und wie sah es mit seiner Persönlichkeit aus?

ACHAZ PRINZ REUSS Ich erinnere nur, als Frutiger bei URW durch die Tür kam, äußerte er sich ein wenig abfällig über die Optima von Hermann Zapf: „Der Junge soll lieber weiter seine Antiqua machen, von Groteskschriften sollte er mal die Finger lassen.“

ALBERT-JAN POOL Die URW-Grotesk von Zapf ist ja nie so recht was geworden. Frutiger ist da mit seinen Grotesk-Schriften ungeschlagen! Seine Frutiger gehört zu den am besten verkauften Schriften und wird auch am wenigsten kritisiert oder bemängelt.

Seht ihr eine Tendenz für die Zukunft, wohin sich Schriften entwickeln und wie die Schrift der Zukunft aussieht?

ACHAZ PRINZ REUSS Ich bin früher oft durch die Stadt gefahren um mal einwirken zu lassen, wie Schrift im Stadtleben auf mich wirkt. Und irgendwann merkst Du, der Trend geht in irgendeine Richtung. Man kann das gar nicht richtig benennen.

ALBERT-JAN POOL Zur Zeit werden immer größere Schriftfamilien mit immer mehr Varianten entwickelt. Das sind praktisch die eierlegenden Wollmilchsäue der Typografie. Anderserseits sind individuelle, handgemacht wirkende Schriften angesagt. Wir erleben komplett entgegengesetzte Trends. Aber, wie es weitergeht? Es ist schwierig, die Zukunft vorherzusagen.

Sind Type und Typo angewandte Kunst?

ALBERT-JAN POOL Ja, das kann man so sagen. Wir sind wie Architekten und Designer. Unsere Arbeit ist ja im Grunde nicht rein künstlerisch. Wir machen keine Broschüre aus freien Stücken, denn das Ergebnis der Arbeit entsteht aus dem Zusammenspiel mit dem Auftraggeber. Vielleicht macht man mal einen genialen Entwurf, dann ist das großartig. Dann sage ich mit Kurt Schwitters gerne: „Typografie kann unter Umständen Kunst sein.“

ACHAZ PRINZ REUSS UND ALBERT-JAN POOL Type und Typo sind aber zwei verschiedene paar Schuh. Wir sind Type-Designer, die eine Schrift gestalten. Die Typografen sind diejenigen, die die Schriften anwenden. Mach mal eben die Typo, bedeutet, such Dir mal eben eine Schrift aus.

Was ist denn für Euch eine perfekte Schrift?

ALBERT-JAN POOL Eine perfekte Schrift ist eine solche, die, was Leserlichkeit, Anmutung und – wenn erforderlich – Signalwirkung betrifft, genau die Gestaltungsmerkmale aufweist, die für ein bestimmtes Kommunikationsziel erforderlich sind.

ACHAZ PRINZ REUSS Das ist für mich unsere FF DIN. Sehr gut leserlich! Ein Global Player!

Damit wären wir auch am Ziel! Dankeschön für ein perfektes Interview! Es war sehr unterhaltsam mit Euch! Viel Glück und Erfolg weiterhin im typografischen Universum!

HEM HEADLINE Albert-Jan Pool, 2009

Kunde: Deutsche Tamöil; Agentur: Syndicate Design

JACOB TYPE Achaz Prinz Reuss, 1998

Kunde: Hotel Louis C. Jacob; Agentur: Atelier Schümann

JET SET SANS Albert-Jan Pool, 1997

Kunde: Conoco; Agentur: Syndicate Design

FF DIN Albert-Jan Pool, Achaz Prinz Reuss, 1995

Lizenznehmer: Monotype

FF QTYPE Achaz Prinz Reuss, 2004

Lizenznehmer: Monotype

MILRAM Achaz Prinz Reuss, 2011

Kunde: DMK Deutsches Milchkontor; Agentur: Ropelius. Marke und Design

NIVEA Achaz Prinz Reuss, 2000

Kunde: Beiersdorf Corporate Communications; Agentur: Atelier Schümann

Jet Set Sans



Jet Set Sans wurde von Albert-Jan Pool 1997 auf Anfrage der Hamburger Agentur Syndicate Design entworfen. Die Merkmale des von Syndicate kreierten Logos und Tankstellen-Designs wurden in der neuen Schrift integriert und miteinander verbunden.

JACOB TYPE



Das Logo für die Carls Brasserie, ein Ableger des Hotel Louis C. Jacob, ist 2008 von Achaz Prinz Reuss entwickelt worden. Auftraggeber war die Agentur Schümann GmbH. Der Carls-Schriftzug ist aus der Schrift Oklahoma (1993 von Achaz Prinz Reuss bei URW entworfen). Der Markenzusatz „an der Elbphilharmonie“ sowie die Bezeichnungen Brasserie, Bistro und Weinbar sind in der Jacob Type gestaltet um die Zugehörigkeit zum Hotel hervorzuheben.

FREDERIK PAULSEN JUN.

VOM POL NACH FÖHR UND ZURÜCK

Frederik Paulsen ist Unternehmer, Investor, Polarforscher, Mäzen und Liebhaber der Insel Föhr. Hier hat er vor genau 10 Jahren das Museum Kunst der Westküste gegründet und mit dem Weingut Waalem in Nieblum seine Vision vom Weinanbau auf der Insel verwirklicht. Paulsen ist bisher der einzige Mensch, der alle acht Pole besucht hat, ist Honorary Director des The Explorers Club New York und Gründer des Swiss Polar Instituts in Lausanne.

Herr Paulsen, was interessiert Sie im Leben?

FREDERIK PAULSEN Sich immer wieder durch neue Herausforderungen zu beweisen! Sich selber herausfordernde Ziele zu setzen und diese dann hartnäckig zu verfolgen, das gehört ebenso zu mir wie Neues und Unbekanntes zu entdecken. Mich hat schon immer das besonders Schwierige interessiert. Das, was andere nicht wollen. Ich bin neugierig und das Leben ist so bunt und vielfältig. Auszuprobieren, was in einem steckt, spornt mich an. Dinge gestalten und verändern, jedes Projekt pflanzen und es wachsen lassen, manches vertrocknet, anderes entwickelt sich prächtig, ohne dass man es geahnt hätte. Ich fühle mich als jemand, der viel Glück hat in seinem Leben, dankbar sein, etwas davon zurückgeben und Freiheiten haben, das ist was mich im Leben glücklich macht.

Was war Ihre erste große Herausforderung?

FREDERIK PAULSEN Meine erste große Herausforderung erlebte ich im Alter von 32 Jahren, als mir mein Vater die Leitung seines Unternehmens Ferring übergab. Ich stand alleine an der Spitze und musste entscheiden. Ich baute Ferring zu einem multinationalen Unternehmen auf. Aber ich habe nie aufgehört mich an die Wikinger-Geschichten meiner schwedischen Kindheit und an meine Neugierde auf unbekannte Länder zu erinnern.

Welcher Art war der Einfluss Ihres Vaters auf Sie?

FREDERIK PAULSEN Mein Vater hat mit gefühlssicheren Methoden ein weltweit führendes Unternehmen der Pharmaindus-

trie geschaffen. Fragte man ihn nach dem Schlüssel seines Erfolgs, so antwortete er, dass man nicht die möglichen Gewinne im Blickpunkt haben dürfe. Seine Worte waren „Die wirklichen Erfolge sind immer glücklichen Umständen zu verdanken.“ Ich habe meinen Vater als einen außergewöhnlichen Menschen in Erinnerung. Er war ein durch und durch geistiger Mensch, ein Humanist.

Ihre Familie stammt von der nordfriesischen Insel Föhr. Welche Bedeutung hat Föhr für Sie?

FREDERIK PAULSEN Zu Föhr gibt es eine enge familiäre und persönliche Bindung. Mein Großvater wurde auf Föhr geboren, mein Vater hat sich bis zu seinem Tod für die friesische Sache engagiert und auch friesisch gesprochen. Auf Föhr habe ich meine Wurzeln, meine Kinder lieben diesen Teil von Schleswig-Holstein besonders. Es ist unser aller Rückzugsort. Dies ist eine wunderbare Hinterlassenschaft meiner Eltern. Wenn ich sagen sollte, wo für mich Heimat ist, dann ist es sicherlich geographisch gesehen, auch Föhr. Föhr zieht mich an. Mein Vater fühlte sich so verbunden mit der Insel Föhr und seinem Einsatz für die Minderheiten, dass er 1988 eine Stiftung zum Erhalt der friesischen Kultur gründete, die heute besonderen Schwerpunkt auf die friesische Sprache legt.

Was war der Impuls für Ihr museales Engagement auf der Insel Föhr?

FREDERIK PAULSEN Etwas für die Menschen tun, Erinnerung auf aktuelle Art lebendig halten, einen neuen zentralen Punkt auf der Insel schaffen und auch den Tourismus stärken und ein Zeichen setzen. Es werden überwiegend Seestücke gezeigt, die dem Aktionsradius der Föhrer Seeleute entsprechen. Mich hat es gereizt, auf der Insel ein Museum aufzubauen und zu sehen, ob es angenommen wird – und siehe da, jetzt sind 10 äußerst erfolgreiche Jahre vergangenen und das Museum erfreut sich nicht nur regionaler Beliebtheit – gleichermaßen wird es auch angenommen von den Insulanern – es ist „ihr“ Museum – das habe ich erreichen wollen. Ich habe ja auch in Bhutan ein Museum gebaut – das hat einen ähnlichen Effekt auf die Menschen.



Frederik Paulsen auf der „Akademik Tryoshnikow“ im Eismeer während einer seiner Expeditionen.

2009 haben Sie sich entschieden, sich im Weinbau zu engagieren. Warum? Dies ist nicht ungewöhnlich – aber warum ausgerechnet auf Föhr – mit Nordseeklima?

FREDERIK PAULSEN Weinanbau ist eine meiner Passionen. Ich betreibe ihn in Österreich und in Georgien. Darüber hinaus ist schon länger erkennbar, dass Wein auch in Norddeutschland erfolgreich angebaut werden könnte. Warum dann also nicht auch auf Föhr? Wir investieren in die Zukunft – ein Projekt, dass auch den Klimawandel auf der Insel einläutet. Ich bin der festen Überzeugung, dass das Weingut weiter wachsen wird und in Zukunft eine kleine aber sehr feine Auswahl ausgesuchter Weine professionell produzieren kann. Der Wein verkauft sich gut und wir sind immer schnell ausver-

kauft. Die Dänen haben es uns vorgemacht, auch in England wird Wein angebaut, warum nicht auf Föhr? Nur weil es als Weinanbaugebiet nicht ausgewiesen ist, heißt das nicht, dass hier nichts wächst. Die Friesen darf man nicht unterschätzen.

Klima ist ein wichtiges Stichwort. Das Thema hat Ihr Leben offenbar mitgeprägt. Es war jahrhundertlang eine Föhrer Tradition, dass die Nordmeerfahrer Ende Februar wieder in die Walfanggründe aufbrechen. Sind das auch Ihre Spuren? Der Aufbruch ins Polarmeer?

FREDERIK PAULSEN Das kann schon sein! Ich habe auch als Kind schon immer gerne Wikingerbücher gelesen. Und ich habe großen Respekt vor den persönlichen und navigatorischen Fähigkeiten der frühen Nordmeerfahrer. Mit der Ausrüstung



Foto © Alexey Nagayev

Expedition zum Pol

der damaligen Zeit und dem persönlichen Einsatz für Leib und Leben der Mannschaft können jene auch heute in jedem Managementlehrbuch als positive Beispiele für Menschenführung Eingang finden.

Sie sind wahrscheinlich der einzige Mensch, der alle acht Pole besuchte. Sind Sie im Herzen ein Abenteurer, Forscher, Draufgänger, Polarmäzen oder woher kommt diese Begeisterung für Polarexpeditionen?

FREDERIK PAULSEN Expeditionen sind meine Leidenschaft. Die Entbehrungen und die Sehnsucht auf eine glückliche Heimkehr nach einer erfolgreichen Fahrt sind archaische Gefühle, die man in Extremsituationen auf diesen Fahrten erlebt. Sie werden aber nie aus persönlichem Selbstzweck durchgeführt – wir führen die Expeditionen mit wissenschaftlichem Ziel durch. Publikationen, Erkenntnisgewinn und ein Weiterkommen in wissenschaftlichen Fragestellungen muss das Ziel sein. Ich betone nochmals, wir machen keine Kreuzfahrten gelangweilter alter Männer in exotische Gewässer.

Auf Ihre Initiative geht die Gründung des Schweizer Polarinstitut SPI zurück. Was treibt Sie an, dieses Institut und andere wissenschaftliche Einrichtungen zu finanzieren?

FREDERIK PAULSEN Wenn jemand so viel Glück und auch wirtschaftlichen Erfolg in seinem Leben gehabt hat, dann hat er damit die einzigartige Möglichkeit etwas zurückzugeben. Geld ausschließlich für die eigenen Bedürfnisse zu verwenden ist

langweilig und ich bin so erzogen, dass man teilt. Ein sozialistischer Wesenszug bei einem Kapitalisten, das Geld in bester Manier verwendet – für andere oder das Gemeinwesen. Zugegeben, das Einzige, was ich mir erlaube ist die Auswahl der Projekte und Verwendungsmöglichkeiten der Förderung.

Wann haben Sie Ihre Leidenschaft für das Eis entdeckt und welches war Ihre erste/eindrucksvollste Reise?

FREDERIK PAULSEN Ich machte mich auf, eisige Welten zu entdecken. Im Frühjahr 2001 fuhr ich das erste Mal zum Nordpol und stellte fest, dass die Erde noch weitere Pole barg, den nicht ortsfesten, wandernden Magnetischen Pol, den stabileren Geomagnetischen Pol und den Pol der Unzugänglichkeit. Da die Welt aus zwei Hemisphären besteht, haben diese „vier Nordpole“ ihre Zwillinge im Süden, in der Antarktis. Ich habe mir dann selber die Herausforderung gestellt als erster Mensch die acht Pole des Planeten zu erreichen – und das habe ich dann auch geschafft. 13 Jahre und 10 Expeditionen später war es soweit.

Sie sind Mitglied der beiden exklusivsten Clubs denen Forscher, Abenteurer und Polarreisende angehören können, der Russischen Geographischen Gesellschaft und dem amerikanischen Explorer's Club. Was bedeutet das für Sie?

FREDERIK PAULSEN Es zeigt, dass ein neutraler Schwede durchaus in den renommiertesten Gesellschaften Russlands und



Das Weingut Waalem in Nieblum auf Föhr

Foto © Thorsten SchmidtKord Fotografie



Abfüllanlage auf dem Weingut Waalem

Foto © Thorsten SchmidtKord Fotografie



Das Museum Kunst der Westküste in Alkersum auf Föhr

Foto © Gerhard Kassner

der USA vertreten sein kann. Für mich persönlich ist es eine Auszeichnung, eine Würdigung der wissenschaftlichen Leistungen der mitgereisten Forscher und eine Ehrung der Mühen und Entbehrungen. Ich genieße diese Mitgliedschaften sehr und schätze die Zusammenkünfte und den Austausch der Mitglieder. In der Russischen Geographischen Gesellschaft gibt es überhaupt nur drei Mitglieder, die Ausländer sind: der Chef von British Petroleum, Prinz Albert von Monaco und ich.

Sie sind Gründer der Foundation Mamont Explorers Club World Exploration Challenge, die außergewöhnlich wertvolle wissenschaftliche Expeditionen unterstützt. Wie schaffen Sie es, all diese großen Projekte unter einen Hut zu bringen?

FREDERIK PAULSEN Das kann nur mit einem erstklassigen, professionellen Team gelingen. Zudem muss man unbedingtes Vertrauen zueinander haben. Wir alle teilen die gleiche Leidenschaft und Neugierde, das spornt an und treibt. Die Ergebnisse sprechen für sich und die Wissenschaft ist wie seit jeher auf die großzügige Förderung unabhängiger Dritter angewiesen.

Teilen Ihre Kinder Ihre Leidenschaften, besonders für die Polarregionen?

FREDERIK PAULSEN Meine Familie muss Verständnis haben, nicht alle teilen meine Leidenschaft. Meine Söhne sehr, wir unternehmen gemeinsam Expeditionen und haben sehr viel Freude daran. Für die Frauen meiner Familie scheint es dagegen in diesen Regionen einfach zu kalt zu sein.

Warum ist Russland eine solch bedeutende Polarnation und was bedeutet Ihnen die Mitgliedschaft in der Russischen Geographischen Gesellschaft?

FREDERIK PAULSEN Russland hat schon wegen seiner fast endlosen Küste zum Polarmeer eine traditionell sehr enge Bindung zur Polarregion. Für das russische Selbstverständnis ist das von erheblicher Bedeutung. Zudem gab es eine Reihe von berühmten Polarforschern in russischen Diensten wie beispielsweise den auch hier bekannten Ferdinand Baron von Wrangel.

Herr Paulsen, eine letzte Frage: Was war der gefährlichste Moment bei einer Ihrer Reisen?

FREDERIK PAULSEN Der gefährlichste Moment war, als wir 2007 beim Tauchgang zum geographischen Nordpol mit dem Mini-U-Boot Mir 2 im Auftauchvorgang die Lücke im Packeis verfehlten – es drohte uns buchstäblich die Luft auszugehen. Aber wir haben auch diese Situation mit Ruhe und Besonnenheit erfolgreich gemeistert.

Herr Paulsen, wir danken Ihnen.



10 Jahre MK dW

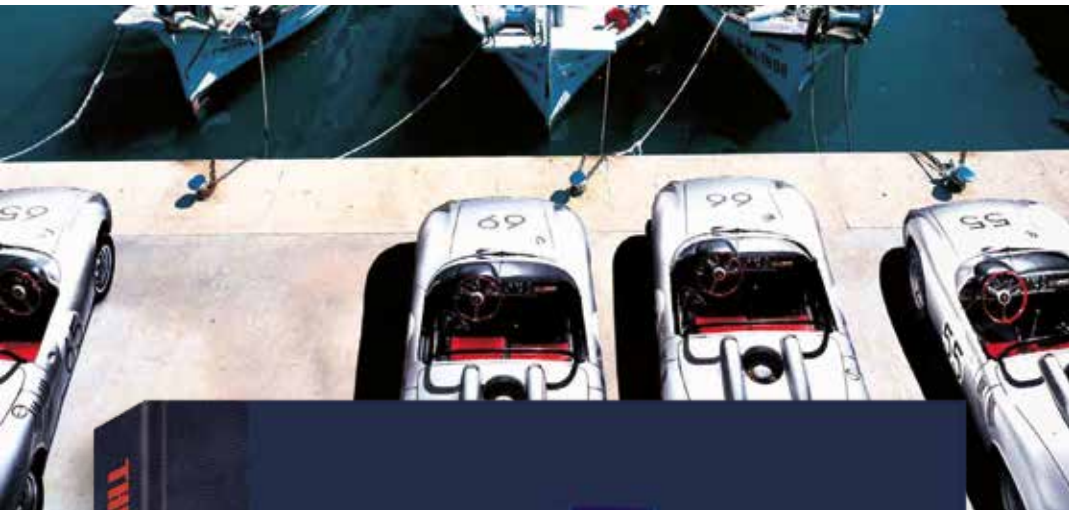
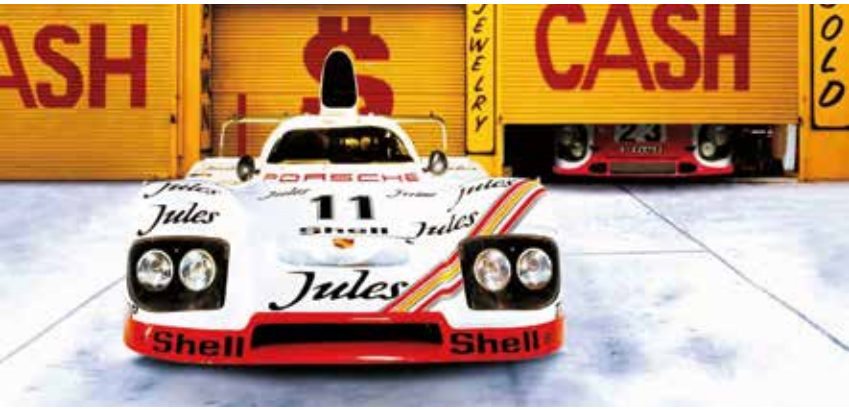
Meisterwerke

1.8.2019 - 12.1.2020

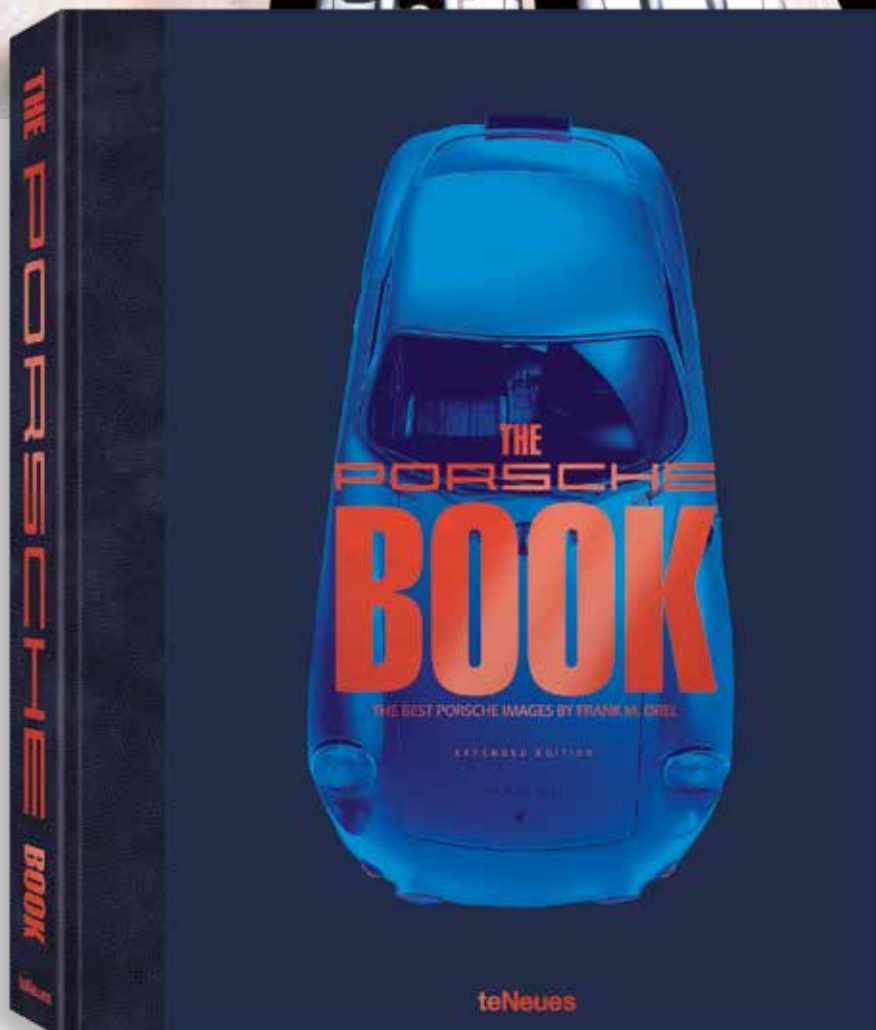


FRANK M. OREL

THE PORSCHE BOOK



Fotos © Frank M. Orel



Ein absoluter Bestseller in der erweiterten Ausgabe: Dieser Turbo unter den Sportwagenbüchern wird alle Porsche-Liebhaber begeistern. Voll Kraft und Kreativität entführt er Sie auf eine nostalgische, reich bebilderte Reise in die Annalen der Design- und Ingenieurskunst des Porsche-Kosmos. Das dynamische Layout fängt die wichtigsten Komponenten des ultimativen Fahrerlebnisses ein: Kraft, Freiheit, Geschwindigkeit. Gefesselt von der eindrucksvollen Bildsprache werden Sie die PS-Bibel kaum aus der Hand legen können; der Band wird zu Ihrem persönlichen Road Movie, indem Bilder lebendig und Fahrgeräusche gegenwärtig werden. Lassen Sie sich von diesen innovativen Fotografien der berühmtesten Porsche-Modelle mitreißen, die vor den glamourösesten Kulissen der Welt aufgenommen wurden.

The Porsche Book

Hardcover, 368 Seiten

Verlag: teNeues

ISBN: 978-3-96171-167-3

TINE ACKE

STÄRKER ALS DIE ZEIT



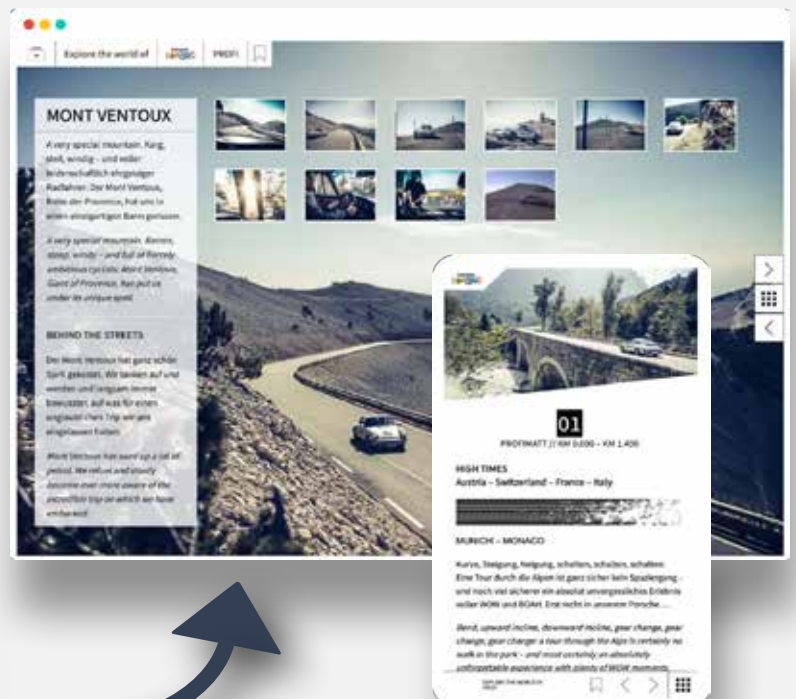
Es gibt Karrieren, die lassen sich nur in Superlativen beschreiben – Alben, die ungebremst von 0 auf 100 gehen, ausverkaufte Stadien, Millionenverkäufe. Kaum zu glauben, was sich alles unter einen Hut packen lässt.

Unter den Hut von Udo Lindenberg. Vier Jahre lang hat die Fotografin Tine Acke den Grandseigneur des deutschen Rock'n'Roll auf Tour begleitet. Im Schleudergang ging es durch die Stadien der Republik – das Motto: größer, schneller, weiter. Über eine Million Zuschauer sahen live atemberaubende Shows, unglaubliche Effekte und einen Künstler, der seinen Fans noch nie so nah war. „Kein Konzert, sondern ein Lehrstück über die Liebe“, schrieb begeistert die WELT. Und sie hat recht damit. All das hat Tine Acke auf hochwertigen Fotos festgehalten und in einem Bildband gesammelt.

ANZEIGE

#digitalPublishing

Weg vom PDF, hin zum echten Onlinemagazin - mit Novamag.





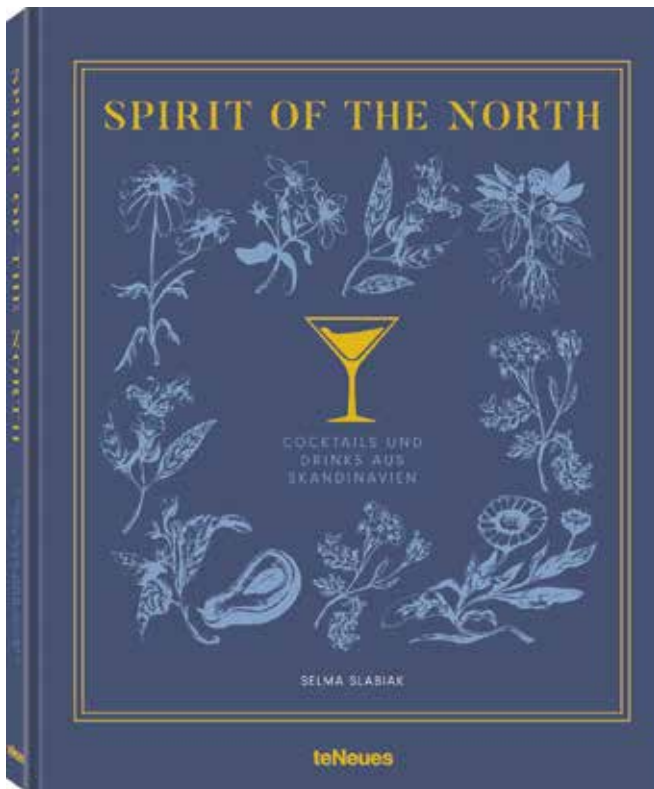
Was aber wären allein die Bilder, wenn nicht die Beteiligten selbst zu Wort kämen? Zahlreiche Wegbegleiter auf Tour und im Leben von Udo Lindenberg berichten von ihrer Zeit mit dem Superstar. So entstanden witzige, spannende und skurrile Geschichten, die so noch nie erzählt wurden.

Udo Lindenberg
 Hardcover, 352 Seiten
 Verlag: teNeues
 ISBN: 978-3-96171-069-0



Spirit of the North

Cocktails und Drinks aus Skandinavien



Mehr als 30 Rezepte für eine verführerische und kreative Palette von kunstvollen Cocktails, Mixgetränken (mit und ohne Alkohol) und besonderen Snacks aus regionalen Saisonzutaten – für alle Jahreszeiten und Anlässe.

Mit informativen und hilfreichen Tipps zum Beschaffen und Einlegen von Zutaten – ob aus der Natur vor der eigenen Haustür, vom Wochenmarkt oder aus dem Lebensmittelhandel. Selma Slabiak teilt persönliche Geschichten und Anekdoten aus ihrer Kindheit in Dänemark und vermittelt den Reichtum der nordischen Traditionen und Mythen, der ihre Rezeptkreationen inspiriert und geprägt hat.

Für private Gastgeber und Bartender, erfahrene Barkeeper und alle, die sich von den kreativen Cocktails und Drinks des neuen nordischen Küchentrends anregen und begeistern lassen möchten.

Spirit of the North

Hardcover, 160 Seiten

Verlag: teNeues Media

ISBN: 978-3961711543

Antic Bramble

45 ml Gin
 20 ml Zitronensaft, frisch gepresst
 15 ml Allackersirup (siehe Rezept unten)
 1 ½ BL (7,5 ml) Orgeat
 Zitronenscheiben und Allackerbeeren zum Garnieren

Gin, Zitronensaft und Orgeat mit Shaker schütteln und in ein Glas mit zerstoßenem Eis genießen. Den Sirup „darüberfloaten“ (langsam hineingießen, sodass er sich nicht vermischt) und mit einer Zitronenscheibe sowie einigen Allackerbeeren garnieren.

ALLACKERSIRUP

450 g Allackerbeeren
 500 g Roh-Rohrzucker
 100 ml Wasser

Alle Zutaten in einen Topf geben, zum Kochen bringen und 10 min. köcheln lassen. Sirup abseihen und in eine sterilisierte Flasche geben. Bis zu 2 Wochen haltbar.



Photos © Charlie Bennet



Idun's Temptation

- 30 ml Neversink Apple Brandy
- 30 ml Apfel-Zitronenstrauch-Saft
- 15 ml Zitronensaft
- 15 ml Zimtsirup Apfelscheiben zum Garnieren

Alle Zutaten im Shaker kräftig schütteln und in ein Cocktailglas abseihen. Mit Apfelscheiben garnieren.

APFEL-ZITRONENSTRAUCH-SAFT

Frischen Apfelsaft in einen Topf geben und frische oder getrocknete Zitronenstrauchblätter hinzufügen (8 bis 10 Zitronenstrauchblätter je 475 ml frisch gepresstem Apfelsaft; anpassbar, je nach gewünschter Gesamtmenge). Auf kleiner Stufe bis knapp unter den Siedepunkt erhitzen. Eine winzige Prise Zitronensäurepulver dazugeben und abkühlen lassen. Abseihen und in den Kühlschrank stellen.



Grönlandkaffee

- 30 ml Whiskey
- 30 ml Kahlúa
- 30 ml Grand Marnier
- 180 ml Kaffee
- Schlagsahne zum Garnieren

In ein hochstieliges Glas Whiskey, Kahlúa und Kaffee gießen und alles mit einem Klecks Schlagsahne toppen. Den Grand Marnier in einen großen Vorlegelöffel entzünden und langsam auf die Schlagsahne gießen.



Holunderblütensirup

- ERGIBT CA. 2 LITER SIRUP
- 2 Liter Wasser
- 40-50 große Holunderblüten
- 700 g Bio-Zucker
- 4 ganze Bio-Zitronen in dünne Scheiben geschnitten

Holunderblüten kräftig schütteln, um Staub und Krabbeltiere loszuwerden, aber nie waschen, denn dadurch verlieren sie ihr Aroma. Wasser und Zucker in einen großen Topf geben und erhitzen, bis sich der Zucker aufgelöst hat. Holunderblüten und Zitronenscheibe in einen großen Behälter geben und das Zuckerwasser darüber gießen. Abdecken und mindestens 12 Std. in der Küche stehen lassen. Durch ein Sehtuch abseihen und in Glasflaschen in den Kühlschrank stellen. Bis zu 1 Monat haltbar.

Zum servieren 1 Teil Holunderblütensirup auf 3 Teile stilles Wasser oder Mineralwasser und Eiswürfel geben.

FÜR DEN HAMBURGER WASSERSPORT

Pollmann Stiftung

Die Pollmann Stiftung, unter der Leitung von Eberhard Hofmann, unterstützt seit vielen Jahren den Wassersport in Hamburg. Der dänische Stifter und Bauunternehmer Herbert Pollmann († 2013) war dem Wassersport mit Leidenschaft verbunden. Die Stiftung fördert gleichermaßen den Breiten- wie auch den Spitzensport bis hin zur Olympiateilnahme.



RUDERN



SEGELN



DRACHENBOOT



Photo © Michael Lichter



Photo © Kristina Fender



Photo © Michael Lichter



Photo © Michael Lichter

DIRK MANGARTZ SOUL FUEL

Soul Fuel porträtiert 17 internationale Customizer und ihre Interpretationen der BMW R nineT und liefert einen individuellen Zugang zum Thema Customizing. Das Buch Soul Fuel stellt die bislang realisierten Umbauten vor und liefert eine Hommage an das Lebensgefühl Customizing. Wenn man in dem Buch einen Blick in die Werkstätten der innovativsten Individualisierer wirft, dann kann man das Schweißgerät geradezu riechen und hören. Man erlebt den kreativen Prozess der Entstehung von Custom Bikes auf der Basis der R nineT hautnah. Es ist fast so, als wenn Musiker ihr Lieblingsstück covern und ihm dabei einen eigenen, unverkennbaren Stempel aufdrücken. Mit allem Herzblut schaffen Customizer wie Blitz, 46 Works oder El Solitario besondere Interpretationen einer besonderen Maschine.

Soul Fuel - BMW R nineT Customizers

Hardcover, 160 Seiten
Verlag: teNeues Media
ISBN: 978-3961710515



DER HANSEAT IST BUNT ODER MACHT DOCH, WAS IHR WOLLT

Lassen Sie mich vorweg feststellen, dass ich mich nicht für besonders modisch halte. Diese Selbsterkenntnis ist von Bedeutung, wenn ich mich über Kleidung und Mode äußern will. Beteiligt bin ich ja zwangsläufig, weil ich in der Regel bekleidet durch die Welt gehe und die Wahl meiner Kleidungsstücke durchaus meinem Geschmack überlasse. Oder auch der Mode? Haben wir noch eine?



IM WESTEN
NICHTS NEUES

KOLUMNE · KLAUS SCHÜMANN
Chefredakteur & Herausgeber "Hamburger Klönschnack"

Stets und hartnäckig formuliert die Welt in Hamburg gern vom typischen Hanseaten, der angeblich das wiederum ebenso Typische in dieser Stadt verkörpert. Während der geneigte Beobachter dem gewachsenen Erscheinungsbild durchaus etwas Eigenes und Unvergleichliches abgewinnen kann, muss der Interessierte auf Entdeckungsreise nach dem klassischen Hanseaten schon die Brille aufsetzen. Dass in diesem Zusammenhang nie von einer Hanseatin gesprochen wird, mag dem Denkvermögen von Außenstehenden entsprechen. Fußt die Vorstellung doch auf die Klassifizierung von Stichworten wie: Reeder, Blazer, Schirm oder Nadelstreifen, Schiffe und Handel. Alles aus dem Reich der Pfeffersäcke. Einen fraulichen Sack sucht man dort vergebens. Den gibt es in weiblicher Form nur als Begleitung der Pfeffersäcke, und die heißen dann weniger schmeichelhaft Elblette, was nach Meinung von Fachkreisen die Lebenseinstellung der selbigen beschreibt. Übertreibung macht anschaulich.

Geschlechterübergreifend verhielt sich eine Zeitlang die freizeitleich-derbe Wachsjacke, zumal sie – britischen Ursprungs – schon per se anglophile Zuneigungen unterstreicht. Übrigens war sie als Rarität für Heimatverbundene statt in gärtnergrün auch in marineblau en vogue. Apropos blau: Phasenweise hatte der stille Beobachter den Eindruck, es seien alle Farben an der Elbe erlaubt; Hauptsache sie sind blau. Vom dunkelblauen Twinset älterer Herrschaften über den goldgeknöpften Marineblazer bis zum dunkelblauen Benz ging alles. Das erklärt auch den frühzeitigen Erfolg der Jeans, die selbst so einiges ertragen musste: der Schritt nahe den Fußknöcheln, den Knackarsch, die weit ausgestellten Beine, den Röhrenstil oder ihr Leben als zweite Haut – sie hat bisher alles ertragen und musste gelegentlich weniger leiden als unbeteiligte Betrachter. Aber sie war blau.

Erkenntnisse, die nicht vor modischem Fehlverhalten im Allgemeinen schützen: Der mit dem gelben BMW musste sich von seinen Nachbarn anhören, dass man hier nicht in Düsseldorf sei. Der Modebewusste oder der Totalverweigerer, zwischen Farbe und Form, Eleganz, Lässigkeit und Nachlässigkeit – irgendwo mittendrin bewegt sich der Homo Hamburgensis

samt all seiner Generationen auf stilsicheren oder hilflosen Pfaden der Gewandung. Elbsegler, Prinz-Heinrich-Mütze, Fischerhemd samt rotem Halstuch und andere Devotionalien rund um den Hamburger Hafen sind eher etwas für Shanty-Chöre, die wiederum weniger folkloristisch denn touristisch daher kommen und anachronistisch gerade noch bei Ina Müller vor dem Kneipfenster Fernweh verbreiten dürfen.

Alles zusammen ergibt durchaus liebenswerte Marginalien. Zwischen Windel und Wachsjacke hat der Mensch die Baseball-Cap verordnet. Varianten: nach vorn den Schirm, nach hinten den Schirm, krumm den Schirm, waagrecht den Schirm. Fehlt was? Nun zeigt sich eine Stadt wie diese schon längst (oder schon immer?) von seiner vielfältigen Optik – was seine Bewohner betrifft. Die an Eleganz reduzierte Einwohnerschaft besticht durch Farbexplosionen wie Rentnerbeige, das schon seit Jahren das identitätsgebende und erhoffte Marineblau abgelöst hat. Gewagte gehen noch weiter und dekorieren das ergraute Haupt zusätzlich mit Cordhüten in Hornhautumbra. Und? Ist eine Szene, die sich individuell oder alternativ im Sinne des Wortes versteht, individuell oder alternativ? Oder einfach nur austauschbar?

Till Schweigers Sweatshirt, dessen Einsatz wohl nur auf bequeme Lässigkeit beruht, kann kaum als Trendwäsche dienen, schon wegen nicht erklärbarer Farbgebung. Lagerfeld im exzentrischen Schwarz (ein Hanseat!) ist vermutlich als Passepartout zu sehr Etat sprengend, um als prägendes Erscheinungsbild den gemeinen Hamburger auch außerhalb des Jungfernstiegs zu dekorieren. Es muss doch auch etwas dazwischen geben. „Wer in Jogginghosen herumläuft hat

die Kontrolle über sein Leben verloren!“ (Karl Lagerfeld). Ok, wen haben wir noch? Ach ja, den coolen Premierengast auf roten Teppichen mit dem „Ach-ich-bin-so-frei-und-unabhängig“-Outfit, der sich egozentrisch vom gewünschten Stil des Abends befreit. Nein, kein Genöle. Alles erlaubt. Oder der, der beim NDR auf dem „Roten Sofa“ in der Hitze der Scheinwerfer seine ausgeprägte Individualität mit den Tragen eines Hutes oder einer über die Ohren gezogenen Wollmütze zum Ausdruck bringen muss. Muss! Demonstrative Individualität schützt vor dem Super-GAU: Mitglied der Masse!

Kam der per Zeitgeist verabschiedete Hanseat noch identifizierbar daher, steht er modisch heute so global wie ein Döner am Elbufer. Der hier und da hirnentkernte Hanseat findet sich in der orientierungslosen Aufgabe seiner selbst wieder. Er (und sie!) folgen offenbar nur noch der Notwendigkeit, die eigene Haut mit Stoff zu bedecken. So etwas wie eine Mindestvoraussetzung seit Entdeckung der Scham. Das zur Schau getragene Selbstbewusstsein verdrängt jede Form von Stil: „Mode ist, was man selber trägt. Unmodern ist das, was die anderen tragen.“ (Oscar Wilde)

Zeiten, bei denen die Persönlichkeit an Wert verlor, weil die Kleidung nun so gar nicht dem Zeitgeist, sprich Mode, entsprach, sind in die Schränke verwiesen. Dass mangels Talent Gewöhnungsbedürftiges ins Bild rückt, ist schließlich auch wieder eine Form von Freiheit.

Beugen wir uns der Vielfalt, erlauben wir dem Hanseaten bunt zu sein. Die Welt braucht Paradiesvögel, graue Mäuse gibt es genug.



MEHR ALS WEIN

CWD - PARTNER DER GASTRONOMIE & DES FACHHANDELS

CWD
CHAMPAGNER & WEIN
DISTRIBUTIONSGESELLSCHAFT



- ▶ 33 Jahre Erfahrung in der Weinwelt
- ▶ professionelle Weinberatung durch Sommeliers und Oenologen
- ▶ mehr als 25 CWD-Weinberater & Handelsagenturen
- ▶ CWD ist WSET-zertifiziert
- ▶ mehr als 50 Exklusivitäten
- ▶ über 2.000 Weine im Sortiment
- ▶ vollklimatisiertes Lager für optimale Lagerung
- ▶ 24-Stunden-Lieferservice
- ▶ Musterflaschenrabatt
- ▶ deutschlandweite Hausmessen
- ▶ jährliche Verkostung und Bewertung von über 3.000 Weinen

Immer mehr Menschen finden Geschmack an guten Weinen. Sie legen sich einen Weinkeller an, kaufen einen Weinkühlschrank, besuchen Weinverkostungen und genießen bewusst. Aber auch ihr Wissensdurst steigt. Sie möchten mehr über Weine und deren Besonderheiten wissen. Mehr Wissen über die Technik der Weinbereitung, die unterschiedlichen Düfte und Aromen einzelner Weine sowie über deren Lagerfähigkeit.

Die CWD Champagner- und Wein-Distributionsgesellschaft m.b.H. ist seit 1986 ein führendes Unternehmen im Weingroßhandel. Wir fungieren deutschlandweit und vertreiben Weine namhafter Produzenten exklusiv an den hochwertigen Fachhandel und die Spitzengastronomie. Dies gewährleisten vor allem unsere langjährigen Erfahrungen, sowie exzellenten Beziehungen zu Top-Winzern auf der ganzen Welt, wie Domaines Barons de Rothschild (Lafite), Champagne Bollinger, Bodegas Catena Zapata und viele mehr, die CWD zu Ihrem Exklusivimporteur gewählt haben.

Mehr als 30 Jahre CWD ... das sind auch mehr als drei Jahrzehnte Erfahrung, die in der heutigen, schnelllebigen Weinwelt keine Selbstverständlichkeit mehr ist. So sind wir heute mehr denn je der zuverlässige und kompetente Partner und Berater für hochwertige Weine & Champagner im Fachhandel und der Gastronomie. Der Fokus meines Teams auf Premium- & Luxus-Exklusivitäten sowie seltene große Gewächse ist dabei in den letzten Jahren stetig gewachsen. Wir haben einfach Spaß an diesen edlen Trauben.

Oliver Thieme

Ihr Oliver Thieme
Geschäftsführer CWD

CWD

Champagner- und Wein-Distributionsgesellschaft m.b.H.
Griegstrasse 75 · Haus 23 · 22763 Hamburg
T 040 607 72 84 00
www.cwdwein.de · info@cwdwein.de





CHAMPAGNE BOLLINGER

IMPORTIERT DURCH

CWD
Griegstraße 75/Haus 23, 22763 Hamburg

Grand Cru Select
Geisenheimer Str. 61, 65385 Rüdesheim am Rhein

UNTER ANDEREM ERHÄLTICH BEI

Weinhaus Röhr
Blankeneser Landstraße 29, 22587 Hamburg

Weinland Waterfront
Große Elbstraße 146, 22767 Hamburg

Weinhaus Gröhl
Eppendorfer Baum 7, 20249 Hamburg

Del Vino / Enoteca
AEZ, Hoegberg 31, 22391 Hamburg



FROM MONDAY TO SUNDAY & EVERYDAYS DARLING

Empfehlungen von Maximilian Wilm

ASHBOURNE SAUVIGNON BLANC CHARDONNAY 2018

Wunderbar frischer, jugendlich-schwungvoller Weißwein von der Walker Bay, bei dem man die unmittelbare Ozeannähe der Weinberge förmlich spürt. Er hat keine Eichenfässer gesehen und bringt eine knackig-frische Zitrus- und Holunderbeerfrucht mit, gefolgt von einem seidig-charmanten und harmonischen Gaumeneindruck, für den der Chardonnay-Anteil sorgt.







-  SÜDAFRIKA
-  20% CHARDONNAY, 80% SAUVIGNON BLANC
-  WEINHAUS RÖHR
-  BELVINI.DE

SOUTHERN RIGHT PINOTAGE WO WESTERN CAPE HAMILTON RUSSELL

Southern Right definiert mit diesem Pinotage einen intensiven Wein. Er besitzt komplexe Noten von Beerenobst, kräftigen Tanninen und subtilen Holzaromen. Vollreife und längere Hangzeiten in kühleren Weinbergen, ergeben die komplexen Fruchtaromen und die straffe Struktur. Wunderbar einzigartig!







- SÜDAFRIKA 
- 100% PINOTAGE 
- ENOTECA IM HANSE-VIERTEL 
- HAWESKO.DE 

HAMILTON RUSSELL CHARDONNAY

Der fraglos beste Chardonnay vom Kap, im Stil eines großen weißen Burgunders. Gelbe Früchte, Eichenholz, rassig, tief und fesselnd.







-  SÜDAFRIKA
-  100% CHARDONNAY
-  ALSTERHAUS
-  HAWESKO.DE

CEDERBERG SAUVIGNON BLANC 2018

Im kühleren Klima der Cederberg Wilderness Area entfaltet Sauvignon Blanc große Brillanz und aromatische Stärke. Der impulsive, rassige Wein glänzt mit Noten von Feige, Stachelbeere und Gras.






- SÜDAFRIKA 
- 100% SAUVIGNON BLANC 
- WEINLAND WATERFRONT 
- BELVINI.DE 





BOEKENHOUTSKLOOF NOBLE LATE HARVEST 2014

Der Wein hat eine lebendige, strohgelbe Farbe. In der Nase besitzt er eine klassische Botrytis-Nase mit subtilen Akazienblüten, weißem Pfirsich, Birne und einem Hauch Angelika. Der Steinfrucht in der Nase, folgt ein komplexer Gaumen mit gelbem Pfirsich, Aprikosenkern und Nektarine, die sich schließlich mit intensiven Aromen von Brioche, Marmelade und Holunderblüten öffnen. Der Wein ist ausgewogen mit einem anhaltenden, leicht würzigen Finish.



-  SÜDAFRIKA
-  100% SEMILLON
-  PERBACOWEIN.DE



- SÜDAFRIKA 
- 100% CHARDONNAY 
- ALSTERHAUS 
- TESDORPF.DE 





CAP MARITIME CHARDONNAY BOEKENHOUTSKLOOF 2017

Das Hemel- und Aarde-Tal ist einer der aufregendsten Orte für die wohl besten Burgunder von Südafrika. Mit Cap Maritim wurde ein Wein kreiert, der die Essenz dieser Region einfängt. Der Chardonnay besitzt eine cremige Textur und wird bestimmt durch seine Straffheit, Geschmeidigkeit und Reichhaltigkeit. Duftende Noten nach Steinobst und wilden Kräutern machen den Wein zu einem großen Erlebnis.





BOEKENHOUTSKLOOF THE JOURNEYMAN

Die Nase ist außergewöhnlich komplex mit intensiven Aromen von schwarzen Johannisbeeren, Graphit, Zigarrenkiste und Cassis. Subtile Gewürz-, Parfüm- und Bleistiftaromen folgen auf einen geschmeidigen, präzisen Mittelgeschmack, der reine rote & dunkle Beerenfruchtaromen zeigt. Der Wein ist sanft und ausgeglichen, aber dennoch kraftvoll mit einer zarten Textur und feinen Tanninen.



-  SÜDAFRIKA
-  100% CABERNET SAUVIGNON
-  HOTEL REICHSHOF
-  TESDORPF.DE



- SÜDAFRIKA 
- 100% CABERNET SAUVIGNON 
- ENOTECA IM HANSE-VIERTEL 
- VIVNO.DE 

REYNEKE RESERVE RED 2015

Ein Wein mit wunderbar duftender Nase mit Noten von Schwarzstrom, Kirschen, weißem Pfeffer und Thymian. Am Gaumen ist er intensiv, mit einem Hauch von Gewürzen schwarzen Kirschen und Pfeffernoten. Letztendlich ist dieser Wein frisch, elegant und mit viel Finesse, der seine Komplexität, Vielseitigkeit und Tiefe unterstreicht. Er besitzt ein Alterungspotential von 10 Jahren oder mehr.



Birgitta Schulze van Loon



HANSEATISCH UND ERLESEN



Piekfein und bittersüß: ROSALIE

Likör aus Rosen, Erdbeeren
und Bitterorangen

ALTE ZWETSCHGE

Fassgelagerter Steinobstbrand

Obstbrände haben einen glanzvollen Ruf. Schon unsere Vorfahren nannten sie „Eau de Vie“, was auf Deutsch so viel bedeutet wie „Wasser des Lebens“. Damit gemeint ist die wohltuende und belebende Eigenschaft der erlesenen Destillate.

Es gab eine Zeit, da hätte Birgitta Schulze van Loon ihrem alten Chef am liebsten in den Hintern getreten. 2008, das Jahr der großen Finanzkrise, trifft auch die Unternehmensberatung, für die Birgitta, welche damals mit Nachnamen noch Rust heißt, seit 20 Jahren in Hamburg arbeitet. Sie muss gehen und was sich in dem Moment wie ein Tiefpunkt anfühlt, soll wenig später der Startpunkt für die Verwirklichung ihres Lebenstraums werden.

Gelernt hat die studierte Betriebswirtin das Brennen von der Pieke auf. Als sie noch in ihrem alten Beruf arbeitete, tüftelte und destillierte sie in ihrer Freizeit zu Hause am Küchentisch. Als klar war, dass sie daraus ein Geschäft machen würde, meldete sie sich zu einer Ausbildung an der Bayrischen Landesanstalt für Wein- und Gartenbau an. Regelmäßig fuhr sie zu Seminaren nach Würzburg, nach zwei Jahren hielt sie ihren Gesellenbrief in den Händen. Dabei hatte man sie anfangs dort gar nicht haben wollen. Obstbrände sind in Bayern, Baden Württemberg und Österreich ein Stück Hochkultur: Und nun kommt jemand aus Norddeutschland? Und dann auch noch eine Frau? Tatsächlich war Birgitta am Ende eine von nur drei Frauen unter lauter gestandenen bayerischen Mannsbildern. Aber sie hat sich durchgesetzt. 2011 baute Sie ihre Anlagen am heutigen Standort der Bremer Überseestadt auf, zwei Jahre später hatte sie mit ihrem Schlehenbrand ihre erste Auszeichnung gewonnen.

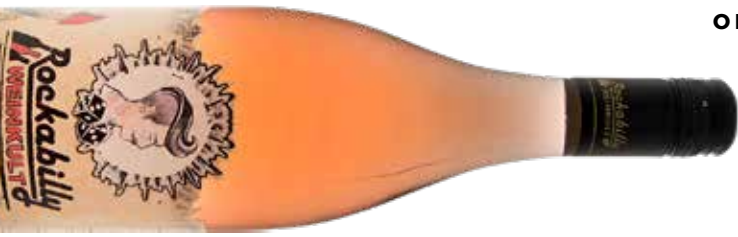
Mittlerweile ist ihr Sortiment mehrfach preisgekrönt. Zuletzt sind ihr Birnenlikör, ihr Orangenlikör mit Single-Malt und ihr Triple Peak Gin prämiert worden.

BIRGITTA RUST – PIEKFEINE BRÄNDE

Distillery, Tastillery & Shop

Hoerneckestraße 3 · 28217 Bremen

www.br-piekfeinebraende.de · info@br-piekfeinebraende.de



LIEBLINGSWEIN

Bei Lieblingswein gibt es genau das – tolle Weine, die das Zeug zum Lieblingswein haben. Feine Tropfen für jeden Tag oder den ganz besonderen Anlass, zum gleich Verkosten oder zum Genießen für Zuhause – die gut kuratierte Auswahl bietet das Passende für den eigenen Geschmack. Und macht auch optisch etwas her wie die superschönen Lieblingswein-Gläser mit Herzlogo oder die Flaschen mit coolen Etiketten von Rockabilly Weinkult aus Österreich. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf Weinen aus der Südpfalz, der Toskana Deutschlands, die man kaum kennt und aus der hervorragende Weiß- und Rotweine kommen.

Nina Deutschmann und Matthias Kühn sind die Macher von Lieblingswein. Cocker Spaniel Loki – das Lieblingsfelltierchen – vervollständigt das Trio. Die Vinothek ist Teil eines ungewöhnlichen Projekts: eines Concept Office. Das Prinzip eines Concept Stores mit verschiedenen Lebenswelten und Marken adaptiert für ein Kommunikationsbüro: Hier wird nicht nur getextet und strategisch geplant, hier werden die Kreativkonzepte auch gleich umgesetzt. Im Concept Store finden Veranstaltungen mit Künstlern, Prominenten, Autoren, Freunden und natürlich Winzern und immer wieder auch mit Köchen und Foodproduzenten statt, er fungiert als Showroom oder Galerie.

Und wie ist das ungewöhnliche Kreativlabor mit angeschlossener Vinothek entstanden? „Wir sind beide nicht die klassischen Bürotypen, da war eine freie Ladenfläche genau das Richtige, um mit Blick nach draußen und Offenheit nach Innen den etwas anderen Arbeitsplatz zu schaffen“, erzählt Kommunikationsexpertin Nina Deutschmann. „Und auch genau richtig, um das Lieblingswein-Projekt umzusetzen“, ergänzt Matthias Kühn, der als junger Mann vor Studium und Karriere in der Finanzwirtschaft ursprünglich Hotelkaufmann gelernt hatte. Auf die Idee kamen die beiden durch einen Freund, den es beruflich in die Pfalz geführt hatte und der von den Weinen schwärmte. „Für Weißwein konnten wir das nachvollziehen, aber Rotwei-



ne tranken wir lieber aus Italien oder Spanien. Wenig später kam ein Paket mit unfassbar guten Südpfälzer Rotweinen bei uns an, einer besser als der nächste. Als wir begeistert nachbestellen wollten war die Antwort, dass die Roten auf Jahre ausverkauft seien, vielfach ins Ausland, weil man hierzulande die eigenen Roten nicht schätzt“, so Matthias Kühn. Und genau dies zu ändern, haben die beiden sich auf Fahne geschrieben: Deutsche Weine bekannter zu machen, schwer Verfügbares vorrätig zu haben und ein Verständnis für die Qualität und den hohen Aufwand, den die Winzer im Weingarten und Keller leisten, zu schaffen. Sie sind aber auch offen für Lieblingstropfen von Freunden – aktuell gerade den neuen Jahrgang Sauvignon Blanc von Cloudy Bay aus Neuseeland – und für Neuentdeckungen. Noch ein Geheimtipp in Deutschland ist Rockabilly Weinkult aus dem österreichischen Weinviertel von Ramona und René Pollak. Blitzsaubere Weißweine treffen auf coolen Rockabilly Lifestyle. Wer mag, bucht eine Verkostung samt Schnuckedöns, also kleinen Naschereien, und lässt sich ganz in die Welt von Lieblingswein entführen.

LIEBLINGSWEIN

Alsterdorfer Straße 192b · 22297 Hamburg
www.lieblings-wein.com · info@lieblings-wein.com

ÖFFNUNGSZEITEN

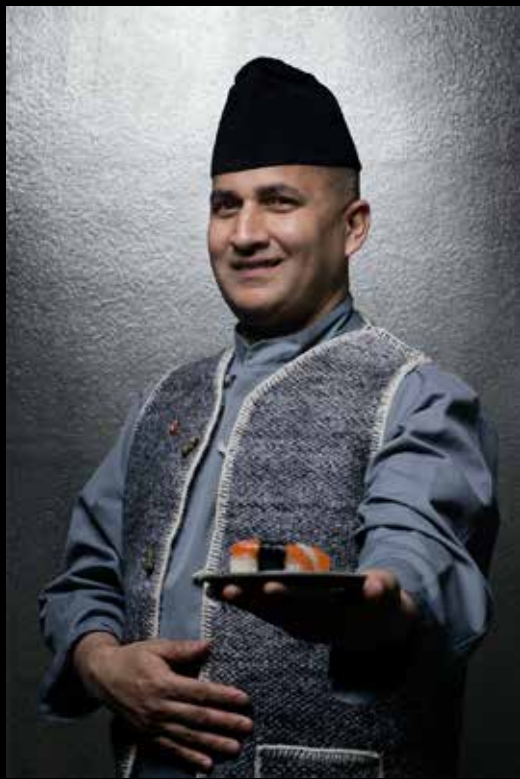
Mittwoch – Freitag 14:00 - 19:00 Uhr

Samstag 11:00 - 15:00 Uhr

VERKAUF AUCH ZU UNSEREN BÜROZEITEN

Montag – Freitag 09:30 - 17:30 Uhr





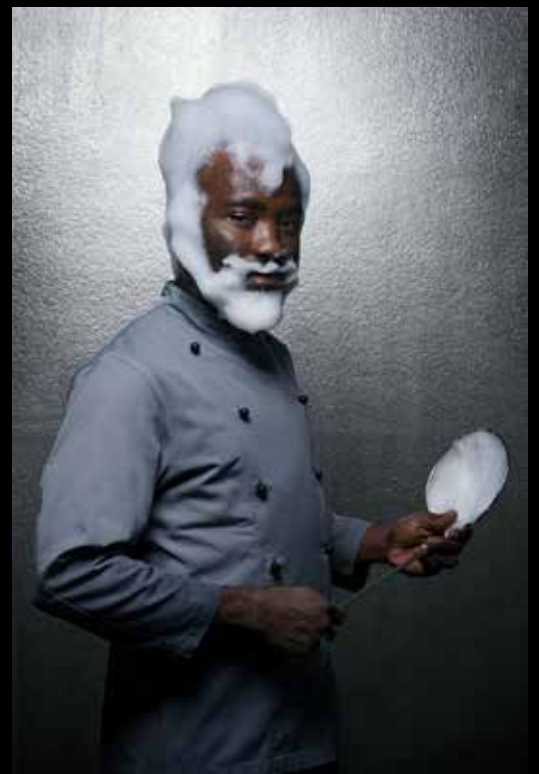
Au Quai · Große Elbstraße 145 B-D · 22767 Hamburg · T 040 - 380 377 30 · www.au-quai.de · info@au-quai.com





Ein Team,
das mit Begeisterung & Hingabe
die Speisen zubereitet & serviert.
Im Vordergrund steht die Großzügigkeit
gegenüber den Gästen und ein
Augenblick „plaisir“ zu teilen
Ganz einfach ein Erlebnis!

AUQUAI
RESTAURANT
EVENT LOCATION



AU QUAI

RESTAURANT

EVENT LOCATION



Chef de Cuisine Timo Müller





Au Quai Restaurant The place to be!

Chef de Cuisine Timo Müller zaubert eine unkomplizierte Küche mit Klassikern in einem entspannten Ambiente. Die Vielfalt & die Bekömmlichkeit der Italienischen Küche, die Raffinesse des Französischen Savoir Faire, „Pure & Asia“. Die Inspirationen fließen am Kai!

Timo Müller beeindruckt durch seine Souveränität & seine Gabe, die Zutaten mit Leichtigkeit, Vielfalt & Tradition auf seiner Speisekarte zu vereinen. Eine schlichte, harmonische & ausgewogene Zusammensetzung von Gewürzen & Düften, die seine Freiheit ausdrücken. Der junge & leidenschaftliche Mann hat ein Auge für Details.

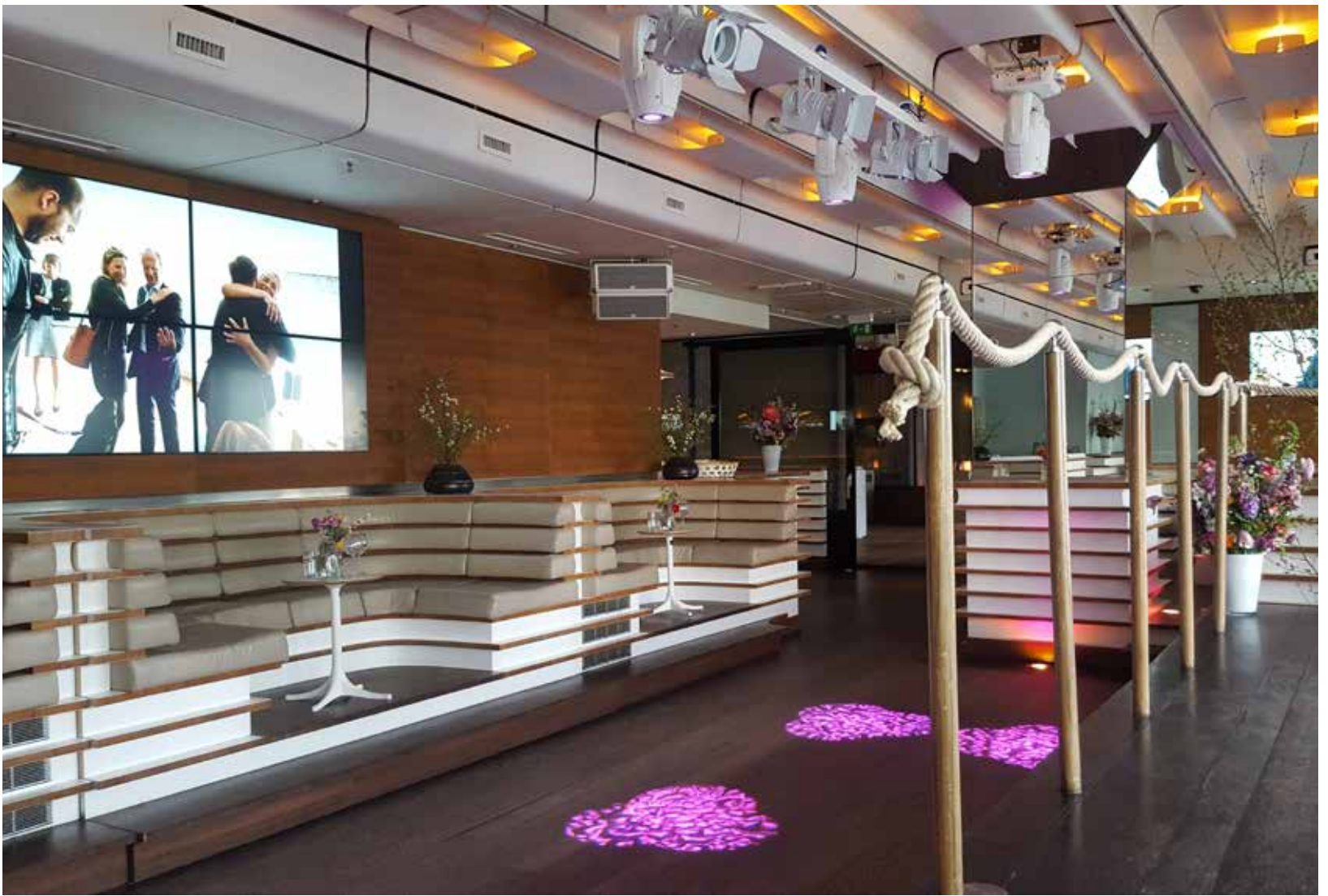


AU QUAI

RESTAURANT

EVENT LOCATION





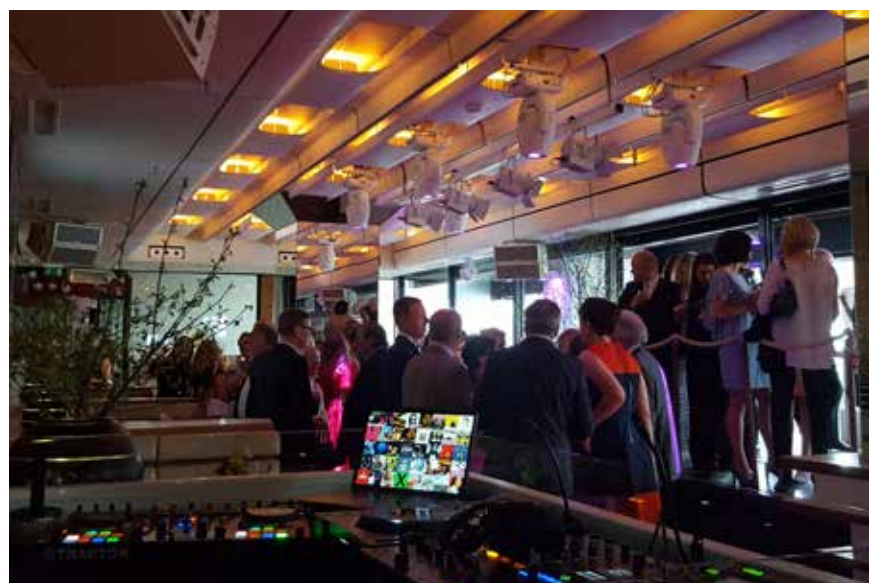
Au Quai Event Location Separee, Wintergarten & Club

Ihre Räumlichkeiten hautnah an der Elbe. Mit Panorama Blick für Ihre besonderen Anlässe! Weinproben, Geburtstage, Hochzeiten, Firmenevents, Familienfeiern, Verleihungen & Jubiläen. Et j'en passe!

Das Au Quai bietet eine ausgewählte Location für einmalige Erlebnisse an. Ob ein Menü oder Buffet, beides steht in gleichen Maßen mit hohem Anspruch zur Auswahl. Der Aperitif mit köstlichem Fingerfood findet auf einer privaten Terrasse statt. Die Buffets werden auf modernen Tresen hergerichtet und von unserem freundlichen & aufmerksamen Team serviert.

Die persönliche Gestaltung wird begleitet von einer professionellen Beratung durch unsere begeisterungsfähige, anspruchsvolle & akkurate Event Managerin Natascha Mataruga.

Alle Feiern werden stets mit einem maritimen Flair umgesetzt! Mehr Hamburg geht nicht!



CAFÉ JOHANNA

11 Jahre ist es her, dass Elli und Sarah aus dem Kiosk, den Johanna Knuth 47 Jahre geführt hat, ein Café gemacht haben – das Café Johanna. Oma Johanna war eine Institution in dem Backsteinviertel. Man traf sich bei ihr, sie war die „Mutter“ dieser Straße. Als sie dann aus gesundheitlichen Gründen aufhören musste, übernahmen Elli und Sarah das Ladenlokal und renovierten es in minimalistischem Retro-Chic. Und wenn sich der Todestag von Johanna jährt, treffen sich alle Nachbarn zu Kaffee und Kuchen. Heute führt Sarah das Café allein mit inzwischen 15 Angestellten sozusagen als „Familienbetrieb“.

Ein buntes Publikum genießt das ayurvedische Frühstück mit Buchweizen-Hirse-Brei mit Früchten und Nüssen. Neben dem vielseitigen Mittagstisch – sehr lecker ist der Ziegenkäsesalat – und dem hausgemachten Kuchen bietet das Café einen altmodischen italienischen Kaffee aus dem Familienunternehmen Benvenuto an.

Die Marmelade, die aus dem Alten Land vom traditionellen Familienhof Quast stammt, schmeckt sehr köstlich in Kombination mit dem Focaccia Brot, das täglich frisch geliefert wird. Grundsätzlich wird großen Wert auf Nachhaltigkeit und Regionalität gelegt. Verwendet werden ausschließlich Bio-Eier, Bio-Milch und Demeter Kartoffeln – alles sehr besonders!

CAFÉ JOHANNA

Venusberg 26 C · 20459 Hamburg
 info@cafejohanna.de · www.cafejohanna.de



Seit 2003 begeistert the coffee shop, etwas versteckt im 1.OG in der Poststraße, Kaffeegenießer und Kenner in Hamburg. Eine zweite Filiale findet man in der Börsenbrücke. Das „Herz“ beider Filialen ist ein gegossener Betontresen mit der „pulsierenden“ La Marzocco – Espressomaschine. Unter den Pionieren der Spezialitätenkaffee-Szene setzten sie sich selbst von Anfang an hohe Qualitätsansprüche gegenüber ihren Gästen. Durch die Kooperation mit einer norwegischen Rösterei, welche direkten Handel mit den Kaffeebauern betreibt, ist die professionelle Zubereitung von Filterkaffee, Espresso und kaffeebasierenden Milchgetränken schon seit nunmehr 15 Jahren auf allerhöchstem Niveau.

Der Inhaber Björn Dietrich ist auch auf der anderen Seite des Tresens zu finden und bewertet bei internationalen Meisterschaften als Juror die Kaffees seiner Kollegen. Zudem überzeugte der Espresso von the coffee shop bei den deutschen Kaffeemeisterschaften zweifach als Bester des Landes.

THE COFFEE SHOP

Poststraße 6A · 20354 Hamburg
 kontakt@the-coffee-shop.de
 www.the-coffee-shop.de

THE COFFEE SHOP

NORD COAST COFFEE ROASTERY

Die Nord Coast Coffee Roastery wurde 2015 von Jörn Gorzolla und Paula Mendes Alio mitten in der historischen Hamburger Altstadt gegründet. Mit dem Anspruch, Kaffeespezialitäten auf höchstem Niveau anzubieten, suchen sie Kaffeesorten aus den besten Anbaugebieten der Welt aus und rösten sie täglich frisch direkt vor Ort. „Kaffee mit Charakter“ - damit meinen sie nicht nur Aroma, sondern auch eine Haltung. Sie legen Wert auf nachhaltigen Anbau, fairen Handel und uneingeschränkte Qualität. In der Nord Coast Coffee Roastery verbinden sich ein moderner, innovativer Ansatz an das Rösten und die Zubereitung von Kaffee mit der historischen Vergangenheit des Kaffees im Hamburger Hafen.

Die Röstungen lassen sich entweder zu Hause, im Büro oder auch direkt vor Ort genießen. Neben dem Hauptgeschäft in der Deichstraße befindet sich mittlerweile ein zweiter Shop in Eppendorf. Neben verschiedensten Espressospezialitäten, Filterkaffeesorten und Aufbrühhmethoden gibt es ein köstliches Frühstücksangebot - mal gesund, mal süß, mal herzhaft und immer nach Paulas eigenen Rezepten und nur mit den besten Zutaten.

NORD COAST COFFEE ROASTERY

Deichstraße 9 · 20459 Hamburg
 ahoi@nordcoast-coffee.de · www.nordcoast-coffee.de



Fotos © Malte Dibbern



Foto © Jonas Eger

Zwei Freunde, Mehmet und Jannis, eröffneten vor gut einem Monat ein neues stylisches Café in Altona, das NOLOSO. Der Name ist vom Italienischen abgeleitet und heißt übersetzt: No lo so = ich weiß es nicht. Die beiden Freunde fanden, dass es sich gut anhört. Mira, eine Freundin aus dem Glorie Store nebenan, vermieteten ihnen eine Teilfläche, damit sich die beiden gelernten Gastronomen ihren Traum von der Selbstständigkeit erfüllen konnten. Seit längerem waren sie auf der Suche nach geeigneten Räumlichkeiten. Das NOLOSO ist ca. 45 qm groß und bietet für 15 Personen Platz. Das Angebot umfasst diverse Kaffeespezialitäten, selbst gebackenen Kuchen sowie leckere Stullen und einen kleinen, wechselnden Mittagstisch. Bei gutem Wetter kann man seinen Kaffee auch draußen auf der Terrasse genießen. Fleisch sucht man vergeblich auf der Speisekarte und bei den To-Go-Varianten wird ein Mehrwegsystem eingesetzt. Der Kaffee aus direktem Handel im Noloso hört übrigens auf den Namen BLACK OPIUM.

CAFÉ NOLOSO

CAFÉ NOLOSO

Holstenstr. 175 · 22765 Hamburg
 moin@noloso.de · www.noloso.de



KOMMUNIKATION MIT BISS.

AUTHENTISCH. EHRlich. DIREKT.

Emotionale Events, spannende Websites und beeindruckende Printprodukte gestalten wir mit Flair, Sorgfalt und Liebe zum Detail. Wir hören zu, wir planen, wir setzen um: Ihre Begeisterung ist unser Anspruch.

EVENT. WEB. PRINT.

wdi media

SPEICHERSTADT KAFFEERÖSTEREI

Im Herzen der historischen Hamburger Speicherstadt – dem Ort, der seit Jahrhunderten das Zentrum des europäischen Kaffeehandels ist liegt in einem der alten Backsteinhäuser die Speicherstadt Kaffeerösterei. 2006 wurde sie von Thimo Drews und Andreas Wessel-Ellermann gegründet und befindet sich in einem alten Speichergebäude von 1888. Beide Geschäftsführer stammen aus Familien, die bereits in zweiter Generation im Kaffeehandel tätig sind. Sie konzentrieren sich auf hochwertige und sortenreine Kaffees aus der ganzen Welt. Doch auch die Art der Röstung trägt entscheidend zum Geschmack des Kaffees bei. Durch die schonende Trommelröstung entfalten die Kaffees ihren einzigartigen Charakter und Geschmack und jeder Kaffee bekommt sein individuelles Röstprofil. Es ist der Kaffeerösterei wichtig, mit den Erzeugern vor Ort in direktem Kontakt zu stehen. Dieser direkte Handel ermöglicht ihnen, ihre Vorstellungen von hochwertigem Kaffee mit den Bedingungen vor Ort in Einklang zu bringen. In den ausgewählten Projekten stehen Nachhaltigkeit und Verantwortung für Mensch und Natur für sie im Mittelpunkt.

SPEICHERSTADT KAFFEERÖSTEREI

Kehrwieder 5 · 20457 Hamburg
www.speicherstadt-kaffee.de



Verkaufsraum



Themenzimmer „Prinzessin Victoria“



Themenzimmer „Marie Antoinette“

Fotos © Felix Matthies

Marie Antoinette wäre hier sicher liebend gern eingezogen. In den drei verschieden eingerichteten Themenzimmern des Cafés der Zuckermonarchie können Liebhaber von süßem Backwerk Cupcakes, Mousse-Törtchen und Macarons genießen. Je nach Lust und Laune kann es sich der Besucher entweder im romantischen Themenzimmer „Prinzessin Victoria“, im barock eingerichteten Saal „König Ludwig XVI.“ oder auf der knallig bunten Galerie „Marie Antoinette“ gemütlich machen.

Das saisonal wechselnde Angebot des Cafés wird in der hauseigenen Backstube nach traditioneller Handwerkskunst gefertigt. „Dabei verarbeiten unsere Konditoren ausschließlich Bio-Eier, belgische Schokolade, Madagaskar-Bourbon-Vanille, frische Früchte und verzichten auf künstliche Zusatzstoffe“, erzählt die Inhaberin.

ZUCKERMONARCHIE

Taubenstraße 15 · 20359 Hamburg
info@zuckermonarchie.de
www.zuckermonarchie.de

ZUCKERMONARCHIE

Las Hermanitas



Fast genau vor einem Jahr hat die heute 28-jährige Hamburgerin Naomi Schröder ihr eigenes Label gegründet und einen Online Shop eröffnet. Naomi hatte immer schon einen großen Bezug zur Mode, da auch ihr Vater in diesem Business tätig war und sie dadurch mit dem Thema aufwuchs.

Die Idee, einen Online-Shop zu machen kam ihr, weil immer wieder Freunde und Bekannte nach Accessoires und Modestücken fragten, die sie entweder selber gemacht hatte oder auf einer ihrer vielen Reisen auf Märkten oder ähnlichem entdeckt hatte. „Ich wollte, dass mein Label etwas Besonderes ist. Viele der Dinge die ich in meinem Shop anbiete, sind Unikate und alle sind 100% per Hand hergestellt“, erzählt Naomi. Die Ketten macht Naomi selber wann immer sie eine freie Minute hat. Viele der Materialien hat sie auf Bali eingekauft und produziert dort auch die Kimonos und einige der Lederwaren. Die restlichen Ledertaschen werden alle in Argentinien hergestellt, dem Land, zu dem Naomi eine ganz besondere Bindung hat. Neben ihrem Label ist Naomi nämlich auch passionierte Polospielerin und verbringt daher viele Monate im Winter in Argentinien. „Meine Pferde und das Polo sind die Sachen in meinem Leben, die mir am meisten Freude bereiten. Ich verbringe viele Stunden täglich im Stall und trainiere meine Pferde und mich selber, denn ohne Fleiß und harte Arbeit kann man in diesem doch sehr Männer-dominierten Sport als Frau nur schwer mithalten.“

Naomi verbrachte in ihrer Kindheit die kompletten Sommer auf Ibiza und ging dort sogar in den Kindergarten. „Die vielen Monate, die ich jährlich auf Ibiza verbracht habe, haben mich sehr geprägt! Ich liebe es draußen in der Natur zu sein und kann ohne Sonne nur sehr schwer auskommen. Auch mein Style hat sich sehr durch Ibiza geprägt, denn ich liebe es Hippie-Sachen zu tragen, was sich auch in meinen Designs widerspiegelt.“

Zur Zeit hat Naomi, die bereits Business Administration studiert hat, ein weiteres Studium angefangen, welches sich mit der Arbeit und dem Leben mit Pferden beschäftigt! „Meinen Shop werde ich weiter betreiben, doch ich möchte mir ein zweites Standbein aufbauen, welches mit Pferden zu tun haben soll!“

LAS HERMANITAS BOUTIQUE

Naomi Schröder

naomi@las-hermanitas-boutique.com

www.las-hermanitas-boutique.com





ISANKA CHAIR *Eigenwilliger Charakter. Mit einladender Geste wendet sich der Isanka Chair seinem Besitzer zu. Der Sessel steht für die Werte der Isanka Familie, die Kenner weltweit schätzen: eine Hommage an die Handwerkskunst und an das Material. Markantes Sattelleder und feine Stoffe treffen sich in so klaren wie fließenden Linien. Perfekt gearbeitet, kraftvoll gepolstert. Opulenter Komfort in einer neuen Dimension.*

WWW.WALTERKNOLL.DE



WARLICH RUM *In Christian Warlichs Grog-Kneipe auf St.Pauli entstanden nicht nur zehntausende Tattoos, es wurde auch reichlich Rum ausgeschenkt. So wurde der Warlich Rum in Zusammenarbeit mit Hamburgs ältester Weinkellerei und Spirituosenmanufaktur Heinr. von Have in Gedenken an Christian Warlich - den „König der Tätowierer“ - entwickelt.*

Eine historische Rezeptur aus mehreren Rum-Destillaten. Mit Noten aus Vanille, dunklem Karamell und edlem Holz entsteht so in 60 Jahre alten Fässern ein leichter und eher fruchtiger Rum mit Hamburger Note.

WWW.WARLICH-RUM.DE



LUSH FRESH HANDMADE COSMETICS

Ob Seife, Duschgel, Badekugel oder Beauty Produkt – bei Lush stehen die Qualität und die Inhaltsstoffe der Produkte an erster Stelle.

Handgemacht, Tierversuchsfrei, ohne Verpackung und 100% vegetarisch bietet Lush eine Pflege für Körper und Sinne.

DE.LUSH.COM



Foto © HARBOUR Brillen

GRID CAPSULE COLLECTION *In ganz Hamburg sind die architektonischen Werke von Hadi Teherani zu sehen. Dank der GRID Capsule Collection in Kooperation mit HARBOUR wird es den Hamburgern nun möglich seine Werke zu tragen. Zum Fertigungsprozess gehört ein 3D- Druck, so sind die Brillen besonders leicht und vereinen Funktionalität mit Stil.*

WWW.HARBOUR-BRILLEN.DE



1001 GEWÜRZE Kann man Leidenschaft riechen? Bei der Hamburger Gewürzmanufaktur „1001 Gewürze“ schon. Denn hier werden mit viel Liebe und Raffinesse Gewürzmischungen kreiert - von exotisch scharfen Currys über warm-würzigen Steakpfeffer bis hin zu süßlich-edlen Dessertgewürzen ist für jeden Geschmack etwas dabei.

WWW.1001GEWUERZE.DE



NORDCRAFT DRY BOTANICAL SPIRIT Er ist weder ein Gin, ein Wodka, noch ein Aquavit – er ist etwas komplett Neues. Das klare Kräuterdestillat mit nordischer Handschrift ist vielseitig und wandelbar, erfrischt mit überraschenden Noten von Gurke, Petersilie und Dill und bietet die hanseatische Antwort auf den üblichen Gin & Tonic.

WWW.NORDCRAFT-HAMBURG.DE



ELBLER Frische Äpfel und Brombeeren verleihen der neuen Sorte einen fruchtig/herben Geschmack. Wie gewohnt verwendet Elbler hierfür natürlich nur beste Bio-Zutaten und keine künstlichen Aromen oder Farbstoffe. Dem Apfelwein werden nur Kohlensäure und Brombeersaft aus der Region zugesetzt. Mit entspannten 4%vol. ist die [brombeere] die perfekte Erfrischung für einen lauen Sommerabend.

WWW.ELBLER.DE

SENF PAULI GESCHENKTÜTE Mit dieser liebevoll in der Senf Pauli Manufaktur verpackten und handgestempelten Geschenktüte verschenken Sie Freude auf maritime Art. Die Senfsaat kommt direkt von norddeutschen Bauern, so enthält der Senf Pauli nur hochwertige Zutaten und keine künstlichen Zusätze. Alle Produkte sind sorgfältig, frisch und schonend hergestellt.

WWW.SENFPAULI.DE





Stanislav71 / Shutterstock.com

Nix wie weg.

Urlaubsempfehlungen vom Profi

Monika Momeni ist seit 20 Jahren in der Touristikbranche tätig und hat ihr Hobby zum Beruf gemacht. Vor drei Jahren hat sie sich ihren Traum erfüllt und den I´tur Reiseshop in Eppendorf eröffnet. Die individuelle Beratung für Kunden, die nicht über das Internet buchen möchten und das Besondere suchen, hat für sie oberste Priorität. In netter Atmosphäre berät sie die Reisenden gern auch bei einer Tasse Kaffee oder einem Gläschen Prosecco. Mit der Erfahrung ihrer langjährigen Tätigkeit am Flughafen Hamburg gestaltet sie weltweit Reisen, nach Absprache auch außerhalb der normalen Öffnungszeiten. Wir trafen Monika Momeni in ihrem Reiseshop in der Eppendorfer Landstraße zum Interview.

Wir wissen, dass das spanische Festland eines Ihrer liebsten Reiseziele ist. Gibt es einen speziellen Ort ...?

MONIKA MOMENI Die andalusische Hauptstadt Sevilla hat eine ganz besondere Ausstrahlung. Im Gegensatz zu anderen spanischen Kulturzentren ist Sevilla noch nicht von der Masse entdeckt worden. Ein Meer von blaugelben Mosaiken und der Duft von Orangenbäumen lösen in mir ein mediterranes Lebensgefühl aus. Man kann sagen, die Stadt leuchtet golden. Die von den Mauren und Juden beeinflusste Architektur, die prachtvollen Kirchen und Kathedralen und blühenden Patios der Seitenstraßen, zaubern einem im Vorbeigehen schon ein Lächeln ins Gesicht. Abends sind die Bars voller lebensfreu-

OPIUM TRAVEL

diger Sevillanos, die ihren Wein zu ein paar Tapas genießen. Dabei lauscht man immer wieder dem dramatischen Gesang und Tänzen des Flamencos - denn dort ist er zu Hause. Man findet kaum einen Ort, der keine Geschichte erzählt. An Sevilla ist halt alles echt!

Und im Nachbarland Portugal – Lissabon?

MONIKA MOMENI Ja, Lissabon ist schon schön, aber bei weitem nicht die einzig sehenswerte Stadt, die Portugal zu bieten hat. Die romantische Hafenstadt Porto mit seinen roten Dächern, ist auf jeden Fall auch einen Besuch wert! Die Stadt verzaubert mit ihren wunderschönen Häusern, engen Gassen und einem aufregenden Nachtleben. Die Fassaden sind alt und die Straßen verwinkelt – perfekt für lange Spaziergänge. Der Kontrast zum modernen Leben der Stadt ist einfach zauberhaft. Und das Beste ist, dass man in einer halben Stunde sogar den Atlantik erreichen kann. Den Abend lässt man ganz einfach mit einem Glas Portwein ausklingen.

Haben Sie auch eine Empfehlung außerhalb Europas?

MONIKA MOMENI Einer meiner absoluten Favoriten für einen garantiert perfekten Urlaub, ist ganz klar Dubai. Egal, ob man shoppen will, kulinarische Erlebnisse sucht oder einfach nur die Seele baumeln lassen möchte. In Dubai kommt einfach fast jeder auf seine Kosten. Die malerischen Strände, traumhafte goldene Wüstenlandschaften und der Luxus auf einem extrem hohen Niveau. Schon ein 3-Sterne Hotel hat gefühlt eine 5-Sterne-Qualität. In Dubai befindet man sich einfach in einer anderen Welt. Und die Dubaiener sind sehr gastfreundlich! Und neben dem Luxus kann man durchaus die morgenländische Kultur in der Mega-Metropole entdecken, wie z.B. bei einer Wüstentour, einem Kamelritt oder einer Bauchtanzvorführung zu einer traditionellen Wasserpfeife. Nicht zuletzt laufen Männer im traditionellen Dishdasha und Frauen in High Heels und Minikleid friedlich nebeneinander her!



Monika Momeni



Olesya Kuznetsova / Shutterstock.com

Porto, Portugal

Das hört sich wirklich toll an. Bitte noch einen Reisetipp!

MONIKA MOMENI Abseits der Großstadt Cancun in Mexiko liegt der zauberhafte Playa del Carmen. Einst war es mal ein kleines Fischersdorf – jetzt ein modernes und attraktives Reiseziel, besonders für Paare zu empfehlen. Die beeindruckende Unterwasserwelt ist ein Paradies für Taucher und Schnorchler. Der karibische lange Sandstrand und das kristallklare Wasser sind einfach traumhaft schön! Mehr Gründe braucht es eigentlich nicht, dorthin zu reisen. Es gibt aber mehr Gründe dafür! Denn der Ort liegt direkt an der Riviera Maya, die durch die archäologischen Ruinenstätten mit historischen Pyramiden und Tempel eine heilige Atmosphäre erzeugt. Das bunte Playa del Carmen ist zwar kein Geheimtipp mehr, jedoch durchaus authentisch und sehenswert. Die Restaurants und Stände am Straßenrand laden immer wieder zum verweilen ein. Von kleinen Boutique-Hotels bis zu Luxus-Resorts, findet sich hier garantiert die richtige Unterkunft. Die



Stanislav71 / Shutterstock.com

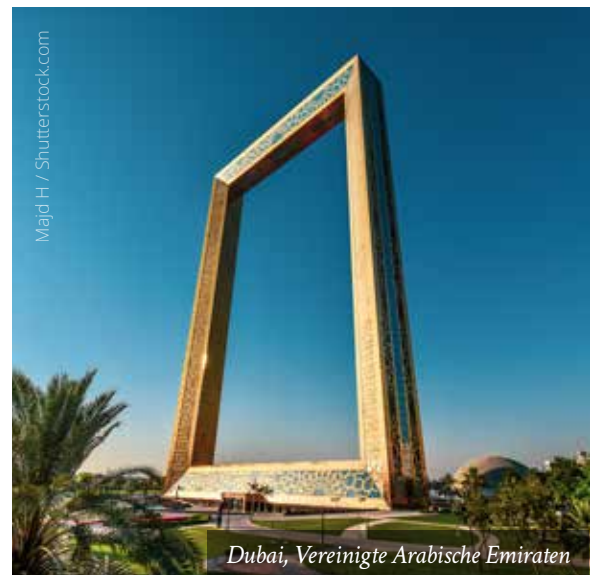
Dubai, Vereinigte Arabische Emiraten



Playa del Carmen, Mexiko



Playa del Carmen, Mexiko



Dubai, Vereinigte Arabische Emirate

atemberaubende Natur, die jahrhundertalte Geschichte der Maya und das unglaublich vielfältige touristische Angebot überzeugt mich immer wieder, meine Kunden dorthin zu schicken.

Neben dem klassischen Traumurlaub haben Sie sich auf Firmen-Incentive-Reisen spezialisiert. Was hat es damit auf sich?

MONIKA MOMENI Große Unternehmen fordern oft viel von ihren Mitarbeitern. Um die Mitarbeiter zu motivieren, die Loyalität zu verbessern oder um sich für geleistete Arbeit zu bedanken, bieten sich Firmen-Incentive-Reisen sehr gut an. Wir sind darauf spezialisiert, solche Reisen mit großer Freude zu organisieren und zusammenzustellen. Egal ob City- oder Fernreise, es werden maßgeschneiderte Incentive-Reisen nach eigenen Vorstellungen konzipiert. Das Budget und die Gruppengröße spielen hierbei keine Rolle. Wir suchen und passen die Gruppenreisen den Wünschen entsprechend an, egal ob kleines Boutique- oder Luxushotel. Für Aktivurlauber

bietet sich eine Reise in die Vereinigten Arabischen Emirate an. Vom Abenteuer-Parcours mit der längste Zipline der Welt bis hin zum Mountainbiking durch das Hadjar-Gebirge. Wer lieber im oder auf dem Wasser aktiv ist, der hat jede Menge Möglichkeiten. So sind Sportarten wie Segeln, Surfen und Kajakfahren weit verbreitet und werden vielerorts angeboten. Für Tauchliebhaber ist die Ostküste der Vereinigten Arabischen Emirate der ideale Ort, um bei Sichtweiten von bis zu 50 Metern eine fast unberührte Rifflandschaft mit ihren beeindruckenden Meeresbewohnern zu bewundern. Aber auch zahlreiche spannende Schiffswracks, die vor der Küste des Landes am Grund liegen, sind beliebte Tauchziele.

L'TUR REISESHOP HAMBURG EPPENDORF

Eppendorfer Landstraße 112 · 20249 Hamburg
T 040 300 312 44 · F 040 300 312 88



BENTLEY



Der neue Bentayga Hybrid.

Bentley Technologien haben das Reisen seit jeher aufregender gemacht. Jetzt entsteht zusätzlich ein müheloses Fahrerlebnis. Entdecken Sie mehr auf: [Bentleymotors.com/Bentayga](https://www.bentleymotors.com/Bentayga)

Bentley Hamburg, Weg beim Jäger 224-226, 22335 Hamburg, Tel: 040-59100500, www.bentley-hamburg.de

Der Bentayga Hybrid kann zurzeit nur in den USA und Kanada bestellt werden. In anderen Märkten ist er voraussichtlich ab dem 4. Quartal 2019 bestellbar.

Der Name "Bentley" und das "B"-Flügelsymbol sind eingetragene Markenzeichen. © 2019 Bentley Motors Limited. Abgebildetes Modell: Bentayga Hybrid.

100
EXTRAORDINARY YEARS

BENTLEY HAMBURG



CAN YOU FEEL IT?

OPIUM Sommernight im Au Quai



Anna Leusch (NDR)

Rund 600 Gäste aus Wirtschaft, Politik und Unterhaltung folgten der Einladung OPIUMs zu einer traumhaften Sommernacht auf Hamburgs längster Elbterrasse.

Das Au Quai öffnete um 19:00 Uhr seine Türen für das erste Highlight der Sommersaison. Chef de Cuisine Timo Müller und sein Team verwöhnten die geladenen Gäste mit hausgemachten Kreationen. Neben einem grandiosen Salatbuffet, einer exklusiven Sushi- und Austernbar wurden passend zum Sommer diverse „Surf ,n’ Turf“-Spezialitäten serviert. Dazu gab es ein erlesenes Weinangebot vom Wein- und Champagnerspezialisten CWD. Gin-Liebhaber kamen ebenfalls auf ihre Kosten, Tonka Gin verwöhnte den Gaumen der Gäste mit seinen 23 Botanicals. Später am Abend sorgte DJ Jan für ausgelassene Stimmung im Club.



Doris Brückner (Gala), Yasmin Witt (Henke Relations), Marika Henke (Stylistin) und Petra Schulze (Audi Hamburg)



Jürgen Hunke und Kirsten Hunke



Anja und Bernd Glathe (Auto Wichert)



Simone Schubert-Jaworski und Christoph Jaworski (GUT Bardenhagen)



Rita und Bernd Lundelius (Taxat)



Boris Entrup (Stylist) und Begleitung



Gunnar Henke (Henke Relations) und
Christian Dunger (WDI Media)



Elif und M. Nasim Amini
(Commerzbank AG)



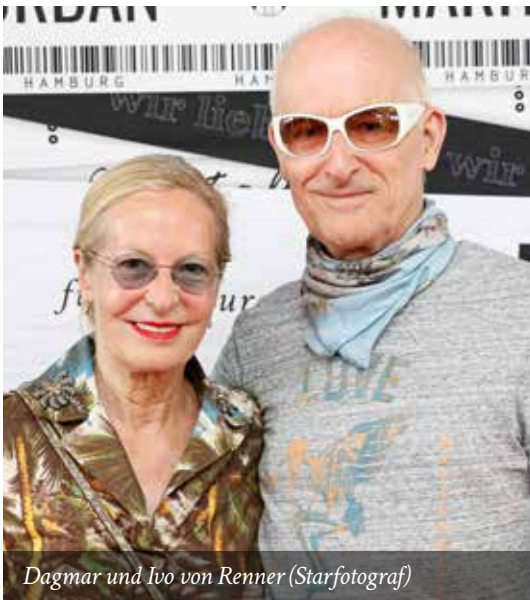
Christina Dumont und Zuzana Peters
(Zuzana Peters Design)



Sabine Stamm, Prof. Dr. Jo Groebel (BSP Business School Berlin Potsdam) und
Rebecca Mohnsen (ExRohr)



Daniela und Holger Fuchs
(HF Praxis Klinik Pöselndorf)



Dagmar und Ivo von Renner (Starfotograf)



Oliver Thieme (CWD) mit
Anton Rössner (Weinland Ariane Abayan)



Sylviane Caressa (Au Quai)



David Rienau (David Rienau Management) und
Hadi Teherani (Hadi Teherani Architects)



Timm Meinrenken (Thiesen Hamburg), Christian Orlow (Rentail Manager)
und Volker Harbs (Teravolt)



Susanne Korden (SK-Konzept), Elena Bulycheva (Moderatorin) & Horst Otto König



CAN YOU FEEL IT?



Kathy Savannah Krause (Musicaldarstellerin) und Marilyn Buttice



Dr. Holger und Meike Liekefett



Ivo von Renner



Gunnar Henke, Dagmar Viereck, York Prinz zu Schaumburg-Lippe und Christian Dunger



Katarina und Kerstin von Ewegen (Von Ewegen, LLC)



Magnus von Zitzewitz



Mignon Kowollik



Susanne Böhm (RTL Moderatorin)



Marion Fedder



Phong Lan Hofer (Media Impact)



Kristin Zirnsak (Moderatorin)



Angelika Reuter und Michael Schröder (Agentur Reuter)



Marc Schneider (Axel Springer Media Logistik)



Gunnar Henke und Krystian Martinek (Schauspieler)



Johanna Putensen und Stefan Hoske (AXOR)



Katrin Schöning und Nova Meierhinrich



Prinzessin Johanna & Prinz Achaz Reuss (Reuss Design)



Christian von Järten (Von Järten & Cie) mit seiner Verlobten



Birgit Hahn (Radio Hamburg)



Stefanie Fischer und Michael Manfred (Solar Montage & Planungs GmbH)



Reinhard Mätzler (agencyCALL) und Kerstin Slawatycki



Gunnar Henke (Henke Relations), Christian Dunger (WDI AG) und Holger Bodendorf (Sternekoch und Inhaber Landhaus Stricker)



FULL KITCHEN im Landhaus Stricker

Sternekoch Holger Bodendorf, York Prinz zu Schaumburg-Lippe, Christian Dunger (WDI MEDIA) und Gunnar Henke (Henke Relations GmbH) luden am Sonntag, den 17. März 2019 um 19:00 Uhr rund 100 Gourmets und „Freunde des guten Geschmacks“ zu einem besonderen kulinarischen Erlebnis unter dem Motto „Full Kitchen“ zu einer exklusiven Küchenparty in das 5-Sterne Superior Hotel „Landhaus Stricker“ auf Sylt.

Landhaus-Chef Holger Bodendorf und Sternekollege Philip Rümmele ließen sich beim Zaubern ihrer kulinarischen Köstlichkeiten über die Schulter schauen und boten den Gästen die Gelegenheit live mitzuerleben, wie die kreativen Könner der Küche ihr Bestes gaben und die fantastische Vielfalt der südfranzösisch-mediterranen Küche in all seinen Feinessen präsentierten.

Die Gourmet-Kreationen der Extraklasse in 17 Gängen in Begleitung eines erlesenen Wein- und Champagnerangebots aus dem Hause Baron de Rothschild begeisterte die exklusive Gästeschar aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Gesellschaft. Gin-Liebhaber kamen ebenfalls auf ihre Kosten, denn Tonka Gin aus Hamburg verwöhnte den Gaumen mit seinen 23 Botanicals.



Küchenteam Landhaus Stricker mit Küchenchef Philip Rümmele



Nova Meierhenrich (Moderatorin) und Gerd Kamps (Benley Hamburg Kampsgruppe)



Marnie und Stefan Rudolff (Immobilien)



Elvie Barlach (Barlachhalle K) und Oskar Schnitzer (PONY club)



Katharina Bardes und Stefan Preuschoff (Rotes Cliff)



Jochen Fischer (Gründer Vectron AG), Alexandra Blohm (Juweliere & Uhrmacher) und Riaz Peter Islam



Stephan Luca mit Freundin Louisa und Holger Bodendorf

Ein weiteres Highlight des Abends war die Präsentation der Neuauflage einer automobilen Legende, des neuen Porsche 911. Das harmonischen Gesamtkonzept aus Zeitlosigkeit, einzigartigem Design und zukunftsorientierter Technologie faszinierte die zahlreichen Gäste.

Ausklang fanden die ganz besonderen Genussmomente in der gemütlichen Miles Bar, wo bei Digestif, Cocktail und Wein bis in die frühen Morgenstunden zu coolen Beats von PONY Club DJ Mozart getanzt und geplaudert wurde. Ein Abend, der alle Sinne ansprach und keine Wünsche offen ließ.

Neben zahlreicher Hamburger und Sylter Prominenz befanden sich unter anderen Schauspielerin Nova Meierhenrich, Moderator Andras Türck, Sylt Unternehmer Sven Paulsen, Bentley-Chef Gerd Kamps, Schauspieler Stephan Luca und Kampens Bürgermeisterin Steffi Böhm unter den Gästen.

Landhauschef Holger Bodendorf: „Wir sind begeistert von der gelungenen Auftaktveranstaltung und freuen uns auf kommende gemeinsame Sylt-Events mit unserem Partner OPIUM.“



Dagmar Viereck und York Prinz zu Schaumburg-Lippe



Claudia Delorme, Reinhard Mätzler (agency CALL), Nova Meierhenrich und Kerstin Slawatycki



Dr. Dirk Imberger und Frau Nathalie mit Nina und Kerstin Bodendorf



Sven und Birge Paulsen



Yasmin Witt (Henke Relations) und Bianca Bödeker (Autorin und Bloggerin)



Andreas Türck (Moderator)



DJ Mozart und Tim Schweitzer, Sommelier im Landhaus Stricker

FULL KITCHEN



Dagmar Viereck, Alexandra Blohm und Alisa Türck



Tanja und Michael Schlüter



Stefanie Böhm und Dariush Mizani (Gemeinde Kampen)



Stephan Luca (Schauspieler) mit Freundin Louisa



Matthias und Saskia Waldherr



Katerina Malue und Alexander Blume (Restaurant Hus in Lee)



Thorsten Möller



Melanie & Arne Jakobsen, Pia Möller und Markus Rie



Sängerin Kat Wulff



Madlen und Hauke Petersen



Dr. Kai Gawlik, Simone Panten, Christoph Stöhrle und Athima Fanti (Steinway & Sons)



Deutschlands beste Adresse für **asiatische** Kunst.



20多年来，我们精心挑选了世界上最精致的佛像等艺术品，分别在汉堡，柏林以及蒂门道夫海滩的“Mikado艺术画廊”展示并出售。当您亲自看到这些非凡的亚洲艺术品时，立刻会体验到“和谐”的魅力和力量！随着对佛教的深入了解，生命会变得更加有意义。



Über 20 Jahre haben wir weltweit die schönsten Asiatica ausgesucht und bieten sie in unseren Mikado Galerien in Hamburg, Berlin und Timmendorfer Strand in großer Auswahl an. Diese außergewöhnlichen Objekte asiatischer Kunst muss man persönlich sehen und die friedliche und freundliche Ausstrahlung erleben.

**„Wer den Buddhismus kennt,
hat mehr vom Leben!“**

Jürgen Hunke

Hamburg



Mikado Asiatica Gallery House
Mittelweg 111
20149 Hamburg

Tel.: 040 / 82 22 72-0
Fax: 040 / 82 22 72-111
Mail: mail@mikado-asiatica.de

Timmendorf



Mikado Garden Kunst & Buch
Strandallee 137
23669 Timmendorfer Strand

Tel.: 04503 / 70 38 66
Fax: 04503 / 70 38 65
Mail: mail@mikado-asiatica.de

Berlin



Mikado Asiatica Gallery
Lotte-Lenya-Bogen SBB Nr. 548
10623 Berlin

Tel.: 030 / 88 62 53 61
Fax: 030 / 88 62 54 19
Mail: mail@mikado-asiatica.de

www.mikado-asiatica.de

HAMBURG WOMAN CIRCLE

„Branding Yourself“

Das Frauen-Netzwerktreffen – der HAMBURG WOMAN Circle – empfing rund 100 Frauen aus Wirtschaft, Medien und Sport im MK6 Pavillon in Eimsbüttel. Die Moderatorin Christiane Kaufholt tauschte sich offen mit Christina Block, Susanne Böhm, Almuth Wehmeyer und Dr. Angelika Dammann über das Thema „Branding Yourself“ aus. Insbesondere, inwiefern man eine ICH-Marke ist und sich als diese mehr oder weniger bewusst in der Öffentlichkeit vermarktet. Thematisiert wurden außerdem die Herausforderungen des Self Marketings im Digitalisierungszeitalter.

Fotos: Anna-Lena Ehlers



Christiane Kaufholt (HAMBURG WOMAN), Anja Glathe (Auto Wichert), Sylvia Canel & Julia Glathe (Auto Wichert)



Hannelore Lay (Stiftung Kinderjahre)



Annika de Buhr (Moderatorin) & Johanna Prinzessin v. Sachsen-Coburg



Dr. Angelika Dammann, Susanne Boehm (RTL Moderatorin), Christiane Kaufholt (Herausgeberin HAMBURG WOMAN), Christina Block (Unternehmerin) & Almuth Wehmeyer (Model)



Anna Engelbrecht (Hamburg Commercial Bank) & Manuela Kallis



Ina Menzer (Boxweltmeisterin)



Sepi Grulert, Anja Keith & Esra Baris

Der Hamburg Woman Circle lädt regelmäßig die führenden Frauen der Stadt zum Netzwerken ein. Zusammen diskutiert man anspruchsvolle Themen mit dem Ziel andere erfolgreiche Frauen zu inspirieren. Hinter dem HAMBURG WOMAN Circle steht neben der Herausgeberin Christiane Kaufholt ein Council, dem Silke Lange führend mit angehört.

ANZEIGE

www.mansworld.com

Hamburg, ~~meine~~ Perle.
deine Kerle



Erlebnis. Inspiration. Genuss.

DMAX

INNOVATOR
BY THE RED BULLETIN

91.7 XFM

BEEF!
HAMBURGER RADIO

11 FREUNDE

Business
Punk
COMMUNICATIONS

25. - 27. Oktober 2019 | Hamburg - Schuppen 52

SECRET

Pre Bar Opening



Schauspielerin Yasmina Filali
& Christina Celeei



Verena Schreiber



Shima Lehmann & Bita Hashemiann



Clemens Reich (Il Cantuccio Bar), Strato
Cotugno (Ristorante Il Cantuccio)

Zentral gelegen an der Eppendorfer Landstraße findet sich die il C Bar. Der neue Treffpunkt im Herzen von Eppendorf. OPIUM hatte die Ehre die Location noch vor der offiziellen Eröffnung einweihen zu dürfen. Das ausgewählte Publikum genoss bei Cocktails und ausgewählten Köstlichkeiten die grandiose Atmosphäre der Bar. Die ausgelassene Stimmung freute natürlich besonders die Gastgeber Federica Cotugno und Clemens Reich. OPIUM wünscht ihnen viel Erfolg.



Yasmin Witt (Henke Relations) &
Federica Cotugno (Il Cantuccio Bar)



Gerrit Kretz & Katarina von Ewegen



Gaby Gafmann, Olaf Schmidt, Philip Graf Zu
Castell-Rüdenhausen & Corinna Holthusen



Christian Dunger & Wolf-
gang Block (Philipp & Keuntje)



INNERVISIONS



Kristin Kossi & Roland Peeters



Chun Li-Hunke &
Jürgen Hunke (Mikado AG)



Doris Janning &
John Mönninghoff



Maxie Waesch &
Jochen Fischer (Fischer Relations)



Sigrun und Oliver Forsthövel
(Porsche Hamburg)



Marion Fedder



Sabine Stamm, Olaf Schmidt & Ulrike Krämer

Die beiden Künstler Kristin Kossi und Roland Peeters luden gemeinsam zur Vernissage „INNERVISIONS“ in die Fabrik der Künste ein. Bei einem Glas Wein genossen die Gäste die ausdrucksstarken Kunstwerke. Beide Künstler legen den Fokus ihrer Arbeiten auf das Darstellen von Menschen und Gesichtern und benutzen dabei unterschiedlichste Medien und Methoden. Ein gelungener Abend für alle Kunstliebhaber.



*Justus Tamm und York-Alexander Dunger
(Porsche Zentrum Lübeck)*



Familie Friedländer (Hamptons)



*Dr. Timo Gomille, Gunnar Henke, Tamara Gomille,
Hilmer Freiherr von Bülow & Christian Dunger (WDI Media)*



Claudia Schliephake und Fotograf Thomas Berg



DJ Ping



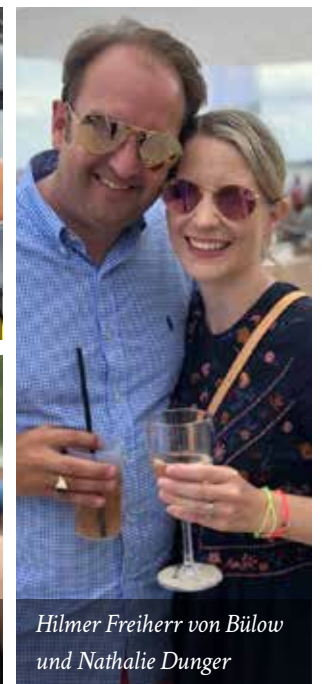
*Jörg Senger (Auto Senger Gruppe), Achim Fahrenkamp und
York-Alexander Dunger*

SUMMER LOUNGE by Porsche Zentrum Lübeck

Gemeinsam mit Gleichgesinnten die schönsten Seiten des Sportwagen-Sommers 2019 erleben und dabei den Alltag hinter sich lassen – dazu bot sich bei der traditionellen Summer Lounge by Porsche Zentrum Lübeck im Hamptons Scharbeutz die ideale Gelegenheit. Bei bestem Sommerwetter wurden sonnige Stunden an einem der schönsten Orte der Ostseeküste genossen. Das Porsche Zentrum Lübeck lud gemeinsam mit dem Hamptons Scharbeutz, OPIUM und WDI MEDIA zu einem traumhaften Strandtag mit einem atemberaubenden Blick auf die Weite der Ostsee zum Verweilen ein. Kulinarische Grillspezialitäten und eisgekühlte Drinks zu legendären Beats von angesagten DJs rundeten die diesjährige Summer Lounge perfekt ab. Selbstverständlich wurde auch für die kleinen Porsche Fans gesorgt, ein abwechslungsreiches Animationsprogramm bot jede Menge Spaß.



Sängerin Sua Amoa



*Hilmer Freiherr von Bülow
und Nathalie Dunger*



*Michael Schleuß und
Partnerin*



*Christa Bockhop und
Ulrike Beitel*



Dr. Wolfgang Beck und Claudia Schliephake



Team „Pampelle Ruby Apéro“



Chun Li und Jürgen Hunke



*Hamburger Gastronom
Peer Petersen & Frau*



Dirk Grabowski und Berndt Franke



*Justus Tamm und
Jacqueline Tamm-Contreras*



Stefan Tiedemann und Rainer Fischer

SUMMER FEELING



Ocean Bay
by **awn**

awn
a.w.niemeyer

ALLES AN BORD

Wassersportzentrum Hamburg • Holstenkamp 58 • 22525 Hamburg • +49 40 899697-500 • awn.de



Klaus Schümann und Cornelia Poletto



Nasim Amini und Christian Dunger

LEBENS LÄUFE

mit Cornelia Poletto

Zum fünften Mal präsentierten die Gastgeber Klaus Schümann (Chefredakteur und Herausgeber Hamburger Klönschnack) und Christian Dunger (WDI Media) Unter dem Motto „Lebensläufe – Motivation, Rückschläge, Erfolge“ hanseatische Erfolge in kleiner Runde im Hotel Louis C. Jacob Hamburg.

70 Gäste folgten nach einem Champagner-Empfang mit Pomery in der Hotelhalle auf ihrer kulinarischen Reise von Sternekoch Thomas Martin im Restaurant dem Gespräch über das unternehmerische Wirken mit privaten Einlassungen des jeweiligen Gastes. Im Anschluss an die kleine Talk-Show baten die Gastgeber zu Birgitta Rust Piekfeine Brände an die Jacobs Bar. Bisherige Gäste waren Albert Darboven, Ian Kiru Karan, Ole von Beust und Wolfgang Kubicki.



Thomas Martin mit Frau



Ingrid Harrée-Eichmann mit Begleitung



Anke und Rolf Hübener



Janina Stuwe mit Sandra Lundt



Manuela und Matthias Kallis (rechts) mit Gästen



Ann-Katrin Martiensen, Dr. Karin Sievert-Fischer und Claus B. Elstermann



Louis C. Jacobs Direktorin Judith Fuchs-Eckhoff



Britta Twesen, Andreas Armbricht-Meyer, Susann Zeilinga und Florian Meier-Zalinga



EVENTAGENTUR  **Blankenese**

Eventagentur Blankenese Emotions GmbH

Office Hamburg
Elbchaussee 87, 22763 Hamburg
Telefon +49(0)40 30377113

Office Schleswig-Holstein
Ossenpadd 5, 25421 Pinneberg
Telefon +49(0)4101 8194123

events@eventagentur-blankenese.de
www.eventagentur-blankenese.de
facebook.eventagentur-blankenese.de



EVENT- & TAGUNGSSCHIFFE IN HAMBURG

Sie möchten Ihr **FIRMENJUBILÄUM** oder Ihre **WEIHNACHTSFEIER** auf See feiern? Ihre **TAGUNG** zu einem ganz besonderen Erlebnis machen? Dann chartern Sie einfach unser Eventschiff „**MS PRINCESS**“ oder „**MS KOI**“ und übernehmen für einen Tag das Kommando.



©Björn Weinbrandt



MODERN - FLEXIBEL - INNOVATIV



©HamburgFührer





Eve Champagne und die Drag Queens



Kristin Kossi



Conny mit Frau Manuela Reimann



*Sängerin Selina Nunez mit
Gitarrist Dennis*

EAST MEETS KIEZ

im east Hotel Hamburg

Das 2004 eröffnete Hotel erweiterte sich im Sommer um 172 Zimmer, gestaltet von den beiden hochklassigen Architekten Jordan Mozer (129 Zimmer) und Giorgio Gullotta (43 Zimmer). Die Eröffnung der neuen Zimmer wurde gebührend mit einer Floor-Opening-Party gefeiert. Nach dem Motto „east meets Kiez“ wurden die neuen, luxuriösen Zimmer des east Hotels eingeweiht. Gäste konnten sich über viele abgestimmte Highlights freuen, unter anderem das berühmte east Sushi & Flying Food, Currywurst aus der „Heißen Ecke“ im Herzen von St. Pauli, einem Moët & Chandon Loft mit luxuriösem Champagner, originellen Drag Queens und einer Candybar mit herrlichen Leckereien.

Außerdem konnten die Gäste sich im hauseigenen Body & Soul Massagestudio oder im Herrengut Barberloft verwöhnen lassen. Darüber hinaus erwartete die Gäste ein Tattoo Studio, ein Spielbank Casinozimmer, ein live DJ und vieles mehr.



Candy Girl



*Jasmin Wagner und
Christoph Strenger*



Hubert Neubacher (Mitte) mit Begleitung (Links) und Oliver Tienken



Freunde des Hauses



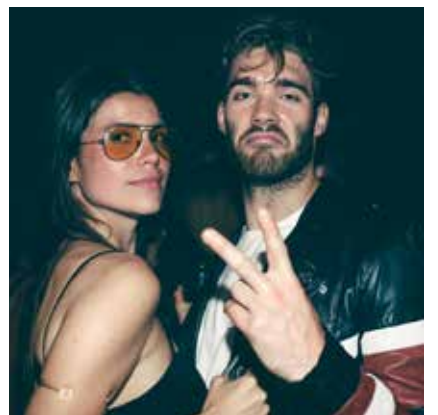
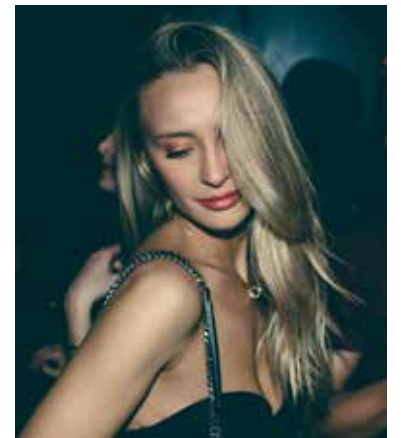


BE YOUNG

Grandioser Ausflug auf den Kiez



OPIUM feierte zusammen mit dem Nikki Tiger Club die After Show des Vivienne Westwood Tribute Shootings im angesagten Nikki Tiger Club. Fotograf Rainer Meifert lichtete zuvor seine zahlreichen Models in den Original Punk Cloth der Neumann-Hug Collection ab und schaffte so den Grundstock für eine sensationelle Atmosphäre. „Mit dem DJ Twin Set – Holy Karma – aus Berlin haben wir es geschafft, dass auch eine ältere Generation wieder Spaß am Ausgehen zu bekommen hat. Ich würde mir eine Fortsetzung sehr wünschen“, so Betreiber Elias Grzmot-Bilski.



TONKA GIN

Est. 2014



Er surfte auf der „Gin-Welle“ von Anfang an ganz oben mit. Jetzt wird der von Bartendern und Liebhabern hoch geschätzte Wacholdergeist aus Hamburg, der sich durch sein würziges Aroma deutlich von anderen Gin-Sorten unterscheidet, vier Jahre alt. Daniel Soumikh und seine Frau Serap freuen sich mittlerweile über Bestellungen aus ganz Europa.



Christian von Järten (VON JÄRTEN & CIE Immobilien), Jörn Reinecke und David Liebig (MAGNA REAL ESTATE AG), Gunnar Henke (Henke Relations)



3. HAMBURGER IMMOBILIENNACHT im TORTUE Hamburg

Die wichtigsten Entscheider der Immobilienbranche trafen sich zur 3. Hamburger Immobiliennacht in der neuen In-Location, dem TORTUE Hamburg. Wie in den Vorjahren erwarteten die Initiatoren Christian von Järten (VON JÄRTEN & CIE Immobilien), Christian Dunger (WDI MEDIA), Gunnar Henke (Henke Relations) und der Hauptsponsor MAGNA REAL ESTATE rund 240 Branchenexperten. Weitere Partner waren Dirk Jessen (Mazars), Dr. Sebastian Kühl und Dr. Friedrich-Carl Freiherr von Gersdorff (Huth Dietrich Hahn), Philipp Stodtmeister (Frankfurter Bankgesellschaft).

Die Gäste diskutierten über aktuelle Herausforderungen des Wohnungsbaus, fehlende und zu teure Flächen, gestiegene Baukosten, neue Projektentwicklungen, Bürger- und NABU Initiativen gegen Nachverdichtung, digitale Transformation und vieles mehr. Statt Vorträgen, Präsentationen oder Diskussionsrunden wurde der Abend mit cooler Musik, den einzigartigen Speisen des TORTUE Hamburg sowie mit den Klängen des Hamburger Saxophonisten Inusa Dawuda begleitet.



Peter Karshüning (HIPE), Philip Stodtmeister und Tim Büttecke (HFH Immobilien)



Coralie Mielck (Lloyd Fonds AG), Frank und Daniel Theuerkauf (Theuerkauf Design)



Matthias Langenohl (Elbhag) und Oliver Thieme (CWD)



Christian Dunger (WDI Media) und Jochen Fischer (Investor AREO Holding)



Links Martin Woitek, Dirk Toedten (beide City21) und Eric Koopmann (Notar)



Nils Schubert (Norden Real Estate), Doris Brückner (Gala) und Yasmin Witt (Henke Relations)



Ira Langemaack (VON JÄRTEN & CIE. Immobilien), Tim Godau (Port 1), Svenja Langner und Katharina Knopp (beide UK Design), Antonia Bannehr (VON JÄRTEN & CIE. Immobilien)



Dietrich (ORCA van Loon Communications) und Birgitta Schulze van Loon (Piekfeine Brände)



Inusa Dawuda



Harald Boberg und Dr. Peter Oberthür



Robert Graubner (Graubner Immobilien), Christian Völkers (Engel & Völkers) und André Poitiers (Architekt)



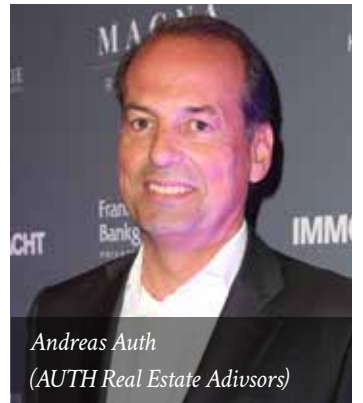
Andrea Dieckmann (Gustafsen & Co) und Dr. Jasmin Böttger



Katharina Knopp (UK Design) und Ukrike Krages



Ian Kiru Karan (Wirtschaftssenator a.D.)



Andreas Auth (AUTH Real Estate Advisors)



Dr. Friedrich-Carl Freiherr von Gersdorff (HUTH DIETRICH HAHN), Dirk Jessen (Mazars Wirtschaftsprüfungsgesellschaft) und Dr. Sebastian Kühl (HUTH DIETRICH HAHN)



Marcus Huckfeldt-Weber (Adolf Weber KG)



Nasim Amini (Commerzbank)



Marcell Jansen (HSV Präsident) & Wolfgang E. Buss (Talk- Moderator)



Arent Bolte (Haspa), Marcell Jansen (HSV-Präsident), Wolfgang E. Buss (Talk-Moderator) & Helge Steinmetz (Haspa)



Birgit & Mike Krüger (Komiker) mit Silke Lange (Strategy Advisor bei Shell)

ALSTER LOUNGE

Marcell Jansen zu Gast



Felix, Susanne & Jürgen Weiss



Christian Dunger & Frank Böttcher

Es luden der Verleger Wolfgang E. Buss sowie die HASPA-Chefs Helge Steinmetz und Arent Bolte in den NRV an die Alster. Ehrengast der 4. ALSTER LOUNGE war Marcell Jansen, jüngster HSV-Präsident aller Zeiten, Ex-Nationalspieler und Unternehmer. Extrem unprätentiös, freundlich, offen und ehrlich selbstkritisch berichtete der 33-Jährige im Talk über seine Karriere, die vorübergehende Talfahrt des HSV und seine unternehmerischen Aktivitäten.

Fotos: Kai Wehl



Dr. Peter Tschentscher & Wolfgang E. Buss



Jan Mewes (Künstlermanager) mit Ilona Schulz & Klaus Baumgart (Klaus & Klaus)



Ulrich & Kristina Tröger



Nicolas Giercke (Juwelier) & Frank Mollwitz (Mollwitz Massivbau)

BUSINESS LOUNGE

mit dem ersten Bürgermeister

Hoher Besuch in Wellingsbüttel: Auf der Alstertaler Business Lounge im Restaurant „del“ war diesmal Hamburgs Erster Bürgermeister Dr. Peter Tschentscher zu Gast. Im Gespräch mit Gastgeber und Verleger Wolfgang E. Buss vor über 300 geladenen Gästen aus Politik, Kultur und Gesellschaft ging es vor allem um die Frage, ob die Stadt Hamburg, genau wie der HSV, in die Zweitklassigkeit abgerutscht ist. Über Verkehrsprobleme, verschleppte Innovationen, Fluglärm, Grünfraß und mehr sprachen die beiden Diskutanten. Das Publikum nahm rege Anteil an dem Gespräch. Bis in die Nacht hinein diskutierten die Gäste bei kulinarischen Köstlichkeiten von del-Inhaber Stefan Randel.

Fotos: Kai Wehl



Christina Block (Unternehmerin) & Sandra Quadflieg (Schauspielerin)



Sir Michael Lou, J. Dehn & Roman Köster



Kurt Bodewig & Oliver Nannen

LIEBLINGSSTÜCKE FÜR SIE UND DAS FRAUENHERZ SCHLÄGT HÖHER

Lust auf einen individuellen Style? Pflegen Sie Ihren ganz eigenen Look: Ob cool, lässig, elegant oder romantisch – setzen Sie auf Schmuck! Bei uns finden Sie Ihre neuen Lieblingsstücke von Marken wie FOPE, Al Coro oder Gellner. Wir beraten Sie mit Leidenschaft!



BECKER
JUWELIERE & UHRMACHER

HAMBURG . GÄNSEMARKT 19 . 040/334 09 250 | WWW.JUWELIER-BECKER.COM



Susanne Böhm
(Moderatorin) und
Christina Block (Theos)



Alexander Glück (Pahnke Markenmacherei), Gunnar Henke (Henke Relations) und
Stephan Westendorp (Westendorp Media)



Tashi Takang (Park Hyatt)

MEDIA SUMMER LOUNGE

an Bord der MS KOI

Das Netzwerkevent „Media Summer Lounge“ begrüßte rund 330 Gäste aus Wirtschaft und Politik, sowie aus der Medienbranche. Ein unterhaltsamer Austausch im modernen und maritimen Ambiente auf dem Eventschiff der MS KOI im Hamburger Hafen gab den passenden Rahmen für die Feier der Sommersaison.

Unter der Moderation von Markus Tirok machte die MS KOI einen Törn zum Wahrzeichen Hamburgs, der Elbphilharmonie. Mit kühlen Drinks, köstlichen Speisen, Blick auf den Hamburger Hafen und musikalischer Begleitung von Inusa Dawuda genossen die Gäste den Abend. Die Spielbank Hamburg war auch dieses Jahr wieder mit dabei und hat den Teilnehmern den Abend spielerisch verschönert. Ob Roulette oder Black Jack – mit etwas Glück konnten die Gäste tolle Preise, wie einen Gutschein für das Grandhotel Heiligendamm, Montblanc Gürtel oder Karten für die Night of the Proms mit nach Hause nehmen.



Andreas Türck (Moderator)



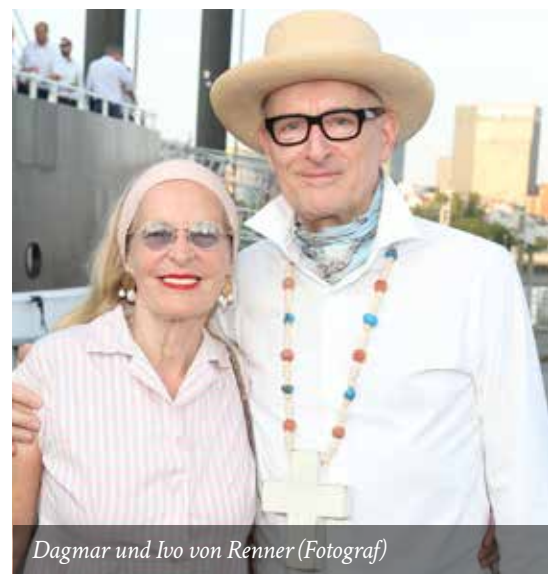
Michael Otremba (Hamburg Tourismus GmbH) und
Yasmin Witt (Henke Relations)



Andreas Brucker (Schauspieler)



Yael Gael (Golan Heights Winery),
Oliver Thieme und Fausta Rackute (beide CWD Hamburg)



Dagmar und Ivo von Renner (Fotograf)



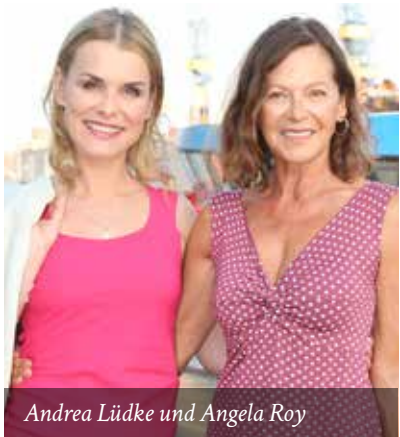
Marion Fedder, Jessica Stockmann, Dr. Maren Kemper, Susanne Gallun,
Vivika Bellmann, Shima Lehmann und Kirsten Roschlaub



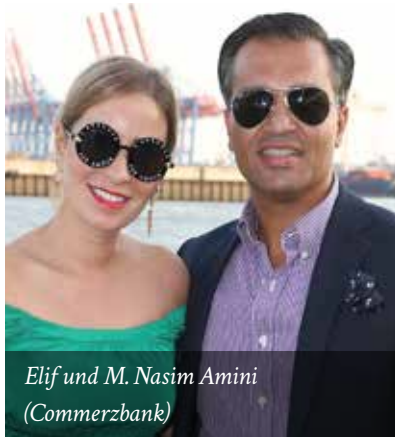
Markus Tirok (Moderator)



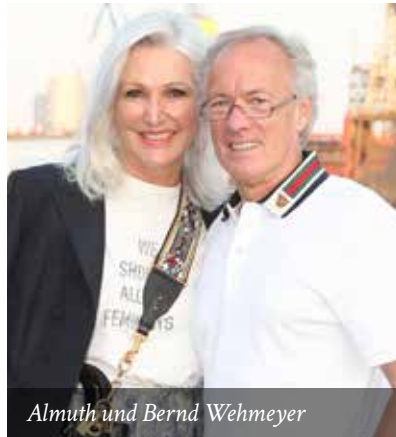
Birge und Sven Paulsen, Baerbel Timmann und Dagmar Nowak



Andrea Lüdke und Angela Roy



*Elif und M. Nasim Amini
(Commerzbank)*



Almuth und Bernd Wehmeyer



Grit Weiss und Prof. Dr. Jo Groebel



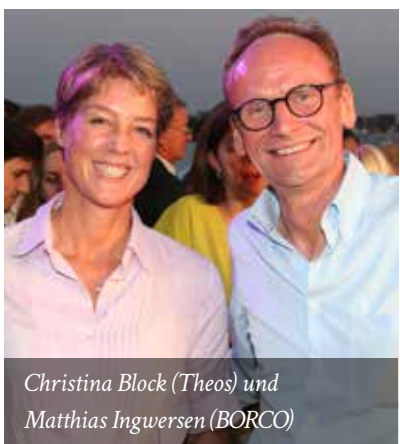
*Dr. Maren Kemper und
Susanne Gallun*



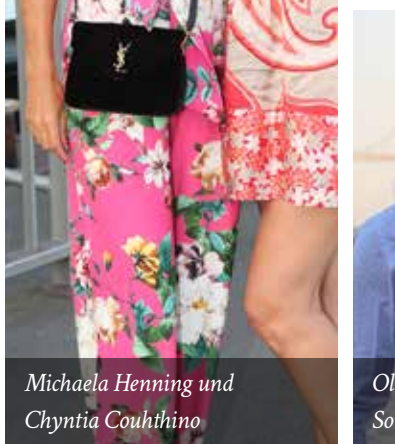
*Michaela Henning und
Chyntia Couthino*



Tarik Rose (NDR Koch) und Juliane Peter



*Christina Block (Theos) und
Matthias Ingwersen (BORCO)*



*Oliver (Sweet Tec) und
Sonja Schindler (Haspa)*



Nicole und Christian Bartelheimer



Elena Bulycheva, Kristin Kossi, Steffen Knies und Christian Bartelheimer



Tamara Gomille und Katja Suding



*Lutz Marmor (NRD) und
Christian Dunger (WDI Media)*



Fettes Brot mit Anke



Herbert Grönemeyer

10. DEUTSCHER RADIOPREIS

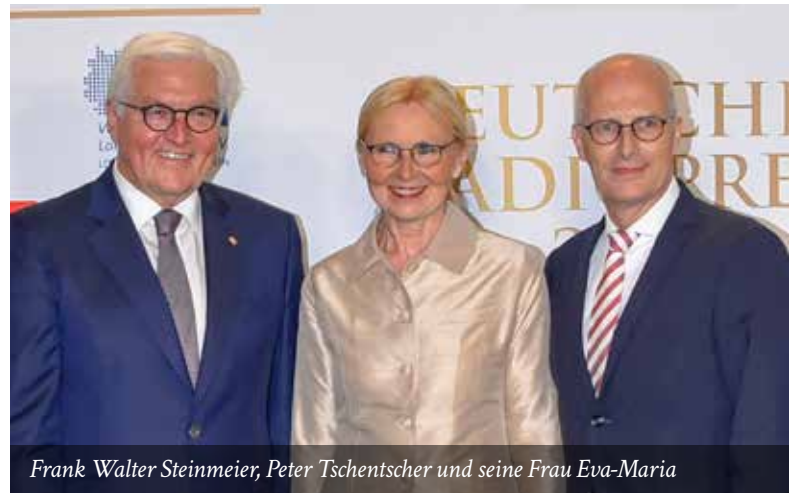
Glamouröses Jubiläum

Auch in diesem Jahr wurden wieder zahlreiche Hörfunkprogramme und deren Macher mit dem deutschen Radiopreis ausgezeichnet. Anlässlich des zehnjährigen Jubiläums wurde die Verleihung dieses Mal in der Hamburger Elbphilharmonie ausgerichtet. Panikrocker Udo Lindenberg eröffnete den Abend und begeisterte das prominente Publikum schon zu Beginn. Danach gab er die Bühne frei für Moderatorin Barbara Schöneberger, die wie immer, mit Charme und Wortgewandtheit überzeugte.

Zu den Preisträgern gehörten unter anderem „Unter Schlamm begraben“ vom NDR als beste Reportage, Carmen Schmalfeld vom Radio Leverkusen als beste Moderatorin und „Deutschlands tiefste Morgensendung“ vom Radio Emscher Lippe als beste Sendung.



Lena Meyer-Landrut



Frank Walter Steinmeier, Peter Tschentscher und seine Frau Eva-Maria



Frank Thelen und Frau Nathalie



Alexander Bommes



Caren Miosga mit Tobias Grob



Frank Otto



Udo Lindenberg, rechts Steffen Lukas Gewinner
Bester Moderator



Bernd Hoffmann (Vorstandsvorsitzender
Hamburger SV) & Freundin
Sandra Henke



Barbara Schoeneberger



Nazan Eckes



Natalia Avelon



Julia-Niharika Sen



Judith Rakers



Sönke Wortmann



Mark Forster



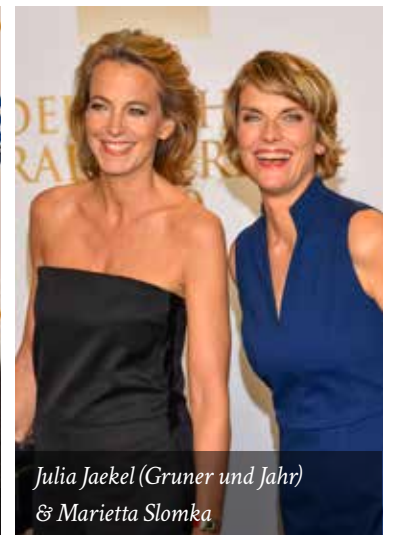
Matthias Matze Knop



Michael Mick James Hucknall



Niko Santos



Julia Jaekel (Gruner und Jahr)
& Marietta Slomka

BLACK STALLION

Edle Weine im Au Quai



Cathrin Frfr. von Seld-Thiel und
Visagist Boris Entrup



Star-Pianistin Jasmin Bötger und
Andrea Dieckmann (Gustafsen & Co.)



Dagmar Viereck und
York Prinz zu Schaumburg-Lippe



Moderator Andreas Türck



Oliver Thieme (CWD) und Shawn Wells (Delicato)



Henrik Horndahl und Susanne Böhm



Steffen Knies (Porsche Zentrum
Hamburg), Melanie Knies-Wepler,
Allyson Hoffmann und Nane Mund



Nina Annette Deutschmann und
Matthias Kühn (Lieblingswein)



Senator a. D.
Ian Karan

Christian Dunger, Gunnar Henke, Shawn Wells und Oliver Thieme luden zum „Black Stallion Dinner“ ins Au Quai ein. Black Stallion, benannt nach dem früher dort ansässigen Gestüt, ist das jüngste Weingut im kalifornischen Napa Valley. Dort wird seit 2007 Wein angebaut, der mittlerweile vielfach ausgezeichnet wurde. Für die geladenen Gäste ging es auf Gourmetreise unter der Regie des Au Quai Küchenchefs Timo Müller. Zu Trüffel-Krustenzander und Yellow Fin Tuna Sashimi wurden die edlen Weine verkostet.

IMPRESSUM

REDAKTIONSADRESSE

OPIUM MAGAZIN
c/o Henke Relations GmbH
Tarpenbekstrasse 139 · 20251 Hamburg
Tel: +49 40 28095960

V.I.S.D.P.

Christian Dunger, Gunnar Henke

HERAUSGEBER

WDI Media GmbH Henke Relations GmbH
Ferdinandstrasse 3 Tarpenbekstrasse 139
20095 Hamburg 20251 Hamburg

ONLINE

Web: opium.hamburg
E-Mail: kontakt@opium.hamburg

MITWIRKENDE

Yasmin Witt, Marika Henke,
Franziska Dunger

REDAKTION

Dirk Vorwerk, Jasmina Schmidt,
Sarah Beer, Nadine Schütte,
Lara Stelter

LAYOUT UND PRODUKTION

WDI Media GmbH

ART DIRECTOR

Marcus Milbradt

GRAFIK

Henrike Loibl, Madita Pimpe

FOTOS

Tobias Ladehoff, Stephan Wallocha,
Beate Zöllner

BILDAGENTUREN

Shutterstock.com, iStock.com,
Breuel Bild

DRUCK UND VERARBEITUNG

Krögers Buch- und Verlagsdruckerei GmbH

PAPIER

IGEPA group
Gedruckt auf Maxioffset & Maximat Prime

ERSCHEINUNGSWEISE

Halbjährlich

Alle Rechte der Verbreitung, auch durch Film, Funk und Fernsehen, fotomechanische Wiedergabe, Tonträger jeder Art, auszugsweisen Nachdruck oder Einspeicherung und Rückgewinnung in Datenverarbeitungsanlage aller Art sind vorbehalten. Fotokopien für den persönlichen und sonstigen eigenen Gebrauch dürfen nur von einzelnen Beiträgen als Einzelkopien hergestellt werden. Die Beiträge geben die Meinung der Autoren wieder. Diese kann im Einzelfall von der Auffassung des Herausgebers abweichen.



KRÖGERDRUCK

Für alle, die nur mit den Besten zufrieden sind.



Eins unserer besten Kontrollorgane.

* Weil es nichts gibt, was man nicht noch besser machen könnte, haben wir neben einem guten Maschinenpark auch richtig gute Leute – Qualitätsfreaks. Mit viel Erfahrung. Enthusiasmus. Und einem exzellenten Riecher für Feinheiten beim Drucken. Wie z.B. der von Matthias Greve, unserem Auftragsmanager.

PORSCHE DESIGN

TIMEPIECES



1919 Globetimer UTC

Titanium & Black
Zeitzone-Management im 1-Stunden-Takt.
Ohne Verlust der exakten Zeiteinstellung
[Min./Sek.] und mit automatischer Datums-
anpassung.

VON ZELL AM SEE NACH LOS ANGELES. AUF KNOPFD RUCK.

Porsche Design Hamburg | Poststraße 4 | 20354 Hamburg

www.porsche-design.com/GlobetimerUTC